# Umreženi

## DRUŠTVENE MREŽE I KNJIŽNICE U HRVATSKOJ

# Umreženi

## Društvene mreže i knjižnice u Hrvatskoj

Zbornik radova

uredila
Breza Šalamon-Cindori

NACIONALNA I
SVEUČILIŠNA
KNJIŽNICA
U ZAGREBU

Zagreb, ožujak 2015.

Prvo elektroničko izdanje

Nakladnik
NACIONALNA I SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA U ZAGREBU
Zagreb, Hrvatske bratske zajednice 4

Za nakladnika
Dunja Seiter-Šverko

Urednica
Breza Šalamon-Cindori

Uredništvo
Ivana Kežić Pucketić, Dagmar Lasić, Zrinka Mikulić, Renata Petrušić,
Davorka Pšenica, Siniša Sambolić

Prijevod na engleski jezik
Dagmar Lasić

Grafičko oblikovanje
Breza Šalamon-Cindori, Siniša Sambolić, Ivana Kežić-Pucketić

Lektura
Zrinka Mikulić

ISBN 978-953-500-136-2

Za optimalno čitanje ovoga elektroničkog zbornika potrebni su sljedeći programi:
Adobe Flash Player – Version 16.0.0.257 dostupan na http://get.adobe.com/flashplayer i
Adobe Reader – Version XI (11.0.00) dostupan na http://get.adobe.com/hr/reader
ili novije inačice navedenih programa. Zbornik je potrebno preuzeti na računalo te ga potom pokrenuti.

Elektronički zbornik Umreženi: društvene mreže i knjižnice u Hrvatskoj ustupljen je pod licencijom *Creative Commons Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0 Hrvatska.*

Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama održan je u sklopu 12. okrugloga stola o slobodnom pristupu informacija Društvene mreže i knjižnice u povodu Međunarodnog dana ljudskih prava 10. prosinca 2012. u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

# Sadržaj / Table of Contents

Predgovor
Foreword 8

**Ivana Kežić Pucketić**
Umrežavanje Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu
National and University Library in Zagreb Networked 10

**Jana Krišković Baždarić | Branka Pemper | Sandra Cuculić**
Sveučilišna knjižnica Rijeka – Like us!: Sveučilišna knjižnica Rijeka na društvenim mrežama
University Library Rijeka – Like Us!: University Library Rijeka on Social Networks 18

**Višnja Novosel**
Prisutnost visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj na Facebooku: stanje i mogućnosti daljnjega razvoja
Presence of Croatian Academic Libraries on Facebook: Current Condition and Possibilities for Further Development 30

**Tomislav Staničić**
Gradska knjižnica Marka Marulića Split: I mi pletemo društvene mreže
Marko Marulić City Library in Split: We Are Social Networking, Too 36

**Marinka Ulaga**
Dubrovačke knjižnice na društvenim mrežama
Dubrovnik Libraries on Social Networks 41

**Marin Seleš | Srđan Lukačević | Dubravka Pađen Farkaš**
Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: širenje knjižničarskih aktivnosti na društvene mreže
City and University Library Osijek: The Spreading of Library

Activity to Social Networks 47

**Petar Lukačić | Maja Krulić Gačan**
Umrežena Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica: iskustva u radu na društvenim mrežama
Fran Galović Public Library and Reading Room Networked: Our Social Networking Experiences 57

**Tihomir Marojević**
Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci:društvene mreže kao medij komunikacije
City Library and Reading Room Vinkovci: Social Networks as a Medium of Communication 65

**Vlatka Surma Szabo | Marija Bugarski**
Gradska knjižnica Vukovar na Facebooku: stalna komunikacija i druženje s korisnicima
City Library Vukovar on Facebook: Maintaining Communication and Socialising with Users 77

**Dejana Kurtović**
Knjižnica i čitaonica IV. osnovne škole Bjelovar: postoji li potreba za školskom knjižnicom na Facebooku?
Library and Reading Room of the Primary School IV. OŠ Bjelovar: Do School Libraries Need to Be on Facebook? 86

**Dorja Mučnjak | Jagoda Ille**
Hrvatsko knjižničarsko društvo: prisutnost na društvenoj mreži Facebook
Croatian Library Association on Facebook 93

**Dejana Kurtović**
Grupa Knjižničari na Facebooku: razvoj i vrijednosti jedinstvene knjižničarske zajednice na društvenim mrežama
”Knjižničari” Facebook Group: Development, Values and Future of a Unique Community of Librarians on Social Networks 99

**Dejana Kurtović**
Promidžba projekta Čitamo mi, u obitelji svi na Facebooku
Promotion of a National School Libraries Project: ‘Family

Reading Time' on Facebook 110
**Srđan Lukačević | Dubravka Pađen Farkaš**
Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: istraživanje utjecaja na lokalnu zajednicu
City and University Library Osijek: Research into the Library's Impact on the Local Community 116

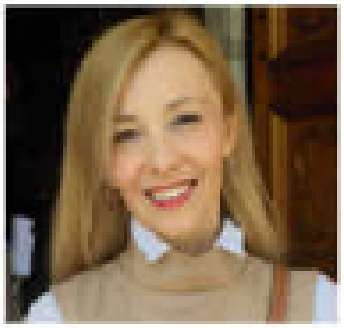
**Prilog Umreženi: susret knjižnica na društevnim mrežama 130**

**Margita Puharić**
Kulturološka i informacijska uloga Facebooka 131
**Jana Krišković, Sandra Stupičić**
Sveučilišna knjižnica Rijeka na društvenim mrežama 132
**Ivana Pažur**
IRB knjižnica na društvenim mrežama Facebook i Twitter 133
**Dina Vrkić, Ivan Jelić, Jadranka Lisek**
Središnja knjižnica Fakulteta elektrotehnike i računarstva 134
**Višnja Novosel**
Facebook kao mjesto susreta: profil Knjižnice Filozofskog fakulteta na društvenim mrežama 135
**Marija Grozdanić, Vanja Štalec Obradović**
Knjižnice grada Zagreba na društvenim mrežama 136
**Tomislav Staničić**
I mi pletemo društvene mreže 137
**Dubravka Pađen-Farkaš, Srđan Lukačević, Marin Seleš**
Social community management by GISKO: širenje knjižničarske aktivnosti na društvene mreže 138
**Žozefina Žentil Barić, Lucija Perović, Mladen Masar**
Facebook Gradske knjižnice Zadar 139
**Tihomir Marojević**
Virtualno povezivanje Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci s korisnicima i knjižnicama 140
**Marinka Ulaga**
Knjižnica na društvenim mrežama 141
**Maja Gačan, Petar Lukačić**
Umrežena Knjižnica i čitaonica „Fran Galović" Koprivnica 142
**Draženka Robotić, Maja Klisurić**

GKS na društvenoj mreži Facebook 143
**Vlatka Surma Szabo, Vanja Sabo, Marija Bugarski**
Gradska knjižnica Vukovar 144
**Živjeti na otoku - ne biti otok**
Tajana Grbin, Milojka Skokandić 145
**Maja Lesinger**
Facebook grupa Knjižnice i čitaonice grada Preloga 146
**Melita Bućan, Nada Topić**
Virtualno lice Knjižnice 147
**Dejana Kurtović**
Knjižnica IV. osnovne škole Bjelovar 148
**Dorja Mučnjak, Jagoda Ille**
Hrvatsko knjižničarsko društvo 149
**Dejana Kurtović**
Grupa Čitamo mi u obitelji svi 150
**Dejana Kurtović, Marijana Pađen Jurišić**
Grupa Knjižničari 151
**Sandra Berak, Marina Putnik**
Ponašanje mladih na Facebooku: edukacijska uloga knjižničnih usluga za veću sigurnost 152
**Breza Šalamon-Cindori, Darjan Vlahov**
Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu: korisnik u središtu 153

English

# Predgovor




## Breza Šalamon-Cindori

*bsalamon-cindori@nsk.hr*


*Breza Šalamon-Cindori od 2009. godine glavna je urednica portala Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Uz razvoj Portala, kao i osuvremenjivanje njegova vizualnog i sadržajnog identiteta, od 2010. godine osmišljava prisutnost i poslovanje knjižnice i na društvenim mrežama. Svojim idejama nastoji, uporabom tehnologije, javnosti približiti bogatu i raznoliku kulturnu baštinu. Na Filozofskome fakultetu u Zagrebu diplomirala je engleski jezik i književnost i povijest umjetnosti te bibliotekarstvo, a trenutačno je upisana na Poslijediplomski doktorski studij informacijskih znanosti.*

Razvoj tehnologije, a tako i Weba 2.0, početkom 21. stoljeća umnogome je promijenio sva područja ljudskoga života i djelovanja. U umreženome, ali i natjecateljskome društvu, gdje su knjižnice svojim uslugama primorane natjecati se s moćnim tvrtkama, želeći pridobiti što više korisnika u online okruženju, upravljanje znanjem nametnulo je velike izazove, ali i otvorilo brojne nove mogućnosti u njihovu poslovanju. Tako su se knjižnice, koje su oduvijek bile ustanove slobodnoga pristupa informacijama i slobode izražavanja, ali i ustanove koje su oduvijek slijedile postignuća suvremene tehnologije, morale prilagoditi sve zahtjevnijoj korisničkoj zajednici kako bi ostvarile svoju misiju te ostale bitne i vidljive. Društvene su mreže nedvojbeno jedno od najkorištenijih pomagala Weba 2.0 koje su knjižnice u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, spremno prihvatile u svojem poslovanju kako bi na najjednostavniji način svojim uslugama korisnicima približile i ponudile informacije i znanje. Kada je zanimanje za društvenu mrežu Facebook, s više od 1,6 milijuna korisnika u Hrvatskoj dostizalo vrhunac 2013. godine, više od stotinu knjižnica u Hrvatskoj smatralo je da će im prisutnost i poslovanje na toj najrasprostranjenijoj društvenoj mreži donijeti brojne koristi. Osim Facebooka, knjižnice u Hrvatskoj najviše koriste Twitter, YouTube, Pinterest, Flickr, Goodreads, ali i neke druge mreže koje po svojim odlikama odgovaraju potrebama njihove korisničke zajednice. Elektronički zbornik *Umreženi: društvene mreže i knjižnice u Hrvatskoj* sadrži 14 radova nastalih na temelju posterskih izlaganja koja su predstavljena na programu *Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama*, održanome u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, u sklopu 12. okrugloga stola o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva koji je bio posvećen društvenim mrežama, a čija je svrha bila potaknuti raspravu o ulozi društvenih mreža i njihovoj primjeni u knjižnicama, pozitivnim i negativnim

iskustvima na društvenim kao i načinima njihova korištenja, te doprinosu knjižničnim uslugama. Tada je dvadeset hrvatskih knjižnica, uključujući sveučilišne, visokoškolske, narodne, gradske i školske te Hrvatsko knjižničarsko društvo i dvije grupe koje na Facebooku vode knjižničari, svojim posterskim izlaganjima prikazalo najbolje primjere prakse poslovanja na društvenim mrežama s naglaskom na izazovima koji su se knjižnicama nametnuli, kao i prednostima, novim mogućnostima i vrijednostima koje su proizišle iz poslovanja na društvenim mrežama. Autori objavljenih radova djelatnici su knjižnica koje su ostvarile zapažen uspjeh poslovanjem na društvenim mrežama, a uz to su i pripadnici mlađega naraštaja knjižničara koji s lakoćom prihvaćaju tehnološke promjene te promišljaju o njihovim brojnim mogućnostima u pružanju kvalitetnih usluga sve većoj i zahtjevnijoj korisničkoj zajednici u *online* okruženju. Autori su pokazali kako inovacije u knjižničnim uslugama te ulaganje u njihov razvoj povećavaju ne samo vidljivost knjižnica u javnosti nego i njihov ugled. Radovima su zastupljene sve vrste knjižnica iz cijele Hrvatske te su prikazani razvoj i uporaba različitih društvenih mreža, ovisno o vrsti knjižnice, njezina korisnička zajednica, vrste objava i komunikacija, prednosti i nedostatci takvoga poslovanja za knjižnicu, kao i za knjižničare, te planovi za daljnji razvoj. Sva posterska izlaganja s programa *Umreženi* također su dostupna u ovome e-zborniku. Prednost ovoga elektroničkog zbornika u interaktivnome pdf formatu izravna je povezanost s vanjskim izvorima, bolja ilustrativnost grafičkih elemenata pomoću interaktivnih galerija, kao i pristupačnost formata za jednostavnije kretanje i čitanje teksta, uključujući i njegove prevedene dijelove.

Kao što je i program *Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama* bio prigoda za izravnu razmjenu iskustava među knjižničarima koji se bave novim područjima u knjižničarstvu, a podrazumijevaju različite oblike pružanja usluga u digitalnome okruženju, tako i ovaj zbornik radova o primjeni društvenih mreža u knjižnicama u Hrvatskoj donosi pregled razvoja, ali i smjernice za ojačavanje uloge knjižnica izvan tradicionalnoga okruženja, te predstavlja nadahnuće i poticaj za primjenu i pružanje novih usluga koje će donijeti razvoj tehnologije. No, u vremenu proturječja u kojem živimo i radimo te u kojem se uloga knjižničara i knjižnica sve više dovodi u pitanje, kako bi ostale odgojno-obrazovne, kulturne, informacijske i središnje društvene ustanove, knjižnice, a tako i knjižničari, morat će se pripremati za budućnost, osluškujući potrebe javnosti, i stoga preoblikovati svoje usluge te dijeliti, postati i ostati *umreženi*.

**Urednica**

English

# Umrežavanje Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu

**Ivana Kežić Pucketić**
Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu
ivana.kezic@nsk.hr

Ključne riječi

- Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu
- društvene mreže
- Facebook
- Twitter
- Pinterest
- YouTube
- LinkedIn

## Sažetak

Nakon što se 1. travnja 2010. godine Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu pridružila Facebooku, otkriveni su brojni novi načini pružanja usluga raznovrsnoj mreži korisnika, promidžbe vrijedne građe i temeljnih djelatnosti Knjižnice, uključujući informacijsku, obrazovnu, nakladničku, izložbenu i promidžbenu djelatnost. Slijedeći pozitivne rezultate otvaranja profila na najvećoj društvenoj mreži, do 2014. godine Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu pridružila se Twitteru, Pinterestu, YouTubeu i LinkedInu te je, do lipnja 2014. godine, ostvarila mrežu od 8085 korisnika. U radu se želi prikazati razvoj profila i stranica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na društvenim mrežama, pobliže opisati njihovo održavanje te analizirati načine kojima svaki od tih profila, stranica i kanala pridonosi boljoj prisutnosti Knjižnice u životu suvremenoga čovjeka.

## Uvod

Potreba za prisutnošću na društvenim mrežama postala je jedna od bitnijih odlika djelovanja mnogih knjižnica. Što predstaviti, koje sadržaje i koje informacije učiniti dostupnima te kako uspješno komunicirati na pojedinoj društvenoj mreži, neka su od glavnih pitanja koja se postavljaju priključivanjem društvenim mrežama. Stranica na Facebooku Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu ima uvjerljivo najveći broj pratitelja u odnosu na ostale društvene mreže, komunikacija je jednostavna, a *Facebook* ima i najširu mrežu korisnika u Hrvatskoj. Aktivnih korisnika Facebooka u Hrvatskoj u veljači 2013. bilo je 1 600 000, odnosno 35,86 % građana, dok je na Twitteru aktivno 52 tisuće građana.[1] Na Twitteru Knjižnica komunicira kratkim i sadržajnim objavama, što je namijenjeno korisnicima kojima odgovara kratka i brza izmjena informacija, *LinkedIn* je platforma za poslovno umrežavanje te, između ostaloga, i zapošljavanje, a *Pinterest* i *YouTube* Knjižnici omogućuju vizualnu i zvukovnu komunikaciju s korisnicima, uključujući fotografije vrijedne građe, odnosno videozapise koji promiču djelatnost Knjižnice.

# Od profila do stranice Nacionalne i sveučilišne knjižnice na Facebooku

Pridruživši se početkom travnja 2010. godine Facebooku, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu otvorila je osobni profil, svakodnevno šireći mrežu prijatelja. Među najčešćim objavama bile su informacije vezane uz rad, usluge i zbivanja u Knjižnici, novosti iz područja knjižničarstva, obljetnice smrti ili rođenja znamenitih ličnosti hrvatske književnosti, umjetnosti i znanosti te vijesti iz kulture i srodnih ustanova u Hrvatskoj i svijetu. U skladu s razvojem Facebooka, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu osobni profil zamijenila je stranicom[2] 2012. godine. U uvjetima uporabe uključeno je pravilo da se osobni profil, osim u osobne svrhe, ne preporučuje koristiti.[3] Prelazak na stranicu donio je brojne nove pogodnosti, uključujući pregledniju i opsežniju statistiku, bolju vidljivost i mnoge druge mogućnosti. Korisnici preko Facebooka posebnim aplikacijama mogu pristupiti i najkorištenijim uslugama Knjižnice, kao što su *Online katalog*, *Digitalizirana baština*, *Portali starih hrvatskih novina i časopisa*, *Hrvatski arhiv weba* i *Digitalni akademski repozitorij* te profilima Knjižnice na ostalim društvenim mrežama. Na stranici se uglavnom objavljuje svakodnevno, a objave su prilagođene vrlo raznolikoj mreži korisnika. Posebna pozornost pridaje se komunikaciji s korisnicima, kojima je dana mogućnost sviđanja, komentiranja i dijeljenja objava, što je dobra smjernica za buduće objave i stjecanje još zadovoljnijih korisnika. Prema podatcima iz lipnja 2014. godine stranicu prati 7550 korisnika, 185 korisnika govori o stranici, a 7300 ljudi *bilo je ovdje*. Najviše je korisnika od 18 do 24 godine starosti. Više od dvije trećine korisnika, odnosno 69 % čine žene, a muškaraca je samo 30 %.

Slika 1. Naslovna slika stranice Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku

## *Zapažene objave na stranici Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku*

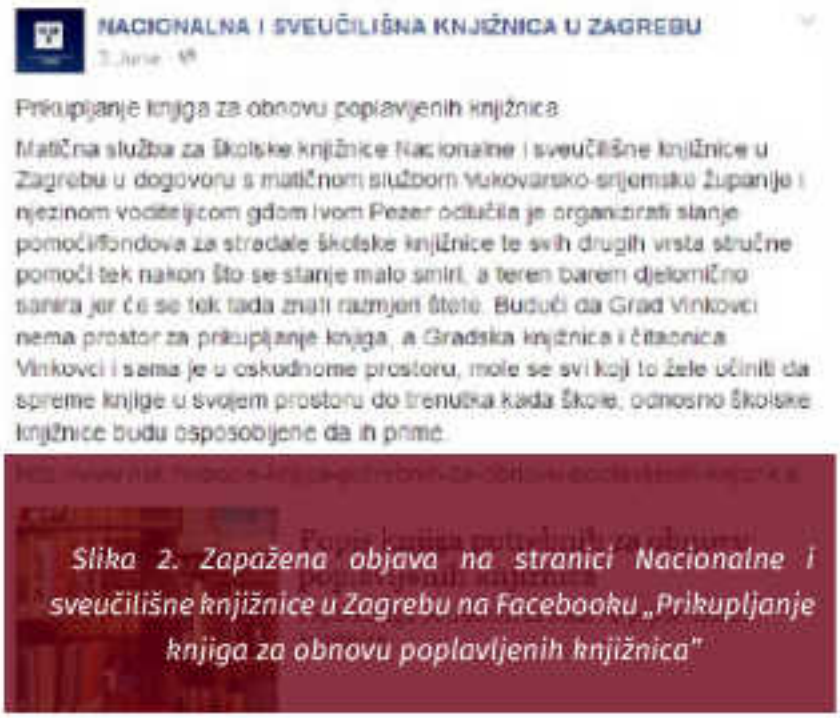
Objave koje su se svidjele korisnicima vrlo su raznolike te je potrebna podrobna analiza kako bi se napravio plan budućih objava koje će izazvati pozornost korisničke zajednice. Najviše korisnika, odnosno 10 004, pogledalo je objavu o prikupljanju knjiga za poplavljena područja (Slika 2). U lipnju 2014. godine objava je imala 30 sviđanja, a čak 72 korisnika su je podijelila. S obzirom na opće ozračje nakon poplava u Slavoniji, zanimljivo je uočiti kako su i pratitelji stranice Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku odlučili pomoći širenjem vijesti s humanitarnom porukom. Ovaj podatak potvrđuje činjenicu kako društvene mreže nisu samo produžena ruka internetske stranice ili portala neke ustanove, s obzirom na to da, u slučaju da je ostala samo na Portalu, ovu vijest zasigurno ne bi vidjelo više od 10 000 ljudi. *Facebook* je kanal preko kojega se vijest može širiti do velikoga broja korisnika, a to je posebno bitno u objavama kod kod kojih se očekuje uključivanje što većega broja ljudi.

Tekstualna objava koja se svidjela broju od 128 korisnika, što je najveći broj sviđanja iskazan za tekstualnu objavu, bila je *Ljubav je zemljovid duše*, posvećena obljetnici rođenja Vesne Parun[4], a obljetnice rođenja i smrti znamenitih ličnosti hrvatske književnosti, umjetnosti i znanosti i inače su rado čitane objave.

Korisnici se na komentiranje najčešće odlučuju kada je riječ o objavi galerije slika. Najpopularnija objavljena galerija bila je *Dvadeset najljepših knjižara svijeta*, sa 128 sviđanja, 8 komentara i 57 dijeljenja.[5] Najviše komentara imala je galerija fotografija *Najbolje izmaštane knjižnice*, a kako bi se korisnici potaknuli i na daljnju interakciju, za svaki je komentar izraženo sviđanje. U velikoj su mjeri čitane i objave s podatcima vezanim za Knjižnicu, obavijesti o novim radnim mjestima te različite vijesti iz područja knjižničarstva i kulture. Osim komentarima, korisnici s Knjižnicom mogu komunicirati i izravnim porukama te objavama na zidu. Ove usluge koriste kako bi izrazili svoje pohvale, kritike ili kako bi postavili pitanje vezano uz građu i usluge Knjižnice. Češće se odlučuju za oblik poruke jer je riječ o sustavu koji nije javno vidljiv. Pravilo je Uredništva mrežnih stranica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu odgovoriti u roku od 24 sata kako bi korisnici što prije dobili odgovor na postavljeno pitanje.

## *Statistički podatci o posjećenosti stranice Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku*

Najčešće su pregledavani sadržaji na stranici Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku objave na vremenskoj crti, svakodnevne objave, albumi te objave drugih korisnika na stranici Knjižnice. Nužnost postojanja poveznica na društvene mreže na portalu Knjižnice dokazuje podatak kako korisnici, osim preko svojih profila, na stranicu dolaze najčešće preko Portala te tražilice *Google. hr*. Može se zaključiti kako je moguće i poželjno povezati društvene mreže i portale, kako bi se povećao broj korisnika te kako bi se potaknulo zanimanje korisnika za ostale komunikacijske kanale Knjižnice.[6] Od svibnja 2012. do svibnja 2014. godine, korisnici su s Facebooka najčešće posjećivali početnu stranicu Portala, stranice s natječajima za radna mjesta na Portalu, stranice s izvorima za pretraživanje te zapažene objave, među kojima je i vijest o prikupljanju knjiga za poplavljena područja. .

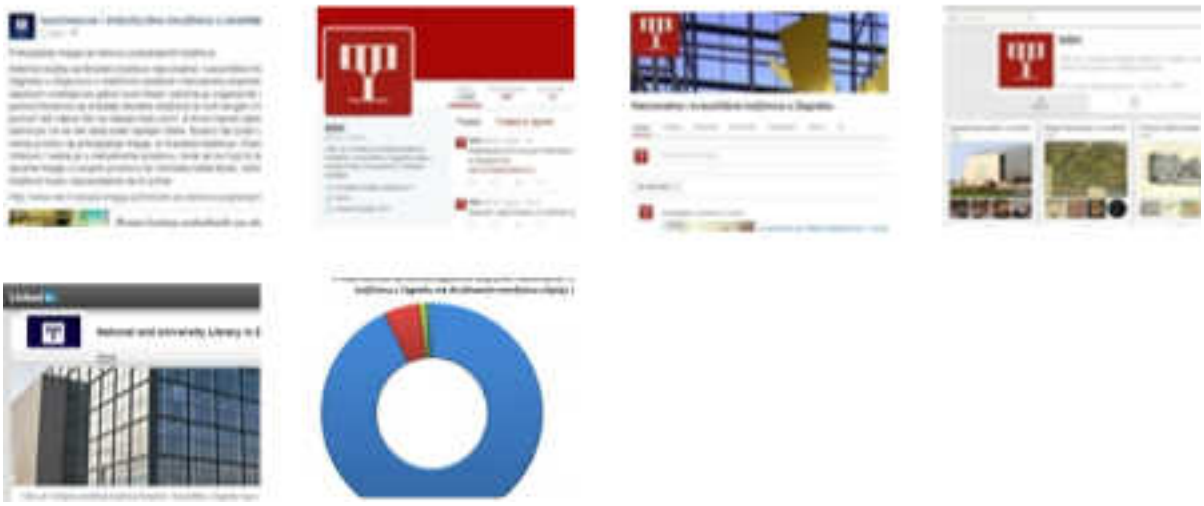


NACIONALNA I SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA U ZAGREBU

Prikupljanje knjiga za obnovu poplavljenih knjižnica

Matična služba za školske knjižnice Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu u dogovoru s matičnom službom Vukovarsko-srijemske županije i njezinom voditeljicom gđom Ivom Pezer odlučila je organizirati stanje pomoći/fondova za stradale školske knjižnice te svih drugih vrsta stručne pomoći tek nakon što se stanje malo smiri, a teren barem djelomično sanira jer će se tek tada znati razmjer štete. Budući da Grad Vinkovci nema prostor za prikupljanje knjiga, a Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci i sama je u oskudnome prostoru, mole se svi koji to žele učiniti da spreme knjige u svojem prostoru do trenutka kada škole, odnosno školske knjižnice budu osposobljene da ih prime.

*Slika 2. Zapažena objava na stranici Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku „Prikupljanje knjiga za obnovu poplavljenih knjižnica"*



## Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu na ostalim društvenim mrežama

Godinu i pol nakon otvaranja profila na Facebooku, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu pomno je istražila mogućnosti ostalih društvenih mreža i odlučila je otvoriti profil na Twitteru[7]. Pravila objavljivanja na Twitteru uključuju kraće i jednostavnije objave, što omogućuje lakše i brže praćenje. S obzirom na to da je korisnika Twittera u Hrvatskoj znatno manje nego korisnika Facebooka, broj od 430 pratitelja nije nezanemariv.[8] Objave Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Twitteru uključuju sadržaje koji se objavljuju i na drugim društvenim mrežama te na portalu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Zbog prostora za objavu od samo 140 znakova, one su najčešće u obliku poveznice na opširniji sadržaj na drugim društvenim mrežama i Portalu. Proučavajući razvoj društvenih mreža i njihove mogućnosti, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu u svibnju 2012. godine odlučila se pridružiti najbrže rastućoj društvenoj mreži – Pinterestu. Riječ je o virtualnome panóu na kojem korisnici mogu organizirati i dijeliti sadržaj prema vlastitim interesima. Pinterest je ponajprije vizualno usmjerena društvena mreža, koja najveću pozornost privlači fotografijama. Sadržaj se svrstava u tematske cjeline, preporučuje ili prosljeđuje preko vlastite virtualne ploče. Ovu društvenu mrežu Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu prepoznala je kao platformu na kojoj može javnosti na najbolji način predstaviti građu koju čuva u svojim zbirkama, suvenire i nova izdanja.[9] Na profilu Nacionalne i sveučilišne knjižnice na Pinterestu[10] do lipnja 2014. objavljeno je 14 virtualnih panóa s fotografijama građe iz fonda Knjižnice, plakata i izdanja Knjižnice te zgrade NSK, s pretiscima starih čestitki i razglednica, suvenirima i sl. Profil Knjižnice u lipnju 2014. imao je 80 korisnika, a taj broj svakodnevno raste jer je riječ o privlačnoj društvenoj mreži koja se sve više širi. Galerija fotografija starih čestitki objavljena na Facebooku, kojom se korisnicima čestita Uskrs, ovdje je bila objavljena u obliku virtualnoga panóa i predstavljena ljubiteljima vizualnoga sadržaja. Sljedeći korak u poslovanju Knjižnice na društvenim mrežama bilo je otvaranje kanala na najvećoj društvenoj mreži i servisu za razmjenu videosadržaja[11]. Od 2012. godine Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu na svojem kanalu na YouTubeu[12] objavljuje videozapise o svojim projektima, kao što su *Mjesec hrvatske knjige*, *Dan hrvatskih knjižnica* te *Od restauracije do digitalne zbirke djela Ruđera Boškovića*, kako bi ih približila što široj javnosti, a objavljeni su i videozapisi o strategiji razvoja hrvatske digitalne knjižnice te o poslanju, djelatnosti i uslugama Knjižnice. Kanal je Knjižnice u lipnju 2014. godine imao 25 pretplatnika, no mnogo je bitniji podatak da broj pregleda neprekidno raste te da je u lipnju 2014. iznosio 1400. Videozapisi uključuju vizualni i zvučni sadržaj koji je najzanimljiviji mlađim korisnicima. Budući da su natječaji za posao među zapaženijim objavama na Facebooku, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu odlučila se priključiti najvećoj poslovnoj mreži – LinkedInu[13]. *LinkedIn* je najjače pomagalo za poslovno umrežavanje danas. Svrha je ove mreže povezivanje sa stručnjacima iz cijeloga svijeta radi razmjene znanja i iskustava, pronalaženja ili predstavljanja poslova i poslovnih prilika te ciljanoga oglašavanja. Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu prepoznala je mnoge pogodnosti koje donosi profil na LinkedInu, uključujući predstavljanje svojih usluga, djelatnosti i novosti, širenje poslovnih kontakata, oglašavanje otvorenih radnih mjesta i dr.[14]

*Uzimajući u obzir sve navedene društvene mreže, prema podatcima iz lipnja 2014. godine, Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu izgradila je zajednicu od približno 8085 korisnika, od čega ih je najviše na Facebooku, ali korisnici, a i Knjižnica, sve više prepoznaju prednosti i ostalih društvenih mreža.*

## Zaključak

Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu prepoznala je brojne različite mogućnosti koje nude društvene mreže. One za Knjižnicu ne znače zamjenu postojećih kanala kojima je dosad komunicirala s korisnicima, s obzirom na to da se preko različitih kanala dolazi i do različitih skupina korisnika. Portal Knjižnice i komunikacija elektroničkom poštom ne može se zamijeniti stranicom na Facebooku ili profilom na nekoj drugoj društvenoj mreži jer je riječ o različitoj vrsti interakcije s korisnicima, koja je u slučaju društvenih mreža dvosmjerna, a i sadržaj objavljen na internetskoj stranici neće doprijeti do istih korisnika kao onaj objavljen na nekoj od mreža. Priključivanjem društvenim mrežama, Knjižnica je poboljšala svoju vidljivost i dostupnost, pokazujući kako razumije nužnost korištenja novih informacijsko-komunikacijskih kanala. S obzirom na to da Knjižnica nije usmjerena samo jednoj skupini korisnika, nužno je pronaći najbolji kanal za komunikaciju s različitim profilima ljudi. Na Facebooku i Twitteru Knjižnica uglavnom objavljuje svakodnevno, dok na ostalim društvenim mrežama objavljuje kada je sadržaj u skladu s obilježjima pojedine društvene mreže. Korištenje društvenih mreža Knjižnici je donijelo uglavnom pozitivna iskustva. Statistički podatci pokazuju kako Knjižnicu na društvenim mrežama prati velik broj korisnika te potvrđuju zanimljivost i prihvaćenost objava, kao i same Knjižnice. Zadovoljstvo korisnika nekom objavom najlakše se može pratiti na Facebooku, što umnogome olakšava odabir sadržaja ostalih objava. Iako je to i dalje najpopularnija društvena mreža u Hrvatskoj, vrlo je bitno graditi zadovoljnu korisničku zajednicu i na ostalim društvenim mrežama i kanalima jer se zanimanje korisnika za neku društvenu mrežu s godinama mijenja. Dosadašnje iskustvo pokazalo je kako je potrebno slijediti potrebe korisnika i stalno pronalaziti nove načine komunikacije s njima radi što bolje promidžbe djelatnosti, građe, usluga i izdanja Knjižnice te što bolje vidljivosti u virtualnome okruženju.

# Bilješke


1. Volarević, Marija; Domagoj Bebić. Društvene mreže kao izvor vijesti u najgledanijim središnjim informativnim emisijama u Hrvatskoj. // Medijske studije 4, 8(2013), 62 [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/118047
2. Stranica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/nskzg
3. Statement of Rights and Responsibilities [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: https://www.facebook.com/legal/terms
4. Šalamon-Cindori, Breza; Darjan Vlahov. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova / ur. Ana Barbarić i Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 64.
5. Isto, str. 65.
6. Isto, str. 70.
7. Profil Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Twitteru NSK (@NSK_Zagreb) [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: https://twitter.com/NSK_Zagreb
8. Volarević, Marija; Domagoj Bebić. Nav. djelo. Str. 62.
9. NSK na Pinterestu : koje su prednosti za knjižnice? [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/nsk-na-pinterestu-koje-su-prednosti-za-knjiznice/
10. Profil Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Pinterestu NSK [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: http://www.pinterest.com/nskzagreb/
11. Marketing društvenih mreža [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.pavuna.com.hr/marketing-drustvenih-mreza/
12. Kanal Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na YouTubeu Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: https://www.youtube.com/user/nskzagreb
13. Profil Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na LinkedInu National and University Library in Zagreb [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: http://www.linkedin.com/company/nacionalna-i-sveu-ili-na-knji-nica-u-zagrebu?trk=tyah#!
14. NSK na najvećoj poslovnoj društvenoj mreži – LinkedInu [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/nsk-na-najvecoj-poslovnoj-drustvenoj-mrezi-linkedinu/

## Literatura


Marketing društvenih mreža [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.pavuna.com.hr/marketing-drustvenih-mreza/

NSK na najvećoj poslovnoj društvenoj mreži – LinkedInu [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/nsk-na-najvecoj-poslovnoj-drustvenoj-mrezi-linkedinu/

NSK na Pinterestu : koje su prednosti za knjižnice? [citirano: 2014-06-29]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/nsk-na-pinterestu-koje-su-prednosti-za-knjiznice/

Statement of Rights and Responsibilities [citirano: 2014-06-15] Dostupno na: https://www.facebook.com/legal/terms

Šalamon-Cindori, Breza; Darjan Vlahov. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova / ur. Ana Barbarić i Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 53-73.

Šalamon-Cindori, Breza; Darjan Vlahov. Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu : korisnik u središtu. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-06-15]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-nacionalna-i-sveucilisna-knjiznica-u-zagrebu-breza-salamon-cindori-darjan-vlahov.pdf

Volarević, Marija; Domagoj Bebić. Društvene mreže kao izvor vijesti u najgledanijim središnjim informativnim emisijama u Hrvatskoj. // Medijske studije 4, 8(2013), 60-75.



## Ivana Kežić Pucketić

*Ivana Kežić Pucketić diplomirala je na Filozofskome fakultetu u Zagrebu hrvatski jezik i književnost i južnu slavistiku. Od 2008. do 2011. godine bila je zaposlena u nakladničkoj kući Mozaik knjiga d.o.o. na poslovima pisanja tekstova za promidžbene materijale i upravljanja sadržajem internetske knjižare. Od 2012. godine u Uredništvu mrežnih stranica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu zadužena je za upravljanje sadržajima na portalu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, kao i profilima društvenih mreža Knjižnice na Facebooku, Twitteru, Pinterestu, YouTubeu i LinkedInu.*

English

# Sveučilišna knjižnica Rijeka – Like us!: Sveučilišna knjižnica Rijeka na društvenim mrežama

**Jana Krišković Baždarić | Branka Pemper | Sandra Cuculić**
Sveučilišna knjižnica Rijeka
jkriskovic@svkri.hr | bpemper@svkri.hr | sstupicic@svkri.hr

Ključne riječi

- Sveučilišna knjižnica Rijeka
- društvene mreže
- Web 2.0
- Facebook
- Goodreads

## Sažetak

Svaki se dan susrećemo s novostima koje nam nameće internetski prostor. Prije petnaestak godina postavljalo se pitanje trebaju li knjižnici internetske stranice, a nedavno se isto pitanje postavljalo i za društvene mreže. Odgovor je – da, trebaju! U korisničkoj populaciji Sveučilišne knjižnice Rijeka prevladava znanstveno-nastavno osoblje i studenti. Većina su studenti, naraštaj koji koristi brzo i lako dostupnu digitalnu tehnologiju kako bi pristupio informacijama i izvorima znanja. Prateći potrebe svojih korisnika i razvoj informacijskih tehnologija, Sveučilišna knjižnica Rijeka priključila se društvenim mrežama *Facebook* i *Goodreads* koje su pridonijele lakšoj i bržoj komunikaciji te obogatile internetski prostor novim sadržajima, zanimljivostima te informacijama i novostima iz Knjižnice koje su, zahvaljujući ovim medijima, dobile potpuno novu dimenziju. U radu je predstavljena kronologija priključivanja Sveučilišne knjižnice Rijeka društvenim mrežama *Facebook* i *Goodreads* te su uočene pozitivne i poneka negativna strana toga poslovanja. Analizom i statističkim podatcima pokušale su se osvijetliti strukture pratitelja na društvenim mrežama Knjižnice te njihova aktivnost i prisutnost, a sve radi uvođenja potrebnih promjena u budućnosti i procjene priključenja ostalim društvenim mrežama koje bi bile zanimljive našim sadašnjim, ali i nekim budućim prijateljima.

## Bi(ti), ili ne bi(ti)?

Napisani su brojni članci o utjecaju društvenih mreža na društvo i pojedinca, njihovim prednostima i nedostatcima kao odgovor na činjenicu da sva ta okupljališta u *online* okruženju posredno ili neposredno čine dio svakodnevice i omogućuju bržu izmjenu informacija. Prateći potrebe korisnika i razvoj informacijskih tehnologija, odgovor o korištenju takvoga načina komunikacije i sudjelovanju na društvenim mrežama morao je glasiti – da, bi(ti)!

Slika 1. Naslovna slika stranice Sveučilišne knjižnice Rijeka na Facebooku

## *Facebook*

Stranica Sveučilišne knjižnice Rijeka na Facebooku[1] produžena je ruka internetskim stranicama Knjižnice. Ona promiče redovite aktivnosti Knjižnice, obavješćuje o uslugama i načinima korištenja Knjižnice te objavljuje odabrane sadržaje sa službenih internetskih stranica koji su zanimljivi studentskoj populaciji (Slika 3). Zahvaljujući strukturi društvenih mreža, osobito Facebooka, omogućena je jednostavna komunikacija i ostvarivanje prisnijega odnosa između korisnika i knjižničara. U prilog tome ide i činjenica da na Facebooku nije potrebno koristiti tradicionalne obrasce komunikacije i stručna nazivlja, a kako je naglasak na vizualnome, svaka informacija može biti dopunjena slikom ili zvukom što svakako donosi određenu ležernost u ophođenju. Knjižnica je na taj način dobila priliku povezati se s korisnicima društvenih mreža uz ciljane korisničke skupine, a interakcija s korisnicima i dobivanje povratne informacije vrlo je bitna zadaća uspješnoga poslovanja Knjižnice. Kada govorimo o povratnim informacijama ili ispitivanju korisnika, *Facebook* olakšava anketiranje ili bilo kakvo drugo ispitivanje jer je mogućnost odgovaranja olakšana postavkama stranice. Stranica na Facebooku javni je prostor koji dopušta svakomu korisniku iskazivanje mišljenja, zadovoljstva ili nezadovoljstva. Iskazano nezadovoljstvo, opravdano ili neopravdano, ne ulijeva sigurnost, kao ni povjerenje, i vrlo često utječe na sliku knjižnice u cjelini zato što je vidljivo svima. Pročitati kritiku ili kakav neprimjeren komentar o sebi na vlastitim stranicama nije ugodno, ali zato treba djelovati na vrijeme i na primjeren način.

## *Prednosti korištenja društvene mreže Facebook*

- neposredno približavanje usluga i događaja u Knjižnici korisnicima na jednostavan način
- obavješćivanje o uslugama i načinima korištenja Knjižnice
- mogućnost komunikacije s korisnicima radi poboljšavanja usluga
- objavljivanje odabranih sadržaja sa službenih internetskih stranica koji su zanimljivi studentskoj populaciji
- prenošenje poruka svakodnevnim govorom i izbjegavanje nerazumljivih stručnih pojmova
- vizualna predodžba usluga i informacija
- besplatan marketing
- mogućnost postavljanja kratkih anketa i upitnika korisnicima
- novosti iz svijeta knjižnica na jednome mjestu preko stranica hrvatskih i svjetskih knjižnica na Facebooku.

## *Goodreads*

Sveučilišna knjižnica Rijeka 2012. godine priključila se društvenoj mreži *Goodreads*[2] (Slika 7). Društvena mreža ljubitelja pisane riječi, prigodno nazvana *Goodreads* (dobro štivo), otvorena je za sve koji vole čitati, pisati, razgovarati o knjigama i autorima, a korisnicima pruža informacije o novim naslovima pristiglima u Sveučilišnu knjižnicu. Preko društvene mreže *Goodreads* korisnici mogu pratiti virtualnu izložbu građe Sveučilišne knjižnice Rijeka koja mjesečno na virtualne police Goodreadsa izlaže nove naslove udžbenika, stručnu literaturu, beletristiku, nove naslove u zbirci *American Corner* itd (Slika 8).

## *Prednosti korištenja društvene mreže Goodreads*

- mogućnost komunikacije s korisnicima u obliku obavijesti o novim naslovima u Knjižnici
- mogućnost izgradnje virtualne knjižnice s virtualnim policama te njihova organizacija prema žanru, vrsti, autorima, preferencijama ili nekim drugim mjerilima
- velik broj čitateljskih krugova
- mogućnost organiziranja deziderate u virtualnome svijetu, odnosno komunikacija s korisnicima o nabavi građe – virtualna polica *Lista želja*
- virtualne police Sveučilišne knjižnice Rijeka – novo (*American Corner*), novo (udžbenici), novo (beletristika) itd.
- mogućnost pristupa preko stranice Knjižnice na Facebooku.

# Kronologija i razvoj profila Sveučilišne knjižnice Rijeka na društvenim mrežama

Priključivanje na Facebook knjižničarima iz Odjela rada s korisnicima predstavljalo je logičan slijed uključivanja Knjižnice u suvremena strujanja. Većina je knjižničara već odavno imala svoj profil na toj društvenoj mreži pa uređivanje stranice nije predstavljalo posebnu teškoću. Zanimanje za interakciju korisnika preko nekoga novog medija prevladalo je sumnje te se nakon mnogih dogovaranja i razmišljanja, 16. listopada 2010. godine Sveučilišna knjižnica Rijeka priključila Facebooku, kao produžena ruka internetskih stranica Knjižnice, u ulozi promidžbe i povećanja njezine vidljivosti kod studenata kao prevladavajuće korisničke skupine. U početku su se objavljivale samo obavijesti s internetskih stranica Knjižnice, najčešće vezane uz pristup pojedinim bazama podataka ili događaja u prostorima Knjižnice. Usluge su se promicale izradbom aplikacija koje su vodile na kataloge i usluge *Pitajte knjižničara*. Budući da one nisu bile dovoljno korištene, ukinute su godinu dana poslije. Radi povećanja svoje aktivnosti na Facebooku i privlačenja što većega broja korisnika i pratitelja stranice, 2011. godine pod nazivom *Svaki tjedan e-izvor jedan* postavljene su poveznice na internetske izvore podataka u slobodnome pristupu (Slika 5), a 2013. pitalicom *Jeste li znali*, svakih desetak dana promicala se neka od usluga Knjižnice – međuknjižnična posudba, iPad i sl., ili su korisnici bili obaviješteni o načinima korištenja Knjižnice – besplatna članarina za korisnike s prosjekom ocjena iznad 4, građa koja se ne posuđuje izvan Knjižnice itd. Sveučilišna knjižnica Rijeka objavljuje otprilike tri objave tjedno. Sadržaj nije uvijek vezan uz knjižničarsku djelatnost, kao ni djelatnost Knjižnice, nego se uvijek dotiče i nekih tema iz opće kulture. Društvenoj mreži *Goodreads* Sveučilišna knjižnica Rijeka priključila se 2012. godine te mjesečno slaže novosti na svoje virtualne police i taj isti sadržaj dijeli na stranici Knjižnice na Facebooku. Stranice uređuju diplomirani knjižničari iz Odjela rada s korisnicima.

## *Vrste objava i komunikacija na Facebooku i Goodreadsu*

Sveučilišna knjižnica Rijeka preko društvenih mreža na koje je priključena, ponajprije preko Facebooka, s korisnicima komunicira na više načina. Uloga je objava na stranici Knjižnice na Facebooku višestruka – informativna, obrazovna i zabavna. Objavama se korisnicima želi približiti na različite načine i doprijeti do njih sa što više raznovrsnih informacija, a glavna je nit vodilja da se sve objavljuje na prisan i prijateljski način. *Facebook* je ujedno i medij preko kojega Knjižnica obavlja i jednu od svojih temeljnih zadaća, a to je uloga knjižnice kao pružatelja javnih usluga, što postaje jednostavnije i lakše zahvaljujući ovoj vrsti društvene interakcije. Zajednica korisnika Facebooka, koju čine pratitelji, tvori virtualnu zajednicu, no ne u cijelosti, jer je riječ o virtualnoj zajednici koja upotpunjuje i osnažuje onu stvarnu te je kao takva puno čvršća od zajednica koje su samo virtualne. Zbog toga objave na stranici Knjižnice na Facebooku služe kao dopuna stvarnoj komunikaciji s korisnicima te pružaju mogućnost dorađivanja, sustavnosti i dijeljenja zanimljivosti.

*Slika 2. Objava na stranici Sveučilišne knjižnice Rijeka na Facebooku u povodu smrti Maye Angelou 29. svibnja 2014.*

Objave na stranici Knjižnice na Facebooku razvrstane su u nekoliko kategorija:

1. Obavijesti (informacije o Knjižnici: radno vrijeme, kontakt, katalozi, usluge, novosti u poslovanju Knjižnice, informacije sa Sveučilišta u Rijeci, informacije vezane uz informacijske znanosti, njihov napredak i značaj u društvu itd.)
2. Fotografije (istaknuta naslovna fotografija koja može biti u ulozi pozivnice za aktualne događaje u Knjižnici, predstavljanja nove usluge i drugih zanimljivosti)
3. Najave događaja (događaji u Knjižnici ili događaji u kojima Knjižnica sudjeluje)
4. Osvrti na događaje s fotografijama
5. Edukativni savjeti (tjedna rubrika *Svaki tjedan e-izvor jedan* – predstavljanje izabranih e-leksikona, priručnika, enciklopedija itd.)
6. Baze podataka (novosti o pristupu i dostupnosti)
7. Ankete
8. Zanimljivosti
9. Poveznica s društvenom mrežom *Goodreads* (mjesečno dodavanje novih naslova na virtualne police kako bi korisnici bili upoznati s novostima u Knjižnici).

## *Analize i brojevi*

Preko aplikacije za analitiku *Facebook Insights* moguće je provjeravati koje vrste objava najviše dopiru do korisnika u različitim vremenskim razmacima. Ista statistika pokazala je sljedeće rezultate:
Prosječni doseg (*post reach*) korisnika za sve objave na stranici Knjižnice na Facebooku od dana utemeljenja 16. listopada 2010. do 20. svibnja 2014. godine:

- statusi – 132 korisnika
- fotografije – 99 korisnika
- poveznice – 66 korisnika

Prosječna uključenost/aktivnost (*engagement; like, comment, share*) korisnika za sve objave na stranici Knjižnice na Facebooku:

- statusi – 8
- fotografije – 38
- poveznice – 11.

Grafikoni (str. 16) prikazuju kako jedna objava može imati velik doseg korisnika, no malu aktivnost te sukladno tomu, objava koja ima manji doseg korisnika, ima veću aktivnost. Prema priloženim grafikonima, u razdoblju od 20. svibnja 2013. do 19. svibnja 2014. godine najveća zainteresiranost korisnika bila je za objave vezane uz Osvrte na događaje s fotografijama (doseg korisnika 349, aktivnost 105,5 korisnika).
Na drugome su mjestu informacije o Knjižnici, radnome vremenu i novostima vezanim uz usluge (prosječan doseg 196,2; aktivnost 9,4). *Informacije sa Sveučilišta* (prosječan doseg 114,1; aktivnost 26,8) i *Zanimljivosti* (prosječan doseg 128,8; aktivnost 18,2) su na trećem mjestu.

*Popraćenost fotografijama i naglasak na vizualno povoljno utječe na privlačenje pozornosti korisnika, no i njihovo osobno sudjelovanje u nekim događajima neposredno utječe na zanimanje za objavu, što još jednom potvrđuje Facebook kao zajednicu koja virtualnim putem spaja i učvršćuje stvarnu skupinu ljudi.*

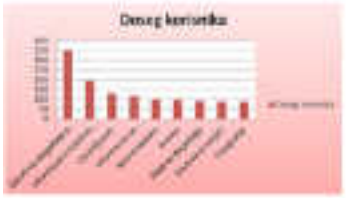
Objave su u kategorijama *Fotografije*, *Najave događaja*, *Edukativni savjeti*, *Ankete*, *Baze podataka* manjih, ali međusobno vrlo sličnih rezultata s malim odstupanjima (prosječan doseg 92,1; aktivnost 12,6). Analiza i statistički pokazatelji pokazuju da je zajednica korisnika stranice Knjižnice na Facebooku najvišu aktivnost pokazala, prema broju dosega, sviđanja i komentara na objavu, pri pregledavanju Osvrta na događaje održane u Knjižnici. Zatim slijede objave praktične prirode poput korisnih informacija o radu Knjižnice te je njihovo pravodobno objavljivanje vrlo bitno za održavanje i povećavanje broja pratitelja stranice. Na primjeru Sveučilišne knjižnice Rijeka vidljivo je da korisnici najviše reagiraju na objave koje ih se tiču osobno ili koje su na neposredan način s njima povezane. Aktivnost korisnika na ostale objave, koje su navedene, u prosjeku je manja, no međusobno vrlo slična, te je njihovo redovito osuvremenjivanje i održavanje također bitno za ravnotežu u stvaranju stranice na Facebooku koja mora imati višestruku komunikaciju s korisnicima. U Grafikonima 3 i 4 prikazano je u koje su vrijeme u danu i tjednu korisnici najviše *online*.

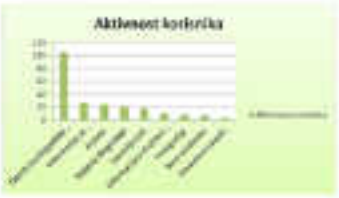
Grafikon 3 pokazuje kako je subota najbolji dan za dijeljenje sadržaja na Facebooku, što je vidljivo i prema nekim drugim analizama, ali je pogodno objavljivati i u ostale dane, osobito sredinom tjedna, što je za knjižničnu djelatnost i radno vrijeme u sklopu kojega se obavlja ipak pogodnije.

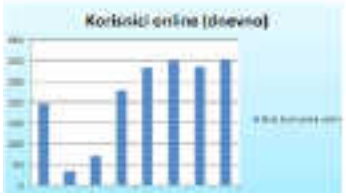
## *Nedostatci korištenja društvenih mreža*

- javno iskazivanje nezadovoljstva korisnika vidljivo je svima
- nedostatci pisane komunikacije na daljinu prisutni su i u ovome mediju
- uključenost na veći broj društvenih mreža može stvoriti zbunjenost kod korisnika i osoblja
- preopterećenost sličnim informacijama na različitim društvenim mrežama.

*Grafikon 1. Doseg korisnika prema vrsti objave u razdoblju od 20. svibnja 2013. do 19. svibnja 2014.*





## Pogled u sretnu budućnost

Jedan od načina koji olakšava komunikaciju knjižničara i korisnika su društvene mreže *Facebook* i *Goodreads* kojima se Sveučilišna knjižnica Rijeka pridružila, ali i spremnost na nove izazove pridruživanja ostalim društvenim mrežama koje će pomoći njezinoj boljoj vidljivosti u budućem radu. Nit vodilja bit će i dalje dobar odabir društvenih mreža iz jednostavnoga razloga – neka društvene mreže rade za nas, a ne mi za njih! Slične informacije na različitim društvenim mrežama stvaraju preopterećenost i zbunjenost kod korisnika, a *Facebook* i *Goodreads* odabrani su upravo zbog toga što su u svojoj strukturi različiti i provode različite uloge. Knjižnica razmatra mogućnost pridruženja najpopularnijoj mreži za razmjenu sadržaja *YouTube*, koja umnogome može pomoći u promidžbi i elektroničkome poučavanju korisnika uslugama koje pruža, kao i promidžbi izvora, opreme i prostora Knjižnice.

”

*Knjižničari preko multimedije mogu pripremiti vrlo kvalitetne audiovizualne uratke u kojima daju upute i poučavaju korisnike korištenju kataloga, baza podataka, doktorskih disertacija i ostalih repozitorija znanja koje Knjižnica posjeduje. Elektroničko poučavanje audiovizualnim uputama pomaže korisnicima u služenju knjižničnim uslugama i izvan prostora Knjižnice te im je uvijek besplatno dostupno.*

Zanimljivim videouratkom korisnike se može provesti kroz virtualnu šetnju Knjižnicom, predstaviti im prostor, zbirke te djelatnike koji su zaposleni u Knjižnici. Upravo takav način predstavljanja i upoznavanja korisnika s djelovanjem Knjižnice umnogome pridonosi promidžbi ustanove. Pozitivan je primjer u praksi Kongresna knjižnica koja je 2009. godine pokrenula ogledni projekt[3] i na društvenoj mreži *YouTube* ponudila odabrane jedinice iz svoje zbirke najranijih industrijskih filmova iz 1904. i filmova čiji je tvorac Thomas Edison[4], uključujući i suvremene snimke događaja, predavanja i koncerata koje je Knjižnica organizirala. Istaknuti se preko slike i vizualnoga dojma moguće je preko društvene mreže *Pinterest*. Korisnici Pinteresta mogu *pinati*[5] sadržaj koji ih zanima na svoju ploču i time stvarati svoj panó koji svatko može pogledati i kojim se može predstaviti korisnicima. Društvenu mrežu *Pinterest* koristi sve više knjižnica za promidžbu svojih usluga. Sveučilišna knjižnica Rijeka bi preko profila na Pinterestu mogla predstaviti staru građu pohranjenu u zbirkama *Biblioteca Civica*, *Povijesna zbirka* i *Zbirka Mohorovičić* te ponuditi preslike naslovnih stranica rijetkih knjiga i rukopisa, ali i drugih sadržaja kojima bi privukla korisnike, a osobito znanstveno-nastavno osoblje kojima su ti fondovi neiscrpan izvor istraživanja.

Zasigurno će biti nastavljena brza vožnja kroz društvene mreže koja je počela jer jedino pitanje koje se postavlja nije hoće li se koristiti društvene mreže, nego kako ih koristiti. Kako odabrati ono najbolje u pravome trenutku? Odgovor se krije u dobroj organizaciji, radu i stalnoj prisutnosti i osviještenosti o novostima u prostoru društvenih mreža. Sveučilišna knjižnica Rijeka nastavlja sa smiješkom.

## Zaključak

Zadatak je knjižničara cjeloživotno obrazovanje i usavršavanje kako bi bili u mogućnosti pratiti očekivanja, zahtjeve i potrebe korisnika. Svakodnevno treba postavljati pitanja na koji način korisnici doživljavaju, kakve potrebe i zanimanja imaju te kakve usluge očekuju. U stvaranju je naglasak stavljen na digitalne usluge kojima će se pružiti interaktivan, multimedijalan i prilagodljiv elektronički sustav koji će korisnicima omogućiti samostalno korištenje i dostupnost informacija, čime će im olakšati učenje i istodobnu izobrazbu bez prostornih i vremenskih ograničenja. Društvene mreže u tome zadatku svakako mogu pomoći.

Suvremeno doba donijelo je nove zadatke i bilo je potrebno u cjeloživotno obrazovanje uvesti novu vještinu – upravljanje društvenim vezama. Znanja, aktivnosti i sudjelovanje u tome području nužni su za vidljivost knjižnice kao potrebne ustanove i pouzdanoga suradnika svim svojim korisnicima.

## Bilješke

1. Stranica Sveučilišne knjižnice Rijeka na Facebooku Sveučilišna knjižnica Rijeka [citirano: 2014-05-20]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sveu%C4%8Dili%C5%A1na-knji%C5%BEnica-Rijeka/154625551239987
2. Profil Sveučilišne knjižnice Rijeka na Goodreadsu Sveučilišna Knjižnica Rijeka's Profile [citirano: 2014-05-20]. Dostupno na: http://www.goodreads.com/user/show/8058532-sveu-ili-na-knji-nica-rijeka
3. Kanal Kongresne knjižnice na društvenoj mreži YouTube Library of Congress[citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: https://www.youtube.com/user/LibraryOfCongress
4. Edison Kinetoscopic Record of a Sneeze, Jan. 7, 1894. [citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: https://www.youtube.com/watch?v=2wnOpDWSbyw
5. Clark, Anne. Pinterest for librarians. // Library Media Connection 31, 3(2012) [citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=2ed188d1-c921-41a5-8ac2-e337e1794eef%40sessionmgr4001&vid=3&hid=4203

## Literatura


Clark, Anne. Pinterest for librarians. // Library Media Connection 31, 3(2012) [citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=2ed188d1-c921-41a5-8ac2-e337e1794eef%40sessionmgr4001&vid=3&hid=4203

Edison Kinetoscopic Record of a Sneeze, Jan. 7, 1894. [citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: https://www.youtube.com/watch?v=2wnOpDWSbyw

Krišković, Jana; Sandra Stupičić. Sveučilišna knjižnica Rijeka na društvenim mrežama. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-06-03]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-sveucilisna-knjiznica-rijeka-jana-kriskovic-sandra-stupicic.pdf

## Jana Krišković Baždarić

*Jana Krišković Baždarić diplomirala je na Filozofskome fakultetu u Rijeci hrvatski jezik i književnost. Godine 2010. diplomirala je knjižničarstvo na Sveučilištu u Zadru. Od 2010. zaposlena je u Sveučilišnoj knjižnici Rijeka kao informator u Odjelu rada s korisnicima. Zadužena je za upravljanje sadržajem na profilima društvenih mreža Knjižnice na Facebooku i Goodreadsu.*

## Branka Pemper

*Branka Pemper diplomirala je na Filozofskome fakultetu u Rijeci hrvatski jezik i književnost. Godine 2009. diplomirala je knjižničarstvo na Sveučilištu u Zagrebu. Od 2007. zaposlena je u Sveučilišnoj knjižnici Rijeka, a od 2011. voditeljica je Odjela rada s korisnicima.*

## Sandra Cuculić

*Sandra Cuculić diplomirala je na Filozofskome fakultetu u Rijeci hrvatski jezik i književnost. Godine 2011. diplomirala je knjižničarstvo na Sveučilištu u Zagrebu te se zaposlila u Sveučilišnoj knjižnici Rijeka kao informator u Odjelu rada s korisnicima.*

English

# Prisutnost visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj na Facebooku: stanje i mogućnosti daljnjega razvoja

**Višnja Novosel**
Knjižnica Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
vnovosel@ffzg.hr

Ključne riječi

- visokoškolske knjižnice
- društvene mreže
- Web 2.0
- komunikacija
- odnosi s javnošću
- Facebook

## Sažetak

Svrha je ovoga rada utvrditi prisutnost visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj na društvenoj mreži *Facebook*. Društvene su mreže u svojoj biti komunikacijska pomagala čije se mogućnosti mogu koristiti u izgradnji dobrih odnosa između knjižnice i knjižničara te korisnika, odnosno zainteresirane javnosti. Budući da je studentska populacija najveća skupina korisnika društvenih mreža, u radu se željelo prikazati koliko visokoškolskih knjižnica i na koji način koristi mogućnosti ove društvene mreže. Korištena je analiza sadržaja odabranih stranica te dostupna analitika Facebooka kojom je moguće utvrditi kvantitativne pokazatelje posjećenosti i vrste interakcije. Analizom su ustanovljena područja obuhvaćena u komunikaciji knjižnica prema korisnicima te su dane preporuke za daljnje moguće usmjeravanje aktivnosti na društvenim mrežama, posebno Facebooku.

## Uvod

Unatrag nekoliko godina, društvene su mreže, a u Hrvatskoj je to osobito *Facebook*, postale vrlo popularne. Prema statističkim podatcima o korištenju interneta u Hrvatskoj, pristup internetu ima 3.167,838 osoba, a Facebook koristi 1.452,300, i to pretežno u dobi od 18 do 34 godina starosti.[1] Kako su korisnici visokoškolskih knjižnica u najvećem broju studenti u navedenoj dobi, korištenje Facebooka kao jednoga od komunikacijskih pomagala čini se vrlo poželjnim. Pretražujući prisutnost knjižnica i knjižničarskih udruženja iz Hrvatske na Facebooku, nađeno ih je 100, od čega je devet visokoškolskih.

Današnji naraštaji studenata, osobito oni koji pripadaju tzv. *generaciji Y*, odrasli su uz tehnologiju i često je koriste, očekujući pri tome da će sve potrebne informacije pronaći na internetu. Korištenjem interneta i dostupnih komunikacijskih pomagala, mijenja se i način komuniciranja koji zadovoljava obje strane. Načela Weba 2.0 u knjižničnome poslovanju shvaća se kao model usluga koji podrazumijeva preobrazbu načina na koji se usluge nude korisnicima.[2] Kako su postojeće internetske stranice naših knjižnica odraz jednosmjerne

komunikacije, uporaba društvenih mreža trebala bi omogućiti interaktivnu komunikaciju i na taj način stvarati pozitivan imidž ustanove otvorene prema korisnicima. Popularnost Facebooka potaknula je knjižničare da svoje usluge i službe približe korisnicima, osobito mladima, preko virtualnoga prostora u kojem se već nalaze te njima bliskim načinima komunikacije. Prednosti tehnologije Weba 2.0, odnosno komunikacijskih pomagala kojima je omogućena interaktivna komunikacija pridonose dobrom odnosu između knjižnica i korisnika. On se postiže izgradnjom dobroga imidža i rješavanjem, odnosno sprečavanjem pojave nepovoljnih glasina, priča i događaja.[3] Upravo taj dvosmjerni tijek komunikacije, u kojem sudjeluju i knjižnica i različite javnosti, odnosno korisnici, podrazumijeva da knjižnica treba nakon svake poduzete akcije provjeriti kakav joj je bio odziv u javnosti, odnosno prikupiti povratne informacije koje omogućuju uvid u dojam koji knjižnica ostavlja u javnosti.[4]

## *Analiza*

Od 13 identificiranih visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj, za tri je potrebno poslati zahtjev za prijateljstvom, a deset je dovoljno označiti sa sviđa mi se. To znači da deset knjižnica ima uređene stranice na Facebooku, a da su tri izrađene kao osobni profili. Za potrebe ovoga rada, kao što je prikazano u Tablici 1, analizirane su stranice Knjižnice Filozofskoga fakulteta u Zagrebu[5], Knjižnice Fakulteta strojarstva i brodogradnje[6], Središnje knjižnice Fakulteta elektrotehnike i računarstva[7], Knjižnice Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu[8], Središnje medicinske knjižnice Medicinskoga fakulteta[9], Sveučilišne knjižnice Rijeka[10], Zadar[11], Split[12] i Pula[13] te Medicinske knjižnice u Osijeku[14]. Navedene su stranice izrađene između rujna 2009. (Knjižnica Filozofskoga fakulteta) i veljače 2014. godine (Knjižnica Fakulteta strojarstva i brodogradnje). Knjižnice koje za poslovanje koriste profile na Facebooku (Knjižnica Prehrambeno-biotehnološkoga fakulteta[15] i Knjižnica Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici[16]) te za pristup traže zahtjev za prijateljstvom, utemeljene su tijekom 2010. godine. Prema broju korisnika, odnosno prijatelja na Facebooku, spomenute tri knjižnice imaju između 125 i 477 korisnika, dok knjižnice koje Facebook koriste kao stranice imaju između 320 i 4247 pratitelja. Osim knjižnice Filozofskoga fakulteta, sve ostale stranice imaju manje od 1000 pratitelja. Bitna razlika u brojkama može se pripisati i veličini pojedinih knjižnica te relativno uskomu krugu korisnika kojima su ponajprije namijenjene. Analizom dostupnih podataka statistike Facebooka ustanovljeno je da je najčešća dob pratitelja stranica između 18 i 24, osim u slučaju Filozofskoga fakulteta gdje se dobna granica pomaknula u gornju skupinu između 25 i 34 godine.

Temeljni podatci o radnome vremenu, kontaktima te točnoj adresi knjižnice dostupni su na svim pregledanim stranicama. Najveći broj objava odnosi se na promjene u radnome vremenu, kao npr. tijekom praznika i sl., te informacije o drugim izvorima na internetu, većinom slobodno dostupnima, vezanim uz obrazovanje i znanstvene grane matičnoga fakulteta.

Komunikacija je najčešće jednosmjerna, odnosno odnosi se na objavljivanje knjižničara i sviđanje objave korisnika. Naprimjer, na stranici knjižnice Filozofskoga fakulteta tijekom 2013. i 2014. godine povećao se broj upita posjetitelja stranice o mogućnosti dijeljenja njihove obavijesti preko knjižnične stranice, kao što su obavijesti i pozivi na radionice, upita vezanih uz zaboravljene i/ili izgubljene stvari te obavješćivanja knjižničnoga osoblja o tekućim problemima u zgradi.

| Naziv ustanove na Facebooku | Broj pratitelja/prijatelja | Godina osnivanja | Vrsta |
|---|---|---|---|
| Knjižnica Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu | 691 | 2010. | stranica |
| Knjižnica Fakulteta strojarstva i brodogradnje | 422 | 2014. | stranica |
| Knjižnica Filozofskoga fakulteta | 4247 | 2009. | stranica |
| Knjižnica Mefos (Medicinska knjižnica u Osijeku) | 456 | 2013. | stranica |
| Knjižnica Prehrambeno--biotehnološkoga fakulteta | 125 | 2010. | profil |
| Knjižnica Všmti (Knjižnica Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici) | 475 | 2010. | profil |
| Središnja knjižnica Fakulteta elektrotehnike i računarstva | 320 | 2011. | stranica |
| Središnja medicinska knjižnica Medicinskoga fakulteta | 211 | 2012. | stranica |
| Sveučilišna knjižnica Rijeka | 366 | 2010. | profil |
| Sveučilišna knjižnica Rijeka | 672 | 2010. | stranica |
| Sveučilišna knjižnica u Splitu | 2215 | 2011. | stranica |
| Sveučilišna knjižnica Zadar | 705 | 2010. | stranica |
| Sveučilišna knjižnica Pula | 1692 | 2012. | stranica |

Tablica 1. Analiza godine osnivanja te broja pratitelja i prijatelja na stranicama i profilima visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj

## Zaključak

Promatrajući Facebook kao mjesto komunikacije i kao mjesto promidžbe, može se zaključiti da je promidžbeni čimbenik u komunikaciji prema korisnicima ispunjen. Promidžbenim čimbenikom smatra se predstavljanje osnovnih informacija o knjižnici, uključujući i fotografije zgrade, odnosno fonda, te obavješćivanje o događajima u knjižnici s korištenjem mogućnosti slanja pozivnica. Zabrinjavajuće je da je prvenstvena uloga društvenih mreža kao komunikacijskih pomagala koji omogućuju dvosmjernu komunikaciju podbacila. Analizom dostupnih stranica na Facebooku visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj, zaključeno je da komunikacijsko gledište društvene mreže, odnosno njezin potencijal u stvaranju recipročnoga odnosa, nije u potpunosti iskorišten. Sve su analizirane stranice u sličnoj situaciji – nekolicina entuzijasta gotovo svakodnevno objavljuje obavijesti i zanimljivosti iz svijeta znanosti i obrazovanja, no samo nekolicina pratitelja zaista označi neku od vijesti zanimljivom, a vrlo se rijetko naiđe i na poneki komentar zalutaloga korisnika. Nedovoljno je iskorištena mogućnost razvijanja i dijeljenja vlastitih pomoćnih aplikacija, poput *Pitaj knjižničara* i *Pitaj/Pozovi kolegu* koje se koriste se samo na jednoj stranici (Središnja knjižnica Fakulteta elektrotehnike i računarstva). Privatnu poruku knjižnici, odnosno knjižničarima koji imaju upravljačke ovlasti za pojedine stranice, mogu poslati pratitelji analiziranih stranica te prijatelji pojedinih profila. Iako se već i samom prisutnošću knjižnice u prostoru u kojem se korisnici kreću i zadržavaju stvara prisnost i pozitivna slika knjižnice kao mjesta koje je usmjereno korisnicima i njihovim potrebama, moguće je poslovanje još poboljšati. Ključno bi bilo odrediti odnose s javnošću – odrediti javnost, odnosno interesne skupine i prema svakoj od njih napraviti plan komunikacije. Na taj bi se način komunikacija mogla usustaviti i poboljšati u smislu planskoga djelovanja u skladu s trendovima, razvoja dodatnih mogućnosti, kao npr. razvijanje aplikacija koje omogućuju pristup i pretraživanje knjižničnih kataloga, izgradnje virtualnih polica i vlastitih biblioteka, deziderata i sl., te izgradnje pozitivnoga imidža knjižnice. Pri odlučivanju kojim smjerom krenuti, ne treba zaboraviti da su knjižnice još uvijek jedno od mjesta intelektualnih sloboda, ravnopravnosti u pristupu znanju te rijetka točka pristupa sigurnim, vjerodostojnim, kvalitetnim i pouzdanim informacijama.[17] Pozitivan kontekst shvaćanja knjižnica te velik utjecaj društvenih mreža na javno mnijenje i razvijanje mišljenja i stajališta, osobito kod mladih ljudi, treba sustavno istražiti i iskoristiti za stvaranje kvalitetne komunikacijske strategije.

# Bilješke


1. Internet world stats : usage and population statistics [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: http://www.internetworldstats.com/europa.htm
2. Špiranec, Sonja. Knjižnica 2.0 – afirmacija ili napuštanje izvornih načela knjižnica? // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova / ur. Alemka Belan-Simić i Aleksandra Horvat. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 59-68.
3. Kotler, Philip. Marketing for nonprofit organizations. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1975.
4. Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. Lokve : Naklada Benja, 2006. Str. 117.
5. Stranica Knjižnice Filozofskoga fakulteta u Zagrebu na Facebooku Knjižnica Filozofskoga fakulteta [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na:a Knjižnice Filozofskoga fakulteta u Zagrebu na Facebooku Knjižnica Filozofskoga fakulteta [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/KnjiznicaFFZG
6. Stranica Knjižnice Fakulteta strojarstva i brodogradnje na Facebooku Knjižnica Fakulteta strojarstva i brodogradnje [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/KnjiznicaFSB
7. Stranica Središnje knjižnice Fakulteta elektroteknike i računarstva na Facebooku Središnja knjižnica Fakulteta elektrotehnike i računarstva [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sredi%C5%A1nja-knji%C5%BEnica-Fakulteta-elektrotehnike-i-ra%C4%8Dunarstva/171512036240295
8. Stranica Knjižnice Ekonomskoga fakulteta u Zagrebu na Facebooku Knjižnica Ekonomskog fakulteta u Zagrebu [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Knji%C5%BEnica-Ekonomskog-fakulteta-u-Zagrebu/120042288009459
9. Stranica Središnje medicinske knjižnice Medicinskoga fakulteta na Facebooku Središnja medicinska knjižnica Medicinskog fakulteta [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sredi%C5%A1nja-medicinska-knji%C5%BEnica-Medicinskog-fakulteta/341798195863562
10. Stranica Sveučilišne knjižnice Rijeka na Facebooku Sveučilišna knjižnica Rijeka [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sveu%C4%8Dili%C5%A1na-knji%C5%BEnica-Rijeka/154625551239987
11. Stranica Sveučilišne knjižnice Zadar na Facebooku Sveučilišna knjižnica Zadar [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sveu%C4%8Dili%C5%A1na-knji%C5%BEnica-Zadar/310955899833
12. Stranica Sveučilišne knjižnice Split na Facebooku Sveučilišna knjižnica Split [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sveu%C4%8Dili%C5%A1na-knji%C5%BEnica-u-Splitu/242249342497996
13. Stranica Sveučilišne knjižnice Pula na Facebooku Sveučilišna knjižnica Pula [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: Stranica Sveučilišne knjižnice Split na Facebooku Sveučilišna knjižnica Split [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Sveu%C4%8Dili%C5%A1na-knji%C5%BEnica-u-Splitu/242249342497996

14. Stranica Medicinske knjižnice u Osijeku na Facebooku Knjižnica Mefos [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/knjiznica.mefos
15. Stranica Knjižnice Prehrambeno-biotehnološkoga fakulteta na Facebooku Knjižnica Prehrambeno-biotehnološkog Fakulteta [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/knjiznica.mefos
16. Knjižnica Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici na Facebooku Knjižnica Všmti [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: https://www.facebook.com/knjiznica.vsmti?fref=ts
17. Špiranec, Sonja. Nav. dj. Str. 66.

## Literatura


Kotler, Peter. Marketing for nonprofit organizations. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1975.

Novosel, Višnja. Facebook kao mjesto susreta : profil Knjižnice Filozofskog fakulteta u brojkama. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-05-24]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-knjiznica-filozofskog-fakulteta-visnja-novosel.pdf

Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. Lokve : Naklada Benja, 2006.

Špiranec, Sonja. Knjižnica 2.0 – afirmacija ili napuštanje izvornih načela knjižnica? // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova / ur. Alemka Belan-Simić i Aleksandra Horvat. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 59-68.


## Višnja Novosel

*Višnja Novosel zaposlena je na mjestu knjižničara za zbirke pedagogije i skandinavistike u Knjižnici Filozofskoga fakulteta u Zagrebu. Na istome je Fakultetu diplomirala 2005. godine pedagogiju i hrvatski jezik i književnost. Područje su njezina znanstvenog interesa visokoškolske knjižnice, marketing neprofitnih organizacija, nove tehnologije, informacijska pismenost i visokoškolsko obrazovanje. Uređivanjem stranice Knjižnice Filozofskoga fakulteta u Zagrebu na Facebooku bavi se od 2009. godine. Redovito sudjeluje na stručnim skupovima u Hrvatskoj i inozemstvu te objavljuje stručne radove.*

# Gradska knjižnica Marka Marulića Split: I mi pletemo društvene mreže

Gradska knjižnica Marka Marulića Split
tstanicic@gkmm.hr

Ključne riječi

- Gradska knjižnica Marka Marulića
- društvene mreže
- komunikacija
- Issuu
- Facebook
- Twitter

## Sažetak

Knjižnice su kroz povijest izgradile i učvrstile status kulturnoga, informacijskoga i komunikacijskoga središta zajednice. Zbog ubrzanih tehnoloških promjena, koje utječu na potrebe i očekivanja korisnika, knjižnične usluge i fondovi prestaju biti ograničeni fizičkim prostorom te sve više postaju virtualni, a komunikacija se odvija elektronički. Knjižničari su stoga prisiljeni iskoračiti iz tradicionalnih kanala komunikacije te pružiti korisniku informaciju ondje i kada on to očekuje. Društvene mreže postale su popularan komunikacijski kanal što su, osim pojedinaca, prepoznale i tvrtke te kulturne ustanove, kao što su knjižnice. Gradska knjižnica Marka Marulića koristi društvene mreže od 2009. godine i trenutačno je prisutna na društvenim mrežama *Issuu*, *Facebook* i *Twitter*. Svrha je rada prikazati način na koji Gradska knjižnica Marka Marulića koristi društvene mreže, s posebnim naglaskom na Facebook, te dokazati opravdanost tih komunikacijskih kanala preko statističkih podataka o korisničkim aktivnostima.

## Uvod

Ubrzan rast popularnosti društvenih mreža uzrokovao je promjenu u ponašanju korisnika, posebno promjenu u načinu korištenja obavijesnih izvora. Kako bi odgovorile na nove zahtjeve i očekivanja svojih korisnika, knjižnice se u sve većem broju preko društvenih mreža povezuju s javnošću.[1] Osim što su izvrsni kanali za odašiljanje informacija, društvene mreže pokazale su se korisnima za mnoge tvrtke i u marketinške svrhe.[2] Osnovna razlika društvenih mreža u odnosu na ostale vrste elektroničkih komunikacija upravo je međusobna umreženost krajnjih korisnika, koji svojim aktivnostima sami služe kao mediji te na taj način umnažaju poruke. Za knjižnice je upravo ovaj marketinški učinak zanimljiv jer omogućuje jednostavan i učinkovit način osvješćivanja važnosti knjižnice kod svojih korisnika, ali i utemeljitelja, te pokrovitelja. O važnosti praćenja tehnoloških trendova radi odgovaranja na potrebe korisnika savjetuje i IFLA u Smjernicama za knjižnične usluge za mladež.[3] Korištenje društvenih mreža ima za knjižnice brojne prednosti, ali i neke

nedostatke, o kojima će u radu biti riječi. Sa 1 150 000 000 korisnika *Facebook* je najpopularnija društvena mreža u svijetu,[4] pa i u Hrvatskoj,[5] te je stoga za potrebe rada odabran upravo *Facebook*.

## Društvene mreže Gradske knjižnice Marka Marulića Split

Promjene u navikama korisnika prepoznala je i Gradska knjižnica Marka Marulića Split te je 2009. godine počela proučavati mogućnosti korištenja društvenih mreža kao komunikacijskih pomagala. U prosincu 2009. preko platforme za digitalno nakladništvo *Issuu* [6], Knjižnica je počela objavljivati različita izdanja, kao što su digitalizirana građa Zavičajne zbirke, knjige u vlastitoj nakladi, biltene, brošure i sl. Iako primarnu svrhu ispunjava preko pomagala za objavu elektroničkih izdanja, *Issuu* ima i mogućnosti društvenoga umrežavanja pa se može smatrati društvenom mrežom. U studenome 2010. Knjižnica se pridružila Facebooku, gdje pokreće prvo profil[7], a potom i službenu stranicu[8] na Facebooku. [9] Početkom 2011. pridružuje se Twitteru, koji koristi kao kanal za dodatno raspačavanje objava na Facebooku, za što se koristi aplikacija *Twitter* u sklopu Facebooka.

## Gradska knjižnica Marka Marulića Split na Facebooku

Razmatrajući mogućnost korištenja društvenih mreža, proučavalo se njihove prednosti i nedostatke. Među najvećim je prednostima brzina i jednostavnost odašiljanja poruka velikomu broju pojedinaca, čime se učinkovitije promiče vlastita djelatnost. Prema podatcima od 31. prosinca 2012., u Hrvatskoj više od 1,5 milijuna ljudi koristi Facebook.[10] Za takvu popularnost zasigurno je zaslužna i sama priroda društvene mreže, odnosno umreženost svakoga korisnika koji svojom vlastitom aktivnošću prenosi informaciju velikomu broju svojih veza, dok svaka od tih veza može tu informaciju vlastitim vezama povezati dalje. Spomenuto

Slika 1. Naslovna slika stranice Gradske knjižnice Marka Marulića Split na Facebooku

načelo umnažanja bitno je i za sve druge pozitivne čimbenike društvenoga umrežavanja pa se može reći da svaka usluga i informacija koja se pruža elektronički, objavom na Facebooku dobiva dodatnu vrijednost. Jedan je od primjera dodatne vrijednosti *Digitalizirana zavičajna zbirka*, koja je već prije objavljena na internetskim stranicama Knjižnice, ali je tek promidžbom preko Facebooka dobila veću posjećenost. S druge strane, postoje i određeni nedostatci, koji su malobrojni u odnosu na prednosti. Jedan od najočitijih nedostataka, brzina i jednostavnost širenja negativnih komentara, posljedica je iste već spomenute umreženosti pojedinaca koji omogućavaju učinak umnažanja, a koja je istodobno i prednost. To je rizik koji se isplati preuzeti jer su prednosti prisustva na društvenim mrežama neusporedivo veće i korisnije. Objave na profilu i stranici na Facebooku uglavnom se odnose na događaje knjižnica u mreži, vijesti vezane uz knjige, čitanje i kulturu, prinove u fondu knjižnica, informacije o uslugama te informacije o radu knjižnica.

Slika 2. Pozadina slike stranice Gradske knjižnice Marka Marulića Split na Facebooku

## *Statistički podatci o posjećenosti stranice Gradske knjižnice Marka Marulića Split*

U razdoblju od kraja 2010. do kraja listopada 2013., Gradskoj knjižnici Marka Marulića na Facebooku pridružilo se 5000 prijatelja, što je najveći dopušteni broj na toj mreži. Stoga je odlučeno kako će se pokrenuti stranica na Facebooku, na kojoj korisnici mogu označiti da im se Knjižnica sviđa te je do listopada 2013. ostvareno nešto više od 2000 sviđanja. Tih je 2000 pojedinaca povezano sa 306 173 vlastita prijatelja, a oni su svi zajedno tijekom promatranoga razdoblja približno 855 000 puta vidjeli neki sadržaj povezan sa stranicom Knjižnice. Usporedi li se taj broj sa 118 000 posjeta internetskim stranicama[11], vidi se kako prisustvo Knjižnice na društvenim mrežama ima sedam puta veći doseg nego službena internetska stranica. Svaka objava ostvarila je 16 interakcija, odnosno sviđanja i komentara, dok je broj pregleda slikovnih ili videosadržaja nešto veći od 400 po objavi. Iako se broj pratitelja na Facebooku u prosjeku neprekidno povećava, određeni broj povremeno odustane od praćenja. Omjer novih i onih koji prestaju pratiti Knjižnicu na Facebooku tijekom promatranoga razdoblja bio je otprilike 25 u odnosu na 1 u korist novih pratitelja. Zanimljiv je podatak da su 76 % pratitelja i prijatelja na Facebooku žene, a tek 22 % muškarci, dok 2 % ne navodi spol. Dobna statistika pokazuje da 62 % korisnika ima između 18 i 44 godine starosti.

## Zaključak

Zahvaljujući prirodi Weba 2.0, koji obuhvaća i društvene mreže, korisnik više ne mora doći na određeno mjesto na internetu kako bi dobio informaciju, već informacija *dolazi* do korisnika. Usporedbom statističkih podataka o korisnicima društvenih mreža Gradske knjižnice Marka Marulića s posjetima internetskim stranicama Knjižnice, te posjetima prostorima knjižnica u mreži, može se sa sigurnošću zaključiti kako su društvene mreže iznimno koristan dodatak promidžbenim aktivnostima Knjižnice. U skladu s poslanjem knjižnice, kao narodna knjižnica, Gradska knjižnica Marka Marulića mora pratiti tehnološke trendove kako bi bila sposobna odgovoriti na potrebe širokoga raspona korisnika, a s obzirom na ubrzano širenje *društvenoga načina informacijskoga povezivanja*, u budućnosti se očekuje poboljšanje i u elektroničkome djelokrugu društvenoga komuniciranja.

## Bilješke


1. Jacobson, Terra B. Facebook as a Library Tool : Perceived vs. Actual Use. // College & Research Libraries 72, 1(2011), 79-90.
2. Biloš, Antun; Ivan Kelić. Marketing aspects of social networks. // Ekonomska istraživanja Spec. Issue, 2(2012), 153-171.
3. Smjernice za knjižnične usluge za mladež / glavna urednica Ana Barbarić. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2009.
4. Facebook Newrooms [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://newsroom.fb.com/Key-Facts
5. Internet world stats od 31. prosinca 2012. 35% stanovnika Hrvatske koristi Facebook [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm
6. ISSUU – Digital Publishing Platform for Magazines, Catalogs, and more [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.issuu.com
7. Profil Gradske knjižnice Marka Marulića na Facebooku Gradska Knjiznica Marka-Marulica Profil [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: https://www.facebook.com/g.k.m.marulica
8. Stranica Gradske knjižnice Marka Marulića na Facebooku Gradska knjiznica Marka Marulica [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Gradska-knjiznica-Marka-Marulica/132845073440865
9. How are Pages different from personal timelines? [citirano: 2013-10-25]. Dostupno na: https://www.facebook.com/help/217671661585622
10. Internet world stats od 31. prosinca 2012. [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.nternetworldstats.com/stats4.htm
11. Internetska stranica Gradske knjižnice Marka Marulića [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.gkmm.hr/

## Literatura


Biloš, Antun; Ivan Kelić. Marketing aspects of social networks. // Ekonomska istraživanja Spec. Issue, 2(2012), 153-171.

Facebook Newrooms [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://newsroom.fb.com/Key-Facts

How are Pages different from personal timelines? [citirano: 2013-10-25]. Dostupno na: https://www.facebook.com/help/217671661585622

Internet world stats [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm

Jacobson, Terra B. Facebook as a Library Tool : Perceived vs. Actual Use. // College & Research Libraries 72, 1(2011), 79-90.

Smjernice za knjižnične usluge za mladež / glavna urednica Ana Barbarić. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2009.

Staničić, Tomislav. I mi pletemo društvene mreže. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-gradska-knjiznica-marka-marulica-split-tomislav-stanicic.pdf


## Tomislav Staničić

*Tomislav Staničić magistar je novinarstva i knjižničarstva. Zaposlen je kao knjižničar, informator u Gradskoj knjižnici Marka Marulića Split te u Službi digitalizacije i grafičke obrade Središnje knjižnice. Područje je njegova zanimanja upravljanje digitalnim zbirkama, metapodatci, digitalizacija i semantički web. Sudjeluje u svim fazama projekta digitalizacije Zavičajne zbirke Spalatine, uključen je u nakladničku djelatnost, uvođenje elektroničkih usluga, informatizaciju te uređivanje internetskih stranica. Sudjelovao je na brojnim skupovima, pohađao je stručne seminare i autor je stručnih radova.*

English

# Dubrovačke knjižnice na društvenim mrežama

**Marinka Ulaga**
Znanstvena knjižnica Dubrovnik – Dubrovačke knjižnice Dubrovnik
marinka@dkd.hr

Ključne riječi

- Dubrovačke knjižnice
- Znanstvena knjižnica Dubrovnik
- društvene mreže
- Facebook
- Twitter
- Pinterest
- YouTube

## Sažetak

Prateći nove tijekove i trendove u svijetu, tehnologiji i knjižničarstvu, Dubrovačke knjižnice ušle su u virtualni svijet povodeći se za tim da knjižničari idu onamo kamo idu i korisnici. Započele su s radom na Facebooku, najrasprostranjenijoj društvenoj mreži. Ubrzo su otvorile profile i na Twitteru, YouTubeu i Pinterestu. Objavama na društvenim mrežama bave se knjižničari i osoba zadužena za odnose s javnošću.

## Dubrovačke knjižnice na društvenim mrežama

Radom se želi pokazati kako je na Dubrovačke knjižnice i njihov rad utjecalo pojavljivanje na društvenim mrežama. Pozornost će ponajprije biti usmjerena na Facebook jer su Dubrovačke knjižnice na toj mreži najaktivnije s obzirom na to da se njihovi korisnici uglavnom tamo i nalaze. Dubrovačke knjižnice otvorile su stranicu na Facebooku 20. kolovoza 2012. Dubrovačke knjižnice do kraja kolovoza 2014. pridružile su se društvenim mrežama *Facebook, Twitter*, *Pinterest* i *YouTube*, a kad je riječ o korisničkoj zajednici, 664 korisnika prati stranicu Knjižnice na Facebooku[1], 67 profil na Twitteru[2], sedam profil na YouTubeu[3] i devet profil na Pinterestu [4]. Najveća je aktivnost Knjižnica, ali i korisnika, na Facebooku. Prva je objava bila vijest o kupnji fragmenta rukopisa na beneventani na dražbi u Sotheby'su u Londonu. Korisnicima su zatim predstavljeni povijest, usluge i struktura Dubrovačkih knjižnica. Nastavljeno je s književnim preporukama, najavama knjižničnih programa te fotografijama s radionica i događaja. Popraćeni su i kulturni i književni događaji u Gradu, zemlji i svijetu, kao što su Nobelova nagrada, obljetnice pisaca i sl., podijeljeni su zanimljivi podatci s različitih izvora povezani s knjigama ili knjižnicama. Dubrovačke knjižnice popratile su i predstave s Dubrovačkih ljetnih igara, uz preporuku knjiga na temelju kojih su predstave nastale.

Objave su obuhvaćale i najave novih romana koji se mogu posuditi u knjižnici, kao i fotografije iz zbirke lokalnih periodičkih publikacija.

Slika 1. Naslovna slika stranice Dubrovačkih knjižnica na Facebooku

## *Analiza i rezultati*

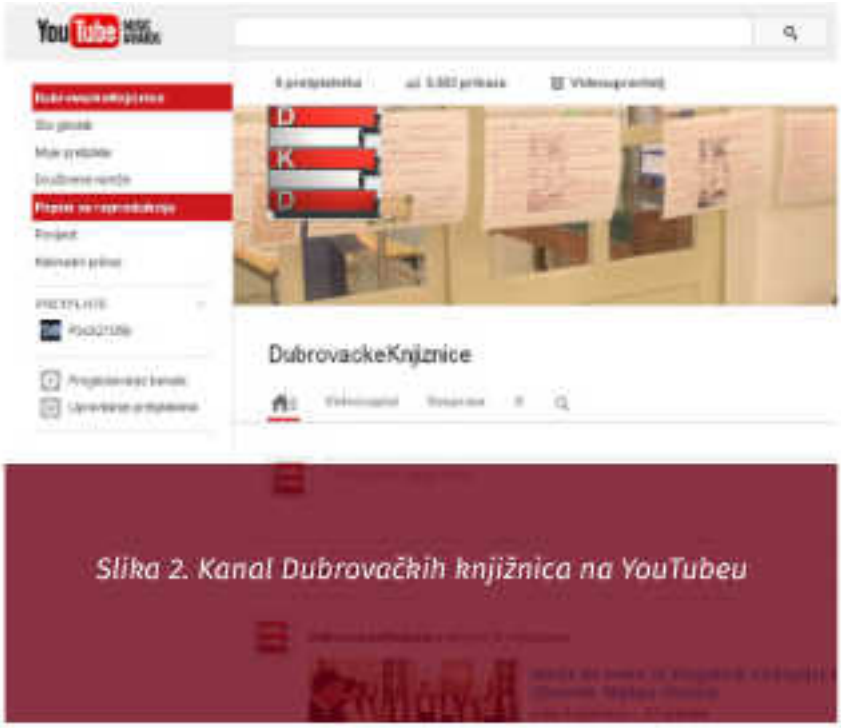
Iz analize podataka ustanovljeno je koje su najuspješnije objave na toj mreži. Na prvome je mjestu album s fotografijama Noći knjige 24. travnja 2013. s dosegom od 825 pratitelja, 1601 sviđanjem, šest komentara, jednim dijeljenjem i 461 pregledom fotografija, što je razumljivo s obzirom na vrlo velik broj sudionika i programa na tome događaju.

Sljedeća je po popularnosti najava indijskih plesova u Narodnoj knjižnici 9. svibnja 2013. godine. S dosegom od 601 pratitelja i četiri sviđanja pokazala je zanimljivu nepodudarnost virtualnoga i realnoga, o čem će naknadno biti riječi.

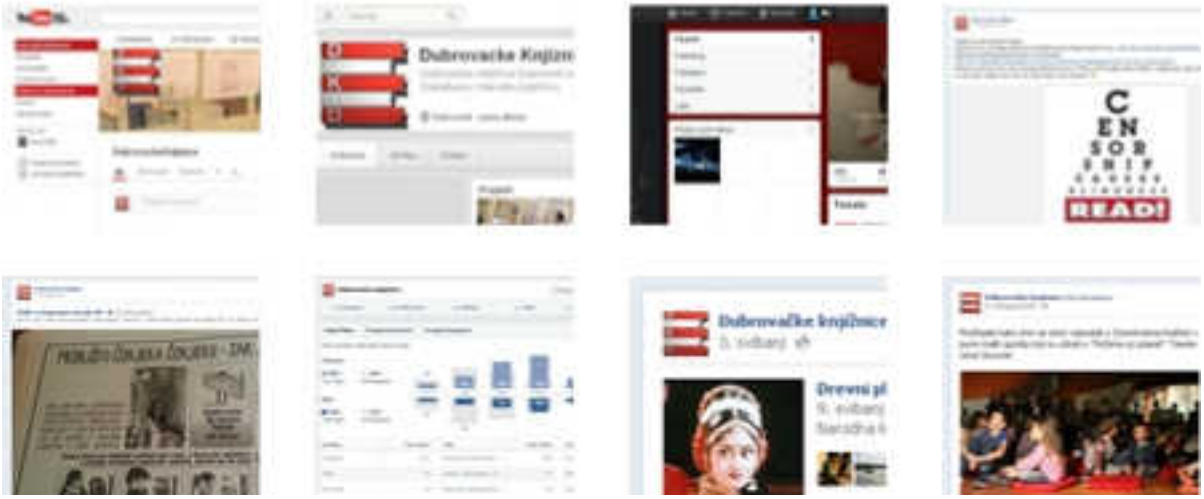
Vrijedno je spomenuti i objavu plakata Noći knjige s programom najave koja je ostvarila doseg od 556 pratitelja, 18 sviđanja, 28 pregleda fotografije, pet komentara i tri dijeljenja.

Objava koja se najviše komentirala bio je poziv korisnicima da otvore knjigu na str. 52 i prepišu petu rečenicu bez navođenja naslova knjige i autora (Slika 5). Poziv je objavljen 20. rujna 2012. godine u povodu Međunarodnoga tjedna knjige, a korisnici su svojim komentarima stvorili vrlo zanimljiv odlomak: „Kao što je već gore objašnjeno, životni stil čini jedno jedinstvo, jer se razvio iz teškoća ranog života i težnje za jednim ciljem. Zbog toga Srbija ne može da ima svoju vojsku u JNA. Na jednoj razini matriks je digitalna/matematička tvorevina. To crveno podsjeća na auto, ali samo malo. I do sada nijedna nije bila učinjena. Šminka oko njezinih vjeđa nije mogla sakriti natečenost. Moram otići od njega. Kad bih konačno zaspao iscrpljen strahovima i

noćnim zvukovima koji su ispunjavali šuplju kutiju mraka, znao me usred ljetne noći probuditi urlik sirene.“ Korisnicima se svidjela i objava od 1. listopada 2012. u povodu Tjedna zabranjenih knjiga kada su bili pozvani napisati svoje omiljene naslove s toga popisa. Njihov je odabir bio zanimljiv, kao i komentari nekih korisnika: „Ljubavnik lady C., Lolita, Twain, Potter,.....ne možeš vjerovat što je sve na listi.“ Komentare korisnika izazvalo je i objavljivanje albuma iz zbirke starih periodičkih publikacija. Objave Knjižnica uglavnom su bez komentara ili s jednim komentarom. Na Slici 6 objavljene su reklame iz lokalnoga lista iz devedesetih godina prošloga stoljeća. Koliko je knjižničarima bilo zanimljivo prisjetiti se tih vremena pretražujući građu o kojoj je riječ, toliko je ta objava izazvala zanimanje i korisnika. Bitno je utvrditi što se korisnicima Knjižnica sviđa i ponuditi im više sličnih sadržaja kojima ustanova i obiluje s obzirom na to da




*Slika 2. Kanal Dubrovačkih knjižnica na YouTubeu*



čuva lokalne periodičke publikacije u zavičajnoj zbirci Ragusini, što Znanstvenu knjižnicu razlikuje od ostalih knjižnica. Analizom zajednice korisnika ustanovljeno je da 69 % pratitelja čine žene, što nije neobično jer su one i na događajima u knjižnici uglavnom u većini, 30 % su muškarci, a po dobi ih je najviše, odnosno 22 %, u skupini od 35 do 44 godine starosti, zatim 18 % u dobi od 25 do 34 godine, dok su mlađi i stariji od ovih skupina u znatno manjem broju, što se podudara s dobi korisnika Facebooka koje čini mlađa populacija. Izazov za Dubrovačke knjižnice bio bi pokušaj približavanja tinejdžerima koji su kao dobna skupina usmjereni na društvene mreže, ali ih još uvijek nisu privukli internetski sadržaji Knjižnica. Analizirajući zemlje iz kojih dolaze korisnici, na prvome je mjestu Hrvatska sa 751 korisnikom, slijede Srbija (27), Crna Gora (19), Bosna i Hercegovina (17), SAD (9), Velika Britanija (5), Italija (5), Njemačka (3), po dva korisnika dolaze iz Slovenije, Irana, Švicarske i Poljske, po jedan iz Rusije, Kanade, Armenije, Nizozemske, Argentine, Novoga Zelanda, Brazila, Makedonije, Hong Konga, Singapura i Austrije. Najviše korisnika dolazi iz Dubrovnika (525) i Zagreba (84).
Prema jezicima kojima se korisnici služe najzastupljeniji su hrvatski (480), američki engleski (218), britanski engleski (105), srpski (24), talijanski (5), bosanski (4), španjolski i švedski po tri korisnika, a ruski, poljski, portugalski, francuski s dva te češki, njemački, mađarski, danski i slovenski s jednim korisnikom.

## *Prednosti poslovanja Dubrovačkih knjižnica na Facebooku*

Sudeći po virtualnim komentarima i komentarima članova Knjižnica uživo, pojavljivanje Dubrovačkih knjižnica na društvenim mrežama poboljšalo je njihov rad, odnosno približilo ga je korisnicima. Rad je Knjižnica poboljšan jer je u njima, kao javnoj ustanovi, interakcija s korisnicima od presudne važnosti. Njihovo zadovoljstvo ponuđenim sadržajima te njihovi prijedlozi i potrebe nadahnjuju i usmjeravaju knjižničare Dubrovačkih knjižnica.

*Zbog društvenih mreža korisnici su puno bolje upoznati s ustanovom i njezinim ustrojem, uslugama i fondom te aktivnostima i događajima.*

## *Nedostatci poslovanja Dubrovačkih knjižnica na Facebooku*

Prisutnost knjižnice na društvenim mrežama može se u velikoj mjeri razlikovati od poslovanja Knjižnice u stvarnome životu jer reakcije korisnika na objave na društvenim mrežama Dubrovačkih knjižnica mogu se u umnogome razlikovati od reakcija stvarnih korisnika. Takav primjer naveden je pri opisu jedne od najposjećenijih objava o najavi indijskih plesova u Narodnoj knjižnici (Slika 8). Na društvenim mrežama bio je to gotovo najposjećeniji događaj, dok u Knjižnici nije bilo tako. Zbog velikoga odaziva na tu objavu na Facebooku Knjižnica je očekivala velik broj posjetitelja te su djelatnici bili vrlo iznenađeni slabim odazivom, a takva reakcija korisnika ostala je za Knjižnicu nepoznanica. Suprotan primjer vezan je uz Priče uz popret, prvi događaj organiziran za dječji uzrast u Znanstvenoj knjižnici (Slika 9). Budući da objava na Facebooku nije bila zapažena te se pretpostavljalo da mnoga djeca i roditelji nisu upoznati s radom Znanstvene knjižnice, nije se očekivalo da će se korisnici na događaj odazvati u iznimno velikome broju. Broj korisnika i posjetitelja koji su se odazvali bio je nezapamćen.

## Zaključak

Svrha je Dubrovačkih knjižnica postati *osobna imovina* svojih korisnika, odnosno mjesto gdje će rado doći, pronaći nešto za sebe, informirati se te sudjelovati u događajima. Zadaća je Knjižnica specifična jer je Dubrovnik turistički usmjeren, a Knjižnice su jedna od rijetkih ustanova okrenutih stanovnicima Dubrovnika, njihovoj baštini i identitetu. Stoga, Knjižnice žele kao takve i biti prepoznate, a ne samo kao službena i teško dostupna ustanova namijenjena odabranima već i mjesto koje je korisnicima bitno, mjesto gdje su dobrodošli, gdje se mogu informirati, kao i obogatiti svoj život. U budućnosti Dubrovačke knjižnice planiraju pokretanje bloga s nekoliko rubrika, kao što je *Poezija srijedom* koja je započeta na stranici na Facebooku. U planu je suradnja s Radio Dubrovnikom, koja bi uključivala tjednu ili mjesečnu preporuku literature korisnicima.

## Bilješke

1. Stranica Dubrovačkih knjižnica na Facebooku Dubrovačke knjižnice [citirano: 2014-09-02]. Dostupno na: https://www.facebook.com/DuKnjiznice
2. Profil Dubrovačkih knjižnica na Twitteru Dubrovacke knjiznice @DuKnjiznice [citirano: 2014-09-02]. Dostupno na: https://twitter.com/DuKnjiznice
3. Profil Dubrovačkih knjižnica na YouTubeu DubrovackeKnjiznice [citirano: 2014-09-02]. Dostupno na: https://www.youtube.com/user/DubrovackeKnjiznice
4. Profil Dubrovačkih knjižnica na Pinterestu Dubrovacke Knjiznice Dubrovnik [citirano: 2014-09-02]. Dostupno na: http://www.pinterest.com/duknjiznice/

## Literatura

Ulaga, Marinka. Knjižnica na društvenim mrežama. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-09-02]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-dubrovacke-knjiznice.pdf

## Marinka Ulaga

*Marinka Ulaga završila je Medicinsku školu u Dubrovniku te studij ukrajinistike i indologije na Filozofskome fakultetu u Zagrebu. Od 2010. godine zaposlena je u Znanstvenoj knjižnici u Dubrovniku. Trenutačno je apsolventica na studiju bibliotekarstva na Filozofskome fakultetu u Zagrebu. Sudjelovala je u prevođenju knjige Genocidni zločin totalitarnog režima u Ukrajini 1932. – 1933., Zagreb, 2008. te je objavila recenzije knjiga za Maticu hrvatsku, časopis Dubrovnik te časopis Književna smotra. Objavljena joj je poezija u Literatu malom, časopisu Matice hrvatske, Dubrovnik, a trenutačno surađuje u prevođenju antologije suvremenih indijskih pjesnika. U Znanstvenoj knjižnici radi kao knjižničar, informator te sudjeluje u upravljanju internetskim stranicama Knjižnice, kao i organizaciji i provedbi izložbi i manifestacija Knjižnice, od kojih se ističe izložba Maškarani foji o dubrovačkim karnevalskim listovima.*

English

# Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: širenje knjižničarskih aktivnosti na društvene mreže

**Marin Seleš | Srđan Lukačević | Dubravka Pađen Farkaš**
Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek
mseles@gskos.hr | slukacevic@gskos.hr | dubravka@gskos.hr

Ključne riječi

- Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek
- društvene mreže
- komunikacija s korisnicima
- Facebook

## Sažetak

Rad govori o aktivnostima Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na društvenim mrežama, s posebnim osvrtom na Facebook. Uz statističke pokazatelje, prikazat će se prednosti i nedostatci djelovanja na društvenoj mreži Facebook te analiza rezultata komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama. Ako pojedinac želi napredovati, promišljati i razvijati vlastite ideje, potrebno mu je osigurati pristup različitim političkim, društvenim i znanstvenim informacijama, a s druge strane omogućiti otvoreno izražavanje svojih uvjerenja i misli. Aktivnosti Knjižnice na društvenim mrežama sadrže sve elemente kojima bi korisnik mogao zadovoljiti potrebe iz navedene tvrdnje. Izravna komunikacija s korisnicima, mogućnost objave informacija u bilo kojem trenutku i u bilo kojem obliku, napravile su revoluciju u odnosima s javnošću u knjižnicama. Aktivnosti Knjižnice usmjerene su prema svim dobnim skupinama i prema osobama sa svim društvenim, spolnim i drugim razlikama. Drugim riječima, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek nije se usmjerila samo na jednu ciljanu skupinu, već na sve korisnike Facebooka koje bi sadržaj objava mogao privući. Djelovanje je Knjižnice u tome području nužno, no ono mora imati jasan cilj i biti usklađeno s unaprijed dogovorenim standardima te zadržati kvalitetu i svježinu koja bi postojeće pratitelje zadržala, a nove privukla.

## Uvod – Log in!

Cjelokupno ljudsko znanje koje čovječanstvo posjeduje stečeno je komunikacijom. Upravo zbog toga kvalitetno oblikovanje knjižničnih promidžbenih materijala predstavlja komunikaciju s tržištem i razmjenu informacija između proizvođača, a u slučaju knjižnica, ponuđača usluga i potrošača. Komuniciranje je preko promidžbenih materijala s korisnicima i mogućim korisnicima, kao i svaki drugi oblik komuniciranja dvosmjeran interaktivan proces, što znači da informacije teku u oba smjera između dvaju osnovnih subjekata u komunikaciji. Knjižnica prima i odašilje informacije, a s druge strane, to isto čini i potrošač, odnosno korisnik.

Knjižnica svojim promidžbenim materijalima, predstavljanjem svojih usluga, nastoji steći povjerenje korisnika i obavijestiti ih o uslugama i službama koje djeluju u knjižnici. Promidžba u širem smislu predstavlja pojam za poboljšanje nečega, a u užem je smislu promidžba skup aktivnosti kojima se odašilju različite informacije iz knjižnice u okruženje, odnosno prema korisniku. Promidžbene aktivnosti uključuju oglašavanje, publicitet, odnose s javnošću i poboljšanje usluge. Knjižnice organiziraju predstavljanja knjiga, književne susrete, predavanja, tribine, postavljaju izložbe knjiga i ostale građe, likovne izložbe te razvijaju galerijsku aktivnost. Tribine se organiziraju kao predavanja, rasprave, susreti s književnicima, umjetnicima, znanstvenicima, prema unaprijed utvrđenome programskom nacrtu, sa stalnim mjestom i utvrđenim ritmom održavanja. Najavljuju se javnim glasilima, a u sklopu sredstava kojima knjižnice raspolažu i vlastitim plakatima i pozivnicama. Povremene likovne izložbe u knjižnicama mogu se organizirati u skladu s prostornim mogućnostima, a mogu biti sadržajno ili tematski povezane s knjigama ili slikovnicama. Knjižnice ih najavljuju u javnim glasilima, a mogu biti popraćene katalogom, plakatom i pozivnicom.[1] Istim načinima mogu se najavljivati i drugi projekti knjižnice. Takve se obavijesti mogu pripremati i unutar same knjižnice na osobnim računalima reprografskim tehnikama, a *naklada* varira prema potrebama i mogućnostima knjižnice.[2] Promidžba i predstavljanje knjižnice u javnosti može se odrediti kao neprekidan komunikacijski tijek razmjene obavijesti, poruka i interakcije knjižnice s bližom i daljom okolinom. Pri tome se misli na djelatnosti vezane uz odnose s javnošću, publicitet i promidžbu, odnosno oglašavanje. Knjižnica kao neprofitna organizacija nema klasičnu promidžbu poput ostalih poduzeća. Aktiviranjem profila *Gisko Knjižnica*[3] 2008. godine, Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek otvara vrata potpuno novoga načina komunikacije s korisnicima.

Slika 1. Naslovna slika stranice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku

> *Komunikaciju s korisnicima na Facebooku ne treba gledati samo kao komunikacijsku mogućnost, nego i kao potpuno novu djelatnost. Ona je, uistinu, bila potpuno nova jer prethodno nije postojala u Knjižnici, ali ni u drugim narodnim i sveučilišnim knjižnicama.*

Pokušavajući pratiti trendove koji su u svijetu komunikacijskih i informacijskih tehnologija zastupljeni u velikome postotku, tražio se način kako ih uključiti u lokalno okruženje te analizirati prednosti i nedostatke. Kako 2008. godine *Facebook* nije imao ni približan broj korisnika kao danas, stvorio se problem pri procjeni točnoga uvida u njegove mogućnosti. Knjižničari koji su razmišljali o pokretanju profila Knjižnice, prethodno su otvorili privatne profile i donijeli zaključak da *Facebook* ipak donosi određene prednosti. Poštujući pravila, privatni profil *Gisko Knjižnica* zamjenjuje se stranicom[4] u kategoriji *Local Businesses*, potkategoriji *Library*. Do studenoga 2013. stranica je imala 7205 pratitelja, a broj raste svakodnevno. Tijekom nekoliko godina rada, a time i razvijanja profila i stranice Knjižnice, uočene su mnoge prednosti i nedostatci te načini na koje ih je potrebno mijenjati, na što korisnici reagiraju bolje, na što lošije i nakon pet godina može se reći da su određene neke smjernice za aktivnost na Facebooku.

## Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek na Facebooku: metode rada

Kako je već prethodno rečeno, da bi Knjižnica opstala na tržištu, odnosno da bi stranica Knjižnice imala određenu ulogu na Facebooku, nužno je bilo biti jedinstven i dosljedan, s neprekidnim nadopunjavanjem sadržaja, ponude i načina na koji se Knjižnica obraća korisnicima.

U početku je Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek imala objave vezane uz literaturu koju posjeduje, uz neki događaj koje slijedi ili status s upitima što je dobro, što se korisnicima sviđa, a što ne. Prihvaćenjem prijedloga i davanjem mogućnosti korisnicima da neposredno stvaraju sadržaj koji žele vidjeti na stranici Knjižnice, izdvojeno je nekoliko kategorija sadržaja koje su ostale trajne. Navedenim aktivnostima prikazat će se presjek djelovanja Knjižnice na Facebooku.

### *Gisko Knjižnica – Preporučujemo*

Iz naslova se jasno vidi o kakvoj je aktivnosti na Facebooku riječ. No, osim najava i preporuka što čitati, administratori stranice dali su priliku korisnicima da jedni drugima preporučuju naslove (Slika 2). Na taj se način stvorio krug *ljubitelja preporuke*. Povećanje posudbe i potražnja za naslovima iz preporuke jasan su rezultat te aktivnosti. Konkretan su primjer situacije kada korisnik knjižničare na posudbenome odjelu traži *onu knjigu što ste na Faceu preporučili*.

## *Gisko Knjižnica – Najave događanja*

Kao i prethodna rubrika, i ova jasno daje do znanja o čem je riječ. No, kao što je već istaknuto, razvojem tehnologija određeni događaj može se najaviti zanimljivije, intenzivnije i zabavnije, pritom ne umanjujući i zanemarujući vrijednost klasičnih metoda komunikacije s korisnicima koje su prethodno spominjane. Najavom određenoga događaja, kao što je bilo predavanje o anarhizmu u glazbi koje je održano 28. rujna 2013. godine, pokazala se snaga najave na Facebooku. Uz poziv na predavanje, gdje se podijelila poveznica na najavu s internetske stranice, objavljen je i plakat predavanja, a naknadno i slika naslovnice knjige o *punku* koju Knjižnica posjeduje te poveznica na pjesmu *God save the Queen* na YouTubeu koja je svojevrsna himna *punka*. Predavanje o anarhizmu u glazbi klasičan je primjer kako se sve kategorije korisnika mogu zainteresirati za određeni događaj u knjižnici, a njihovo zanimanje ne mora biti nužno vezano uz događaj jer, onaj tko ne želi doći na predavanje, može posuditi knjigu, onaj tko ne želi knjigu, može posuditi glazbeni CD i sl.

## *Gisko Knjižnica – Kućna biblioteka*

Objavljivanjem slika lijepo uređenih kutaka za čitanje ili malih kućnih knjižnica, korisnike se motivira i potiče na čitanje (Slika 4). Skreće im se pozornost na vrijednost knjige, njezina posjedovanja i čitanja. Kategorija, koja je postala stalna, svakako donosi dobit u smislu povećanja zanimanja za rad Knjižnice, praćenja njezine aktivnosti na Facebooku i širenja knjižničnih ideja.

## *Gisko Knjižnica – Čitajmo i uzdižimo se*

Svrha je ove kategorije jasna – promicanje čitanja preko društvenih mreža, koje najveće koristi ima kod mlađih korisnika. Motivirajuće slike, koje šalju pozitivnu i motivirajuću poruku vezanu uz čitanje, mogu doprijeti do osoba koje možda nemaju previše zanimanja za čitanje (Slika 5). Velik broj tinejdžera ili osoba mlađih od 18 godina kao svoju profilnu ili naslovnu sliku na Facebooku imaju određenu motivirajuću poruku ili citat. Uz taj podatak, bitno je reći da objave ove vrste imaju najviše dijeljenja.

## *Gisko Knjižnica – Nagradne igre*

Još jedna aktivnost kojom se promiču čitanje i rad Knjižnice je nagrađivanje korisnika, kojim se također skreće pozornost na knjižnicu kao zabavnu ustanovu koja je napredovala u odnosu na različite stereotipe koji je prate (Slika 6). Ona više nije tu samo da bi naplatila zakasninu, nego i da ponekad nagradi vjernost korisnika.

*Poslovanje na Facebooku izgrađuje se godinama, kao što se izgrađuje i knjižnično poslovanje. Nužno je prihvatiti promjene nastale u društvu i prilagoditi se. Besplatne usluge, poput društvenih mreža, budućnost su poslovanja jer tehnologija omogućuje da se u bilo kojem trenutku, ako se to želi, može saznati što je, tko je, kako i koliko u Knjižnici.*

## *Statistike i analiza*

Stranica Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku do studenoga 2013. imala je 7205 pratitelja, a brojka raste prosječnom brzinom od četiri nova pratitelja dnevno. Najbolji je i najtočniji pokazatelj broj prosječnoga rasta jer ovisno o određenim događajima broj se pratitelja u jednome danu poveća za 40 korisnika, ali ima dana kada nema promjena. Rast se najčešće veže uz uspješne preporuke, dobre nagrade u nagradnim igrama, ali i najavom zanimljivih i bitnih događaja.

Jedan je od zanimljivijih i bitnijih događaja *Mjesec hrvatske knjige 2013.* kada se tijekom prvih 15 dana njegova trajanja broj pratitelja povećao za 82 korisnika, što iznosi broj od 5,5 novih pratitelja dnevno. No, ipak vrsta i način komunikacije s korisnicima bitniji su od bilo kojega događaja o kojem je riječ.

*Slika 2. Objava s preporukom novoga izdanja na stranici Gisko Knjižnica na Facebooku*

Primjer Mjeseca hrvatske knjige 2013. naveden je kako bi se skrenula pozornost da se, unatoč povećanomu opsegu posla zbog različitih aktivnosti koje se u tome mjesecu odvijaju, ne smije zanemariti ili smanjiti aktivnost na društvenim mrežama. Upravo takvi događaji, kao što je prethodno i dokazano, mogu biti *mamac* za nove pratitelje. Broj je korisnika koji svakodnevno dođu do neke informacije o Knjižnici (*reach*) prosječno 5113, a prema vrsti objave:

- prosječno objava statusa ima doseg 2600, 42 klika na objavu i 9 sviđanja, komentara ili dijeljenja
- prosječno objava poveznice ima doseg 1200, 56 klikova na objavu i 18 sviđanja, komentara ili dijeljenja
- prosječno objava fotografije ima doseg 1000, 110 klikova i 38 sviđanja, komentara ili dijeljenja.

Gledajući rubrike koje su prethodno predstavljane, može se potvrditi pretpostavka o većim mogućnostima dosezanja do korisnika.

Analizirajući spolnu strukturu pratitelja, može se reći kako stranicu Knjižnice na Facebooku više prate žene, koje čine 68 % pratitelja, prema tek 30 % muškaraca. Jasan rezultat toga ne može se odrediti bez isticanja stereotipa da žene više čitaju, no možda je to i točno. Već je rečeno da su objave na stranici namijenjene svima, no ipak prevladavaju ženski pratitelji. Isto tako, rezultat se ne može pridodati tvrdnji da žene više vole sadržaje koje im predlažu žene jer je glavni administrator i osoba koja uređuje više od 90 % sadržaja na profilu muškarac.

Rezultate najzastupljenijih pratitelja iz određenih država nije potrebno previše analizirati. Očekivano najviše pratitelja, odnosno 6690, dolazi iz Hrvatske, 142 iz Bosne i Hercegovine, 101 iz Srbije, 41 iz Njemačke i 35 iz Sjedinjenih Američkih Država. Zadnje dvije države dokazuju kako se dobar glas daleko čuje bez posebno plaćenih oglasa koji ponekad stvaraju krivu sliku o stvarnome stanju. Zanimljivo je navesti da *Gisko Knjižnica* ima pratitelje i u Kataru, Tanzaniji, Tajlandu, Alžiru i Siriji.

Glavni je jezik objava hrvatski, no već spominjane motivirajuće poruke često su na engleskome, kao i poveznice na pjesme, koje su također na engleskome. Je li to razlog što Knjižnicu u velikome broju prate i govornici engleskoga jezika? Najviše govornika, odnosno 4462, ima postavljen hrvatski jezik, slijede engleski američki sa 1832 govornika, britanski engleski sa 656, njemački sa 68 i bosanski sa 53 govornika.

Analiza je upita iz kojih gradova dolaze pratitelji također zanimljiva. Iz Osijeka 4342, Zagreba 809, Rijeke 77, Splita 68 i Beograda 55 pratitelja. Osijek je razumljiv i jasan, ali velik broj pratitelja iz Zagreba, a i razmjerno velik broj iz Beograda, zanimljiv je podatak koji očito pokazuje da se i iz razvijenijih knjižničnih centara prati aktivnost Knjižnice. Promidžba Knjižnice preko društvenih mreža zasigurno je jedan od načina kojima će se u Knjižnicu privući turisti ili prolaznici koji budu u posjetu Osijeku.

## Zaključak

Marketing knjižnice najčešće se temelji na promidžbi preko novina, radija, televizije, interneta, a u novije vrijeme preko Facebooka i Twittera, i to zahvaljujući aktivnostima koje su vezane uz nju samu, a ne proizvodima koje izrađuje i nudi korisnicima. Prilikom predstavljanja marketinškoga spleta, vidljivo je da on ima četiri sastavnice – proizvod, distribuciju, promidžbu i cijenu. Promidžbena varijabla odnosi se na aktivnosti koje se rabe kako bi se obavijestilo jednu ili više skupina ljudi o organizaciji i njezinim proizvodima, odnosno uslugama. Svrha promidžbe može biti povećanje obaviještenosti korisnika o organizaciji i njezinim novim ili starim uslugama. Promidžba se također može koristiti da bi se zadržalo snažno zanimanje za uslugu koja postoji na tržištu već desetljećima. Potrebno je provjeriti koji je najbolji način komunikacije s korisnicima, odnosno preko kojega medija oni najviše primaju informacije o događajima u knjižnici, uslugama koje ona nudi te terminima svih događaja. Svrha je Knjižnice obuhvatiti sva područja za sve korisnike. Bitna je dobna struktura korisnika koja je vrlo različita te time svaka skupina ima drukčije zahtjeve i potrebe.

Pokretanjem profila na društvenim mrežama obuhvaćen je velik broj korisnika. Uzimajući u obzir da samo u Hrvatskoj ima gotovo dva milijuna aktivnih korisnika Facebooka, izvodi se zaključak da se njime koriste sve dobne, spolne, društveno različite skupine i strukture. Pravilnim pristupom može se doprijeti do svih. Ne ograničavajući se jednom ciljanom skupinom, postaje se predmet zanimanja svih ciljanih skupina. Obraćanjem samo mladima, gubi se zanimanje kod starijih, obraćenjem samo visokoobrazovanima, gubi se zanimanje kod manje obrazovanih i sl. Organizacijom promidžbenih materijala i aktivnosti moguće je obuhvatiti sve. Potrebno je biti jedinstven, dosljedan i prije svega otvoren prema svima. U određivanju smjernica o postupanju na društvenim mrežama ne smije se izostaviti poslanje knjižnice, a to je omogućiti pristup znanju, informacijama i djelima mašte svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje, zadovoljiti potrebe pojedinaca za osobnim razvojem, uključujući i razonodu i potrebe vezane za slobodno vrijeme te biti bitnim društvenim središtem otvorenim za aktivnosti zajednice. Ako se tako učini i ako se provodi dosljednost, prostora za pogreške neće biti.

## Bilješke

1. Nebesny, Tatjana. Informacijsko- referalna služba. // Upute za poslovanje narodnih knjižnica / ur. Aleksandra Malnar. Zagreb : Knjižnice grada Zagreba, 1996. Str. 76.
2. Isto, str. 76-77.
3. Profil Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku Gisko Knjižnica [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/gisko.knjiznica
4. Stranica Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku Gisko Knjižnica [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/GiskoKnjiznic

## Literatura


Nebesny, Tatjana. Informacijsko referalna služba. // Upute za poslovanje narodnih knjižnica / ur. Aleksandra Malnar. Zagreb : Knjižnice grada Zagreba, 1996. Str. 69-77.

Pađen-Farkaš, Dubravka; Srđan Lukačević; Marin Seleš. Social community management by GISKO : širenje knjižničarske aktivnosti na društvene mreže. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-gradska-i-sveucilisna-knjiznica-u-osijeku-dubravka-padjen-farkas-srdjan-lukacevic-marin-seles.pdf

## Marin Seleš

*Marin Seleš zaposlen je u Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek od 2007. godine. Rad u knjižnici započeo je u Klubu za mlade te je u kraćim razdobljima radio na različitim posudbenim odjelima, najviše u Odjelu medioteke. Pokreće različite aktivnosti u Klubu s usmjerenošću na urbanu kulturu. Bitno je izdvojiti prvu izložbu i radionicu grafiterskih skica na ovome području, kao i prvu izložbu kombinacije svih uličnih umjetnosti poznatih pod nazivom stick up street, kao i FAOS – festival anarhizma Osijek, koji je prvi takve vrste u Hrvatskoj. Od 2010. godine radi na Odjelu za rad s djecom i mladima gdje je koordinator za većinu događaja, a trenutačno radi na Posudbenome odjelu, Odsjeku za odrasle. Grafički uređuje većinu promidžbenih, izložbenih i informativnih materijala Knjižnice. Trenutačno završava drugu godinu poslijediplomskoga interdisciplinarnog doktorskog studija Kulturologija – Menadžment u kulturi, umjetnosti i obrazovanju.*

## Srđan Lukačević

*Srđan Lukačević diplomirao je informatologiju na Filozofskome fakultetu u Osijeku 2010. te je stekao akademski naziv magistra struke, obranivši diplomski rad pod nazivom Komunikacijske vještine knjižničara: primjer Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. U Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek zaposlen je od 2005. godine. Trenutačno radi kao koordinator Službe nabave, a od 2008. godine, kao Social Media Manager, uređuje profile Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na društvenim mrežama. Tajnik je Društva knjižničara Slavonije i Baranje od 2012. godine. Sudjeluje na stručnim skupovima, okruglim stolovima i radionicama. Objavio je nekoliko članaka za stručne časopise.*

## Dubravka Pađen Farkaš

*Dubravka Pađen Farkaš rođena je u Osijeku, gdje se školovala i stekla zvanje profesora pedagogije i diplomiranoga knjižničara. U Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek zaposlena je od 1996. godine, a od 1999. kao voditeljica Odjela za rad s djecom i mladima. Četiri godine radila je na Odjelu pedijatrije Kliničkoga bolničkog centra Osijek s hospitaliziranom djecom, kojima je igrom i pričama pokušala uljepšati i olakšati boravak u bolnici, kao i odvajanje od obitelji. Autorica je četiriju slikovnica Mala zvijezda, Gospodin Otto i stari naslonjači, Nije me strah te Djevojčica i ptica. Dopredsjednica je Društva Naša djeca grada Osijeka. Od 1996. godine do danas sudjelovala je u nizu stručnih usavršavanja i savjetovanja. Trenutačno obnaša dužnost ravnateljice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek.*

English

# Umrežena Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica: iskustva u radu na društvenim mrežama

**Petar Lukačić | Maja Krulić Gačan**
Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica
petar@knjiznica-koprivnica.hr | maja@knjiznica-koprivnica.hr

Ključne riječi

- Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica
- društvene mreže
- Facebook
- Twitter
- Flickr
- Pinterest

## Sažetak

U radu je prikazan dosadašnji tijek poslovanja Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na društvenim mrežama. Ova je knjižnica trenutačno prisutna na četiri društvene mreže – Facebooku, Twitteru, Flickru i Pinterestu te na njima neprekidno objavljuje sadržaje koji se razlikuju ovisno o namjeni pojedine društvene mreže. Stranica Knjižnice na Facebooku mjesto je na kojem se objavljuju sve bitne informacije vezane uz poslovanje Knjižnice te različiti sadržaji u skladu s vrijednostima za koje se Knjižnica zalaže, kao što su poticanje čitanja i pismenosti, slobodan pristup informacijama i intelektualna sloboda. Ovo je i društvena mreža koja najčešće služi za komunikaciju s korisnicima i ujedno mreža koja zahtijeva najveću zauzetost administratora. Profil na Twitteru povezan je s profilom Knjižnice na Facebooku tako da se sve informacije objavljene na jednoj mreži objavljuju i na drugoj. Profil Knjižnice na Flickru služi za organizaciju i objavljivanje fotografija te nudi pregledan prikaz svih događaja u Knjižnici. *Pinterest* je društvena mreža zanimljiva zbog mogućnosti popularizacije knjižnične građe i e-kataloga Knjižnice na vizualno vrlo privlačan način. Osim pregleda poslovanja na društvenim mrežama, istaknute su i najbitnije prednosti, nedostatci i izazovi takvoga načina poslovanja.

## Uvod

Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica prisutna je na društvenim mrežama od 2009. godine, od kada postoji stranica Knjižnice na Facebooku. Nakon toga Knjižnica je 2010. godine otvorila profil na Twitteru, 2011. profil na Flickru i 2012. profil na Pinterestu te je na svim tim društvenim mrežama neprekidno prisutna. Od 2013. godine, od kada Knjižnica organizira TEDx događaje, postoji i stranica TEDxKoprivnicaLibrary na Facebooku[5] koju također uređuju knjižničari. Namjera je analizirati aktivnosti Knjižnice na društvenim mrežama te istaknuti prednosti, nedostatke i izazove takvoga načina knjižničnoga poslovanja.

Knjižnica na društvenim mrežama objavljuje sadržaje koji su u skladu s vrijednostima za koje se zalaže, kao što su poticanje čitanja i pismenosti, slobodan pristup informacijama i intelektualna sloboda. Osim toga, objavljuje informacije o radu knjižnica iz lokalnih zajednica, nastoji popularizirati vlastitu građu i usluge te knjižničari odgovaraju na korisničke upite i primaju prijedloge, pohvale i kritike. Sadržaj objava razlikuje se ovisno o namjeni pojedine društvene mreže.

## Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica na društvenim mrežama

### *Facebook*

*Facebook* je globalna društvena mreža utemeljena 2004. godine i trenutačno je vodeća društvena mreža po broju korisnika u Hrvatskoj i u svijetu.[1] Stranica Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Facebooku[2] postoji od 2009., a od 2013. na ovoj društvenoj mreži postoji i stranica TEDxKoprivnicaLibrary[3] posvećena širenju informacija o organizaciji TED, TEDx događajima u Knjižnici, ali i ostalim zanimljivim TEDx događajima. Knjižnica svoju stranicu na Facebooku koristi za promidžbu Knjižnice, objavljivanje informacija vezanih uz događaje u Knjižnici, ali i lokalnoj zajednici, prenošenje zanimljivih informacija vezanih uz knjižničarsku struku, informacija vezanih uz poticanje čitanja i pismenosti, popularizaciju vlastite građe i usluga te novosti u nakladništvu, ali i druge informacije koje su u skladu s vrijednostima za koje se Knjižnica zalaže, a za koje administratori procijene da bi mogle biti zanimljive korisnicima. Veći dio objavljenoga sadržaja stvaraju knjižničari, a manji se dio prosljeđuje iz drugih izvora. Svaka informacija objavljena na internetskoj stranici Knjižnice objavljuje se i na Facebooku kako bi doprla do što većega broja korisnika. Bitno je naglasiti da se novi sadržaji objavljuju dosljedno i neprekidno bez većih prekida.

Na društvenim mrežama dolazi do izražaja mogućnost interakcije s korisnicima, što je bitna prednost u odnosu na internetske stranice. Uz telefon i e-poštu, društvene mreže još su jedan od komunikacijskih kanala

Slika 1. Naslovna slika stranice Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Facebooku

koji korisnici najčešće koriste kako bi produžili rok za vraćanje knjiga, rezervirali knjige, postavili pitanja vezana uz knjižničnu građu ili radno vrijeme knjižnice ili uputili neki drugi upit, prijedlog, kritiku ili pohvalu. Bitno je da knjižničari budu svjesni dvosmjernosti komunikacije te da slušaju korisnike i pravodobno odgovaraju na njihove komentare ili poruke.

Komunikacija na društvenim mrežama može biti službena, ali se često preporučuje da bude slobodnija. Može se odabrati način na koji će se komunicirati s korisnicima i bilo bi dobro zadržati isti način komunikacije. S obzirom na to da u Knjižnici i čitaonici „Fran Galović" Koprivnica ne postoji osoba zadužena za rad na društvenim mrežama nego taj posao obavlja nekoliko administratora, često i osobe na stručnome osposobljavanju za rad bez zasnivanja radnoga odnosa, bitno je da svi budu upoznati s načinom komunikacije i sadržajima primjerenima za objavljivanje. Ovo se posebno odnosi na Facebook s obzirom na to da se ova društvena mreža koristi za objavljivanje najrazličitijih vrsta informacija.

U studenome 2013. stranica Knjižnice na Facebooku imala je 1552 pratitelja, od čega 75 % žena i 23 % muškaraca, a 38 % pratitelja je u dobi od 25 do 34 godine. Bitno je istaknuti da broj pratitelja neprekidno raste. Stranica TEDxKoprivnicaLibrary na Facebooku u studenome 2013. imala je 96 pratitelja.

Najzapaženije objave na stranici Knjižnice na Facebooku zasigurno su bile objave o novim uslugama i aktivnostima u Knjižnici prikazane zanimljivim fotografijama. Objava o novoj usluzi posudbe naočala u Knjižnici najviše se svidjela pratiteljima – 199 sviđanja, i to je ujedno i fotografija koju je pregledao najveći broj korisnika – 386 pregleda (Slika 4). Objava o akcijama Knjižnice *E-knjiga i šećer na kraju* imala je najviše interakcija po objavi, i to 198 sviđanja, 12 komentara i 16 dijeljenja, te je to ujedno i objava s najviše komentara (Slika 5).

Preko stranice Knjižnice na Facebooku pratitelji mogu pristupiti i ostalim društvenim mrežama kojima se Knjižnica koristi, kao npr. Flickru i Pinterestu, te knjižničnomu e-katalogu. Bitno je naglasiti da fotografije s događaja Knjižnica ne objavljuje izravno, učitavajući ih u album na stranici na Facebooku, nego ih na Facebook prenosi preko poveznica na album objavljen na Flickru. Na taj su način fotografije zaštićene jer ih ne može bilo tko pohranjivati na vlastito računalo, što je osobito bitno zbog dječjih fotografija s radionica i pričaonica. Iako roditelji potpisuju suglasnost za objavljivanje fotografija, na ovaj se način ipak može dodatno smanjiti mogućnost zlouporabe. Velik je nedostatak ove društvene mreže nemogućnost otvaranja stranice bez otvorenoga privatnog profila administratora, kao i nemogućnost otvaranja grupa za određene skupine korisnika ako knjižnica ima otvorenu stranicu, a ne profil. Članovi čitateljskoga kluba Knjižnice izrazili su želju za posebnom grupom na Facebooku koja bi im omogućila komunikaciju, a to je bilo nemoguće preko stranice Knjižnice. Grupa je otvorena, ali preko privatnoga profila administratora, što bitno narušava privatnost administratora.

”

*Svaku izradbu stranice ili grupe korisnik Facebooka mora provesti koristeći osobni profil. Uvijek postoji mogućnost da netko ne želi biti korisnik Facebooka, ali vidi prednosti za svoje korisnike te je primoran otvoriti profil. Na stranici na Facebooku nije vidljivo tko objavljuje i upravlja sadržajem, dok članovi grupe na Facebooku vide tko objavljuje sadržaje i uređuje objave.*

## *Flickr*

*Flickr* je *online* usluga za pohranu slika i videosadržaja, kao i *online* društvena platforma. Vrlo je popularan za dijeljenje osobnih fotografija, ali ga često za pohranu i objavu fotografija koriste i knjižnice te različite ustanove. Knjižnica i čitaonica „Fran Galović" Koprivnica otvorila je profil na ovoj društvenoj mreži[4] u travnju 2011. godine te je do prosinca 2013. objavila 1914 fotografija s događaja u Knjižnici. Zainteresirani su pregledali te fotografije 110 495 puta. Fotografije su smještene u 122 skupine naslovljene prema nazivu događaja koji skupina predstavlja. Uz svaku skupinu naveden je i opis događaja te je svaka fotografija označena s više ključnih riječi kako bi se lakše pronašle preko internetskih tražilica. Na taj način svatko može jednostavno provjeriti što se sve događalo u Knjižnici te ukratko pročitati osvrt na svaki događaj. Sve su fotografije zaštićene vodenim žigom Knjižnice, a s obzirom na to da korisnici fotografije pohranjene na Flickru ne mogu spremati na vlastito računalo, olakšana je kontrola nad fotografijama.

## *Pinterest*

*Pinterest* ima izgled i uslugu *virtualne plutene ploče* na koju se *pinaju*[5], odnosno *pribadaju* sadržaji koji se žele spremiti, razvrstati i administrirati. Sadržaji koji se pronađu na internetu ili se učitaju s vlastitoga računala, svrstavaju se u zbirke (*pinboards*).

Društvene mreže u zadnje vrijeme sve više pojačavaju tekstualni oblik komunikacije vizualnim. Slika prije privuče pozornost od teksta jer traži manje koncentracije i vremena, jasno izražavajući svoju namjeru. Koristeći Pinterest, knjižničari mogu upoznati korisnike s fondom knjižnice *pinajući* naslovnice knjižnične građe te dodajući kratak opis uz pojedinu naslovnicu. *Pinovi* se svrstavaju u zbirke prema različitim mjerilima – *Kriminalistička proza*, *Ljubavna proza*, *Fantastika* i dr. Najbolje je *pinati* sadržaje iz e-kataloga knjižnice kako bi *pin* bio izravno povezan s katalogom. Na taj način korisnici, odabirom njima zanimljive građe, mogu ući u e-katalog i pronaći više informacija o toj građi.

Knjižnica je otvorila profil na Pinterestu[6] u studenome 2012. te je dosad objavila 1047 *pinova* koje je organizirala u 27 različitih zbirki. Najveći broj *pinova* povezana je s e-katalogom, a poneke se zbirke uređuju u suradnji s korisnicima, kao npr. zbirka *Book*, *Library*, *Reading* i dr.

## *Twitter*

*Twitter* je usluga poput mikrobloga te društvena mreža koja se temelji na razmjeni kratkih poruka i druženju, odnosno praćenju, drugih korisnika. Knjižnica je svoj profil na ovoj mreži[7] (Slika 9) pokrenula u svibnju 2010. i do studenoga 2013. skupila 85 pratitelja i objavila 650 poruka – *tvitova*. Održavanje dobre komunikacije s korisnicima na Facebooku i Twitteru, kao dvjema konkurentskim društvenim mrežama, pokazalo se s vremenom kao teškoća te je odlučeno kako će se povezati ova dva profila, pri čem je prednost imao *Facebook* te se sve objave s Facebooka pojavljuju na Twiteru. U Hrvatskoj je *Facebook* umnogome u prednosti pred Twitterom zbog broja korisnika. Iako se zna da se na taj način žrtvuje kvalitetna komunikacija na Twitteru, smatra se kako je ovaj postupak bio opravdan.

*Slika 2. Stranica Knjižnice i čitaonice "Fran Galović" Koprivnica TEDxKoprivnicaLibrary na Facebooku*

## Zaključak

Svaka je od društvenih mreža posebna i ima svoju namjenu. Pokretanje profila i djelovanje na društvenoj mreži zahtijeva od administratora toga profila određenu zauzetost i razumijevanje ponašanja korisnika na društvenoj mreži. Ako se Knjižnica odluči na proširivanje svoje usluge i na društvene mreže, svakako mora dobro procijeniti koliko vremena i truda administrator može uložiti u rad na toj mreži. Svako zanemarivanje stvara lošu sliku o ustanovi koja je društvenu mrežu uključila u svoje poslovanje. Najveća je prednost poslovanja na društvenim mrežama mogućnost besplatne promidžbe knjižničnih usluga i građe, lakša interakcija, brža razmjena ideja i informacija s korisnicima i knjižničarskom zajednicom te povećanje vidljivosti knjižnice u zajednici. Informacije o knjižnici i sadržajima koje ona nudi na ovaj se način izravno šalju korisnicima i lako su im dostupne. Osim toga, korisnici društvenih mreža još su uvijek uglavnom mlađe skupine pa im se na ovaj način knjižnice mogu približiti na manje služben i njima pristupačniji način. Najveći je nedostatak potreba za stalnim zalaganjem koje zahtijeva mnogo vremena, osobito ako administratori sami stvaraju sadržaje. Broj korisnika nekih društvenih mreža, kao npr. Twittera, u Hrvatskoj je još uvijek mali pa treba dobro procijeniti je li potrebno uvoditi takvu društvenu mrežu u poslovanje. Već je istaknuto kao nedostatak nemogućnost otvaranja stranice knjižnice na Facebooku bez otvaranja privatnih profila administratora.

Osim što je bitna redovita prisutnost na društvenim mrežama, bitno je i da se sve informacije, kao i odgovori na korisnička pitanja i komentare, objavljuju pravodobno te da komunikacija doista bude dvosmjerna. S obzirom na to da na društvenim mrežama postoji mogućnost interakcije s korisnicima, treba tu mogućnost i iskoristiti za uključivanje korisnika u stvaranje programa i usluga. Povratne je informacije najlakše dobiti izravnim postavljanjem pitanja i praćenjem komentara. Bez obzira na broj administratora na pojedinoj društvenoj mreži, komunikacija s korisnicima trebala bi biti jednaka, a sadržaj koji se objavljuje kvalitetan i primjeren.

Knjižnica kao ustanova koja se brine o promicanju kulture čitanja i cjeloživotnoga učenja treba biti otvorena prema novim pomagalima za komunikaciju s korisnicima. Knjižnica i čitaonica „Fran Galović“ Koprivnica planira i dalje aktivno djelovati na postojećim društvenim mrežama te pratiti trendove i nove mogućnosti koje se javljaju razvojem tehnologije.

## Bilješke

1. Facebook osvojio svijet : više od 935 milijuna korisnika, 1,5 milijuna Hrvata ima profil! [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: http://www.jutarnji.hr/po-broju-korisnika-facebooka-smo-70-na-svijetu--cak-1-5-milijuna-hrvata-ima-profil-na-toj-drustvenoj-mrezi-/1054483/
2. Stranica Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Facebooku Knjižnica i čitaonica „Fran Galović” Koprivnica [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: https://www.facebook.com/KnjiznicaFranGalovicKoprivnica
3. Stranica TEDxKoprivnicaLibrary na Facebooku TEDx Koprivnica Library [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: https://www.facebook.com/TeDxKoprivnicaLibrary
4. Profil Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Flickru Knjižnica i čitaonica „Fran Galović” Koprivnica [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: https://www.flickr.com/photos/knjiznicafrangalovickoprivnica/
5. Eng. pin = pribadača. U daljnjem tekstu koristit će se pojam iz engleskoga jezika prilagođen hrvatskomu jeziku. [Nap. urednice]
6. Profil Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Pinterestu Knjižnica i čitaonica „Fran Galović” Koprivnica [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: http://www.pinterest.com/knjiznicafgkc/
7. Profil Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica na Twitteru LibraryKC_FranG [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: https://twitter.com/LibraryKC_FranG

## Literatura

Gačan, Maja; Petar Lukačić. Umrežena Knjižnica i čitaonica Fran Galović Koprivnica. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-08-26]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-knjiznica-i-citaonica-fran-galovic-koprivnica-maja-gacan-petar-lukacic.pdf

## Petar Lukačić

*Petar Lukačić profesor je povijesti i pedagogije te diplomirani knjižničar. Od 2009. godine zaposlen je u Knjižnici i čitaonici „Fran Galović“ Koprivnica kao voditelj Odjela za odrasle. Glavno mu je područje zanimanja rad s odraslim korisnicima, elektronička knjiga te rad na društvenim mrežama i njihovoj primjeni u knjižnici. Aktivno sudjeluje u programima za odrasle u vlastitoj ustanovi. Aktivno je sudjelovao s izlaganjima na međunarodnoj konferenciji Libraries in Digital Age u Zadru 2010., međunarodnoj konferenciji u Zagrebu 2012., nacionalnim konferencijama u Sisku 2011., Osijeku 2012. i Čazmi 2013. godine. Odobren mu je studijski boravak u Finskoj preko Agencije za mobilnost i programe Europske unije 2013. godine. Objavljuje stručne članke u Svesku, glasilu Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkoga prigorja te Novostima Hrvatskoga knjižničarskog društva.*

## Maja Krulić Gačan

*Maja Krulić Gačan diplomirala je 2011. godine hrvatski jezik i književnost i informacijske znanosti, smjer bibliotekarstvo na Filozofskome fakultetu u Zagrebu. Od 2012. godine zaposlena je u Knjižnici i čitaonici „Fran Galović“ Koprivnica kao informator u Odjelu za odrasle te je uključena u različite programe i projekte koje provodi Knjižnica, uglavnom vezane uz digitalizaciju zavičajne kulturne baštine, poticanje čitanja na različitim medijima, suradnju s Europeanom, komunikaciju na društvenim mrežama, kao i u kulturne i obrazovne programe Knjižnice. Redovito se stručno usavršuje na domaćim i međunarodnim stručnim skupovima na kojima i sudjeluje s radovima i izlaganjima.*

English

# Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci: društvene mreže kao medij komunikacije

**Tihomir Marojević**
Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci
tiho98@gmail.com

Ključne riječi

- Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci
- društvene mreže
- blog
- Facebook
- Twitter
- YouTube

## Sažetak

Rad govori o društvenim mrežama koje Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci koristi kao pomagalo za promidžbu i informiranje. U prvome dijelu rada odredit će se što su društvene mreže te koje su mogućnosti i razlozi pridruživanja Knjižnice svijetu društvenih mreža. Nakon toga slijedi analiza svih pomagala koje Knjižnica koristi, s najvećim naglaskom na Facebook koji je najraširenija i najpopularnija mreža u Hrvatskoj. Analiza će obuhvaćati objave, broj ostvarenih interakcija, razdiobu korisnika prema dobi i spolu te će se analizirati aktivnost korisnika tijekom šest mjeseci kada je riječ o Facebooku i Twitteru, 10 mjeseci kada je riječ o blogovima *Tragači: dječji čitateljski blog* i *Knjiški frikovi* te 40 mjeseci kada je riječ o YouTubeu.

## Uvod

Društvene mreže možemo odrediti kao uslugu temeljenu na internetu koja omogućuje pojedincima da izrade javni ili djelomično javni profil u sklopu ograničenoga sustava, odrede krug drugih korisnika s kojima su povezani te imaju uvid i pregledavaju sadržaje korisnika u svojem krugu, kao i onih u tome sustavu, čiji su profili javni. [1] Nadalje, društvene se mreže određuju kao besplatna pomagala temeljena na tehnologiji *Web 2.0*, koja korisnicima omogućuju uređivanje njihovih osobnih profila, komuniciranje s drugim korisnicima s kojima su povezani te pridruživanje različitim skupinama korisnika utemeljenih na nekome zajedničkom interesu.[2]

Prema podatcima iz 2011. godine 2,1 milijarde ljudi imalo je profil na nekoj od društvenih mreža. Broj profila bio je znatno veći, čak 5 milijardi, što znači da svaki korisnik ima 2,38 profila.[3] U Europskoj uniji 58 % stanovništva prisutno je na društvenim mrežama.[4] Društvene su mreže u početku bile izrazito popularne kod privatnih osoba jer su organizacije, ustanove i tvrtke postale otvorenije i transparentnije.[5] Omogućeno je javno davanje pritužbi i rješenja te postavljanje pitanja.[6] Zbog te slobode govora i djelovanja, velike su korporacije zbog

tromosti u prihvaćanju promjena u početku imale probleme te su željele ograničiti internetsko iskustvo.[7] Ubrzo velike korporacije i vlade shvaćaju kako društvene mreže omogućuju identificiranje svojih potrošača, pristalica, potencijalnih potrošača, konkurenata i sl.[8] te se i same pojavljuju na društvenim mrežama.
Na sličan je način i Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci prepoznala mogućnosti društvenih mreža. Riječ je o velikome broju potencijalnih i stvarnih korisnika do kojih se može doći brzo i jednostavno. Također valja naglasiti kako činjenica što knjižnica ili neka ustanova ne posjeduje profil na nekoj od društvenih mreža ne znači da ona na njima nije prisutna, odnosno da se o njoj ne priča.[9] Upravo su teme tih razgovora razlog više da se svaka ustanova, pa tako i knjižnica, pridruži društvenim mrežama. Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci prisutna je na nekoliko društvenih mreža – Facebooku, Twitteru, YouTubeu te blogovima *Tragači: dječji čitateljski blog* i *Knjiški frikovi*.

## Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci na Facebooku

*Facebook* je pokrenut 2004. godine na Harvardu kao usluga za *online* društveno umrežavanje. S vremenom se proširio na druge fakultete, srednje škole, tvrtke i, naposljetku, mogle su ga koristiti osobe starije od 13 godina. Prema podatcima iz 2010. *Facebook* ima više od 500 milijuna aktivnih korisnika[10], dok je već 2012. godine broj korisnika prešao milijardu[11]. U Hrvatskoj Facebook koristi 1,6 milijuna korisnika.[12] Navedene brojke i mogućnosti koje one predstavljaju potaknule su Knjižnicu na pridruživanje Facebooku. Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci prepoznala je Facebook kao sredstvo povoljne i brze promidžbe, nov način komuniciranja s korisnicima i srodnim ustanovama te pomagalo koje će približiti rad Knjižnice stvarnim i mogućim korisnicima.
Godine 2009. otvorena je grupa na Facebooku *Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci*. Grupa kao način pojavnosti imala je nekoliko nedostataka. Postojalo je ograničenje slanja poruka članovima nakon što grupa dosegne

Slika 1. Naslovna slika stranice Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na Facebooku u povodu manifestacije Vinkovačke jeseni 2014.

1000 do 1500 članova.[13] Premda grupa na jednome mjestu okuplja ljude istih interesa, kao komunikacijsko sredstvo najmanje je prodorna jer se komentari članova ne pojavljuju na stranici s vijestima.[14] Postoje različita administratorska ograničenja i mogućnost gubitka nadzora nad grupom. Zbog svega navedenoga 2012. godine grupa je uklonjena, a otvorena je stranica *Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci* na Facebooku[15] (Slika 1.). Pri odabiru izgleda stranice Knjižnica se vodila određenim pravilima, kao što je npr. izbor slike i naslovne slike koje nagovještaju o kojoj je ustanovi i vrsti ustanove riječ.[16]

## *Sadržaji*

Knjižnica preko stranice na Facebooku želi promicati čitanje, knjižnice i knjižničarstvo, Gradsku knjižnicu i čitaonicu Vinkovci te Vinkovce, kao i informirati korisnike, te ih potaknuti na neobvezno učenje i istraživanje.

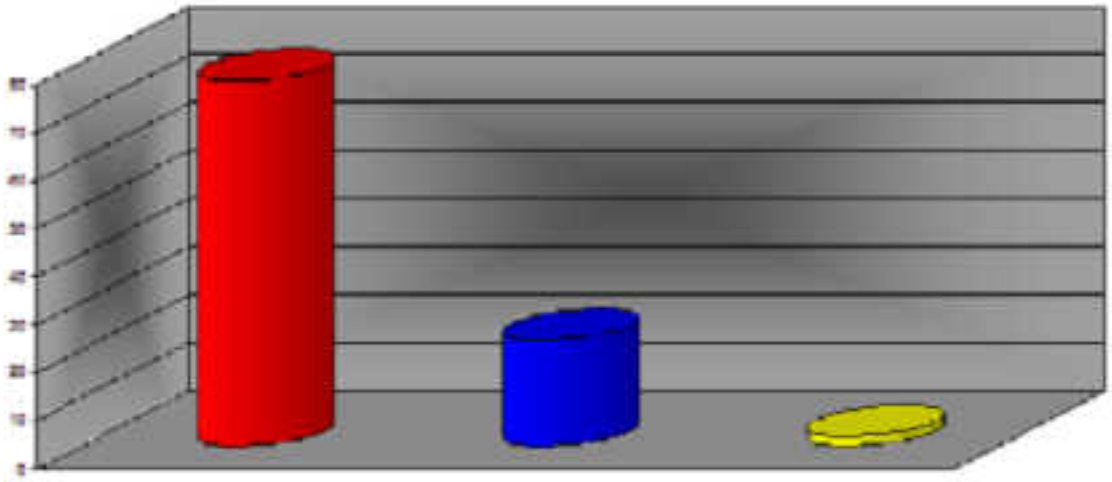
Navedene ciljeve Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci nastoji ostvariti uporabom nekoliko vrsta objava – fotografija knjižnica i knjiga, videozapisa, fotografija i videozapisa vezanih uz prigodne događaje i nadnevke, citata, objavljivanja važnijih medijskih objava, fotografija grada Vinkovaca, slanja poziva za događaje i objavljivanja fotografija s događaja u Knjižnici. Statusi se objavljuju najčešće između 8 i 12 sati jer su, prema dostupnim istraživanjima, korisnici u to vrijeme najaktivniji.[17] Svakodnevno se prema preporukama postave 2 do 4 objave,[18] osim nedjeljom kada se rijetko objavljuje jer su korisnici tada najmanje aktivni.[19]

## *Korisnici*

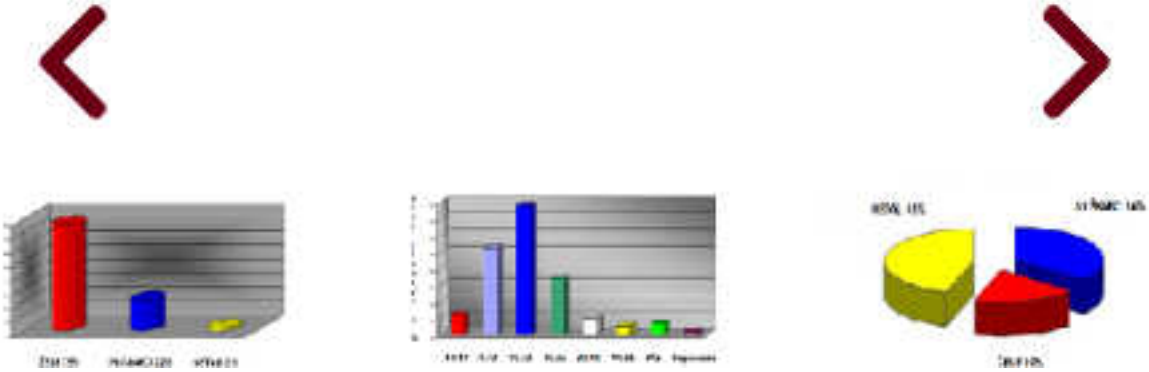
Krajem listopada 2013. godine rad Knjižnice na Facebooku prati 1090 korisnika. Kako bi se izbjegle moguće neugodnosti, neprimjereni sadržaji i sl., Knjižnica je na profilu objavila pravila kojih se moraju pridržavati svi posjetitelji i administratori stranice. Analizirajući podatke koje *Facebook* prikuplja, uočljivo je kako žene puno više prate Knjižnicu na Facebooku. Od ukupnoga broja korisnika žene čine čak 72 %, muškarci 26 %, a 2 % čine ostali, što uključuje korisnike bez oznake spolne pripadnosti te profile udruga i ustanova (Grafikon 1).

Dobna analiza daje očekivane podatke, odnosno 70 % korisnika mlađe je od 35 godina, a čak 91 % korisnika koji prate stranicu Knjižnice na Facebooku mlađe je od 45 godina (Grafikon 2). Analizirajući korisničku aktivnost na Facebooku, došlo se do sljedećih podataka: najviše se koristi mogućnost sviđanja jer zahtijeva najmanji broj klikova, a samim time i vremena. Može se uočiti kako dijeljenja koriste često druge ustanove, dok se na komentiranje najčešće odlučuju knjižničari iz drugih knjižnica i srodnih ustanova. Stvarni korisnici Knjižnice zbog određene se nelagode ne odlučuju na komentare.

Korisnici najviše reagiraju na fotografije grada Vinkovaca, kao i na fotografije koje su vezane uz djecu i najmlađe. Knjižnica je u šest mjeseci, koji su bili predmet istraživanja, imala 223 objave. Spomenuti broj objava ostvario je 3841 sviđanje, 202 komentara i 234 dijeljenja. Ako se izračuna prosjek interakcija po objavi, dolazi se do sljedećih podataka: svaka je objava prikupila u prosjeku 17,2 sviđanja, 0,9 komentara i 1 dijeljenje, odnosno 19 interakcija po objavi.




*Grafikon 1. Spolna razdioba osoba koje prate Gradsku knjižnicu i čitaonicu Vinkovci na Facebooku u postotcima*



Slika 2. Slika profila Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na Twitteru

## Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci na Twitteru

Twitter je pokrenut kao mikroblog usluga za pojedince, a u međuvremenu je postao i usluga za umrežavanje. Kako je riječ o mikroblogu, tekstovi za objavljivanje ograničeni su na 140 znakova.[20]

Knjižnica je na Twitteru prisutna od sredine 2012. godine, kada je otvoren profil pod nazivom *Knjižnica Vinkovci*[21] (Slika 2). *Twitter* nije popularan među korisnicima Knjižnice kao *Facebook*. Profil na ovoj društvenoj mreži otvoren je jer postoje aplikacije koje omogućuju spajanje profila na Facebooku i Twitteru pa je tako svaka objava na Facebooku istodobno objavljena i na Twitteru te time *Twitter* ne zahtijeva dodatno vrijeme za rad i održavanje profila aktivnim. Do 30. listopada 2013. godine Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci imala je 58 pratitelja, što je na prvi pogled vrlo malo, uspoređujući s Facebookom, no ako se uzme u obzir podatak da je u Hrvatskoj približno 52 tisuće korisnika Twittera[22], onda je broj pratitelja na Facebooku i Twitteru razmjeran s obzirom na ukupan broj korisnika tih društvenih mreža.

Razdioba je pratitelja sljedeća – od 58 pratitelja 21 je muška osoba, 11 su ženske osobe, a 26 su profili različitih udruga, poduzeća, ustanova i sl. (Grafikon 3)

Knjižnica prati 44 profila. Analizirajući razdoblje od svibnja do listopada 2013. godine u kojem su objavljena 223 *tvita*, potvrđeno je da *Twitter* nije popularan među korisnicima Knjižnice jer u spomenutih šest mjeseci nije ostvarena komunikacija, odnosno interakcija, ni s jednim korisnikom.

## Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci na YouTubeu

*YouTube*, često nazivan *tražilica broj 2* nakon Googlea, utemeljili su Steve Chan, Chad Hurley i Jawed Karim 2005. godine kao internetski forum za postavljanje i razmjenu videozapisa.

Već godinu dana poslije *Google* je kupio *YouTube* za 1,65 milijardi američkih dolara. Riječ je o iznimno popularnoj usluzi koja bilježi dvije milijarde posjeta dnevno. Svake se minute postavi 24 sata videomaterijala, a prosječna osoba provede 15 minuta dnevno na YouTubeu.[23]

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci otvorila je 2009. godine kanal na YouTubeu pod nazivom *GkVinkovci*.[24]

> *Pravilo kaže da se svaki videozapis mora sažeti na tri do četiri minute jer ga inače korisnik neće pogledati. Upravo to sažimanje videozapisa s određenih događaja, koji često traju više od 60 minuta, zahtijeva mnogo vremena, stoga se sadržaji na YouTube nešto rjeđe postavljaju.*

Nedostatak je YouTubea kao medija za promidžbu i obavješćivanje vrijeme koje je potrebno kako bi se određeni videozapis obradio. Prosječno je gledanje videozapisa na kanalu Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci 2:54 minute, što znači da sve videozapise treba sažimati na najviše tri minute. Na kanalu Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na YouTubeu dosad je postavljeno 20 videozapisa koji su pregledani 6327 puta ili 316 puta po videozapisu. Procijenjeno je da je pregledano 2078 minuta. Ostvareno je 8 sviđanja, 3 nesviđanja, 5 komentara i 8 dijeljenja videozapisa.

Slika 3. Slika profila Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na YouTubeu

## Blogovi

Blog je mala, redovito obnavljana internetska stranica kojom upravlja pojedinac, a koju posjećuje veći broj posjetitelja.[25] Postoje četiri vrste blogova:

- osobni – iznose se pojedinosti iz vlastitoga života
- obavijesni i interpretativni – iznose se informacije i mišljenja radi širenja znanja ili promicanja sudjelovanja u političkim zbivanjima
- službeni i reklamni – autore angažiraju tvrtke, političke stranke ili druge vrste udruženja radi iskorištavanja diskurzivne mogućnosti bloga za ostvarivanje političkih, poslovnih ili drugih interesa
- ostali blogovi – npr. blogovi kojima se namjerno objavljuju netočne informacije ili stvara pomutnja u blogosferi (lažni blogovi, tzv. *flogovi*) ili oni stvoreni posredstvom automatskih programa i internetskih mehanizama radi ostvarivanja zarade od *online* oglašavanja (*spam* blogovi, tzv. *splogovi*) i sl.[26]

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci jedna je od četiriju knjižnica, uz Gradsku knjižnicu Rijeka, Gradsku knjižnicu Zadar i Narodnu knjižnicu *Petar Preradović* Bjelovar, koje su pokrenule i pišu blogove *Tragači: dječji čitateljski blog* i *Knjiški frikovi*. Riječ je o obavijesnim i interpretativnim blogovima kojima se potiče čitanje te pisanje blogova kod djece i mladih jer je blog kao oblik komunikacije najmanje popularan među tinejdžerima i djecom. Samo 6 % svih blogera mlađi su od 18 godina.[27]

## *Tragači: dječji čitateljski blog*

*Tragači: dječji čitateljski blog*[28] virtualni je čitateljski klub za djecu od 8 do 13 godina koja vole knjige, čitanje i rasprave o pročitanome (Slika 4).

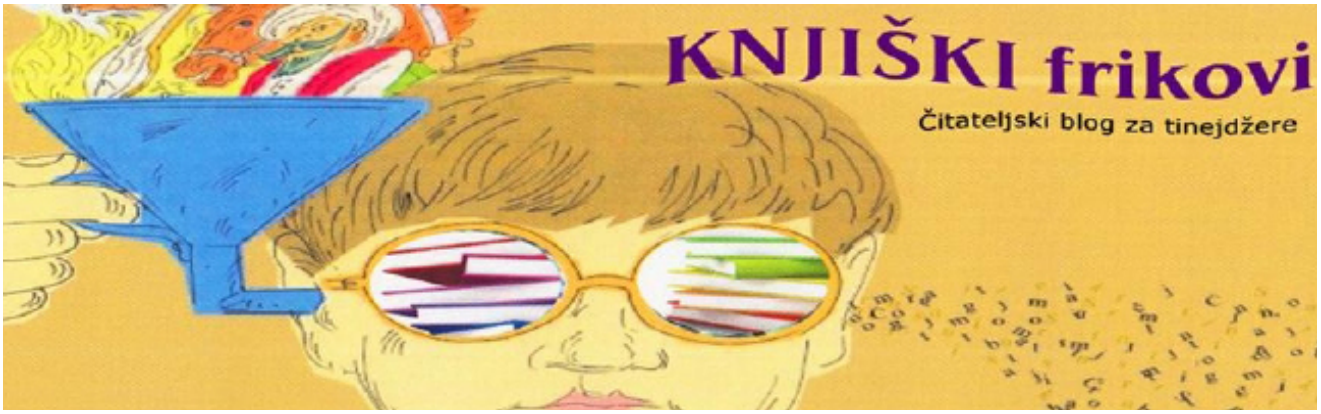
Svim tekstovima koji se objavljuju na blogu *Tragači: dječji čitateljski blog* svrha je promidžba knjige i čitanja. Od početka 2013. do listopada iste godine objavljeno je 76 *postova* koji su dobili 1428 komentara ili 18,8 komentara po *postu*.

Slika 4. Naslovna slika dječjega čitateljskog bloga *Tragači*

## *Knjiški frikovi*

*Knjiški frikovi* je čitateljski blog za tinejdžere koji potiče čitanje tinejdžera, omogućuje rasprave o pročitanome, preporučuje nove naslove i sl. (Slika 5).

Od početka 2013. do listopada iste godine objavljeno je 25 *postova* koji su dobili 46 komentara ili 1,8 komentar po *postu*.




Slika 5. Naslovna slika čitateljskoga bloga za tinejdžere *Knjiški frikovi*

## Zaključak

Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci jedna je od prvih knjižnica koja je prepoznala snagu društvenih mreža. Neprekidno je na društvenim mrežama više od pet godina. Preko rada na društvenim mrežama Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci postala je prepoznatljivija lokalnoj i stručnoj javnosti te se dodatno približila korisnicima. Sva pomagala korištena su radi društvenoga marketinga, odnosno promidžbe čitanja, te se na taj način pridonosi ostvarenju jednoga od poslanja svake knjižnice, a to je širenje znanja i informacija.

U budućnosti je plan, ako se pokaže potrebnim, pridružiti se i drugim društvenim mrežama, kao što su *Pinterest* ili *Flickr*, te dodatno poboljšati stranicu na Facebooku uvođenjem *online* kataloga Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na Facebook.

## Bilješke


1. Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Social Network Sites : Definition, History and Scholarship. // Journal of Computer-Mediated Communication 13, 1(2007), 211 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/abstract
2. Biloš, Antun; Ivan Kelić. Marketing aspects of social networks. // Ekonomska istraživanja, Spec. Issue, 2(2012), 154 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=152892
3. Osmanbegović, Edin. Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine. // Tranzicija : časopis za ekonomiju i politiku tranzicije 13, 28(2011), 71 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111770
4. Isto, str. 76.
5. Biloš, Antun; Ivan Kelić. Nav. djelo. Str. 158.
6. Stanojević, Milan. Marketing na društvenim mrežama. // Medianali : znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva 5, 10(2011), 170 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=115717
7. Basrak, Bojan. Internet kao prostor slobodne društvene komunikacije. // Čemu 8, 16/17(2009), 63 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92385
8. Biloš, Antun; Ivan Kelić. Nav. djelo. Str. 155.
9. Riha, Željko. Social media <ppt>. Osijek : Ekonomski fakultet, 2012.

10. Kušić, Siniša. Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole : navike Facebook generacije. // Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja 56, 24(2)(2010), 105-106 [citirano: 2013-10-20].
Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=94860
11. Facebook premašio broj od milijardu korisnika [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.vecernji.hr/vijesti/facebook-premasio-broj-milijardu-korisnika-clanak-460387
12. Koja zemlja u regiji ima najviše korisnika Facebooka? [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.index.hr/black/clanak/koja-zemlja-u-regiji-ima-najvise-korisnika-facebooka/662838.aspx
13. Stanojević, Milan. Nav. djelo. Str. 169.
14. Pažur Vojvodić, Ivana. Kemija na Facebooku. // Kemija u industriji 59, 2(2010), 81 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=74221
15. Stranica Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na Facebooku Gradska knjižnica i čitaonica Vinkovci [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: https://www.facebook.com/gkvk1875
16. 20 savjeta za vođenje Facebook fan stranice [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.facebook-hrvatska.com/facebook-novosti/20-savjeta-za-vodjenje-facebook-fan-stranice-infographic-348/
17. Biberović, Mia. Istraživanje : Hrvati, postavljajte sadržaj na Facebook između 13 i 14 sati, utorkom! [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.netokracija.com/facebook-istrazivanje-hrvatska-55026
18. 20 savjeta za vođenje Facebook fan stranice [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.facebook-hrvatska.com/facebook-novosti/20-savjeta-za-vodjenje-facebook-fan-stranice-infographic-348/
19. Biberović, Mia. Nav. djelo.
20. Avdagić, Denis. Kako koristiti Twitter 1.2 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.scribd.com/doc/25367541/Kako-koristiti-Twitter-1-2#download
21. Profil Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na Twitteru Knjižnica Vinkovci @ KnjiznicaVk1875 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: https://twitter.com/KnjiznicaVk1875
22. Twitter ima više od 50 tisuća korisnika u Hrvatskoj! [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://dnevnik.hr/vijesti/tech/twitter-ima-vise-od-50-tisuca-korisnika-u-hrvatskoj---274488.html
23. Berkec, Silvija. Od Goethea preko Schubera do Rammsteina – primjena YouTubea u nastavi njemačkog jezika. // Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja 58, 27(1)(2012), 247 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=125502
24. Kanal Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci na YouTubeu GkVinkovci [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.youtube.com/user/GkVinkovci
25. Encyclopedia of Political Communication. Los Angeles : Sage Publications, 2008. Str. 62.
26. Vobič, Igor. The Normalization of the Blog in Jurnalisam : Online Newspapers of Slovene Traditional Media. // Medijska istraživanja 13, 2(2007), 59-83 [citirano: 2013 – 10 - 20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=40328

27. Vilović, Gordana; Daniela Širinić. Tko su hrvatski blogeri. // Medianali : znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva 3, 5(2009), 76 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/search/?q=Tko+su+hrvatski+blogeri
28. Blog Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci Tragači : dječji čitateljski blog [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://traganje.wordpress.com/
29. Blog Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci Knjiški frikovi [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://frikovi.wordpress.com/

## Literatura

20 savjeta za vođenje Facebook fan stranice [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.facebook-hrvatska.com/facebook-novosti/20-savjeta-za-vodjenje-facebook-fan-stranice-infographic-348/

Avdagić, Denis. Kako koristiti Twitter 1.2 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.scribd.com/doc/25367541/Kako-koristiti-Twitter-1-2#download

Basrak, Bojan. Internet kao prostor slobodne društvene komunikacije. // Čemu 8, 16/17(2009), 53-67 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92385

Berkec, Silvija. Od Goethea preko Schubera do Rammsteina – primjena YouTubea u nastavi njemačkog jezika. // Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja 58, 27(1)(2012), 244-256 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=125502

Biberović, Mia. Istraživanje : Hrvati, postavljajte sadržaj na Facebook između 13 i 14 sati, utorkom! [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.netokracija.com/facebook-istrazivanje-hrvatska-55026

Biloš, Antun; Ivan Kelić. Marketing aspects of social networks. // Ekonomska istraživanja, Spec. Issue, 2(2012), 153-171 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=152892

Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Social Network Sites : Definition, History and Scholarship. // Journal of Computer-Mediated Communication 13, 1(2007), 210-230 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/abstract

Encyclopedia of Political Communication. Los Angeles : Sage Publications, 2008.

Facebook premašio broj od milijardu korisnika [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.vecernji.hr/vijesti/facebook-premasio-broj-milijardu-korisnika-clanak-460387

Koja zemlja u regiji ima najviše korisnika Facebooka? [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://www.index.hr/black/clanak/koja-zemlja-u-regiji-ima-najvise-korisnika-facebooka/662838.aspx

Kušić, Siniša. Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole : navike Facebook generacije. // Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja 56, 24(2)(2010), 103-125 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=94860

Marojević, Tihomir. Virtualno povezivanje Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci s korisnicima i knjižnicama. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2013-10-22]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-gradska-knjiznica-i-citaonica-vinkovci-tihomir-marojevic.pdf

Osmanbegović, Edin. Aspekti ranjivosti korisničkih podataka na društvenim mrežama – slučaj Bosne i Hercegovine. // Tranzicija : časopis za ekonomiju i politiku tranzicije 13, 28(2011), 70-79 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111770

Pažur Vojvodić, Ivana. Kemija na Facebooku. // Kemija u industriji 59, 2(2010), 80-82 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=74221

Riha, Željko. Social media <ppt>. Osijek : Ekonomski fakultet, 2012.

Stanojević, Milan. Marketing na društvenim mrežama. // Medianali : znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva 5, 10(2011), 165-180 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=115717

Twitter ima više od 50 tisuća korisnika u Hrvatskoj! [citirano: 2013-10-20]. Dostupno na: http://dnevnik.hr/vijesti/tech/twitter-ima-vise-od-50-tisuca-korisnika-u-hrvatskoj---274488.html

Vilović, Gordana; Daniela Širinić. Tko su hrvatski blogeri. // Medianali : znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva 3, 5(2009), 65-94 [citirano: 2013-10-20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/search/?q=Tko+su+hrvatski+blogeri

Vobič, Igor. The Normalization of the Blog in Jurnalisam : Online Newspapers of Slovene Traditional Media. // Medijska istraživanja 13, 2(2007), 59-83 [citirano: 2013 – 10 - 20]. Dostupno i na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=40328

## Tihomir Marojević

*Tihomir Marojević diplomirao je knjižničarstvo i hrvatski jezik i književnost na Pedagoškome fakultetu u Osijeku. Godine 2008. upisuje poslijediplomski specijalistički studij Marketing posebnih područja na Ekonomskome fakultetu u Osijeku. Volonterski i studentski radio je u Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici u Osijeku, Franjevačkoj knjižnici u Mostaru i Gradskoj knjižnici i čitaonici Vinkovci. Od 2007. godine zaposlen je u Gradskoj knjižnici i čitaonici Vinkovci, a od 2010. voditelj je Studijskoga odjela. Član je Društva knjižničara Slavonije i Baranje, Hrvatskoga čitateljskog društva te brojnih nestrukovnih udruga. Vodio je jednogodišnji projekt prekogranične suradnje Libraries for a new age, novčano potpomognut iz pretpristupnih fondova Europske unije. Sudjelovao je na brojnim seminarima i konferencijama u zemlji i inozemstvu kao sudionik i izlagač. Godine 2014. studijski je boravio u Rumunjskoj u sklopu Grundtvig projekta Digital literacy – a necessity in the social and professional inclusion of deaf. Objavio je nekoliko radova u stručnim časopisima i zbornicima.*

English

# Gradska knjižnica Vukovar na Facebooku: stalna komunikacija i druženje s korisnicima

**Vlatka Surma Szabo** | **Marija Bugarski**
Gradska knjižnica Vukovar
vlatka.surma.szabo@gkvu.hr | marybugarsky@gmail.com

Ključne riječi

- Gradska knjižnica Vukovar
- društvene mreže
- Facebook

## Sažetak

Rastom popularnosti Facebooka bilo je pitanje vremena kada će njegove pozitivne strane uočiti tvrtke i ustanove te ih odlučiti iskoristiti u svojem poslovanju. S obzirom na to da *Facebook* okuplja velik broj korisnika, i mogućih i trenutačnih, knjižnice su se odlučile približiti svojim korisnicima na ovaj način i pokazati im da su prisutne i u virtualnome okruženju. Gradska knjižnica Vukovar učinila je taj korak 2012. godine i u siječnju je otvorila stranicu, a uskoro i profil preko kojega svakodnevno objavljuje informacije i fotografije s brojnih događaja koji se organiziraju u prostoru Knjižnice, ali i izvan njega. U radu će biti prikazani rezultati istraživanja aktivnosti stranice i profila Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku u 2012. godini, iskazani usporednom analizom broja objava i albuma fotografija te sviđanja i komentara koje su te objave i albumi postigli na profilu i stranici. Na temelju prikupljenih podataka u završnome dijelu rada iznijet će se zaključak o uspješnosti profila i stranice Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku, u namjeri da se Knjižnica približi korisnicima i da bude na mjestu gdje su korisnici te da im dostavlja potrebne informacije u pravo vrijeme.

## Kratka povijest Gradske knjižnice Vukovar

Knjižnica je utemeljena 1947. godine s jednim djelatnikom i početnim fondom od 1116 svezaka. Bila je smještena u središtu grada. Godine 1961. otvara se Dječji odjel i Knjižnica postaje matičnom knjižnicom tadašnje općine Vukovar. Kako se povećavao fond i kako su se organizirali novi odjeli, tako se Knjižnica više puta selila, tragajući za odgovarajućim prostorom. Današnji prostor na Trgu Republike Hrvatske 1 pronašla je 1980. godine.

Ovako dobro ustrojenu Knjižnicu s odjelom za djecu, odrasle, studijskom čitaonicom, igraonicom za predškolski uzrast te planovima za informatizaciju, kao i grad kojemu pripada, pogodila je katastrofa – rat, agresija na domovinu, tromjesečno bjesomučno granatiranje i uništavanje cijeloga grada do temelja. Tako je Knjižnica, dijeleći sudbinu grada i sama teško oštećena, opljačkana i poharana. Tijekom Domovinskoga rata i okupacije Gradska knjižnica Vukovar izgubila je 40 % fonda, što je nešto više od 30 000 svezaka.

Dan 8. svibnja 2001. godine, kada je svečano otvorena obnovljena i uređena Knjižnica koja se tek tada ponovno mogla smatrati knjižnicom, ostat će trajno zabilježen kao poseban dan za Gradsku knjižnicu Vukovar i sve njezine djelatnike.

## Gradska knjižnica Vukovar na društvenim mrežama

Gradska knjižnica Vukovar kao kulturno-informacijsko središte grada Vukovara trenutačnim i mogućnim korisnicima osigurava slobodan, neograničen i ravnopravan pristup svim postignućima civilizacije i kulture, znanju, informacijama i idejama, neovisno o dobi korisnika, spolu, društvenome statusu, vjeri, naciji ili nekome drugom mjerilu, a radi njihova cjeloživotnog učenja, osobnoga razvoja ili zabave, kao i promicanja vrijednosti knjižnice i knjižničnih usluga na dobrobit pojedinca i lokalne zajednice, ali i šire. Društvena tehnologija nije samo hir, nego temeljni pomak prema budućem razvoju poslovanja i načina na koji komuniciramo. Očito je da društvene tehnologije ostvaruju vrijednost u tvrtki kada su jasno povezane s poslovnim procesima i ostvarivanjem poslovnih ciljeva. Društvene su mreže tijekom zadnjih godina postale dijelom svih područja života. Povezuju nas, otuđuju nas, volimo ih, ne volimo ih. Brojni kritičari ističu društvene mreže kao vrhunac otuđenosti. U današnje vrijeme više vremena provodimo pred računalom nego u društvu naše obitelji ili prijatelja. No, pitanje je jesmo li otuđeni neovisno o društvenim mrežama i nisu li zapravo društvene mreže logičan slijed informatičkoga razvoja.

Društvene se mreže i knjižnice prožimaju, s obzirom na to da je riječ o suvremenoj društvenoj pojavi zanimljivoj velikomu broju građana, što znači i korisnika knjižnica. Prisutnost knjižnica na društvenim mrežama neupitna je, samo je pitanje što predstaviti, koje sadržaje i koje informacije učiniti dostupnima te kako uspješno komunicirati na pojedinoj mreži. Društvene su mreže preuzele stratešku ulogu i one su već bitne ili donekle bitne za poslovanje. Mnoge organizacije koriste Facebook i druge društvene mreže za vanjske aktivnosti, kao što su brendiranje, marketing i sl.

Korištenjem društvenih mreža, odnosno Facebooka,

Slika 1. Naslovna slika stranice Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku

promijenio se način komunikacije Knjižnice s korisnicima, odnosno njezina obraćanja korisnicima. Takve besplatne *online* usluge omogućuju vlastitu promidžbu, postavljanje obavijesti, videozapisa, fotografija i komunikaciju s korisnicima preko poruka. Svojim sadržajem i dizajnom poruke su postale predmet dobrovoljne međusobne razmjene većega broja korisnika preko društvene mreže. Prednost je marketinga preko Facebooka, uključujući promicanje ustanove, događaja i programa, vrlo brza povratna informacija o uslugama i obuhvaćanje specifičnih ciljanih skupina u kratkome vremenu, odnosno približavanje usluga korisnicima.

## *Svrha i metodologija rada*

Pojavom Weba 2.0, pred knjižnice širom svijeta, a tako i one u Hrvatskoj, stavljen je zadatak da prate promjene i budu tamo gdje su njihovi korisnici. S obzirom na to da je *Facebook* danas najveća društvena mreža s više od milijardu korisnika,[1] zbog tako velikoga broja korisnika knjižnice mogu koristiti Facebook kao svoje marketinško pomagalo jer preko njega na brz i djelotvoran način mogu prenijeti poruku korisnicima. Za razliku od internetskih stranica knjižnica gdje postoji samo komunikacija između korisnika i knjižnice, na društvenim mrežama postoji mogućnost da korisnik preko svojih prijatelja koji dijele određene najave događaja ili albume s radionicama dođe do informacija koje inače ne bi vidio.

Slijedeći primjere inozemnih i hrvatskih knjižnica, Gradska knjižnica Vukovar otvorila je 12. siječnja 2012. godine svoju stranicu na Facebooku[2]. Ubrzo zatim otvorila je i profil kako bi korisnicima omogućila izbor u praćenju objava. Do kraja 2012. godine stranica je ostvarila 370 sviđanja, što znači da ju je 370 korisnika pratilo preko stranice na Facebooku. S druge strane, profil Gradske knjižnice Vukovar imao je 945 prijatelja koji su na profil knjižnice poslali zahtjev za prijateljstvo. Strogo je pravilo Gradske knjižnice Vukovar da ne šalje zahtjeve za prijateljstvo svojim korisnicima jer im se ne želi nametati, nego njima ostavlja odabir da prvi dobrovoljno stupe u kontakt. Iz navedenih se podataka može se zaključiti kako korisnici radije odabiru profil nego stranicu te da žele biti prijatelji s Gradskom knjižnicom Vukovar. Razlog za takvu odluku nije moguće ponuditi bez podrobnijega istraživanja u kojem bi se korisnicima moglo postaviti pitanje zašto radije odabiru profil u odnosu na stranicu. Statistička analiza profila korisnika pokazuje da je riječ o korisnicima različitih dobnih skupina, od tinejdžera do osoba treće životne dobi, koji su zaposleni na različitim mjestima i od kojih svi ne žive u Vukovaru. Posebno je potrebno istaknuti korisnike koji preko prijatelja koji žive u Vukovaru odluče dodati Knjižnicu za svojega prijatelja ili turiste koji kruzerima dolaze u Vukovar i često dođu u Knjižnicu zbog pristupa internetu te tom prigodom dodaju Gradsku knjižnicu Vukovar za prijatelja.

Gradska knjižnica Vukovar koristi Facebook kao marketinško pomagalo preko kojega svojim korisnicima šalje obavijesti i najave novih događaja koji se pripremaju u Knjižnici. Osim najave događaja, s korisnicima dijeli obavijesti o sudjelovanju djelatnika na stručnim skupovima i predavanjima, obavijesti o nagradnim igrama koje organizira i sl. Također, postavlja i albume kako bi prenijela

ozračje s događaja, radionica i iz svakodnevnoga rada Knjižnice. Knjižnica koristi Facebook za komunikaciju s korisnicima preko sandučića te komentara na pojedine slike i obavijesti, kao i za čestitanje rođendana. Može se zaključiti da Knjižnica umnogome koristi mogućnosti koje nudi *Facebook* kako bi svoje korisnike obavijestila o redovitu radu.

## *Metodologija istraživanja*

S obzirom na to da Gradska knjižnica Vukovar ima i stranicu i profil na Facebooku koje redovito svakodnevno osuvremenjuje, pa čak i nekoliko puta dnevno, ovisno o broju događaja, ovim se istraživanjem željelo vidjeti prate li korisnici Knjižnicu, u kolikoj mjeri i kakve povratne informacije Knjižnica dobiva od njih.
Istraživanje je usredotočeno na kvantitativne pokazatelje do kojih se moglo doći promatrajući i analizirajući broj objava, albuma, te sviđanja i komentara. Sustavno su se mjesečno pratili podatci za stranicu i profil. Na kraju godine svi su podatci zbrojeni kako bi se dobio pregled cijele godine. I za stranicu i za profil na Facebooku bilježili su se isti podatci:

- broj objava – broj sviđanja, komentara i dijeljenja objava
- broj albuma i broj slika, uključujući broj sviđanja, komentara, dijeljenja na albume i slike.

Prije početka istraživanja odlučeno je da će se koristiti kvantitativni podatci zbog njihove pouzdanosti, objektivnosti i lakše obradbe, kao i mogućnosti uporabe i usporedbe s podatcima iz drugih knjižnica ili drugih istraživanja.
U nastavku rada bit će prikazani rezultati do kojih se došlo analizom koja je provedena 2012. godine radi utvrđivanja aktivnosti profila i stranice Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku.

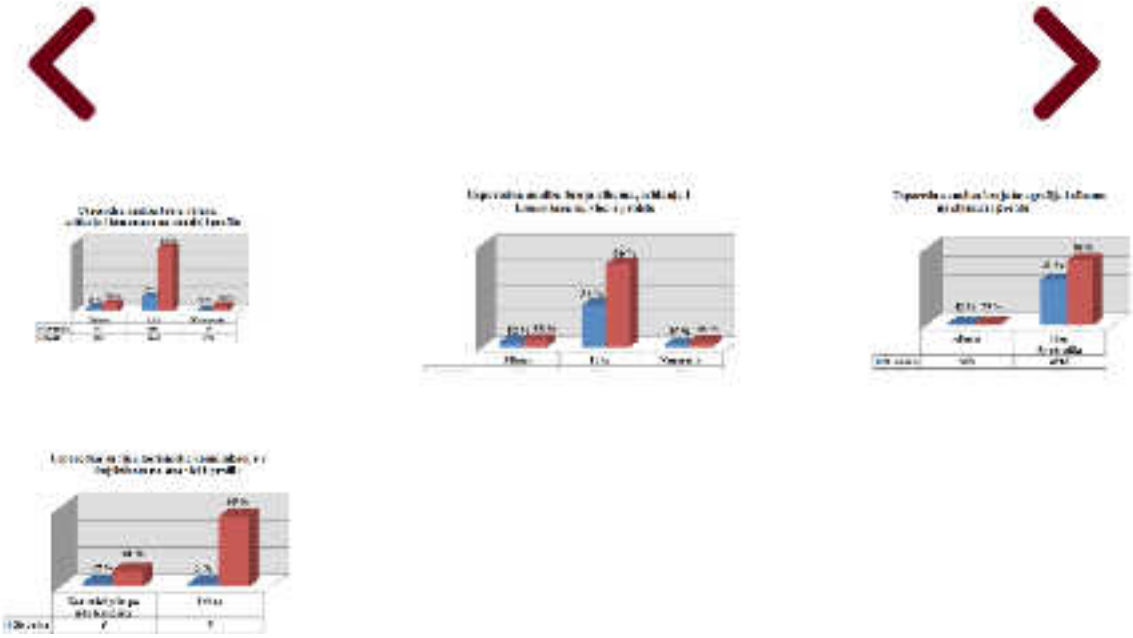
## *Analiza i rezultati*

Korisnici najčešće koriste Facebook kako bi preko njega podijelili misli i osjećaje sa svojim prijateljima. Za razliku od njih, tvrtke, poduzeća i kulturne ustanove koriste Facebook za postavljanje obavijesti o događajima koje organiziraju, aktivnostima koje provode, nagradnim igrama i sl. U 2012. godini Gradska knjižnica Vukovar postavila je na stranici na Facebooku 95 objava, koje su ostvarile 432 sviđanja i 19 komentara. Ako se sagledaju ovi podatci, može se zaključiti da je korisnicima najlakše izraziti sviđanje pojedine objave i na takav način pokazati da im se sviđa ono što je objavljeno. U odnosu na broj sviđanja, broj je komentara znatno manji i pretpostavlja se da je razlog tomu moguća nelagoda korisnika prilikom komentiranja objava neke ustanove, a i s obzirom na to da svaki komentar koji korisnik napiše mogu vidjeti svi njegovi prijatelji, možda korisnici ne žele da njihovi prijatelji vide kako su komentirali objave Gradske knjižnice Vukovar. Navedene tvrdnje samo su nagađanja, s obzirom na to da se točan odgovor na ovo pitanje može dobiti ciljanim istraživanjem u sklopu kojega bi se proveo intervju s ciljanom skupinom u kojem bi korisnici mogli izraziti svoje mišljenje. Dok su se u sklopu istraživanja brojili komentari korisnika, oni su i pregledani te je utvrđeno da su to najčešće bile pohvale radionica koje se provode, upiti u svezi s programima koji su najavljivani ili upiti u svezi s radnim vremenom i sl.
Na profilu Gradske knjižnice Vukovar u 2012. godini postavljene su 223 obavijesti, koje su imale 1859 sviđanja

i 171 komentar. Kao što je prije u radu istaknuto, profil Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku ima znatno više prijatelja u odnosu na broj pratitelja stranice, te je sukladno tomu, veći broj ljudi mogao vidjeti i obavijesti koje su postavljene na profilu, izraziti sviđanje i komentirati. Kao i kad je riječ o stranici, i kod profila je puno veći broj korisnika kojima se sviđa određena objava, nego onih koji je komentiraju. Ako se usporede profil i stranica Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku, može se utvrditi da je znatno veći broj objava na profilu nego na stranici, a sukladno tomu i veći broj sviđanja i komentara (Grafikon 1). Iako se ustanovama preporučuje da otvore stranice na Facebooku, a ne profile, ističući kako su oni neprihvatljivi za korisnike, Gradska knjižnica Vukovar otvorila je i profil i stranicu kako bi svojim korisnicima ponudila izbor. Korisnici su svojim odabirom prednost dali profilu, o čem svjedoči broj korisnika koji su poslali zahtjev za prijateljstvo i zbog toga se neke obavijesti postavljaju samo na profilu, a ne i na stranici. Nakon analize broja objava s brojem sviđanja i komentara provedena je analiza broja albuma s brojem sviđanja i komentara. Slijedeći izreku da slika govori više od tisuću riječi, Gradska knjižnica Vukovar fotografijama pokušava trenutačnim i mogućim korisnicima približiti što radi, kakve programe organizira, koje pisce, glumce i umjetnike poziva i sl. Upravo zbog toga najviše objavljuje albume s programima koje organizira, kao i fotografije pojedinih radionica iz tjedna u tjedan. Budući da su se kreativne radionice, kao npr. radionica *Djeca koja prezimljuju u knjižnici* u sklopu projekta *RTL pomaže djeci*, *Chill Out* radionica tijekom ljetnih mjeseci i sl., svaki tjedan različite, sve se zabilježi fotoaparatom i odabrane se fotografije postave na profil i stranicu na Facebooku. Grafikon 2 prikazuje kako su u 2012. godini na profilu na Facebooku postavljena 103 albuma koja su postigla 831 sviđanje i 58 komentara. Kao i kod objava, korisnici se u znatno većoj mjeri odlučuju za sviđanja nego za komentare zbog njihove jednostavnosti. Pregledom komentara uviđa se kako korisnici najčešće hvale radionice, raspituju se o vremenu održavanja, hvale vlastitu djecu ili djecu poznanika koji su sudionici radionica. Kao i kod objava, profil je također u velikoj prednosti u odnosu na stranicu, tako da je na profilu objavljeno 145 albuma, koji su postigli 1630 sviđanja i 107 komentara. S obzirom na to da na profilu veći broj korisnika ima mogućnost vidjeti objavljene albume, za očekivati je bilo da će i veći broj korisnika označiti kako im se sviđaju i komentirati ih (Grafikon 3).

Osim broja albuma, popisan je i broj fotografija koje se nalaze u albumima. Tako su na stranici objavljena 103 albuma u kojima se nalazi 4718 fotografija. S obzirom na to da ne postoji određeno pravilo o tome koliko se fotografija objavljuje, ovisno o događaju i njegovoj važnosti, knjižničarka koja uređuje stranicu na Facebooku odabire određen broj fotografija i zbog toga se broj fotografija po albumima razlikuje. Zadnji dio istraživanja bio je usredotočen na komunikaciju između korisnika i Knjižnice preko profila i stranice (Grafikon 4). *Facebook* nudi korisnicima mogućnost pisanja po zidu Knjižnice, ako žele da svi njihovi prijatelji i prijatelji Knjižnice vide što je objavljeno, ili pisanja u sandučić ako žele poslati izravnu poruku koja nije svima vidljiva. Početna svrha Facebooka bila je povezivanje ljudi i omogućivanje stvaranja novih poznanstava s ljudima zajedničkih interesa. Na stranici Gradske knjižnice Vukovar korisnici su po zidu pisali samo šest puta, dok su u sandučiću ostavili samo pet poruka. Bitno je istaknuti kako je ovo mali broj, a razlog može biti u tome što korisnici nemaju potrebu za komunikacijom s Knjižnicom ili osjećaju nelagodu. U odnosu na stranicu, na profilu je 25 korisnika pisalo po zidu, što je veći broj u odnosu na stranicu, no i to je mali broj s obzirom na promatrano razdoblje od godinu dana. U sandučiću profila korisnici su ostavili 107 poruka. Sadržaji poruka

*Grafikon 1. Usporedna analiza broja objava, sviđanja i komentara na stranici i profilu Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku*



koje su ostavljali bili su različiti, od upita o radnome vremenu i različitim igraonicama, do pohvala radionica ili slanja upita za seminarske, maturalne ili diplomske radove. Iz navedenoga je moguće zaključiti da, iako postoji, komunikacija je korisnika s Knjižnicom lošija u odnosu na broj korisnika koji prati stranicu i profil Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku. Pretpostavlja se kako korisnici nisu zainteresirani za komunikaciju s Knjižnicom ili oni sami nemaju naviku javnoga komentiranja, ali bez podrobnijega istraživanja nije moguće ponuditi točan odgovor.

## Zaključak

Gradska knjižnica Vukovar uvidjela je prednosti koje nudi *Facebook* i odlučila ih je iskoristiti u svojem svakodnevnom radu. Jedna je od glavnih prednosti što preko ove društvene mreže Knjižnica dolazi do korisnika i nudi im informacije pa ih oni ne moraju sami tražiti. U prošlosti su korisnici često propustili neki događaj jer nisu na vrijeme vidjeli obavijest, a uz pomoć Facebooka, kao marketinškoga sredstva, korisnik ne mora tražiti informacije, nego se one pojavljuju na njegovu zidu.

Informacije koje Knjižnica nudi uključuju opće obavijesti o promjenama radnoga vremena, nagradne igre, najave predstavljanja, predavanja, tribina i drugih događaja u Gradskoj knjižnici Vukovar, albume s fotografijama preko kojih korisnici mogu vidjeti sadržaje radionica.

Povratnom informacijom može se smatrati komunikacija korisnika prema Knjižnici koja je vidljiva preko sviđanja, dijeljenja najava događaja ili albuma, komentara, pisanja po zidu ili poruka u sandučiću. Prema podatcima koji su dobiveni istraživanjem može se zaključiti da se korisnici još uvijek nisu oslobodili za javnu komunikaciju s Knjižnicom i da je broj njihovih komentara mali u odnosu na broj sviđanja. Prema broju sviđanja vidljivo je da su korisnici zadovoljni aktivnostima Knjižnice, da je prate na Facebooku i da im se sviđa.

Uporaba Facebooka kao *virtualnoga glasila* poboljšala je komunikaciju između Knjižnice i korisnika jer je ubrzala prijenos obavijesti do korisnika, kao i primanje povratnih informacija, te time potvrdila važnost prisutnosti Knjižnice na mjestu gdje su njezini korisnici, kako bi mogla osluškivati njihove potrebe i pružati im svoje usluge.

## Bilješke

1. Facebook Key Facts [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://newsroom.fb.com/Key-Facts
2. Stranica Gradske knjižnice Vukovar na Facebooku Gradska Knjižnica Vukovar [citirano: 2014-10-20]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Gradska-Knji%C5%BEnica-Vukovar/948288701854731

## Literatura

Surma Szabo, Vlatka; Vanja Sabo; Marija Bugarski. Gradska knjižnica Vukovar. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-gradska-knjiznica-vukovar-vlatka-surma-szabo-vanja-sabo-marija-bugarski.pdf

## Vlatka Surma Szabo

*Vlatka Surma Szabo rođena je u Vukovaru 1975. godine. U Zagrebu je završila prirodoslovno-matematičku V. gimnaziju i diplomirala na Grafičkome fakultetu te stekla zvanje diplomiranoga inženjera grafičke tehnologije, a u Osijeku je završila dvogodišnji izvanredni studij knjižničarstva.*

*U Gradskoj knjižnici Vukovar zaposlena je od 2001. godine, na poslovima knjižničara, informatora, voditeljica je mnogih radionica u Knjižnici te je aktivno sudjelovala u organizaciji i provedbi različitih programskih i animacijsko-promidžbenih aktivnosti za djecu i odrasle. Sudjelovala je na mnogim stručnim usavršavanjima. Zadužena je za osmišljavanje vizualnoga identiteta informativnih i promidžbenih materijala i izdanja Knjižnice. Sudjelovala je i izlagala na više međunarodnih i domaćih stručnih skupova te je članica knjižničarskih stručnih tijela.*

*Od 2011. godine ravnateljica je Gradske knjižnice Vukovar te pokreće mnoge nove manifestacije u Vukovaru.*

## Marija Bugarski

*Marija Bugarski rođena je 1988. godine u Vukovaru, gdje je i završila srednju Ekonomsku školu, nakon koje na Filozofskome fakultetu u Osijeku upisuje preddiplomski studij informacijskih znanosti 2007. godine. Nakon završene tri godine upisuje još dvije godine diplomskoga studija koji završava 2012. godine. Za vrijeme studija bavi se znanstveno-istraživačkim radom i u suradnji s profesorima piše članke i izlaže na stručnim skupovima.*

*U listopadu 2012. godine primljena je na stručno osposobljavanje u Gradsku knjižnicu Vukovar gdje radi u obradi građe, zatim na Dječjem odjelu, a trenutačno je zaposlena na Studijskome odjelu. Osmišljava i vodi različite radionice namijenjene djeci, a također je sudjelovala u organizaciji i provedbi različitih programskih aktivnosti za odrasle.*

English

# Knjižnica i čitaonica IV. osnovne škole Bjelovar: postoji li potreba za školskom knjižnicom na Facebooku?

**Dejana Kurtović**
Knjižnica i čitaonica IV. osnovne škole Bjelovar
skolska.knjiznica@os-cetvrta-bj.skole.hr

Ključne riječi

- školska knjižnica
- grupa na Facebooku
- društvene mreže
- Facebook

## Sažetak

U radu se želi prikazati vrijednost postojanja stranice i grupe Knjižnice i čitaonice IV. OŠ Bjelovar na jednoj od najvećih društvenih mreža *Facebook* tijekom njezina postojanja i rada na toj društvenoj mreži. Knjižnica ima svoju grupu još od 2009., a stranicu od 2013. godine. Pokušat će se pokazati važnost postojanja stranica školske knjižnice na društvenim mrežama.

## Uvod

U studenome 2009., radi promicanja rada i aktivnosti Knjižnice, utemeljena je grupa[1] obožavatelja, prijatelja i korisnika Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole na Facebooku. U siječnju 2013., nakon iskustava prikupljenih na 12. okruglome stolu o slobodnome pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva, stvorena je i stranica Knjižnice[2], a grupa je preoblikovana u tajnu grupu. U školi koja radi u dvije smjene, a broji 769 učenika i 75 djelatnika, postoji samo jedna knjižničarka te je bila nužna stranica na Facebooku na kojoj se mogu lako, brzo i jednostavno pronaći bitni podatci o radu Knjižnice i svim njezinim aktivnostima. Knjižnica je ovom aktivnošću postala pristupačnija svojim korisnicima, prije svega roditeljima učenika i nastavnicima te knjižničarima s kojima knjižničarka surađuje.

## Knjižnica i čitaonica IV. OŠ Bjelovar na Facebooku

Na stranici Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole na Facebooku redovito se obavješćuju korisnici o novostima iz svijeta knjižničarstva, knjige i kulture, objavljuju vijesti i fotografije o događajima iz života i rada škole i Knjižnice, daju savjeti te upoznaju korisnici s novostima iz svijeta knjižničarstva i sl. Dok stranica sadrži bilješke, kao što su prijedlozi za čitanje – sat razrednoga odjela ili knjige o prijateljstvu, grupa Knjižnice na Facebooku sadrži i dokumente vezane uz Knjižnicu, poput planova čitanja lektire, pravilnika i sl. Osim slika, bilježaka i dokumenata, stranica Knjižnice na Facebooku sadrži i videozapise, kao npr.

*Budući da se fotografije djece ne smiju objavljivati bez suglasnosti roditelja, strogo se pazi da se objavljuju samo slike ili zajedničke fotografije gdje lica djece nisu u prvome planu, kao i slike u obliku postera, čime se nastoji zaštiti dječje pravo na privatnost.*

videoisječak s izvedbom školskoga zbora te podroban popis događaja u organizaciji Knjižnice tijekom 2013. i 2014. godine. Grupa broji 204 člana, a stranica 184 pratitelja te se svaki mjesec poveća za desetak članova. Stranica je prepoznatljiva po svojoj vrijednosti, a nalazi se na Facebooku, kao dosad najraširenijoj društvenoj mreži. Administrator je grupe i stranice Dejana Kurtović, a pomažu joj učenici 7. i 8. razreda, članovi izvannastavne grupe *Mali knjižničari*. Na stranici, koja je i nastavno pomagalo, objavljuju se učenički radovi te ideje za brojne radionice za nastavu. Stranicu prate autori i književnici, a osobito oni koji su posjetili Knjižnicu. Djeci se nastoji približiti knjižnica i knjiga na nov, moderan način koji je njima pristupačniji i privlačniji.

Slika 1. Naslovna slika grupe Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole na Facebooku

Slika 2. Naslovna slika stranice Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole na Facebooku

## *Prednosti i nedostatci grupe*

Glavne su prednosti grupe dostupnost knjižničara korisnicima te pravodobna informacija o radu i najnovijim aktivnostima Knjižnice.

Nedostatci su grupe nedovoljan broj članova na stranici koji bi promicali rad Knjižnice, nemogućnost objavljivanja svih zanimljivih fotografija, nemogućnost pridruživanja malodobnih osoba grupi i stranici, već samo njihovih roditelja, prijatelja i nastavnika, te nemogućnost stalne dostupnosti administratora stranice.

## *Vrste objava i komunikacija*

Vrste su objava i komunikacija u grupi statusi, vijesti iz knjižničarstva, kulture, knjige i školstva, slike, videouradci, fotografije, objave događaja i dokumenata Knjižnice, kao i poveznice s drugih stranica.

## *Zajednica korisnika društvenih mreža Knjižnice*

U razdoblju od studenoga 2009. do lipnja 2014. godine zajednica korisnika društvenih mreža Knjižnice brojila je 204 člana od 16 do 65 godina u grupi te 184 pratitelja na stranici na Facebooku u dobi od 14 do 65 godina. Od toga je 30 % muškaraca, a 70 % žena. Od 184 pratitelja, njih 172 je iz Hrvatske, a ostali su iz Bosne i Hercegovine, Velike Britanije, Portugala, Srbije, Sjedinjenih Američkih Država, Češke Republike i Australije. Od 172 pratitelja iz Hrvatske, njih 97 bilo je iz grada Bjelovara, a 75 iz ostala 43 grada i mjesta.

Broj pratitelja i članova tijekom promatranoga razdoblja bio je 605, što čini 70 % muškaraca, a 28 % žena, od čega je 602 iz Hrvatske, a troje iz Švicarske, Irske i Austrije. Od njih 602 iz Hrvatske, 223 pratitelja bilo je iz grada Bjelovara, a 49 iz ostalih hrvatskih gradova i mjesta.

- Broj interakcija po objavi, uključujući sviđanja i komentare: 34
- Broj sviđanja po objavi: od 2 do 15

- Broj komentara po objavi: od 2 do 10
- Broj podjela objava Knjižnice na druge stranice: od 2 do 10

Stranicu svakodnevno posjeti približno 40 pratitelja, a mjesečno približno 80 pratitelja

Slike i videosadržaje pregleda otprilike svaki četvrti član grupe.

Svi su komentari pozitivni, samo je jedna negativna povratna informacija u približno 28 dana. No, pozorno se prati je li korisnik zadovoljan ili nije te što korisnike zanima. Ako postoje nejasnoće, one se odmah rješavaju. Članovi koji se pridruže grupi, uglavnom ostanu u njoj. Odustane svega 5 % članova, a svaki se mjesec broj članova poveća za približno deset članova.

*Slika 3. Razdioba po spolu i dobi korisnika stranice Knjižnice i čitaonice IV. OŠ Bjelovar na Facebooku*

### *Najzanimljivije teme grupe*

Najzanimljivije su teme grupe dolazak književnika u Knjižnicu, učenički radovi, fotografije s pojedinih događaja u Knjižnici, npr. povijesnoga kviza, književnoga kviza ili s pojedinih događaja u školi, kao npr. *Dan škole*, članci o aktivnosti Knjižnice, učenika ili škole, preporuke knjiga i filmova, motivacijski plakati o čitanju, knjizi, Knjižnici te poveznice brojnih udruga i ustanova koje se brinu od odgoju i obrazovanju učenika, čitatelja i ljubitelja knjižnica. Jedan od primjera suradnje učenika i školske knjižnice prikazuje kako su učenici trećih razreda zajedno s učiteljicama Vlastom Halupecki, Vesnom Vujašković i Gorankom Vuković napisali utješna pisma učenicima u OŠ „Antun i Stjepan Radić“ iz Gunje. Uz svako su pismo stavili dar koji će učeniku iz Gunje olakšati dane do povratka. Knjižničarka je sve darove proslijedila Aniti Tufekčić, knjižničarki OŠ „Antun i Stjepan Radić“, u sklopu projekta *Čitamo mi, u obitelji svi – pomozimo svojim kolegama (Slika 7)*.

*Za budućnost i razvoj stranice Knjižnice i čitaonice IV. OŠ Bjelovar bitno je povećati broj korisnika te aktivnije i preglednije promicati rad i djelatnost Knjižnice.*

## Zaključak

Utemeljenjem grupe i stranice, Knjižnica i čitaonica IV. OŠ Bjelovar na Facebooku približila se, promicanjem rada Knjižnice, knjižničara i škole te stalnom dostupnošću, svojim korisnicima, odnosno učenicima, a posebno njihovim roditeljima i starateljima te učiteljima i knjižničarima. Vrlo se često učitelji i roditelji, a i učenici, obraćaju knjižničarki upravo ovim putem – slanjem poruka, datoteka, slika ili komentiranjem objava, dobivajući tako informacije iz prve ruke.

## Bilješke

1. Grupa Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole Bjelovar na Facebooku Knjižnica i čitaonica IV. osnovne škole Bjelovar [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://www.facebook.com/groups/knjiznicaIVOSbjelovar/
2. Stranica Knjižnice i čitaonice IV. osnovne škole Bjelovar na Facebooku Knjižnica i čitaonica IV. OŠ Bjelovar [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://www.facebook.com/Knjiznica04

## Literatura

Kurtović, Dejana. Knjižnica IV. osnovne škole Bjelovar. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-knjiznica-iv.-osnovne-skole-bjelovar-dejana-kurtovic.pdf

## Dejana Kurtović

*Dejana Kurtović diplomirala je 2008. godine povijest i filozofiju. Godine 2009. diplomirala je knjižničarstvo na Filozofskome fakultetu u Zagrebu, a 2011. upisala je Poslijediplomski doktorski studij informacijskih i komunikacijskih znanosti. Od 1. siječnja do 1. rujna 2009. radila je na predmetnoj obradi u Gradskoj knjižnici i čitaonici Virovitica. Članica je Hrvatskoga knjižničarskog društva i njihova ogranka Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkoga prigorja, Hrvatske udruge školskih knjižničara, Hrvatske mreže školskih knjižničara, Hrvatskoga čitateljskog društva te brojnih drugih društava i udruga. Voditeljica je nacionalnoga projekta za poticanje čitanja među učenicima trećih razreda i njihovih obitelji koji se provodi u školskim knjižnicama Republike Hrvatske pod nazivom Čitamo mi, u obitelji svi i županijskoga Međuškolskog književnog kviza Bjelovarsko-bilogorske županije koji se provodi među učenicima petih razreda. Od 2009. godine radi kao školska knjižničarka IV. OŠ Bjelovar. Od svibnja 2014. obnaša dužnost tajnice Hrvatske mreže školskih knjižničara.*

English

# Hrvatsko knjižničarsko društvo: prisutnost na društvenoj mreži Facebook

**Dorja Mučnjak | Jagoda Ille**
Knjižnica Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu | Knjižnica Medveščak
dmucnjak@ffzg.hr | jagoda.ille@kgz.hr

Ključne riječi

- Hrvatsko knjižničarsko društvo
- društvene mreže
- blog
- Facebook

## Sažetak

U radu će se predstaviti poslovanje Hrvatskoga knjižničarskog društva na društvenoj mreži *Facebook* u razdoblju od 15. studenoga 2011. do 15. prosinca 2012. godine. Poslovanje Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku predstavit će se podatcima o broju pratitelja, broju objava, vrsti objava te drugim pokazateljima.

## Uvod

*Facebook* je, kao najpoznatija i najveća svjetska društvena mreža koja je 2013. brojila više od milijardu korisnika,[1] postala nezaobilazan kanal komunikacije. Do kraja 2013. godine, približno 150 hrvatskih knjižnica prepoznalo je vrijednost Facebooka kao pomagala pomoću kojega se približavaju i ostvaruju komunikaciju sa svojim korisnicima.[2] Ako znamo da na toj društvenoj mreži samo u Hrvatskoj ima više od milijun i pol otvorenih korisničkih računa,[3] ne smiju se zanemariti mogućnosti promidžbe na Facebooku.

## Hrvatsko knjižničarsko društvo na Facebooku

Tijekom 2010. godine Hrvatsko knjižničarsko društvo otvorilo je na Facebooku korisnički račun te upravljalo sadržajem osobnoga profila i stranice. Zbog neaktivnosti obje pojavnosti na Facebooku, uprava Hrvatskoga knjižničarskog društva donijela je u studenome 2011. odluku za utemeljenjem uredništva stranice na Facebooku. Na mjesto glavne urednice stranice na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva imenovana je Dorja Mučnjak, a kao njezina zamjenica Jagoda Ille.

Prva odluka novoga uredništva bila je da se postojeća stranica Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku ukloni, a da se profil, koji u tijeku preuzimanja dužnosti novoga uredništva bilježi više od 300 prijatelja, pretvori u stranicu. Stranica je Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku[4] javna, odnosno vidljiva

svima koji dođu na stranicu, što znači da Hrvatsko knjižničarsko društvo ne uvjetuje osobama koje su zainteresirane vidjeti sadržaj objavljen na stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva da budu članovi Facebooka. Na taj se način Hrvatsko knjižničarsko društvo odriče svih odgovornosti za pristupanje toj društvenoj mreži. Uz to, stranica na Facebooku bolji je način zaštite osobnih podataka osoba koje su na Facebooku izrazile sviđanje prema stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva jer korisnici Facebooka te ostali, koji nisu korisnici, a posjete stranicu Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku, nemaju uvid u pratitelje stranice Hrvatskoga knjižničarskog društva.

Pitanje kontrole objavljenoga sadržaja na stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva riješeno je na način da se objavljivanje sadržaja omogućilo samo urednicama stranice Hrvatskoga knjižničarskog društva. No, mogućnost komentiranja objavljenoga sadržaja u trenutku pokretanja ovoga projekta bilo je nemoguće ukloniti s Facebooka pa je odlučeno da se urednice stranice na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva brinu o tome kakav se sadržaj objavljuje u komentarima. Ujedno je bila postavljena i posebna aplikacija *Pravila ponašanja i komuniciranja*.[5]

*Radujemo se druženju s Vama te Vas pozivamo na postavljanje sadržaja i izražavanje Vašeg osobnog mišljenja, uz poštivanje načela pristojne komunikacije. Sadržaji koji će se smatrati neprimjerenima bit će uklonjeni.*

Slika 1. Naslovna slika stranice Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku

Od ostalih mogućnosti koje *Facebook* nudi, stranica na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva povezana je RSS-om s internetskom stranicom Hrvatskoga knjižničarskog društva te se sve objave na naslovnici internetske stranice odmah objavljuju i na stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku.

Uredništvo je, u dogovoru s upravom Hrvatskoga knjižničarskog društva, donijelo odluku da će se na stranici na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva, prosječno jednom objavom dnevno, objavljivati sljedeći sadržaj:

- novosti vezane uz Hrvatsko knjižničarsko društvo, regionalna društva i stručna tijela
- fotografije i kratke novosti s održanih skupova u organizaciji Hrvatskoga knjižničarskog društva
- novosti iz drugih knjižničarskih udruženja (IFLA, EBLIDA i druga knjižničarska društva)
- novosti vezane uz knjižničarstvo općenito (primjeri dobre prakse, promjene u zakonskoj regulativi, nagrade itd.)
- novosti vezane uz knjigu, nakladništvo, čitanje te obrazovanje i znanost iz područja knjižničarstva.[6]

## *Poslovanje Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku*

Dana 15. prosinca 2012. stranica Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku brojila je 471 pratitelja. U razdoblju od 15. studenoga 2011. do 15. studenoga 2012. godine 51 novi pratitelj izrazio je sviđanje, dok je 18 korisnika Facebooka prekinulo praćenje stranice na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva.

U razdoblju od 15. studenoga 2011. do 15. studenoga 2012. godine objavljeno je 500 objava, a od toga:

- 330 poveznica
- 70 fotografija
- 61 put podijeljen je neki sadržaj
- 29 videosadržaja
- 9 ažuriranih statusa
- 1 pitanje.

Broj je interakcija po objavi 3,15, broj je sviđanja po objavi 3,03, dok je broj komentara po objavi u promatranome razdoblju bio 0,12. Stranica je pregledana 80 770 puta, broj pregleda slika ili videosadržaja bio je 18 387.

Najposjećenija objava bila je objavljena fotografija dobitnika Kukuljevićeve povelje i Nagrade Eva Verona sa 38. skupštine Hrvatskoga knjižničarskog društva (Slika 4).

Demografski podatci pokazuju da stranicu Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku više prate žene od muškaraca, i to 77,3 % žena i 17,5 % muškaraca, što nije neočekivano s obzirom na to da je knjižničarstvo pretežito ženska profesija. Također očekivano, najviše pratitelja dolazi iz Hrvatske (410), a slijede Bosna i Hercegovina (22) te Srbija (17), što je dokaz da su knjižničari u regiji zainteresirani za knjižničarstvo susjednih zemalja. Najviše pratitelja dolazi iz Zagreba (158), Splita (23), Osijeka (21), Siska (15), Zadra (11) i dr. S obzirom na to da je *Facebook* društvena mreža koju statistički najčešće koriste mladi, ne iznenađuje podatak da je najviše pratitelja u dobi od 25 do 34 godine (34,8 %). U dobnoj skupini od 35 do 44 godine nalazi se 24 % pratitelja, dok se u dobnoj skupini od 45 do 54 nalazi tek nešto manje od 15 % pratitelja. Iako svjetski trendovi pokazuju da su najčešći korisnici Facebooka osobe u dobnoj skupini od 18 do 24,[7] očekivano je da je malo pratitelja te životne dobi jer Hrvatsko knjižničarsko društvo, kao profesionalno društvo, okuplja ljude koji su već završili školovanje te su počeli svoj profesionalni život, dakle, osobe starije od 25 godina.

*Slika 2. Objava šaljivoga stripa na stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku*

## Zaključak

Hrvatsko knjižničarsko društvo prepoznalo je komunikacijsku snagu Facebooka u suvremenome profesionalnom okruženju te je u studenome 2011. godine utemeljilo uredništvo stranice na Facebooku Hrvatskoga knjižničarskog društva. U radu su autorice prikazale poslovanje Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku tijekom razdoblja, odnosno od 15. studenoga 2011. do 15. studenoga 2012. godine. Dobiveni statistički podatci potvrdili su kako je odluka da se Hrvatsko knjižničarsko društvo predstavi na trenutačno najpoznatijoj i najvećoj društvenoj mreži bila ispravna.

## Bilješke

1. Facebook Key Facts [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://newsroom.fb.com/Key-Facts
2. Hrvatske knjiznice na Facebooku [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Hrvatske-knjiznice-na-Facebooku/177794144692?fref=ts
3. Internet world stats : usage and population statistics [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe
4. Stranica Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku Hrvatsko Knjižničarsko Društvo [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/HKDrustvo
5. Pravila ponašanja i komuniciranja Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: https://www.facebook.com/HKDrustvo/app_190322544333196
6. Interni dokument o vrsti sadržaja koji se objavljuju na stranici Hrvatskoga knjižničarskog društva na Facebooku, op. a.
7. Socialbakers [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/croatia

## Literatura


Facebook Key Facts [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://newsroom.fb.com/Key-Facts

Hrvatske knjiznice na Facebooku [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: https://www.facebook.com/pages/Hrvatske-knjiznice-na-Facebooku/177794144692?fref=ts

Hrvatsko Knjižničarsko Društvo [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: https://www.facebook.com/HKDrustvo/app_190322544333196

Internet world stats : usage and population statistics [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe

Mučnjak, Dorja; Jagoda Ille. Hrvatsko knjižničarsko društvo. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-hrvatsko-knjiznicarsko-drustvo-dorja-mucnjak-jagoda-ille.pdf

Socialbakers [citirano: 2013-03-12]. Dostupno na: http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/croatia

## Dorja Mučnjak

*Dorja Mučnjak, diplomirana knjižničarka, radi u Knjižnici Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. U razdoblju od 2008. do 2012. godine bila je glavna urednica HKD Novosti. Polaznica je Poslijediplomskoga doktorskog studija informacijskih znanosti, aktivna je na stručnim i znanstvenim skupovima te je objavila nekoliko stručnih i znanstvenih radova na temu Facebooka. Predavačica je Centra za stalno stručno usavršavanje knjižničara (CSSU). Dobitnica je nagrade Zaklade dr. Ljerka Markić-Čučuković te Nagrade Eva Verona. Njezina su područja zanimanja informacijska pismenost, društveni mediji u knjižnicama te korisničke usluge.*

## Jagoda Ille

*Jagoda Ille, viša knjižničarka, radi u Knjižnicama grada Zagreba – Knjižnici Medveščak. Od osnutka 2004. aktivno sudjeluje u koordinaciji projekta hrvatskih narodnih knjižnica Pitajte knjižničare. Sudjelovala je i izlagala na nizu domaćih i međunarodnih skupova te je objavila niz stručnih i znanstvenih radova. Bila je predavačica Centra za stalno stručno usavršavanje knjižničara (CSSU) te je održala izlaganja studentima knjižničarstva Sveučilišta u Osijeku i Zadru. Glavna su područja njezina profesionalnog zanimanja elektronički izvori informacija, online referentne usluge, digitalizacija, dizajn internetskih stranica, Web 2.0, knjižnica kao treći prostor i elektronička knjiga.*

English

# Grupa Knjižničari na Facebooku: razvoj i vrijednosti jedinstvene knjižničarske zajednice na društvenim mrežama

**Dejana Kurtović**
Knjižnica i čitaonica IV. osnovne škole Bjelovar
knjiznica@groups.facebook.com

Ključne riječi

- knjižničarska zajednica
- grupa na Facebooku
- društvene mreže
- Facebook

## Sažetak

U radu će se ukratko izložiti tijek i razlozi nastanka, rada i djelovanja jedne od najvećih grupa na Facebooku čiji su članovi knjižničari s područja Hrvatske, Bosne i Hercegovine te Srbije. Vjerodostojnim prikazom vrijednosti i kvaliteta te nedostataka koji se žele ispraviti, pokušat će se prikazati kako grupa *Knjižničari* na društvenoj mreži pomaže knjižničaru u njegovu radu, obavješćivanju i komunikaciji. U zaključku će se pokušati pokazati da je knjižničaru, koji je vrlo često izdvojen stručnjak svojega područja u svojoj ustanovi, potrebna takva grupa u kojoj će pronaći potporu i savjet stručnjaka iz istoga područja.

## Razvoj grupe Knjižničari na Facebooku

Prema saznanjima autorice, grupa *Knjižničari* na Facebooku[1] jedna je od najvećih knjižničarskih zajednica koja okuplja knjižničare različitih profila s područja Hrvatske i okolnih zemalja na još uvijek najpoznatijoj društvenoj mreži u našim krajevima. Nju je 29. kolovoza 2011. godine utemeljila knjižničarka Marijana Pađen Jurišić. Glavna je ideja pri stvaranju grupe bila razmjena informacija među knjižničarima. Ideja se ostvarila i njezini članovi rado objavljuju u grupi različite vrste informacija, komentare i upite, što administratori grupe smatraju najvećim uspjehom grupe. Knjižničari na ovaj način proširuju svoja znanja, razmjenjuju iskustva i ideje, pomažu jedni drugima te komentiraju i objavljuju svježe, zanimljive i vrijedne informacije. Knjižničarku Marijanu Pađen Jurišić kao administratoricu grupe naslijedila je knjižničarka Dejana Kurtović.

### *Poslovanje grupe Knjižničari na Facebooku*

Glavna je zadaća administratora grupe na Facebooku *Knjižničari* poštovati etički kodeks i ponašanje članova grupe, pratiti objave i komentare kako ne bi dolazilo do mogućih neprikladnih rasprava ili neprikladnih objava

koje nisu povezane s knjižničarskom strukom te širenje i objavljivanje korisnih ideja i informacija radi promicanja knjižničarske struke i knjižničara.

Dejana Kurtović grupu je vodila sama do 27. veljače 2013. kada je, zbog velikoga broja objava u grupi i velikoga broja članova, utemeljila i sastavila Tim za organizaciju i razvoj grupe sastavljen od stručnjaka, koji su svojim osobnim zalaganjem, vrijednostima i radom poboljšali rad grupe u razdoblju od dvije i pol godine. U Timu je podjednak broj žena i muškaraca iz različitih dijelova Hrvatske kako bi obuhvatili i razmjenjivali iskustva i vijesti iz knjižničarstva iz cijele Hrvatske, od Dalmacije do Slavonije. Trenutačna je zadaća Tima donijeti mjerila po kojima će se određivati što objavljivati, a što ukloniti sa stranice grupe te koji će se zahtjevi za članstvom prihvatiti. Članovi Tima međusobno će se dogovarati i donijeti etički kodeks grupe te raditi na promidžbi i razvoju kvalitete grupe. U grupu se, zbog njezinih vrijednosti, popularnosti i razmjene iskustava, od 2013. učlanjuju i knjižničari iz Bosne i Hercegovine i Srbije te će uskoro biti potrebno razmišljati i o potrebama međusobne suradnje i razmjene iskustava, što je prema mišljenju administratora najveća posebnost te grupe. Članovi su Tima za razvoj grupe Marijana Pađen Jurišić, Denis Vincek, Ivona Šimunović, Bojan Lazić, Andrea Katavić i Dejana Kurtović. Oni su administratori grupe i svima se njima članovi mogu obratiti za moguće teškoće i sl. na e-adresu grupe knjiznica@groups.facebook.com.

Grupu na Facebooku Marijana Pađen Jurišić pokrenula je iz još mnogih drugih razloga. Glavni razlog za utemeljenje grupe na Facebooku, a ne nekomu drugom društvenom mediju, većinom je dostupnost i laka uporaba. Većina njezinih kolegica i kolega sa studija knjižničarstva te hrvatskoga jezika i književnosti u tome je trenutku imala profil na Facebooku. Kako se bližio rok stručnomu ispitu iz knjižničarstva, zanimala su je iskustva sa stručnoga ispita i o stručnome knjižničarskom radu njezinih kolega. Također, rad u školskoj knjižnici zahtijeva vrlo često obavljanje više zadataka istodobno, odnosno školski je knjižničar uključen i u cjelokupni odgojno-obrazovni proces kao jedini stručnjak u svojem području, te je smatrala nužnim izraziti svoje mišljenje, nastojanja i ideje, kao i posavjetovati se s kolegama koji su joj bliski po struci. Iako grupa u to vrijeme nije postojala, smatrala je kako bi bilo korisno imati informaciju nadohvat ruke. Oni koji imaju profil na Facebooku, svaki bi dan mogli saznati zanimljivosti iz svoje struke u grupi. Tako je nastala

Slika 1. Naslovna slika grupe Knjižničari na Facebooku

ideja i već nakon nekoliko dana grupa je brojila više od pedeset članova. Bilo je puno pozitivnih komentara kako je ideja dobra i korisna te su članovi brzo prihvatili takav način komunikacije. Grupu su redovito osuvremenjivali knjižničari, razmjenjivale su se ideje, upiti vezani uz struku i sl. Ostvarivala se međusobna interakcija i povezanost knjižničara iz cijele Hrvatske. Tako je upoznavanje preko grupe *Knjižničari* na Facebooku stvorilo i mnoga prijateljstva na Proljetnoj školi školskih knjižničara u Dubrovniku 2012. (Slika 3), a i poslije u Vodicama 2013. i Puli 2014. godine.[2]

## *Posebnosti i vrijednosti grupe*

Grupa *Knjižničari* mjesto je na kojem početnik ili netko s višegodišnjim radnim stažem iz područja knjižničarstva ili srodne struke može naći odgovore iz područja knjižničarstva i kulture. Pomaže svim knjižničarima u radu, obavješćivanju i međusobnoj komunikaciji te bržoj dostupnosti korisnih informacija. U grupi se objavljuju informacije, kao npr. savjeti, prijedlozi i sl., raspravlja se o trenutačnim događajima i teškoćama, promiče se knjižničarska djelatnost, a knjižničar se prikazuje kao stručni djelatnik bitan u cjelokupnome obrazovanju i javno-kulturnome radu pa se stoga mijenjaju dosadašnja uvriježena mišljenja o knjižničarima. Na takav način, u grupi svaki knjižničar može razvijati svoje opće i stručne sposobnosti.

## *Prednosti grupe*

Glavne su prednosti grupe velik broj članova, jednostavnija i dostupnija međusobna komunikacija te interakcija članova, suradnja i upoznavanje knjižničara iz različitih vrsta knjižnica u Hrvatskoj, a odgovor na postavljeno stručno ili drugo pitanje može se dobiti u vrlo kratkome vremenu. No, bitnije je to što svoje odgovore u pravilu daje više članova i ti odgovori nude vrlo često različit pristup rješavanju određenoga stručnog problema, tako da onaj tko postavlja pitanje, od ponuđenih odgovara može odabrati za njega najprihvatljivije rješenje, primijeniti ga u praksi i o svojim iskustvima izvijestiti cijelu grupu. Informacije su brzo i lako dostupne.

> *Grupa omogućuje interaktivnost, jednostavno korištenje, promidžbu knjižničarske struke te korištenje u svrhu olakšavanja obavljanja knjižničarskoga posla. Može se reći da je vrijednost grupe i u poboljšavanju postupaka učenja i poučavanja jer pomaže knjižničarima pri obavljanju stručnih poslova te u odgojno-obrazovanome procesu, kao i studentima knjižničarstva, koji na neposredan način dobivaju uvid u rad različitih profila knjižničara.*

## *Nedostatci grupe*

S obzirom na to da se razmjenjuju ideje, savjeti, preporuke za rad i sl., mnogi članovi doživljavaju grupu kao izvor ideja za poboljšanje svojega rada, ali ne dijele svoja iskustva s drugima. Neki članovi grupe rasprave, objave i komentare s grupe iznose svojim mjerodavnim ustanovama kao tvrdnje svih knjižničara i struke te preispituju mišljenja iznesena u grupi, koja su samo informativna, što ponekad dovodi do negativne promidžbe grupe i suprotnoga učinka od glavnih ciljeva. Nedostatci su grupe i negativni komentari te neprimjerene rasprave, stoga će uskoro biti potrebno donijeti etički kodeks grupe. Administratori su grupe školski knjižničari koji imaju i druge osobne i poslovne obveze te nisu stalno dostupni svim članovima, što je ovako velikoj grupi ponekad potrebno. U grupi se također javljaju objave koje služe samopromidžbi pojedine knjižnice ili knjižničara.

## *Statistički podatci*

Grupa trenutačno ima 1259 članova. Taj se broj stalno mijenja jer, prema podatcima koji se odnose na razdoblje od siječnja do svibnja 2013., dnevno ima tri do pet novih zahtjeva za pristup grupi. Broj je interakcija po objavi od 2 do 100 sviđanja i komentara. Broj je sviđanja po objavi od 2 do 50, a broj je komentara po objavi od 2 do 80. (Grafikon 1 na str. 100) Grupu, njezine objave i slike svakodnevno posjeti približno 200 članova barem jedanput, a videosadržaje pregleda otprilike svaki treći član grupe. Statistički podatci ne mogu biti precizniji jer grupa nema mogućnost izravnoga dobivanja statističkih podataka, kao što imaju stranice na Facebooku. Kada bi se grupa preoblikovala u stranicu, izgubio bi se osjećaj prisnosti pa je odlučeno da će poslovati kao grupa. Iz istoga razloga, odnosno osobnijega i ograničavajućega objavljivanja, grupa je pretvorena u zatvorenu kako bi se moglo znati tko može vidjeti njezine objave i komentare njezinih članova te komentirati.

## *Članovi grupe*

Grupa trenutačno ima 1259 članova, u dobi od 20 do 65 godina života. Uglavnom je riječ o knjižničarima iz školskih, narodnih i gradskih knjižnica, studentima bibliotekarstva, informatologije, kulturologije i sličnih studija te drugim informacijskim stručnjacima. Članovi su grupe i književnici i nakladnici s kojima grupa surađuje na različitim projektima. i informacijskim stručnjacima, ali ima i književnika, članova iz nakladničke, izdavačke i trgovačke struke, studenata knjižničarstva i sl. (Grafikon 2). U grupi je 65 % žena, a 35 % muškaraca. Geografski su obuhvaćena sva područja Hrvatske, a priključuju se i knjižničari iz susjednih zemalja. Prema postavljenome pitanju, od 20. do 27. rujna 2013. anketirano je 160 članova grupe u svezi s ustanovom u kojoj su zaposleni, kako bi se ustvrdila struktura članova i usmjerile sljedeće objave. Na temelju njihovih odgovora vidljiva je struktura članova. Iako je u navedenome razdoblju grupa brojila približno 1060 članova, a na postavljeno pitanje odgovorilo je svega 160 članova grupe, zaključuje se da približno 80 % grupe čine školski knjižničari. Tomu u prilog ide i činjenica da su svi administratori grupe po zanimanju školski knjižničari i da je većina objava vezana uz školsko knjižničarstvo. Kao što je vidljivo, grupa ne zadovoljava potrebe knjižničarstva iz specijaliziranih knjižnica što će se nastojati promijeniti novim poslovanjem grupe.

Član grupe može postaviti pitanje ili objaviti vijest,

događaj, poveznicu, fotografiju i sl., stvoriti vlastiti album s fotografijama, dodati dokument u mapu grupe za koji smatra da će pomoći drugim članovima, urediti ili dodati novu bilješku u grupu, komentirati već postojeće objave, izreći svoje slaganje s nekom objavom ili samo pratiti obavijesti. No, objave izričito moraju biti vezane uz knjižničarstvo, informacijsku pismenost, javno-kulturnu djelatnost ili odgojno-obrazovani proces knjižnice, kao i uz interese knjižničara. U protivnome se brišu bez objašnjenja.

U razdoblju od siječnja do svibnja 2013. najviše su se pregledavale i čitale objavljene zanimljivosti i vijesti, a zatim fotografije i videouradci, kao što je vidljivo iz Grafikona 3.

Članovi koji se pridruže grupi, uglavnom ostanu u njoj. Svakodnevno se zaprimi tri do pet novih zahtjeva za pristup grupi. Odustane svega 10 % pratitelja zbog neslaganja s nečijim stajalištem, neprihvaćanja nečijega komentara ili zbog vlastitoga stajališta i mišljenja da grupa nije korisna. Otprilike, na svakoga desetog novog člana odustane jedan stari.

## *Vrste objava i komunikacija*

U grupi se često objavljuju poveznice o različitim događajima u svijetu kulture, knjige i knjižničarstva, zanimljivosti vezane uz čitanje, knjige, knjižnice, knjižničarstvo, informacijsku pismenost, vijesti o skupovima za knjižničare, postavljaju se različiti upiti o teškoćama na koje knjižničari nailaze u svojem radu i sl. Redovito se objavljuju fotografije radova koje su osmislili i izradili knjižničari u svojim školama i knjižnici, kao što su fotografije uređenja knjižnice, izradbe straničnika u školskim knjižnicama te vijesti o poslovima i aktivnostima knjižničara (Slika 4). Negativnih komentara ima, ali oni ne utječu na pozitivno usmjerenje grupe. Pozorno se prati je li korisnik zadovoljan ili nije. Ako postoje nejasnoće, one se odmah rješavaju. Često dođe do rasprava među samim članovima grupe što se može negativno shvatiti, ali upravo prihvaćanje različitosti i pokretanje rasprava o temama vezanim uz knjižničarstvo, osobito školsko, daje vrijednost grupi jer se školski knjižničari često osjećaju kao izdvojeni pojedinci. Neki članovi koriste grupu kako bi potkrijepili vlastita stajališta ili izazvali teškoće, a grupa je ponajprije informativna te je pomoć knjižničarima u njihovu radu. Glavna je svrha grupe daljnja razmjena iskustava te dostupnost informacija i radnih materijala. Mišljenja iznesena u grupi ne mogu biti mjerodavan pravni dokument. Tomu u prilog ide i Grafikon 4 u kojem se vidi koliko je članova zadovoljno grupom i objavama te koliko im grupa pomaže u radu i komunikaciji s kolegama. Grafikon opisuje odgovore članova grupe na postavljeno pitanje u siječnju 2012. godine. Pitanje je glasilo: *Koliko vam je ova grupa Knjižničari od pomoći u vašem radu i komunikaciji s drugim knjižničarima?* Od dotadašnjih približno 700 članova na pitanje je odgovorilo 35 članova, što je mali broj, no, ipak daje neke smjernice.

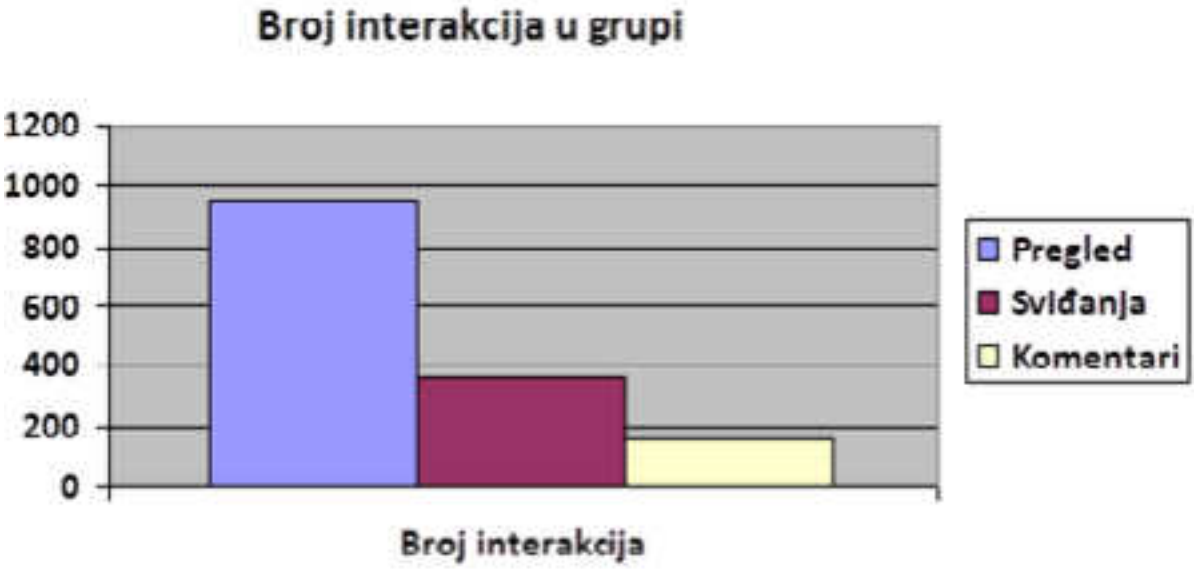
U Grafikonu 5 prikazano je zadovoljstvo članova grupe objavama. Od 316 anketiranih članova, 77 najviše voli primati obavijesti o najnovijim događajima, člancima i novostima struke, 70 voli sudjelovati u raspravama o trenutačnim događajima i teškoćama u radu knjižničara, kao npr. trebaju li ili ne školske knjižnice imati knjižnični odbor. Grafikon 6 prikazuje prijedloge članova grupe za daljnji rad i vrste objava. Na pitanje koje bi objave voljeli vidjeti i pročitati, postavljeno u grupi 16. listopada 2013., do 15. studenoga 2013. odgovorila su 254 člana.

Slika 2. Grupa Knjižničari na Facebooku

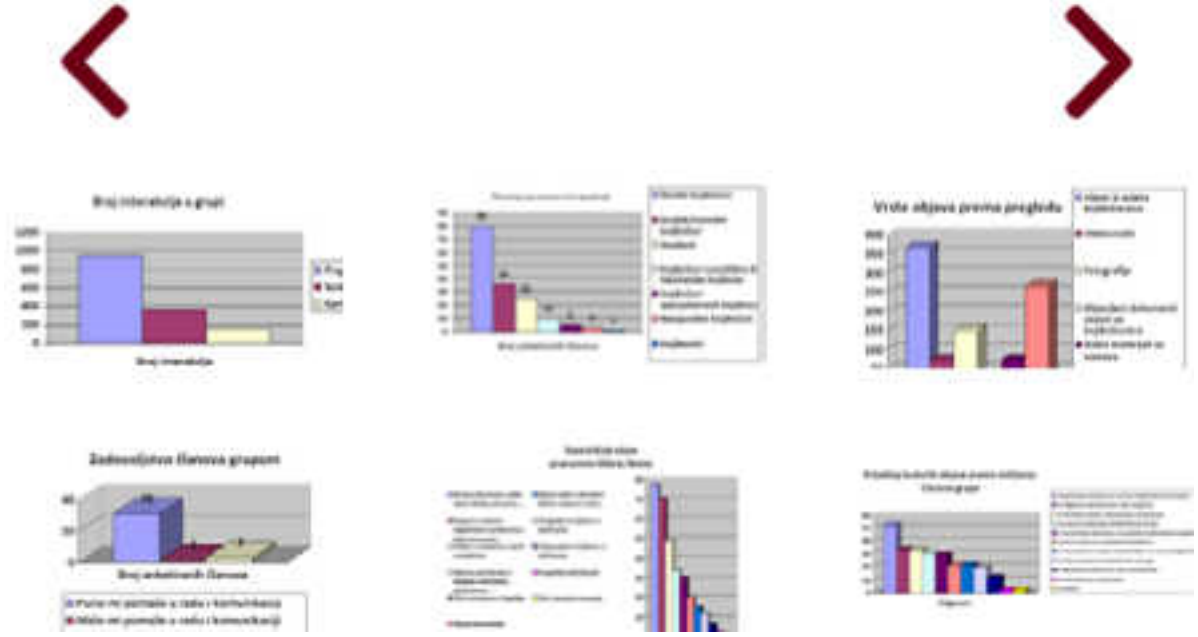
Najzanimljivije su teme grupe stjecanje zvanja u knjižničarskoj struci pri Ministarstvu kulture i Agenciji za odgoj i obrazovanje, *Bookmark projekt* – objava vlastitih iskustava i fotografija, razgovor o teškoćama u projektu, zadaćama, obvezama i sl., ankete Ministarstva kulture, Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta te Hrvatskoga knjižničarskog društva (Slika 5). Nadalje, članovi pokazuju zanimanje za iskustva, stajališta i razmišljanja o Proljetnim školama školskih knjižničara, pitanje polaganja stručnoga ispita za knjižničare pri Ministarstvu znanosti, obrazovanja i sporta te Ministarstvu kulture u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici, odnosno rasprave o tome treba li školski knjižničar polagati dva stručna ispita, što se polaže i kakav je stručni ispit pri Ministarstvu kulture, a kakav pri Agenciji za odgoj i obrazovanje, uključujući objavu tema i radova sa stručnoga ispita, popis literature i opis postupka prijave stručnoga ispita. U velikome broju interakcija i komentara ne zaostaju ni objave knjižničara u kojima se traže različiti savjeti te se objavljuje i razmjenjuje nastavna i druga dokumentacija. Grupa obuhvaća niz tema koje zanimaju svakoga knjižničara – od revizije i preporuka za čitanje, preko ispunjavanja raznovrsnih obrazaca i upitnika, do obradbe i zaštite knjižnične građe te rada s korisnicima i dr. Često su navedene teme popraćene slikovnim, zvučnim i videoprilozima.

## *Najvažniji dokumenti grupe*

1. Raznovrsni programi skupova (*Infodaska*, *Proljetna škola školskih knjižničara* i sl.)
2. Programi Mjeseca hrvatske knjige i Noći knjige
3. Obrasci za prijavu različitih događaja
4. Radni materijali za obilježavanje Dana sigurnijega interneta – *Cyberbullying* i Dana materinskoga jezika
5. Ovisnosti o medijima – prezentacija za nastavni sat
6. Istraživački rad s učenicima o opasnostima Facebooka
7. Jednostavni književni oblici – radni materijal za nastavni sat hrvatskoga jezika
8. Temeljni pojmovi komunikacije – radni materijal za sat razrednoga odjela
9. Primjer ankete o čitanju za učenike
10. Sveci zaštitnici knjižničara itd.




*Grafikon 1. Odnos pregleda prema broju sviđanja i komentara u grupi Knjižničari izražen u postotcima za razdoblje od siječnja do svibnja 2013.*



## Zaključak

Grupa *Knjižničari* na Facebooku okuplja ponajprije knjižničare raznovrsnih profila, uključujući knjižničare školskih, gradskih i fakultetskih knjižnica, kao i studente knjižničarstva, iako su među članovima i književnici, nakladnici, novinari, informatičari i odgojno-obrazovni djelatnici. S jedne strane okuplja informacijske stručnjake, a s druge strane odgojno-obrazovne i kulturne djelatnike. To je mjesto gdje knjižničar može razvijati svoje opće i strukovne sposobnosti. U svojem formalnom obrazovanju i radu, zbog nedostatka iskustva u praksi ili zbog toga što je knjižničar često jedini informacijski stručnjak u svojoj radnoj okolini, on je vrlo rijetko u situaciji u kojoj može raspravljati o mogućim načinima rješavanja teškoća u radu i struci sa stručnjacima srodnih struka. Stoga knjižničar često ne zna što ga sve očekuje na radnome mjestu. Takva vrsta zajednice knjižničara mjesto je na kojem početnik ili netko s višegodišnjim radnim stažem može naći odgovore iz svih osam područja knjižničarstva koje određuje Američko knjižničarsko društvo (ALA), a prihvaća i Međunarodni savez knjižničarskih društava i ustanova (IFLA), a to su temelji struke, građa, organizacija zabilježenoga znanja i informacija, tehnološka znanja i vještine, informacijska služba, istraživanje, stalno stručno usavršavanje i cjeloživotno učenje te administracija i upravljanje. Grupa *Knjižničari* na Facebooku potvrda je da *Facebook* može pomoći u obavješćivanju i međusobnoj komunikaciji te lakšemu pristupu potrebnim informacijama na brži i jednostavniji način.

## Bilješke

1. Grupa na Facebooku Knjižničari [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://www.facebook.com/groups/knjiznica/
2. Dvadesetak zbornika Proljetnih škola školskih knjižničara digitalizirano je u sklopu digitalne knjižnice MetelWin. Dostupno na: https://library.foi.hr/knjige/d.aspx?vrsta=ZBI:KAT&grupa=P%8A%8AKRH;PROLJETNA%20%8AKOLA%20%8AKOLSKIH%20KNJI%8ENI%C8ARA%20RH&V=N&H=proljetna-skola

## Literatura


Kurtović, Dejana. Knjižničari. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/umrezeni-grupa-knjiznicari-dejana-kurtovic-marija-padjen-jurisic.pdf

Kurtović, Dejana; Marijana Pađen Jurišić; Denis Vincek. Grupa Knjižničari na Facebooku. // Svezak : časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja 15, 15(2013), 14-15 [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: http://www.drustvo-knjiznicara-bpkp.hr/svezak/svezak15/svezak%2015_2013.pdf

Pađen Jurišić, Marijana; Dejana Kurtović. Knjižničari – Facebook grupa : izlaganje u uvodnom dijelu 31. godišnje skupštine Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja održanom u Čazmi 17. svibnja 2013. [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: http://www.knjiznicari.hr/UDK02/index.php/Datoteka:Knjiznicari_-_Facebook_grupa.pdf

## Dejana Kurtović

*Dejana Kurtović diplomirala je 2008. godine povijest i filozofiju. Godine 2009. diplomirala je knjižničarstvo na Filozofskome fakultetu u Zagrebu, a 2011. upisala je Poslijediplomski doktorski studij informacijskih i komunikacijskih znanosti. Od 1. siječnja do 1. rujna 2009. radila je na stručnoj i predmetnoj obradi u Gradskoj knjižnici i čitaonici Virovitica. Članica je Hrvatskoga knjižničarskog društva i njihova ogranka Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkoga prigorja, Hrvatske udruge školskih knjižničara, Hrvatske mreže školskih knjižničara, Hrvatskoga čitateljskog društva te brojnih drugih društava i udruga. Voditeljica je nacionalnoga projekta za poticanje čitanja među učenicima trećih razreda i njihovih obitelji koji se provodi u školskim knjižnicama Republike Hrvatske pod nazivom Čitamo mi, u obitelji svi i županijskoga Međuškolskog književnog kviza Bjelovarsko-bilogorske županije koji se provodi među učenicima petih razreda. Od 2009. godine radi kao školska knjižničarka IV. OŠ Bjelovar. Od svibnja 2014. obnaša dužnost tajnice Hrvatske mreže školskih knjižničara.*

English

# Promidžba projekta Čitamo mi, u obitelji svi na Facebooku

**Dejana Kurtović**
Hrvatska mreža školskih knjižničara
dejana.kurtovic@knjiznicari.hr

Ključne riječi

- nacionalni projekt za poticanje čitanja
- poticanje čitanja
- osnovna škola
- društvene mreže
- Facebook

## Sažetak

Kako društvene mreže mogu pomoći u promidžbi vrijednosti i kvalitete projekta koji se provodi na državnoj razini, pokazat će se provedbom nacionalnoga projekta školskih knjižnica Republike Hrvatske pod nazivom *Čitamo mi, u obitelji svi* na društvenoj mreži *Facebook*. U organizaciji Hrvatske mreže školskih knjižničara, ovaj se nacionalni projekt provodi među učenicima trećih razreda osnovnih škola Republike Hrvatske te je dosad obuhvatio približno 200 škola, njihovih ravnatelja i knjižničara, 400 učitelja, 10 000 učenika i 40 000 članova njihovih obitelji. Svi oni trebaju brze informacije i novosti, a projekt *Čitamo mi, u obitelji svi* omogućuje im to preko Facebooka.

## Uvod

Nacionalni projekt poticanja čitanja *Čitamo mi, u obitelji svi* među učenicima trećih razreda osnovnih škola Republike Hrvatske, uz svoju službenu internetsku stranicu,[1] obavješćuje o novostima svoje sudionike i preko drugih izvora, od kojih se ističu grupa[2] i stranica[3] na Facebooku *Čitamo mi, u obitelji svi*. Navedena grupa, koja je utemeljena 30. svibnja 2011., te stranica, utemeljena 29. listopada 2012., nastale su radi šire promidžbe projekta Hrvatske mreže školskih knjižničara, projekta kojemu je svrha poticanje čitanja u obitelji učenika trećih razreda osnovne škole. Zatvorena grupa broji približno 184 člana – knjižničara, književnika, nakladnika i suradnika projekta. Suradnja i komunikacija glavne koordinatorice i pojedinačnih voditelja projekta u grupi potpora je službenoj internetskoj stranici projekta. Na taj način glavna koordinatorica dostavlja školskim voditeljima projekta ključne dokumente, poveznice i fotografije vezane uz projekt. Članovi u ovoj grupi objavljuju svoju aktivnost u školama, gradu i županiji, kao i poveznice na radijske i televizijske postaje, te članke o projektu. Kada je onemogućena besplatna objava nekih sadržaja na Googleovim stranicama, uključujući i službenu stranicu projekta, iskorištena je grupa na Facebooku kao platforma koja se pokazala korisnim pomagalom za objavu nekih sadržaja.

## Grupa i stranica na Facebooku Čitamo mi, u obitelji svi

U listopadu 2012. stvorena je, uz grupu na Facebooku, i stranica projekta koja služi javnoj promidžbi projekta, upoznavanju svih sudionika projekta, odnosno učitelja, roditelja, knjižničara i drugih, s pojedinim fazama projekta, njegovim rezultatima i medijskoj popraćenosti na drugim stranicama lokalnih medija, internetskim stranicama škola i sl. Preko stranice na Facebooku svaki roditelj ili učitelj može pratiti što je novo u projektu, koja je sljedeća faza projekta, koji su nakladnici suradnici u provođenju projekta, tko su donatori, koje su sve knjige zastupljene projektom, na kojim stranicama mogu pronaći više informacija o čitanju i važnosti obiteljskoga odgoja za čitanje, pogledati slike i videouratke koji su nastali tijekom provođenja projekta širom Hrvatske te dobiti informaciju i komunicirati izravno s glavnom koordinatoricom porukama i komentarima, bez posredovanja svojega školskog voditelja. U grupi glavna koordinatorica komunicira samo s voditeljima škola koje provode projekt, a na stranici na Facebooku mogu joj se obratiti svi ostali koji nisu uključeni u organizaciju i vođenje projekta. Administratori su grupe Dejana Kurtović, voditeljica Projekta za 2013. i 2014. i Josip Rihtarić, voditelj Projekta za 2012. godinu.

Objave u grupi odnose se samo na projekt i poticanje čitanja pa su predviđene i namijenjene skupini ljudi koji rade u školstvu, bave se knjižničarstvom, čitanjem, odgojem i obrazovanjem pa je broj članova grupe manji od onih na stranici. Na stranici su objave namijenjene svima u školama i srodnim ustanovama koje odgajaju čitatelje, roditeljima i stručnjacima s područja čitalačke i informacijske pismenosti pa ona broji više članova. Prednosti usluga na Facebooku koje koristi projekt uključuju besplatno promicanje projekta, korištenje u svrhu rada i organizacije projekta te jednostavnu komunikaciju glavne koordinatorice i sudionika projekta. Nedostatci ovoga oblika komunikacije i promidžbe uključuju nedostatak tima koji će, umjesto koordinatorice, stalno biti dostupan korisnicima grupe i stranice, nemogućnost stalne dostupnosti glavne koordinatorice, nemogućnost plaćanja oglasa zbog nedostataka novčanih sredstava te nedostatak aplikacije na Facebooku koju omogućuje *Google*, kao što je izradba upitnika i njihova analiza.

Slika 1. Naslovna slika projekta za poticanje čitanja Čitamo mi, u obitelji svi na Facebooku

## *Vrste objava i komunikacija*

Vrste su objava i komunikacija u grupi i na stranici statusi, vijesti, slike, videouradci, fotografije, objave dokumenata projekta, dojmova učenika, roditelja i knjižničara te zanimljivosti vezanih uz čitanje i poticanje čitanja u krugu obitelji i školske knjižnice u Hrvatskoj i svijetu, kao i objave poveznica na stranice o čitanju, knjigama i knjigoljupcima. Najviše se objavljuju poveznice s drugih stranica, fotografije i statusi.

## *Najzanimljivije teme grupe i stranice*

Najzanimljivije su teme grupe i stranice statusi o fazama projekta, fotografije kojima je zabilježena provedba projekta, poveznice i osvrti na članke, radijske i televizijske emisije o projektu, poveznice na stranice škola o projektu, savjeti za čitanje, posteri, dokumenti, objave sudionika projekta i dr.

## *Statistički podatci o članovima grupe i stranice Čitamo mi, u obitelji svi*

- U razdoblju od svibnja 2011. do lipnja 2014. godine grupa projekta na Facebooku imala je 184 člana, a stranica na Facebooku 327 pratitelja.
- Dob je članova grupe od 28 do 65 godina, a stranice od 13 do 65 godina, od čega ih je najviše u dobi od 25 do 34 godine, odnosno 31 %, te od 35 do 44 godine, odnosno 26 %. Našu stranicu aktivno prati 85 % žena, a 13 % muškaraca. S područja je Hrvatske 288 članova, i to najviše s područja grada Zagreba, što iznosi 99 %. Tjedno se učlani petero, a mjesečno približno 20 članova. Odustane svega 5 % članova.
- Članova je u grupi od 20 do 35 po objavi, a na stranici približno 280 pratitelja dnevno, i to najviše u poslijepodnevnim i večernjim satima. Ukupno ih je 626 u razdoblju od 28 dana, što iznosi 80 % žena, a 17 % muškaraca. Najviše je pratitelja u dobi od 25 do 34 godine, odnosno 28 %, te od 35 do 44 godine, odnosno 26 %, od čega je najviše pratitelja s područja Hrvatske (523), i to s područja Zagreba i okolice (135).
- Broj je interakcija po objavi od 2 do 20 sviđanja i komentara.
- Broj sviđanja po objavi iznosi od 1 do 15 sviđanja po objavi, a mjesečno približno 120 sviđanja za sve objave.
- Broj je komentara po objavi od 2 do 15 komentara na pojedinu objavu. Pratitelji češće pregledaju objave i izraze sviđanje, nego što ih komentiraju. Ponekad objava izazove velik odaziv i komentare, no svrha nije izazivati što veći broj komentara nego pokazati aktivnost, rezultate i pozitivne vrijednosti širokoj zajednici članova i pratitelja. Svaku devetu objavu netko podijeli na drugoj stranici ili grupi. Zbog toga je jako malo negativnih komentara – približno 1 %. Svrha je i grupe i stranice na Facebooku promicanje projekta kako bi se javnost upoznala s njegovim vrijednostima.
- Vremensku crtu, slike i videosadržaje stranice i grupe svakodnevno pogleda 63 korisnika, odnosno objave pogleda od 20 do 167 korisnika tjedno, a mjesečno približno 300. Približno 50 korisnika redovito prati, odnosno 10 %, što je poticajan broj za njihovo buduće povećanje.

*Za budućnost i razvoj društvenih mreža Nacionalnoga projekta poticanja čitanja Čitamo mi, u obitelji svi bitno je povećati broj korisnika i aktivnije promicati rad i djelatnost projekta, što uključuje razvoj i poboljšanje kvalitete grupe projekta i stranice na Facebooku, kao i internetske stranice.*

*Slika 2. Vremenska crta zatvorene grupe projekta Čitamo mi, u obitelji svi*

## Zaključak

Grupom i stranicom na Facebooku *Čitamo mi, u obitelji svi* nastojat će se upozoriti na veliku potrebu promidžbe vrijednoga i korisnoga projekta koji se u zapadnim zemljama pokazao vrlo uspješnim te se provodi uz potporu mjerodavnih ustanova i ministarstava, dok ga u Hrvatskoj podupiru pojedinačne ustanove, donatori, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta i Ministarstvo kulture, ali bez organizacijske i novčane potpore. Iako projekt ima potporu obaju ministarstava, bitno je dobiti i njihovu novčanu potporu, kao i potporu drugih donatora, jer zasad knjižnice same osiguravaju sredstva potrebna za kvalitetno provođenje projekta.

## Bilješke

1. Službena internetska stranica projekta Čitamo mi, u obitelji svi [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://sites.google.com/a/knjiznicari.hr/citamo-mi-u-obitelji-svi/
2. Grupa na Facebooku Čitamo mi, u obitelji svi [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://www.facebook.com/groups/citamomiuobiteljisvi
3. Stranica na Facebooku Čitamo mi, u obitelji svi Čitamo mi, u obitelji svi = Family reading time [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: https://www.facebook.com/cmuos

## Literatura

Kurtović, Dejana. Čitamo mi, u obitelji svi. Postersko izlaganje na 12. okruglom stolu o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva u sklopu programa Umreženi : susret knjižnica na društvenim mrežama održanom 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu [citirano: 2014-07-04]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/12/Umrezeni_Grupa-Čitamo-mi-u-obitelji-svi_Dejana-Kurtović.pdf

## Dejana Kurtović

*Dejana Kurtović diplomirala je 2008. godine povijest i filozofiju. Godine 2009. diplomirala je knjižničarstvo na Filozofskome fakultetu u Zagrebu, a 2011. upisala je Poslijediplomski doktorski studij informacijskih i komunikacijskih znanosti. Od 1. siječnja do 1. rujna 2009. radila je na predmetnoj obradi u Gradskoj knjižnici i čitaonici Virovitica. Članica je Hrvatskoga knjižničarskog društva i njihova ogranka Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkoga prigorja, Hrvatske udruge školskih knjižničara, Hrvatske mreže školskih knjižničara, Hrvatskoga čitateljskog društva te brojnih drugih društava i udruga. Voditeljica je nacionalnoga projekta za poticanje čitanja među učenicima trećih razreda i njihovih obitelji koji se provodi u školskim knjižnicama Republike Hrvatske pod nazivom Čitamo mi, u obitelji svi i županijskoga Međuškolskog književnog kviza Bjelovarsko-bilogorske županije koji se provodi među učenicima petih razreda. Od 2009. godine radi kao školska knjižničarka IV. OŠ Bjelovar. Od svibnja 2014. obnaša dužnost tajnice Hrvatske mreže školskih knjižničara.*

English

# Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek: istraživanje utjecaja na lokalnu zajednicu

**Srđan Lukačević | Dubravka Pađen Farkaš**
Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek
slukacevic@gskos.hr | dubravka@gskos.hr

Ključne riječi

- Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek (GISKO)
- društvene mreže
- marketing
- koordinator za virtualne zajednice
- Facebook

## Sažetak

Rad ističe važnost poznavanja znanja i vještina potrebnih za provedbu kvalitetne komunikacije s postojećim, ali i mogućim korisnicima preko društvenih mreža s naglaskom na društvenu mrežu *Facebook*. Prvi dio govori o potrebi uporabe društvenih mreža u svakodnevnome radu knjižnica, ističe prednosti korištenja marketinških mogućnosti preko društvenih mreža i upućuje na rad koordinatora za društvene zajednice. Drugi dio rada odnosi se na istraživanje koje je provedeno pomoću internetske ankete. Vrednovane su aktivnosti Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na društvenoj mreži *Facebook* radi istraživanja utjecaja stranice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na lokalnu zajednicu, poticanje i stvaranje kulture čitanja, utjecaja na reputaciju Knjižnice, posudbu preporučene građe, upise i obnovu članstva u Knjižnici.

## Uvod

Knjižnice u svijetu, a tako i u Hrvatskoj, davno su shvatile kako više ne smiju biti, a i nisu, samo središta posudbe knjiga. Svjesne su i da njihova interakcija s korisnicima svakim danom postaje sve veća. Knjižnice brojnim programima aktivno uključuju postojeće korisnike, ali i one buduće, u stvaranje i ostvarenje projekata u svojim lokalnim zajednicama, uz činjenicu da su knjižnice danas obavijesna, društvena te obrazovna središta lokalne sredine. Zadatak je rada prikazati i odrediti stupanj prisutnosti Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek (GISKO) u zajednici preko društvene mreže *Facebook* te istražiti kako službena stranica utječe na reputaciju i zadovoljstvo korisnika Knjižnicom. Jednako tako, provedenim istraživanjem pokušat će se odrediti korisničke skupine, utvrditi njihove potrebe i načine na koje Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek može usmjeriti svoje marketinško djelovanje preko stranice na Facebooku radi poticanja lokalne zajednice na aktivno uključivanje u programe i aktivnosti Knjižnice. Određujući korisničke skupine, Knjižnica će jednostavnije osmišljavati usluge koje će tada moći ponuditi svojim korisnicima. Stvaranjem raznolikih aktivnosti, knjižnice privlače moguće

korisnike, ali i zadovoljavaju potrebe trenutačnih korisnika. Stoga su unatrag nekoliko godina pojavom društvenih mreža, poput najpopularnijega Facebooka, otvoreni novi kanali komunikacije u društvu.

Danas je na internetu ovaj oblik komunikacije postao izrazito dominantan. *Facebook* je jedna od najpopularnijih društvenih mreža koju samo u Hrvatskoj koristi približno 1,5 milijuna ljudi.[1] Upravo zbog toga upravljački tim knjižnice mora biti svjestan vrijednosti marketinških aktivnosti svoje ustanove. Korištenje svih marketinških kanala iznimno je bitno te će o njem ovisiti i koliko će knjižnica biti prepoznata i prisutna u lokalnoj zajednici. Ako se uzmu u obzir rastući razvoj i primjena informacijske tehnologije u zadnjih pedesetak godina koji utječu na promjene u društvu, jedan su od takvih marketinških kanala i društvene mreže. Informacijske tehnologije danas omogućavaju brz, jednostavan i selektivan pristup svim željenim informacijama i znanjima. Bitno je također napomenuti kako su usluge komunikacije preko društvenih mreža besplatne, osim oglašavanja na Facebooku koje se naplaćuje. Za razliku od masovnih elektroničkih medija, ove usluge nude precizan uvid u učinkovitost oglasa te mogućnost njihove prilagodbe tijekom svakodnevne promidžbe usluga i aktivnosti koje knjižnica nudi.

Globalna popularizacija internetskih društvenih mreža i mogućnosti koje nude već sada pokazuju prve pozitivne rezultate svima koji su ih počeli koristiti u svojim promidžbenim aktivnostima. Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek nalazi se među ustanovama koje su na ovaj način prepoznale i iskoristile prednosti komuniciranja s postojećim, ali i mogućim korisnicima. Kroz povijest možemo popratiti transformaciju iz industrijskoga u informacijsko društvo i taj se razvoj nastavlja prelaskom u društvo temeljeno na znanju. U takvome društvu gospodarstvo i kvaliteta života pojedinca ovise o znanju, odnosno o pronalaženju, obradbi i primjeni informacija. Globalizacijski trendovi povezuju svijet informacijski, gospodarski, tehnološki, prometno i medijski u cjeline u kojima se primjenjuju jednaka mjerila i vrijednosni sustavi. Globalni trend obrazovanja usmjerava se na aktivno usvajanje znanja tijekom cijeloga života, razvoj kreativnosti, razvoj i poticanje radnih navika i poduzetničkoga duha, razvoj ekološke svijesti te odgoj slobodnih ljudi u cjelovite ličnosti. Svrha i krajnji ciljevi suvremenoga korištenja mogućnosti koje društvene mreže pružaju odnose se na obrazovanje i osposobljavanje za život i rad u globalnome, multikulturalnome društvu uz stalne promjene, napretke i posebnosti virtualnoga obavješćivanja.[2] Kako dostupnost informacija raste, postavlja se pitanje u kojoj su mjeri informacije ravnopravno dostupne svim članovima društva, odnosno posjeduju li svi ista predznanja, u kojoj su mjeri i jesu li uopće informacijski pismeni te imaju li svi podjednake novčane mogućnosti kojima bi osigurali odgovarajuću tehnologiju s pomoću koje bi mogli pristupati velikomu broju informacija. Računalna pismenost i poznavanje načina te vrsta komuniciranja preko računala trebalo bi biti obvezno za sve kako ne bi dolazilo do daljnjih podjela u društvu. Korisnici društvenih mreža, bez obzira na dob i obrazovni stupanj, uglavnom znaju kako pronaći, evaluirati, analizirati, povezati, rukovati i učinkovito prenositi informacije na druge. Zbog navedenoga, vrednovane su aktivnosti Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na društvenoj mreži *Facebook* s ciljem istraživanja utjecaja stranice na Facebooku na lokalnu zajednicu, poticanje i stvaranje kulture čitanja, utjecaja na reputaciju Knjižnice, posudbu preporučene građe, upise i obnovu članstva u Knjižnici, o čem će se podrobnije govoriti u nastavku rada.

## Marketing neprofitnih organizacija preko društvenih mreža

Koristeći stranice na Facebooku, na društvenim se mrežama stvara novi sadržaj koji se velikim dijelom smatra potporom marketingu. S druge strane, komuniciranjem s korisnicima i odgovorima na njihove komentare u gotovo realnome vremenu, takav način komunikacije ima i ulogu korisničke podrške. Marketing preko društvenih mreža danas predstavlja jedan od najbitnijih područja svakoga poslovnog objekta, pa tako i knjižnica. Od trenutaka kada je bio usmjeren samo prema gospodarskim djelatnostima, on se danas jednako učinkovito primjenjuje i u neprofitnome sektoru. Polako se preuzima društvena uloga, a ne samo svrha zadovoljenja ciljeva u obliku prodaje. Ono što je svojstveno neprofitnomu marketingu, osobito neprofitnomu marketingu društvenih mreža, jest svrha njegova postojanja, odnosno jačanje odgovornosti pojedinca prema cjelokupnoj zajednici. Naime, kada pojedinac radi na svojem osobnom razvoju, to je korisno i za cjelokupnu zajednicu u kojoj djeluje. Knjižnica i njoj srodne informacijske ustanove, arhivi, muzeji i dokumentacijski centri svrstavaju se u neprofitne organizacije. Navedene ustanove nisu usmjerene prema ostvarivanju profita, nego prema interesima društvene zajednice. Ciljevi marketinga u kulturnome neprofitnom marketingu više su kvalitativni, dok su u gospodarskim djelatnostima uglavnom kvantitativni. Kotler, pak, marketing definira kao proces koji podrazumijeva analizu, planiranje, primjenu i kontrolu, podrazumijeva proizvode, usluge i ideje, a cilj mu je stvarati zadovoljstvo uključenih strana.[3] Drugim riječima, to bi značilo kako marketing započinje ljudskim potrebama i željama te omogućuje članovima neke neprofitne organizacije, u ovome slučaju knjižnice, bolje razumijevanje svojih korisnika, kako bi razvile kvalitetne usluge. To podrazumijeva osmišljavanje raznovrsnih programa i projekata, komunikaciju ustanove s okruženjem te osiguravanje kvalitetnoga ukupnog djelovanja neke ustanove.

*Kada govorimo o konstruktivnome osmišljavanju marketinške politike Knjižnice preko društvenih mreža, potrebno je naglasiti kako se tijekom osmišljavanja stranice na Facebooku, ali i cjelokupnoga djelovanja, imalo na umu ostvarivanje rezultata prikupljanjem bitnih informacija. Marketing se Knjižnice na društvenim mrežama sastoji i od ispitivanja i analiziranja potreba korisnika, izbora ciljanih korisnika, stvaranja marketinške strategije te planiranja njezina provođenja.*

Pri marketinškome istraživanju društvenih mreža od iznimne je važnosti odrediti svrhu istraživanja, odnosno postaviti problem te zadati ciljeve istraživanja, kako bi bilo jasno što se njime želi postići. Postavljanje problema i ciljeva nekoga istraživanja pokreće cijeli postupak istraživanja te utječe na sve kasnije faze u njegovu razvoju. To znači da će valjanost postavljenih problema i ciljeva te hipoteze istraživanja velikim dijelom odrediti i kvalitetu dobivenih rezultata. Rezultati provedenoga istraživanja određuju postupak segmentacije tržišta kojim se utvrđuju mjerila pomoću kojih se mogu grupirati korisnici koje vežu određene zajedničke osobine. Istraživanje se provodi kako bi se upoznali s potrebama i željama korisnika, a nakon toga dolazi najzahtjevniji, ujedno najvažniji dio, omogućiti korisnicima ono što im je potrebno.

## Promidžba i odnosi s javnošću na društvenim mrežama

Promidžba i odnosi s javnošću obvezne su zadaće svake organizacije, pa tako i knjižnice. Knjižnica je osnovana u svrhu zadovoljenja čuvanja građe, ali i pružanja informacija svojim korisnicima. Kako bi privukle korisnike te stavile naglasak na promidžbu svojih proizvoda i usluga, knjižnice, ali i sve druge informacijske ustanove, trude se biti inovativne i kreativne. U želji da se na zanimljiv i prihvatljiv način predstave javnosti, posežu za već opisanim planiranjem strategije koja će imati učinkovite i dugoročne rezultate, dajući najbolja rješenja. Promocija se definira kao cjeloviti program usmjerenih aktivnosti i potrebnih resursa oblikovanih tako da učinkovito komuniciraju sa svim sadašnjim i potencijalnim ciljnim skupinama i na njih informativno i persuasivno djeluju u svrhu ostvarivanja ciljeva organizacije,[4] odnosno riječ je o jednome od elemenata marketinga koji će u skladu s glavnim poslanjem neke knjižnice pokušati obavijestiti građane o onome što svojim korisnicima pruža. Mnogi korisnici ne znaju što im sve knjižnica može pružiti jer nisu dovoljno upoznati s njezinim uslugama i mogućnostima, a većina nije ni svjesna svojih obavijesnih potreba. Tada promidžba preko društvenih mreža može imati ulogu jednoga od kanala preko kojih knjižnica komunicira sa svojim korisnicima te ih upoznaje s djelatnošću, programima i uslugama.

Odnosi s javnošću i promidžba bitni su pri neprestanome nastojanju da se javnosti skrene pozornost na knjižnicu te njezine usluge i programe. Odnosi s javnošću određuju se kao neprekidno razvijanje i provođenje programa kojima se nastoji izgrađivati međusobno razumijevanje i povjerenje između knjižnice i javnosti, odnosno programa suradnje s javnošću, rada za javnost i rada u javnosti.[5] Za knjižnicu je nužno stalno se predstavljati u javnosti, kako bi zadobila povjerenje u svoju djelatnost. U svakoj informacijskoj ustanovi trebao bi postojati stručnjak koji je zadužen za odnose s javnošću preko društvenih mreža. Njegova je uloga i u održavanju kontakata s medijima, pokroviteljima, ali i korisnicima, kako bi se predstavljale usluge i programi te kako bi se oblikovala slika ustanove u javnosti. Osoba za odnose s javnošću na društvenim mrežama, odnosno koordinator za virtualne zajednice, *community manager*, *social media manager* i slični nazivi koji se danas koriste u Hrvatskoj, prati stajališta javnosti, komunicira s njom u svrhu izgradnje naklonosti te distribuira informacije, odnosno predstavlja ustanovu u javnosti.

### *Moderni problemi staroga zanimanja – koordinator za virtualne zajednice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek*

Unatrag nekoliko godina sve se više razvija posao tzv. *social media manager* ili koordinator za virtualne zajednice koji za određenu tvrtku, ustanovu, projekt i sl. smišlja i provodi kampanje, mjeri njihovu učinkovitost, prilagođava komunikaciju i oglase te tako izravno utječe na prodaju, ponudu i predstavljanje proizvoda, usluga ili službi. *social media manager* potpuno je novo zanimanje. U Hrvatskoj je zaživjelo tek u zadnje dvije godine, ali i dalje mnogi ne znaju što ono zapravo znači. Koordinator za virtualne zajednice je, najjednostavnije rečeno, osoba koja upravlja profilima i stranicama na društvenim mrežama, kao što su *Facebook*, *Twitter* ili *LinkedIn*. Koordinator za virtualne zajednice na Facebooku osoba je koja se bavi pozicioniranjem brenda, tvrtke, usluge ili proizvoda preko društvene mreže *Facebook* u ulozi marketinga ili korisničke podrške. Osoba na ovome

mjestu izrađuje, održava, predstavlja te administrira službenu stranicu brenda na Facebooku. To omogućuje dodatnu promidžbu i interakciju brenda i korisnika. Interakcija se provodi pomoću gumba Podijeli (*Share*), gumba Sviđa mi se (*Like*) i sl. Čini se vrlo jednostavno, no nije tako! U situaciji u kojoj je ostvareno više od 7000 sviđanja na službenoj stranici potrebno je razumjeti i zadovoljiti potrebe korisnika. Ne treba podsjećati koliko su svi međusobno različiti.

> *Social media manager trebao bi poznavati zajednicu, komunicirati s njom, upoznati predvodnike te zajednice, mišljenja koji prevladavaju te osobine ljudi koji prate stranicu i, možda najvažnije, biti stalno dostupan. Koordinatoru za virtualne zajednice u knjižnicama bitno je osigurati uvjete za kvalitetan rad.*

Zadatak je te osobe razraditi plan nastupa, predložiti strategiju pojavnosti na društvenim mrežama, otvoriti i voditi stranicu na društvenim mrežama, svakodnevno ga osuvremenjujući prema dogovoru, svakodnevno pratiti profil ili stranicu te događaje na mrežama, u suradnji s nadređenima objavljivati informacije, vijesti, novosti i sve ostale sadržaje vezane uz knjižnicu, pratiti povratne informacije, reakcije publike i odgovarati na njih, pisati izvještaj o obavljenim aktivnostima, dogovarati izložbe, predstavljanja, predavanja, susrete te moguće sudjelovanje u novim projektima za sve upite preko stranice na Facebooku. Zadnje je, ali ništa manje bitno, to da društveni mediji djeluju na način da je potreban stalan rad kako bi počeli davati rezultate. Jedan je od razloga to što *Facebook* stranice sa smanjenom aktivnošću stavlja u drugi plan, odnosno ne pokazuje ih većini pratitelja. Drugi je razlog to što stranica prestaje biti zanimljiva svojoj zajednici i zajednica odumire. Tko nema stranicu na Facebooku, nije u trendu u smislu obavješćivanja o proizvodima i uslugama. Ako konkurencija ima više pratitelja, manja je konkurentnost i što je najvažnije, manja je zarada. Ovo je dovoljno argumenata za otvaranje stranice knjižnice na Facebooku. Odluka knjižnice, u općenitome smislu, trebala bi biti vrlo jasna i ona glasi – potrebna je prisutnost na tržištu, potrebno je biti bolji, potrebno je doći do korisnika na sve moguće načine. Isto tako, u prikazu rezultata istraživanja koja slijede neće se odgovoriti na brojna pitanja za koja u ovome trenutku nema odgovora. Međutim, stručni djelatnici u knjižnicama trebali bi razmisliti i o ovim pitanjima: Trebaju li poslodavci u knjižnicama prilikom zapošljavanja tražiti vještine koje posjeduju koordinatori za virtualne zajednice? Trebaju li knjižničari razvijati takva znanja i vještine? Koordinator za virtualne zajednice u opisu već postojećega radnog mjesta ili novo radno mjesto? Koje? Pravilnik o uvjetima i načinu stjecanja stručnih zvanja u knjižničarskoj struci preko mjerila za ocjenjivanje stručne osposobljenosti urednicima mrežnih stranica daje 25 bodova za napredovanja. Treba li se ova mogućnost izjednačiti s urednicima stranica na Facebooku?

# Istraživanje

Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek utemeljena je 8. veljače 1949. godine, odlukom Gradskoga narodnog odbora grada Osijeka kao Gradska knjižnica. Godine 1975. Knjižnica je bila supotpisnik Samoupravnoga sporazuma o udruživanju u Sveučilište i jedan od utemeljitelja Sveučilišta te je proširila svoju djelatnost i preuzela uloge i zadatke središnje sveučilišne knjižnice, mijenjajući naziv u Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek. Budući da je Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek ustanova s dvojnom ulogom, i njezini su korisnici osobe koje imaju širok raspon zahtjeva. Tako su korisnici Dječjega odjela, Medioteke, Posudbenoga odjela za odrasle, sve do Studijske čitaonice te Odjela periodike i korisnika područnih odjela upućivani na *online* istraživanje.

Profil Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku[6] otvoren je 2008. pod nazivom *Gisko Knjižnica* kao profil fizičke osobe, a sredinom 2012. godine otvorena je stranica pod kategorijom *Local Businesses*, podkategorija *Library*. U trenutku istraživanja, kada je anketa pripremana, profil Knjižnice na Facebooku pratile su 5954 osobe, dok je 6. studenoga 2013. stranicu na Facebooku *Gisko Knjižnica*[7] pratilo 7199 osoba koje se svakodnevno obavješćuje o aktivnostima, službama i uslugama koje Knjižnica pruža. Korisnike se također obavješćuje o novim naslovima te zanimljivostima iz svijeta knjige i kulture općenito, promiče se knjiga i čitanje te im se svakodnevno preporuči barem jedan naslov, uz kratko opisan sadržaj. Zbog promjena iz profila u stranicu, a zbog vjerodostojnosti istraživanja, na grafikonima je navedeno GISKO Facebook profil, dok se u tekstu poštuju pravila administracije na Facebooku i navodi se stranica Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku.

## *Metodologija i uzorak*

Budući da je anketa bila namijenjena stvarnim korisnicima, odnosno onima koji se koriste knjižničnim i informacijskim uslugama Knjižnice, valjalo je u istraživanje uključiti sve kategorije korisnika. Istraživanje se korisnika temelji na podatcima prikupljenima anketnom metodom na uzorku od 412 osoba u razdoblju od listopada 2012. do kraja prosinca iste godine. Anketa je provedena na tadašnjem profilu Knjižnice na Facebooku koji je naknadno prebačen u stranicu Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku. Ispitanike se pozivalo na ispunjavanje *online* anketnoga listića radi poboljšanja sustava obavješćivanja o već postojećim uslugama i službama, ali i dolazećim aktivnostima, radionicama i drugim događajima preko stranice na Facebooku. Ispitani su korisnici starosne dobi od 14 do 72 godine. Korisnici su odjela i službi u matičnoj zgradi Knjižnice, ali i područnih odjela, tijekom 5 do 30 godina. Po stručnoj su spremi srednjoškolskoga i fakultetskoga stupnja obrazovanja, a dio ispitanika su studenti, umirovljenici te korisnici u doktorskim i magistarskim zvanjima (Grafikon 1 na str. 118). Na anketu su odgovorile 333 pripadnice ženske populacije te 79 ispitanika muške populacije (Grafikon 2), od čega 66 osoba nisu članovi knjižnice, 133 osobe imaju obiteljsku iskaznicu, dok 214 ispitanih korisnika ima vlastitu iskaznicu (Grafikon 3). Prikupljeni podatci analizirani su pomoću pomagala dostupnih uz Google Drive.

## *Ciljevi, zadatci i hipoteza istraživanja*

Obavješćivanje o usluzi, projektu, programu ili izložbi neki su od glavnih ciljeva komunikacije s korisnicima preko društvenih mreža. Jednako je bitno i poticanje korištenja pojedinih usluga, kao i podsjećanje na postojanje pojedinih usluga i djelatnosti knjižnice. Prvi je cilj uporabom kvalitetnih objava pomoći u promidžbi nove usluge, odjela ili službe. Drugi je, odnosno neizravni cilj, povećavanje broja korisnika u Knjižnici te stvaranje pozitivnoga dojma o Knjižnici kao kvalitetnoj kulturnoj i informacijskoj ustanovi. Svrha je djelovanjem na službenoj stranici Knjižnice na Facebooku prenijeti poslanje Knjižnice, koje uključuje viziju i vrijednost, odnosno ono što se želi postići.

Zadatak je istraživanja stvaranje stručnih pretpostavki koje će osigurati bolju i kvalitetniju komunikaciju s korisnicima, a koje možemo koristiti kao sredstvo kojim se želi zadržati zanimanje za već postojeću uslugu, odjel ili službu ili predstaviti novu uslugu, aktivnost, izložbu i sl.

Pretpostavka je da marketing na društvenim mrežama, odnosno objava sadržaja, radi promidžbe određene aktivnosti Knjižnice mora odgovarati na klasična novinarka pitanja, kao što su tko, što, kada, kako, gdje i zašto. Na taj se način pojašnjava tko je nositelj službe ili manifestacije, gdje se ona održava, kada se održava, njezin sadržaj i svrha. Također, pretpostavka je da kvalitetne objave na stranici na Facebooku korisnike i građane mogu kvalitetno obavješćivati o aktivnostima, akcijama, zbivanjima u knjižnici, otvorenjima novih prostora, odjela ili službi, upućivati na korištenje Knjižnicom, katalozima, odjelima te upućivati na kvalitetne naslove za čitanje, kao i na vijesti i novosti iz svijeta knjige.

## *Analiza rezultata i rasprava*

Istraživanje je provedeno zbog važnosti vrednovanja aktivnosti Knjižnice na društvenoj mreži *Facebook* radi istraživanja utjecaja stranice na Facebooku na lokalnu zajednicu, poticanje i stvaranje kulture čitanja, utjecaja na reputaciju Knjižnice, posudbu preporučene građe, upise i obnovu članstva. Na temelju istraživanja mogu se uočiti bitne sastavnice, smjernice i razmišljanja korisnika, koji za kvalitetno predstavljene obavijesti na stranici Knjižnice daju pretpostavku kako će pomoći u promidžbi Knjižnice, njezinih aktivnosti i usluga kod stalnih i mogućih budućih korisnika. Istraživanjem se željelo otkriti elemente koji moraju biti prisutni u svakoj obavijesti, a korisnici ih smatraju osobito bitnima, potiču ih na pozitivno djelovanje, a s druge strane ne opterećuju njihove aktivnosti na zidovima privatnih profila. Drugim riječima, ne smetaju im u svakodnevnoj komunikaciji s njihovim prijateljima nego ih smatraju korisnima u sklopu svojih osobnih djelovanja i interesa. Prema provedenome istraživanju, 245 korisnika, što je 59,5 % ispitanih, redovito prati obavijesti Knjižnice na stranici na Facebooku, 114 ispitanih, odnosno 27,7 % povremeno prati aktivnosti na Facebooku, dok se 12,9 %, odnosno 53 osobe, očitovalo kako ne prate objave na stranici (Grafikon 4). Iako je broj ispitanih osoba koji ne prate objave Knjižnice na Facebooku relativno malen, ipak se mora primijetiti da su odgovorili na anketu koja je bila postavljena na stranici Knjižnice. Pretpostavka je da barem djelomično vide objave Knjižnice, ali im ne pridaju veliku pozornost.

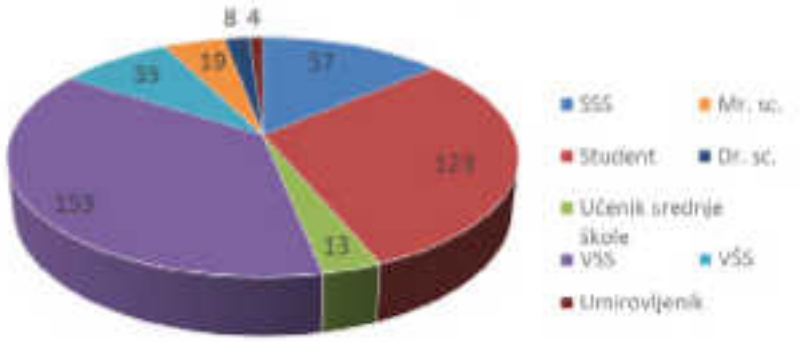
Istraživanjem se željelo utvrditi poboljšava li stranica Knjižnice na Facebooku reputaciju knjižnice u Osijeku,

prije svega kako bi se vrednovao rad na stranici, ali i kako bi se procijenilo ima li stranica utjecaj na nekoliko pitanja koja slijede u nastavku. Također se željelo istražiti spominje li se rad na stranici u svakodnevnoj komunikaciji među građanima Osijeka. Prema dobivenim rezultatima, 271 ispitana osoba, odnosno 65,8 %, smatra kako stranica poboljšava ugled Knjižnice, ocijenivši je ocjenom izvrstan, 5,73 ispitanika (17,7 %) ocijenilo je stranicu ocjenom vrlo dobar, 53 ispitanika (12,9 %) dalo je prolaznu ocjenu dobar, dok je 8 ispitanih (1,8 %) dodijelilo ocjenu dovoljan, odnosno 7 osoba (1,7 %) smatra kako stranica ne pridonosi poboljšanju ugleda Knjižnice (Grafikon 5). Na slično pitanje u kojem se tražio odgovor na utjecaj stranice na Facebooku u poboljšanju osobnoga mišljenja prema Knjižnici, kao i na prethodno pitanje, dobiveni su prihvatljivi, odnosno pozitivni rezultati. Tako, 222 ispitanika (53,9 %) smatra kako je stranica Knjižnice na Facebooku poboljšala njihova osobna promišljanja o Knjižnici, 76 ispitanih (18,4 %) poboljšanje osobnoga mišljenja ocijenilo je ocjenom vrlo dobar, za 80 ispitanika (19,4 %) nalazi se na pola puta s ocjenom dobar, dok 20 ispitanika (4,9 %), odnosno 14 osoba (3,4 %) ocjenjuje rad Knjižnice na stranici prema poboljšanju osobnoga mišljenja prema Knjižnici ocjenom dovoljan, odnosno nedovoljan (Grafikon 6).

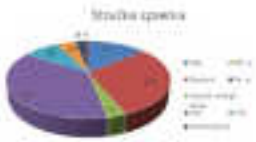
Sljedeća grupa pitanja istraživala je utjecaj objavljenih sadržaja na stranici Knjižnice na Facebooku na poticanje čitanja i odlaska u knjižnicu. Na pitanje *Objave GISKO profila potiču Vas na čitanje*? 170 ispitanika (41,3 %) dalo je najvišu ponuđenu ocjenu izvrstan, jednako tako 100 ispitanika (24,3 %) objave smatra poticajnima za čitanje ocjenom vrlo dobar, srednju ocjenu izrazilo je 90 ispitanika (21,8 %) (Grafikon 7). Isto tako, da ih objave na stranici Knjižnice potiču na odlazak u Knjižnicu, smatra reprezentativni uzorak u omjeru od 155 ispitanika (37,6 %) s ocjenom izvrstan, 97 (23,5 %) dalo je ocjenu vrlo dobar, isti postotak ispitanika ocjenom dobar smatra objave poticajnima za odlazak u Knjižnicu, mali postotak ispitanih, njih 7, odnosno 8 %, objave je u prosjeku ocijenilo nepoticajnima (Grafikon 8).

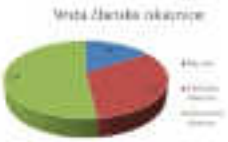
Dva pitanja bitna za novčano poslovanje Knjižnice odnosila su se na utjecaj stranice na Facebooku pri obnovi članarine, kao i pri upisu u Knjižnicu. Na prvo pitanje 123 ispitanika (29,9 %) objave smatra izrazito poticajnima, 73 ispitanika (17,7 %) objave smatra nešto manje poticajnima, dok ih 110 (26,7 %) smatra osrednje poticajnima, ocijenivši ih ocjenom dobar. Približno 100 ispitanika (25 %) objave ne smatra osobito poticajnima, što ne znači da nisu članovi Knjižnice nego da ih na obnovu potiču neki drugi čimbenici. Međutim, taj nezanemariv postotak može govoriti kako objave Knjižnice nisu zanimljive, korisne, informativne i sl. (Grafikon 9). S druge strane, objave stranice Knjižnice na Facebooku na prvi upis potiču ili bi poticale velik postotak ispitanih. Vrlo je slično i s prethodnom analizom, što se može vidjeti iz usporednih grafikona (Grafikon 10).

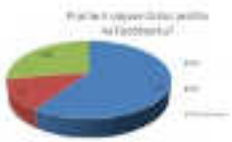
Ako se pretpostavi da se ispitanici ponašaju u skladu s odgovorima, odnosno da se u navedenim postotcima upisuju ili obnavljanju članstvo u Knjižnici, administrator stranice na Facebooku, kao i sama Knjižnica, mogu biti zadovoljni poslom koji se obavlja u komunikaciji s pratiteljima preko stranice.

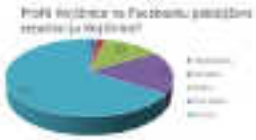


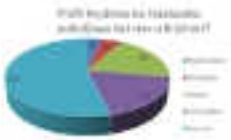

*Grafikon 1. Stručna sprema ispitanika Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek*

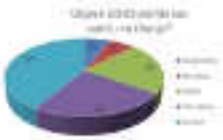


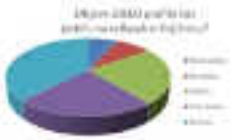


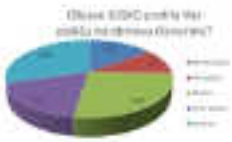


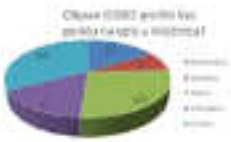












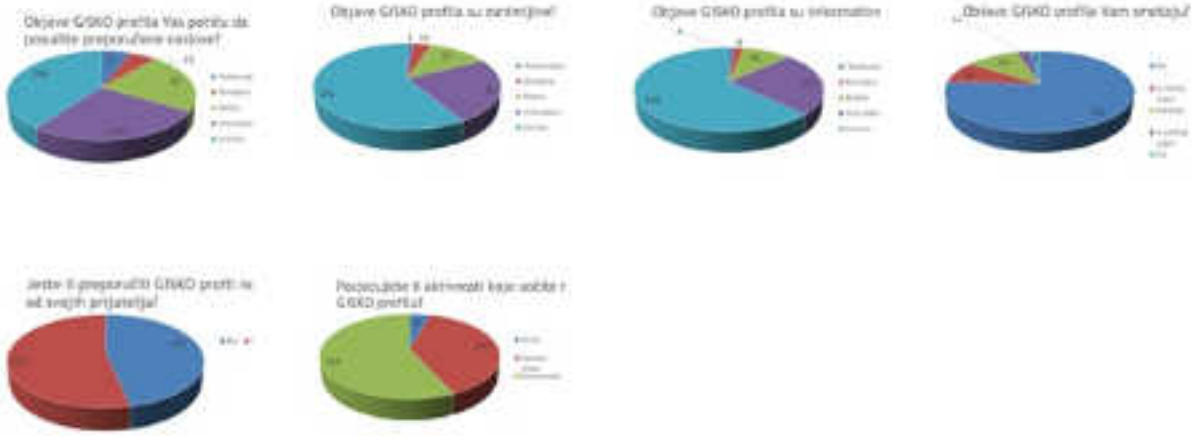
U sljedeću skupinu pitanja uključena je i analiza odgovora na pitanje *Objave GISKO profila vas potiču da posudite preporučene naslove?*. Odgovori se mogu vrednovati kao pozitivne smjernice za daljnji rad na stranici. Tako bi 164 ispitanika (39,8 %), 110 ispitanika (26,7 %) te 91 ispitanik (22,1 %) posudilo preporučene naslove uz bodove na ocjenjivačkoj ljestvici izvrstan, vrlo dobar i dobar. Na približno 50 sudionika ankete, objave preporuka za čitanje nemaju nikakav utjecaj (Grafikon 11).

Tvrtka *Facebook* u svojim savjetima preporučuje brendovima i tvrtkama tek dvije do tri objave tjedno na stranicama, kako bi se upoznali s platformom, načinom rada i mogućnostima koje nudi. Mnogi brendovi objavljuju jednom dnevno jer se više objava pokazalo negativnima, što se ne mora nužno odnositi na svaku ustanovu. Ne treba posebno napominjati kako objave koje su upućene korisnicima trebaju biti pomno osmišljene i popraćene dodatnim sadržajem, kao što su slika, poveznica ili video. Stručnjaci za društvene mreže smatraju da je najveća pogreška prilikom objavljivanja emitiranje poruka. *Facebook* nije oglasna ploča, već društvena mreža koja zahtijeva dvosmjernu komunikaciju. Koliko je uspješna u ovome području, Knjižnica je vrednovala preko nekoliko sljedećih pitanja. Željelo se doznati koliko su objave na stranici Knjižnice na Facebooku zanimljive, informativne i smetaju li pratiteljima. Prema dobivenim odgovorima, čak 241 ispitanik (58,5 %) smatra objave izrazito zanimljivim, 99 ispitanika (24 %) ocijenilo je zanimljivost objava vrlo dobrom ocjenom, dok su 52 ispitanika (12,6 %) dali ocjenu dobar. Vrlo mali broj ispitanika, odnosno 20 (5 %), smatra objave nezanimljivima (Grafikon 12). Slična situacija dobivena je vezano uz objave koje obavješćuju pratitelje o aktivnostima Knjižnice, najavama i sličnim obavijestima vezanim za djelatnost knjižnice i knjigu. Usporedbom grafikona može se uočiti kako je nezadovoljnih pratitelja stranice u ovome području manje, svega 12 ispitanika (3 %) (Grafikon 13).

Kako se u objavama na stranici Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku željelo izbjeći pretjerano objavljivanje koje bi donijelo više štete nego koristi, istražilo se u kojoj mjeri objave Knjižnice opterećuju korisnike. Velikomu postotku od 75,5 %, odnosno čak 312 ispitanika, objave uopće ne smetaju, 20 %, odnosno približno 80 ispitanika, smatra količinu objave prihvatljivom, dok nezadovoljnih pratitelja ima približno 20, odnosno 4 %. Analizom dobivenih rezultata utvrđeno je kako je odabrana prava mjera objava u skladu s odgovarajućem razdobljem koje najviše odgovara pratiteljima i njihovim navikama posjećivanja društvenih mreža (Grafikon 14).

Na kraju su postavljena dva pitanja, od kojih prvo istražuje preporučuju li pratitelji stranicu Knjižnice na Facebooku svojim prijateljima, a dobiveni su rezultati polovični, ali zadovoljavajući. Tako su 192 ispitanika (46,6 %) preporučili stranicu Knjižnice na Facebooku svojim prijateljima, dok 220 ispitanika u ipak većemu postotku (53,4 %) to u trenutku istraživanja nije učinilo (Grafikon 15). Cilj je drugoga pitanja bio istražiti posjećuju li pratitelji aktivnosti za koje uoče obavijesti na stranici na Facebooku. Iz toga je grafikona uočljivo je kako pozivi i obavijesti na stranici imaju svoju svrhu te korisnici koji imaju zanimanje za izložbe, radionice, predavanja, predstavljanja knjiga i sl. u Knjižnici, i posjete spomenute aktivnosti (Grafikon 16).

*Grafikon 11. Pitanje postavljeno korisnicima – Objave GISKO profila Vas potiču na posudbu preporučenih naslova?*



## Zaključak

U radu se željelo prikazati potrebu za novim vještinama knjižničara kao presudnim čimbenikom u ostvarivanju kvalitetne komunikacije s postojećim, ali i budućim korisnicima preko društvenih mreža, s naglaskom na društvenu mrežu *Facebook*. Kvalitetnom i učinkovitom komunikacijom korisnici se osvješćuju o važnosti obavijesnih, kulturoloških, društvenih i drugih potreba, podiže se opća razina zadovoljstva, ali neposredno i opće obrazovanje te kultura korisnika. Kvalitetna interakcija između korisnika i knjižnice neupitno povećava ugled knjižnice te opće standarde djelatnosti. Budućnost je knjižnice u odnosu knjižničara prema sadašnjem i mogućem korisniku te u osluškivanju njihovih potreba i želja, a navedeno se u ovome trenutku najbolje i najbrže može postići komunikacijom preko društvenih mreža. Na temelju analize odgovora može se zaključiti koliko su korisnici zadovoljni radom Knjižnice u cjelini, komunikacijom preko društvene mreže *Facebook*, ali i radom koordinatora za virtualne zajednice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. Uočljivo je da su upoznati i zadovoljni vrstom usluga koje im se pružaju u Knjižnici, što misle o objavama na stranici na Facebooku, kako je vrednuju, što predlažu za poboljšanje rada Knjižnice te ono najvažnije za ovaj rad, kakav su komunikacijsko-obavještajni odnos uspostavili s knjižnicom. Analizom odgovora vidljivo je da bi se možda više pozornosti trebalo posvetiti osmišljavanju marketinškoga pristupa kako bi se korisnici još više upoznali sa svim uslugama i aktivnostima koje Knjižnica pruža. S druge strane, društvene mreže kao *Twitter*, *LinkedIn*, *Facebook* i brojne druge otvorile su velike mogućnosti besplatnoga reklamiranja internetskih stranica, poslovanja i općenito prisustva na internetu i društvenim mrežama svih poslovnih subjekata, pa tako i knjižnica. Pod prisustvom na društvenim mrežama ne govori se o nepotrebnome zasipanju korisnika nebitnim informacijama koje bi vrlo lako mogli odrediti kao *spam*, nego o smislenome otvaranju raznovrsnih stranica i profila kako bi korisnici lakše mogli doći do informacija i pronaći područja svojega zanimanja. U radu se mogu uočiti brojne prednosti prisustva na društvenim mrežama. Jedna je od njih promidžba poslovanja tisućama korisnika koja je potpuno besplatna. Isto tako, Knjižnici prisustvo na društvenim mrežama pruža mogućnost povezivanja s ljudima bitnim za određeno područje, djelokrug interesa ili pruža mogućnost upoznavanja s mogućim korisnicima, klijentima ili poslovnim partnerima. Također, u gotovo realnome vremenu mogu se dobiti povratne informacije o službama, uslugama, projektima i svim drugim aktivnostima koje se svakodnevno u Knjižnici pružaju. Društvene mreže traže djelovanje ciljane skupine. Potrebno je znati komu se Knjižnica obraća te prilagoditi sadržaj i mjestu na internetu i ciljanoj skupini. Bitno je na svakoj društvenoj mreži prepoznati ciljanu skupinu, dobro analizirati tko je koristi i zašto. Naime, i *Twitter* i *Facebook* imaju drukčiju ciljanu skupinu i drukčiji način komuniciranja. Za dobru komunikaciju potrebno je i pomagalo za praćenje reputacije na internetu. Izvješća i vrednovanje rada na društvenim mrežama preko različitih istraživanja pomoći će u otkrivanju mogućih problema i usmjeravati djelovanje u pozitivno poslovanje i komuniciranje. Upravo je to bila i svrha provedenoga istraživanja, što se jasno vidi iz rasprave i prikaza rezultata. Na kraju se želi naglasiti kako se složenost predstavljanja i pojavnosti na društvenim mrežama temelji na osnovnim pravilima ponašanja i prilagodbi dijelu društva, odnosno ciljanoj skupini kojoj se Knjižnica obraća.

## Bilješke

1. Hrvatska s 1,5 milijuna korisnika Facebooka 70. na svijetu [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: http://slobodnadalmacija.hr/Mozaik/tabid/80/articleType/ArticleView/articleId/187797/Default.aspx
2. Kuleto, Valentin. Primena koncepta društvenih mreža u obrazovanju [citirano: 2014-10-10]. Dostupno na: http://www.valentinkuleto.com/2013/03/primena-koncepta-drustvenih-mreza-u-obrazovanju/
3. Kotler, Philip. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb: Mate, 2001. Str. 15.
4. Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 191.
5. Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. Lokve : Naklada Benja, 2006. Str. 118.
6. Profil Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku Gisko Knjižnica [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: www.facebook.com/#!/gisko.knjiznica
7. Stranica Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na Facebooku Gisko Knjižnica [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: https://www.facebook.com/#!/GiskoKnjiznic

## Literatura


Akcija. Top 5 pogrešaka u Facebook marketingu [citirano: 2013-11-08]. Dostupno na: http://akcija.com.hr/facebook/top-5-facebook-pogresaka/

GISKO. Povijest Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek [citirano: 2013-11-06]. Dostupno na: http://www.gskos.hr/~descape/files/Povijest%20GISKO%281%29.pdf

Hrvatska s 1,5 milijuna korisnika Facebooka 70. na svijetu [citirano: 2013-11-15]. Dostupno na: http://slobodnadalmacija.hr/Mozaik/tabid/80/articleType/ArticleView/articleId/187797/Default.aspx

Ivakić, Marija. Obrazovanje korisnika za društvo znanja. // Edukacija korisnika i knjižničnog osoblja : zbornik radova 5. dani specijalnog knjižničarstva Hrvatske / ur. Maja Jokić. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004. Str. 117-129.

Kotler, Philip. Upravljanje marketingom : analiza, planiranje, primjena i kontrola. Zagreb : Mate, 2001.

Kuleto, Valentin. Primena koncepta društvenih mreža u obrazovanju [citirano: 2014-10-10]. Dostupno na: http://www.valentinkuleto.com/2013/03/primena-koncepta-drustvenih-mreza-u-obrazovanju/

Lazzarich, Lea. Koliko mrežne stranice knjižnica mogu pomoći ili odmoći u promidžbi? // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 46, 3/4(2003), 119-124.

Meler, Marcel. Neprofitni marketing : marketing u kulturi i umjetnosti. Osijek : Ekonomski fakultet, 2003.

Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb : Masmedia, 2003.

Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. Lokve : Naklada Benja, 2006.

## Srđan Lukačević

*Srđan Lukačević diplomirao je informatologiju na Filozofskome fakultetu u Osijeku 2010. te je stekao akademski naziv magistra struke, obranivši diplomski rad pod nazivom Komunikacijske vještine knjižničara: primjer Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. U Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek zaposlen je od 2005. godine. Trenutačno radi kao koordinator Službe nabave, a od 2008. godine, kao Social Media Manager, uređuje profile Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek na društvenim mrežama. Tajnik je Društva knjižničara Slavonije i Baranje od 2012. godine. Sudjeluje na stručnim skupovima, okruglim stolovima i radionicama. Objavio je nekoliko članaka za stručne časopise.*

## Dubravka Pađen Farkaš

*Dubravka Pađen Farkaš rođena je u Osijeku, gdje se školovala i stekla zvanje profesora pedagogije i diplomiranoga knjižničara. U Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek zaposlena je od 1996. godine, a od 1999. kao voditeljica Odjela za rad s djecom i mladima. Četiri godine radila je na Odjelu pedijatrije Kliničkoga bolničkog centra Osijek s hospitaliziranom djecom, kojima je igrom i pričama pokušala uljepšati i olakšati boravak u bolnici, kao i odvajanje od obitelji. Autorica je četiriju slikovnica Mala zvijezda, Gospodin Otto i stari naslonjači, Nije me strah te Djevojčica i ptica. Dopredsjednica je Društva Naša djeca grada Osijeka. Od 1996. godine do danas sudjelovala je u nizu stručnih usavršavanja i savjetovanja. Trenutačno obnaša dužnost ravnateljice Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek.*

# Prilog Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama

Program *Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama* održan je 10. prosinca 2012. u organizaciji Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, u sklopu 12. okruglog stola o slobodnom pristupu informacijama Hrvatskoga knjižničarskog društva.

Dvadeset hrvatskih knjižnica, uključujući sveučilišne, visokoškolske, narodne, gradske, školske te Hrvatsko knjižničarsko društvo i dvije grupe koje na Facebooku vode knjižničari, posterskim je izlaganjima prikazalo svoje poslovanje na društvenim mrežama.

# Kulturološka i informacijska uloga Facebooka

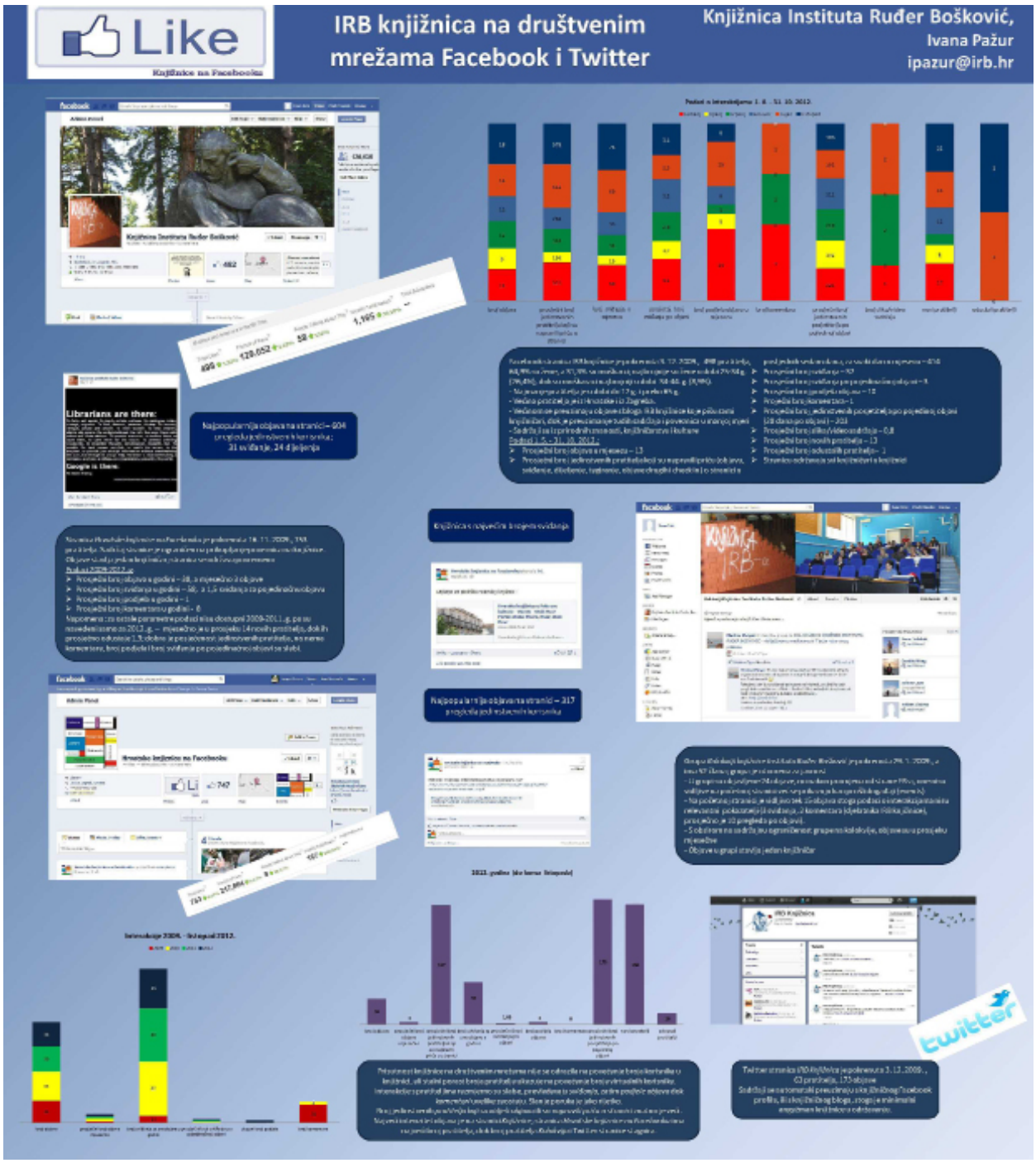
Margita Puharić

# Sveučilišna knjižnica Rijeka na društvenim mrežama

Jana Krišković, Sandra Stupičić

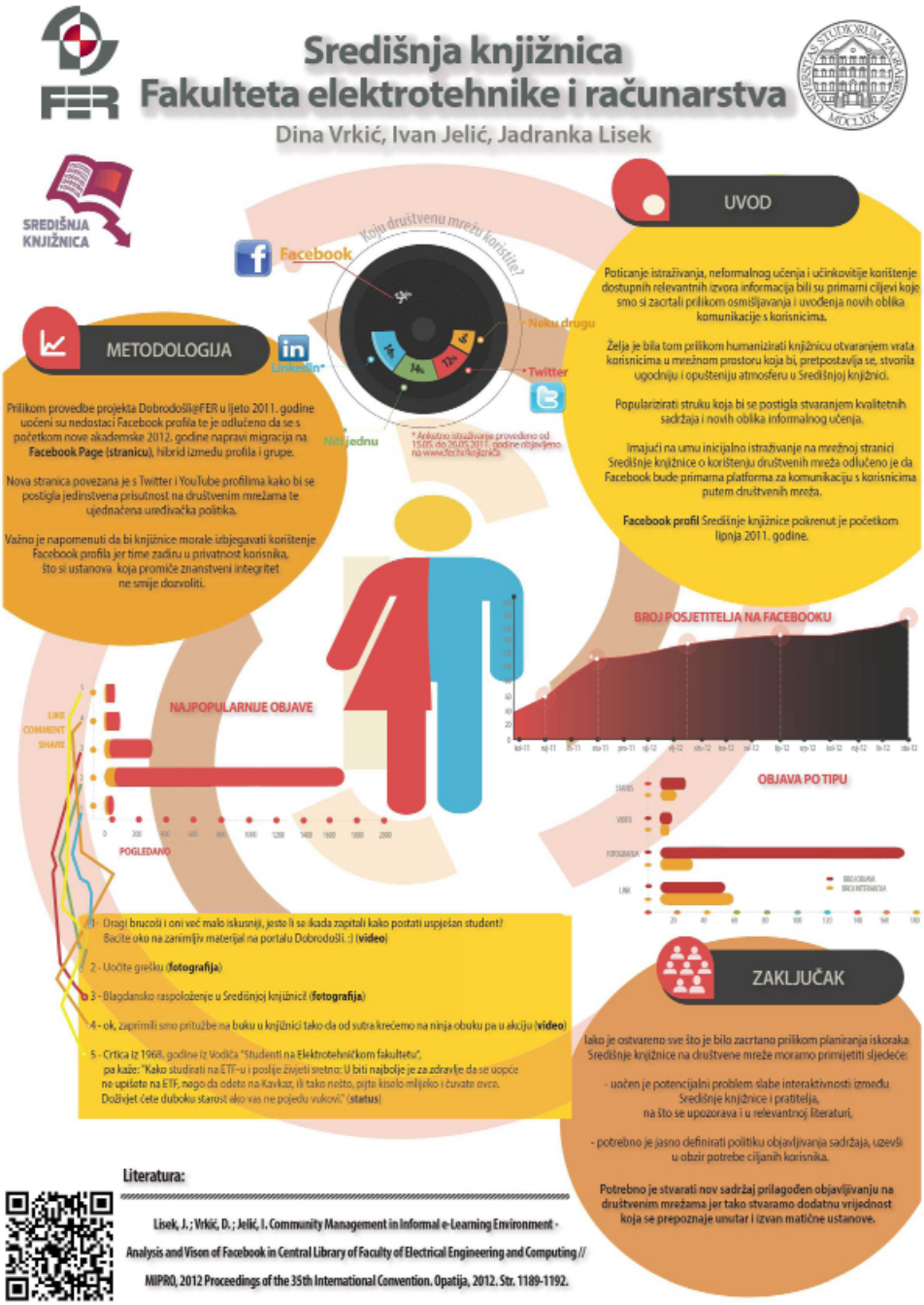
# IRB knjižnica na društvenim mrežama Facebook i Twitter

Ivana Pažur



# Središnja knjižnica Fakulteta elektrotehnike i računarstva

Dina Vrkić, Ivan Jelić, Jadranka Lisek



# Facebook kao mjesto susreta: profil Knjižnice Filozofskog fakulteta na društvenim mrežama

Višnja Novosel

## Facebook kao mjesto susreta:

### profil Knjižnice Filozofskog fakulteta u brojkama

**Višnja Novosel**
vnovosel@ffzg.hr
**Knjižnica Filozofskog fakulteta**

Facebook je internetska društvena mreža osnovana 2004. godine. Trenutno ima više od milijardu korisnika. U Hrvatskoj ih je 1 588 860, od čega je gotovo pola milijuna (493 120) u dobnoj skupini 18-24 godine, dok je sljedeća najzastupljenija dobna skupina 25-34.[1]

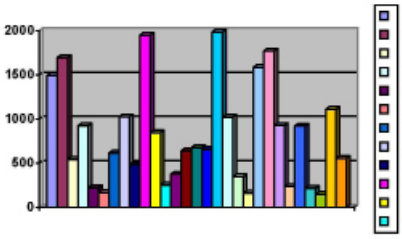
Profil Knjižnice Filozofskog fakulteta otvoren je 07. rujna 2009.g. Danas ima **3 117 korisnika**[2].

| Novi korisnici | Oni koji su odustali |
|---|---|
| 147 | 14 |

Dnevna interakcija: 337 korisnika (uključuje prijavljivanje unutar Knjižnice, posjet profilu te bilo koju aktivnost vezanu uz sadržaje na profilu.

Broj jedinstvenih korisnika koji je vidio bilo koji sadržaj s profila u jednom danu se kreće od 143 do 1987.

Broj korisnika koji je posjetio stranicu, ili vidio objavu u svojim novostima se kreće od 9 do 1426.




Tijekom studenog objave (1 obavijest) na profilu pogledalo je **1 538** korisnika (14 ih je informaciju podijelilo).
Fotografije (2 objave) profila pogledalo je **1 729** korisnika (54 ih je dalje podijelilo informaciju).
Preko profila podijeljeno je 10 poveznica na druge stranice koje su pogledane **8 218** puta (s prosječnim dijeljenjem od 7 puta).
Najmanji je broj korisničkih postova: **9** (uključuje komentare).

Like

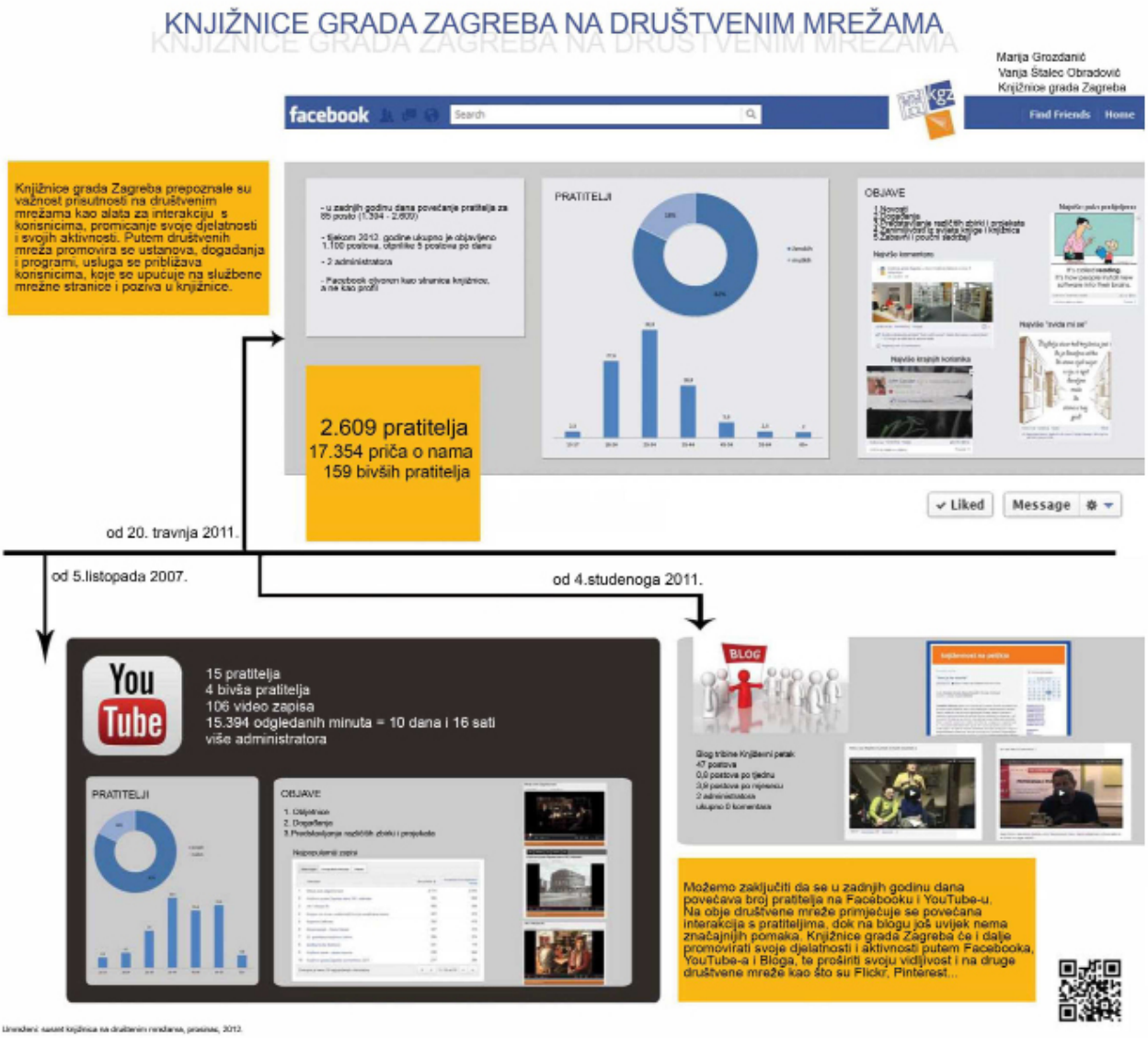
Broj ukupnih sviđanja (popularno Like-ova) bio je **2 688** (ovaj se broj odnosi i na korisnike i na njihove prijatelje koji nisu nužno korisnici našeg profila.

Popularnost Facebook-a potaknula je knjižničare da svoje usluge i službe približe korisnicima, osobito mladima kroz njima bliske načine komunikacije. Facebook možemo promatrati kao mjesto komunikacije i kao mjesto promocije. Analizirali smo profil Knjižnice Filozofskog fakulteta kako bismo kroz kvantitativne pokazatelje prikazali podatke koji se odnose na posjećenost i vrste interakcija tijekom mjeseca studenog 2012.

[1] Podaci preuzeti s: http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/croatia [06/12/2012]
[2] Svi navedeni podaci se odnose na mjesec studeni 2012. godine.

# Knjižnice grada Zagreba na društvenim mrežama

Marija Grozdanić, Vanja Štalec Obradović



# I mi pletemo društvene mreže

Tomislav Staničić

# Social community management by GISKO: širenje knjižničarske aktivnosti na društvene mreže

Dubravka Pađen-Farkaš, Srđan Lukačević, Marin Seleš

# Facebook Gradske knjižnice Zadar

Žozefina Žentil Barić, Lucija Perović, Mladen Masar

# Virtualno povezivanje Gradske knjižnice i čitaonice Vinkovci s korisnicima i knjižnicama

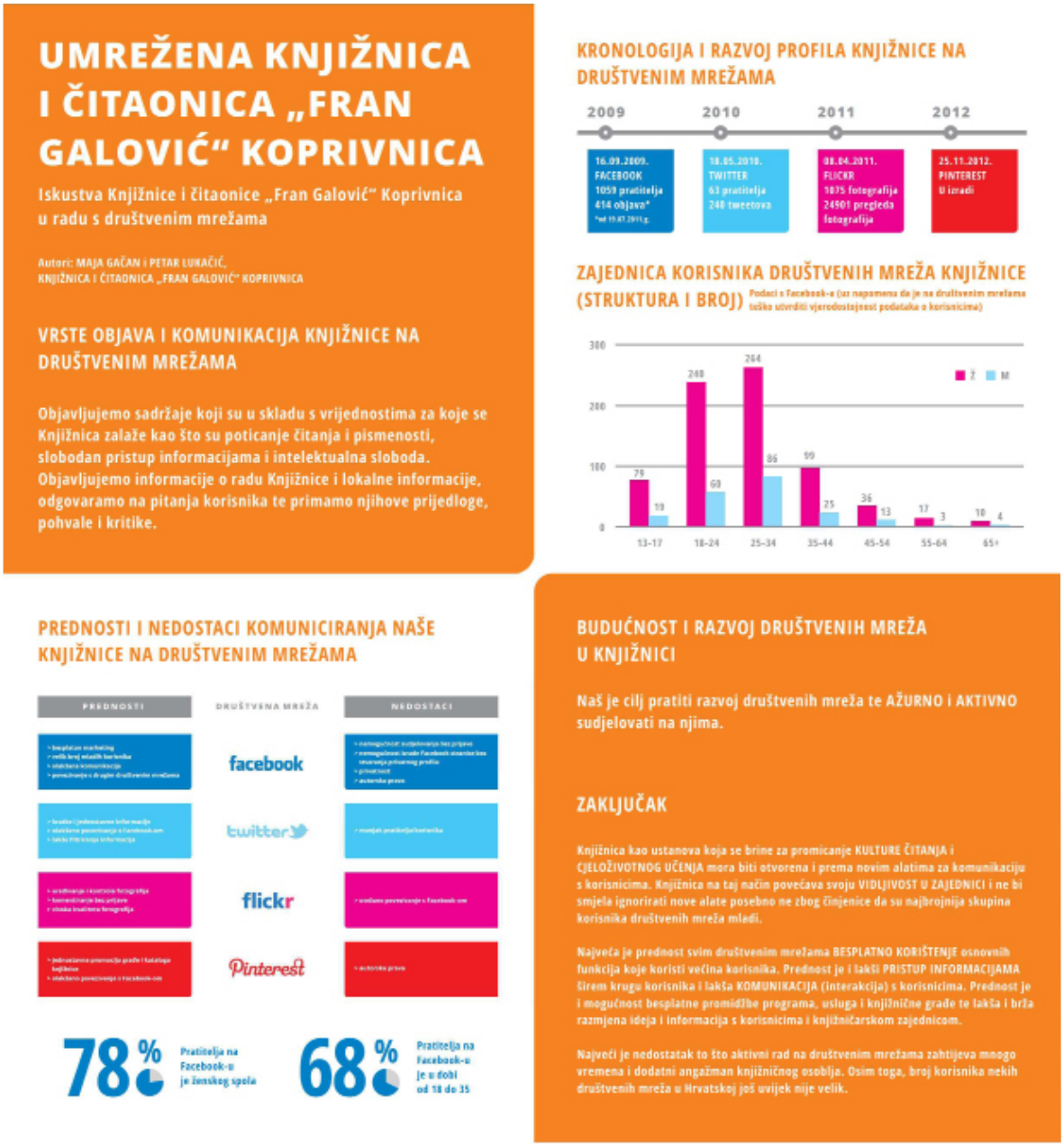
Tihomir Marojević

# Knjižnica na društvenim mrežama

Marinka Ulaga

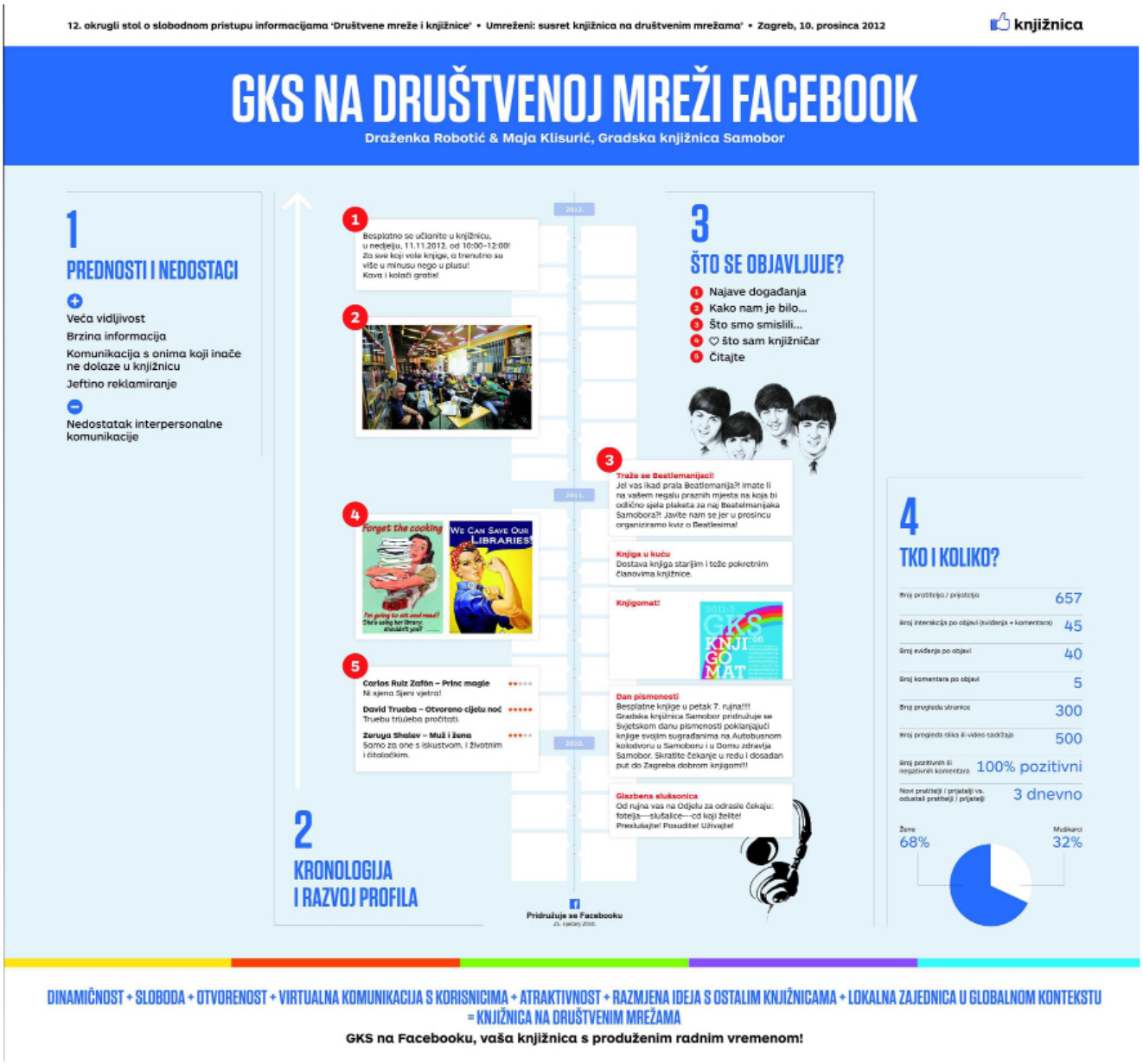
# Umrežena Knjižnica i čitaonica „Fran Galović” Koprivnica

Maja Gačan, Petar Lukačić



# GKS na društvenoj mreži Facebook

Draženka Robotić, Maja Klisurić



## Gradska knjižnica Vukovar

Vlatka Surma Szabo, Vanja Sabo, Marija Bugarski

# Živjeti na otoku - ne biti otok

Tajana Grbin, Milojka Skokandić

# Facebook grupa Knjižnice i čitaonice grada Preloga

Maja Lesinger

# Virtualno lice Knjižnice

Melita Bućan, Nada Topić

# Knjižnica IV. osnovne škole Bjelovar

Dejana Kurtović

# Hrvatsko knjižničarsko društvo

Dorja Mučnjak, Jagoda Ille

**facebook** Hrvatsko knjižničarsko društvo

facebook.com/HKDrustvo

Administracija Dorja Mučnjak | Jagoda Ille

HKD

**Hrvatsko knjižničarsko društvo**

481 kaže da im se sviđa · 154 novih kaže da im se sviđa · 18 kaže da im se ne sviđa

PROMATRANO RAZDOBLJE 15.11.2011.–15.12.2012.

| 500 | 3,15 | 3,03 | 0,12 |
|---|---|---|---|
| broj objava | broj interakcija po objavi | broj sviđanja po objavi | broj komentara po objavi |

| 80 770 | 18 387 | 25 | 58 |
|---|---|---|---|
| broj pregleda stranice | broj pregleda slika ili video sadržaja | broj osoba s negativnim feedbackom | broj negativnih feedbacka |

Najvažnije

Objave prema vrstama:
- poveznica 330
- fotografija 70
- podijeli 61
- video sadržaj 29
- ažurirani status 9
- pitanje 1

Najveći broj prijatelja pratitelja (471): 161 240

Najposjećenija objava (fotografija) – dobitnici Kukuljevićeve povelje i Nagrade Eva Verona sa 38. skupštine HKD-a

170 osoba posjetilo stranicu jednom, 68 osoba ju je posjetilo 6–10 puta, a 39 osoba je posjetilo stranicu 21+ puta

Dan s najviše Ne sviđa mi se (6) 28.11.2012.
Dan s najviše Sviđa mi se (6) 7.11.2012., 27.9.2012.

Najveći broj posjetitelja objava:
1. 484
2. 397
3. 342
4. 334
5. 325
6. 323
7. 292
8. 288
9. 282
10. 275

Dan s najviše objava (13) 30.11.2011.

Demografski podaci (Sviđa im se):
- 77,3% F : 17,5% M
- 410 Hrvatska, 22 BIH, 17 Srbija...
- 158 Zagreb, 23 Split, 21 Osijek, 15 Sisak, 11 Zadar...
- 25-34 34,8%, 35-44 24%, 45-54 14,6%...

Dorja Mučnjak, Knjižnica Filozofskog fakulteta u Zagrebu, dmucnjak@ffzg.hr

Jagoda Ille, Knjižnice grada Zagreba, Knjižnica Medveščak, jagoda.ille@kgz.hr

# Grupa Čitamo mi u obitelji svi

Dejana Kurtović

Organizator

Logo Projekta

ČITAMO MI U OBITELJI

Kultura čitanja od malih nogu

Čitamo mi, u obitelji svi

O stranici i grupi - ukratko

Ova grupa (koja je osnovana 30. svibnja 2011.) i njena facebook stranica (koja je osnovana 29. listopada 2012.) su nastale iz potrebe šireg promoviranja projekta Hrvatske mreže školskih knjižničara, kojem je za cilj poticanje čitanja u krugu obitelji učenika trećih razreda osnovne škole. Grupa broji oko 400 članova obitelji, učenika, kolega knjižničara i nakladnika-suradnika te prijatelja projekta. Navedena grupa je i logistička potpora službenoj web stranici Projekta tako da glavni voditelj i audionici Projekta izravno međusobno surađuju i komuniciraju u realnom vremenu i prostoru. Ovim putem glavni voditelj dostavlja audionicima Projekta ključne dokumente, objavljuje ključne linkove i fotografije vezane uz navedeni projekt. Sami članovi na ovoj stranici objavljuju svoju aktivnost u svojim školama, gradovima i županijama, te poveznice na radio i TV - postaje i članke o ovome projektu. Kada je Google omogućio besplatnu objavu najljepših dojmova po školama putem svojih stranica, glavni voditelj je iskoristio facebook kao sučelje za objavu navedenih dojmova, i to se pokazalo kao jako koristan alat. Administrator grupe je voditeljica Projekta za 2013., Dejana Kurtović, dipl. knjižničarka, prof. povijesti i filozofi-

# Grupa Knjižničari

Dejana Kurtović, Marijana Pađen Jurišić

Autorica plakata i administratorica grupe Knjižničari od 2011. do 2012. Dejana Kurtović, dipl. knjižničarka, prof. povijesti i filozofije

Autorica plakata i inicijatorica i administratorica grupe Knjižničari od osnivanja grupe do 2011. Marijana Pađen Jurišić, dipl. knjižničarka i prof. hrvatskog jezika i književnosti

LIBRARY

"Najbolja stvar kad knjižnica jest to da je dovoljno velika da stane cijeli svijet u nju, a opet dovoljno malo da stane u tvoj grad"

Julja Kopijasz

**Broj pratitelja/prijatelja:** 700 članova
**Broj interakcija po objavi (svidanja + komentara):** od 2 do 100
**Broj svidanja po objavi:** 2-40
**Broj komentara po objavi:** od 2 do 100
**Broj pregleda stranice:** stranicu svakodnevno pogledа oko 50 članova
**Broj pregleda slika ili video sadržaja:**
slike i video sadržaje pregleda otprilike svaki drugi član grupe.
**Broj pozitivnih/negativnih komentara:** negativnih komentara ima, ali se ne odrađuju na pozitivni ton grupe. Pomoć se prati da li je korisnik zadovoljan ili nije. Ako nije, odmah se raspravljanja zilima i rješava situacija obostrano zadovoljstvo. Ćesto dođe do žestokih rasprava među članovima grupe pa to ostko nešto shvatiti kao negativnost, ali to upravo daje našoj grupi vrijednost jako što se prikazu različite osobnosti i profili naših knjižničara. Vrijednost naše grupe i u pokretanju rasprava o aktualnim temama vezanim uz knjižničarstvo, pogotove školskog, jer su školski knjižničari često "izolirani" pojedinci, koji su ovu grupu objeručke prihvatili kao jedan način umrežje i komunikacije s kolegama iz drugih škola i knjižnica te s nastavnim i nakladničkim.
**Novi pratitelji/prijatelji vs. Odustali pratitelji/prijatelji:** uglavnom, svaki koji se pridruži grupi, ostane u njoj. Odustane ovaja 10% pratitelja, što zbog nedostajanja s nečijim stajalištem ili se osjeti uvijeđenim nečijim komentarom.
**Prednosti:** promoviranje knjižničarske struke, korištenje u svrhu rada samog knjižničara, tenjena iskustava i primjera dobre prakse, interaktivnost, laka i jednostavna komunikacija članova grupe međusobno
**Nedostaci:** Negativni komentari i stopstve koje se pretvaraju u svijađanje—stoga će biti potrebno u doglednu vrijeme donijeti etički kodeks grupe.
**Vrste objava i komunikacija:** vijesti, slike, video uradci, fotografije, objave dokumenata, te zanimljivosti vezane uz knjižničarstvo, knjige i čitanje te informacijska pismenost u Hrvatskoj
**Zajednica korisnika naše grupe:** 700 članova od 22 do 65. godine
**Budućnost i razvoj društvenih mreža:** mi u našoj grupi vidimo veliku prednost društvene mreže kao još jednog načina međusobno suradnje, komunikacije i ostvarivanja novih poznanstava i širenja primjera dobre prakse te ćemo nastojati povećati broj korisnika te aktivnije i preglednije promovirati rad i djelatnost naših knjižničara u Hrvatskoj (ne samo školskih).

Dejana Kurtović, dipl. knjiž.

# KNJIŽNIČARI

**O povijesti i nastanku grupe Knjižničari na Facebooku**

Grupa Knjižničari osnovala sam 29. kolovoza 2011. godine. Grupu sam napravila na Facebooku iz mnogih razloga. Razlozi za osnivanje grupe putem Facebooka, a ne nekog drugog interaktivnog medija, su uglavnom zbog dostupnosti. Većina mojih kolegica i kolega sa studija Knjižničarstva i hrvatskog jezika i književnosti su u tom trenutku imali izrađen profil na Facebooku. Kako se bliže sok stručnom ispitu iz knjižničarstva zainimala sa nje iskustva mojih kolega, ali i rad u školskoj knjižnici teškoćama je više napora i truda od bilo koje knjižnice, prevenstveno zbog uključenosti u odgojno-obrazovni proces te sam smatrala prijeko potrebnim izraziti svoje mišljenje, želje i ideje. Iako grupa u to vrijeme nije postojala u tom obliku, smatrala sam da bi bilo korisno imati informacija „na dohvat ruke". Svaki dan ljudi koji imaju profil na Facebooku pogledat će i zanimljivosti iz njihove struke na Facebooku. Tako se rodila sama ideja i nakon par dana grupa je brojila preko pedesetak članova. Bilo je puno pozitivnih komentara kako je ideja dobra i korisna te sa ljudi brzo prihvatili ovakav način komunikacije. Grupa je sadržila članova od kolegica i kolega, razmjenjivale su se ideje, upiti vezani uz struku ... Zanimljivo je da se često objavljuje nove poveznice iz obljetnice prisoca te vijesti iz svijeta knjižničarstva i struke. Redovito su objavljivane fotografije panoa koje su izradile škole u školskoj knjižnici, samo uređenje knjižnica ili najbolji strančnici u školskim knjižnicama. Ljudi su brzo prihvatili ovakav način komunicirnja međusobno. Upoznavanje putem grupe na Facebooku izvodilo je i mnoga prijateljstva „uživo" na Podjetnoj školi u Dubrovniku. Sama ideja pri osnivanja ove grupe bila je – razmjena informacija. Ideja je zaživjela i ljudi rado objavljuju u grupi, ali i rado si pomažu, što smatram najljepšom ovu grupu. Kolege knjižničari na ovaj način proširuju svoje vidike, razmjenjuju iskustva i ideje, pomažu jedni drugima te komentiraju i objavljuju korisne informacije. Sama svrha administratora je paziti na etički kodeks i pomažuje da ne bi dolazilo do eventualnih vrijeđanja kolega. Kada sam osnila baz posla u školi grupa sam pridala u nekc kompetentnoj kolegici i osobi od povjerenja Dejani Kurtović (koja sam upoznala putem grupe, a radim i učim u Dubrovniku na Pučkotvnoj školi) znajući da će pozvati na kodeks ponašanja članova grupe Knjižničari. Ova ideja, o osnivanju grupe Knjižničari na Facebooku dokaz je da Facebook može pomoći ljudima u informiranju i međusobnoj komunikaciji te lakšim dolaženjem do informacija.

Marijana Pađen Jurišić, prof. i dipl. knjiž.

**Najaktualnije i najzastupljenije teme u grupi Knjižničari**

- pripremke knjiga za čitanje
- grupa Mladi knjižničari
- Uteče, Uđite Blagdani i objavite u knjižnicama
- vijesti i novosti u školskoj knjižnici: tko sta novih, a tko sta dobio (jako zanimlju u tutu)
- čitanje - preporuke
- stručna literatura na Internetu - preporuke i komentari
- Velikanima u školskoj knjižnici (zanimljivosti za panoe knjižnica)
- novi naslovi u školskoj knjižnici
- dojmovi sa Proljetne škole školskih knjižničara u Dubrovniku
- najnovosti djeca na Internetu
- ZAMP
- školski godišnjici
- prevoda korištenja sadržaja u školskoj knjižnici
- prevoda knjižnične građe za vrijeme ljetnog odmora
- inventura
- revizija
- dvojezičnic zapis
- radim knjiga u škol. knjižnici
- knjižnice u naše školske knjižnice - uvojeti kako ga izraditi
- stalno vrijeme za vrijeme ljetnih i zimskih praznika
- nematerijalna školskih časopisa
- ubrajam koristi novi kod djece
- Mladi ljetopisac i korištenje pisma i crtež
- Besplatno: radionice, brošure, časopis
- odjeca knjižničnog zanovetnjaka
- tajnice
- čitateljski klub u škol. knjižnici
- rad u školskoj knjižnici bez zanavljanja radnog odnosa
- Čitajmo zajedno – čitajmo zdravo (jesu knjige ispravne)
- rjeđim, upravlno i grešnjim radnjama školskog knjižničarstva
- Iskoristite sa stručnu stipti
- plaća knjižničara - radnika
- iskustvo u školskoj knjižnici
- vesne RKDS-a
- vesne RSNK-a
- PŠNK (upisnik/ti, odlična zastupljenost)
- bonus (radionice, TOKO)
- pravilnik u školskoj knjižnici
- Natječaji koje su pokrenuje Grupa BOAG - sava u upitnik Ministarstva kulture
- čitateljske navike
- osnivanje/uvođenje medijateke u knjižničarstvu
- pokuša za sjećanje svoja u knjižničarskoj struci (vodica kroz sve)
- uvođenje za kupnju knjiga u školskim knjižnicama
- informacije u školskoj knjižnici
- polaganje stručnog ispita (nadležnosti i najčešćih krivotvori)
- stručni ispit pri MZOS i MK
- iskustva rada u knjižnicama
- predstavljanje novih knjiga
- cenzura u školskoj knjižnici
- Bookmark projekt (svim ljudima kaja je najzanimljivija listogrčkim prikazima)
- promocija školih časopisa u školskoj knjižnici
- radionice u knjižnicama
- razvijanje multipla (radionice, predavanje)
- o-dnevnici (iskustva)
- ujednačiti naredbi vijeća
- Zapanjuju sasvim vrijeđa - izvješća u radu i predavanjima
- nezaposleni upisi u studiju škola (aktualna tema)
- najbrojniji susreti u školskim knjižnicama
- iskustva u škol. knjižnicama
- zdravstvene odjeće
- iskustva u radu i djecom
- uspjeh knjižničarova u Rijeci i Osijeku
- Čitajmo mi, a obitelji nas (grupski)

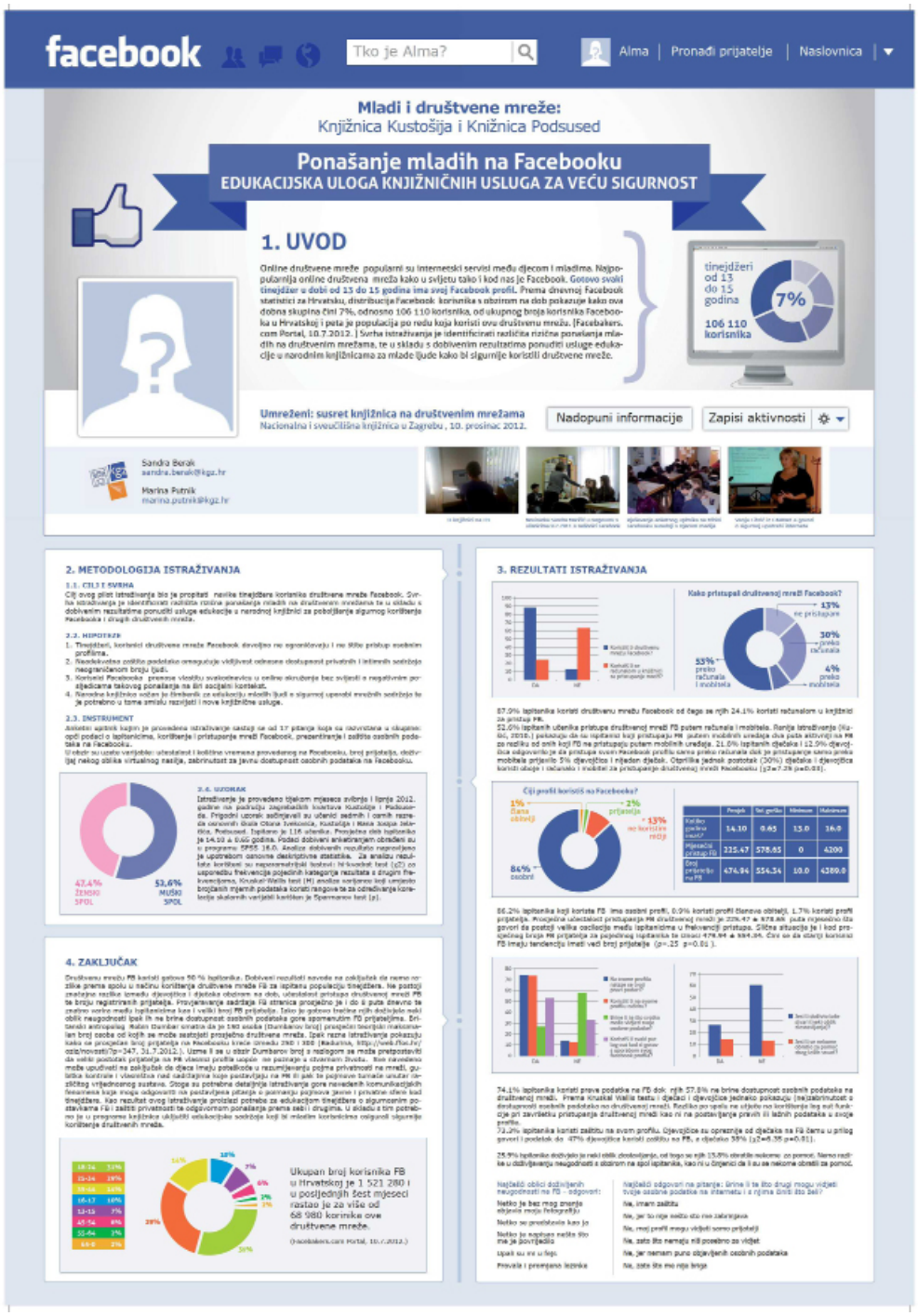
**Top teme**

- Sjecanje evanja u knjižničarskoj struci
- Bookmark projekt
- Anketa Ministarstva kulture i MZOS
- polaganje stručnog ispita
- pitanja polaganja stručnog ispita (pri MZOS i MK)
- PŠNK - iskustva, i sl.

read a book

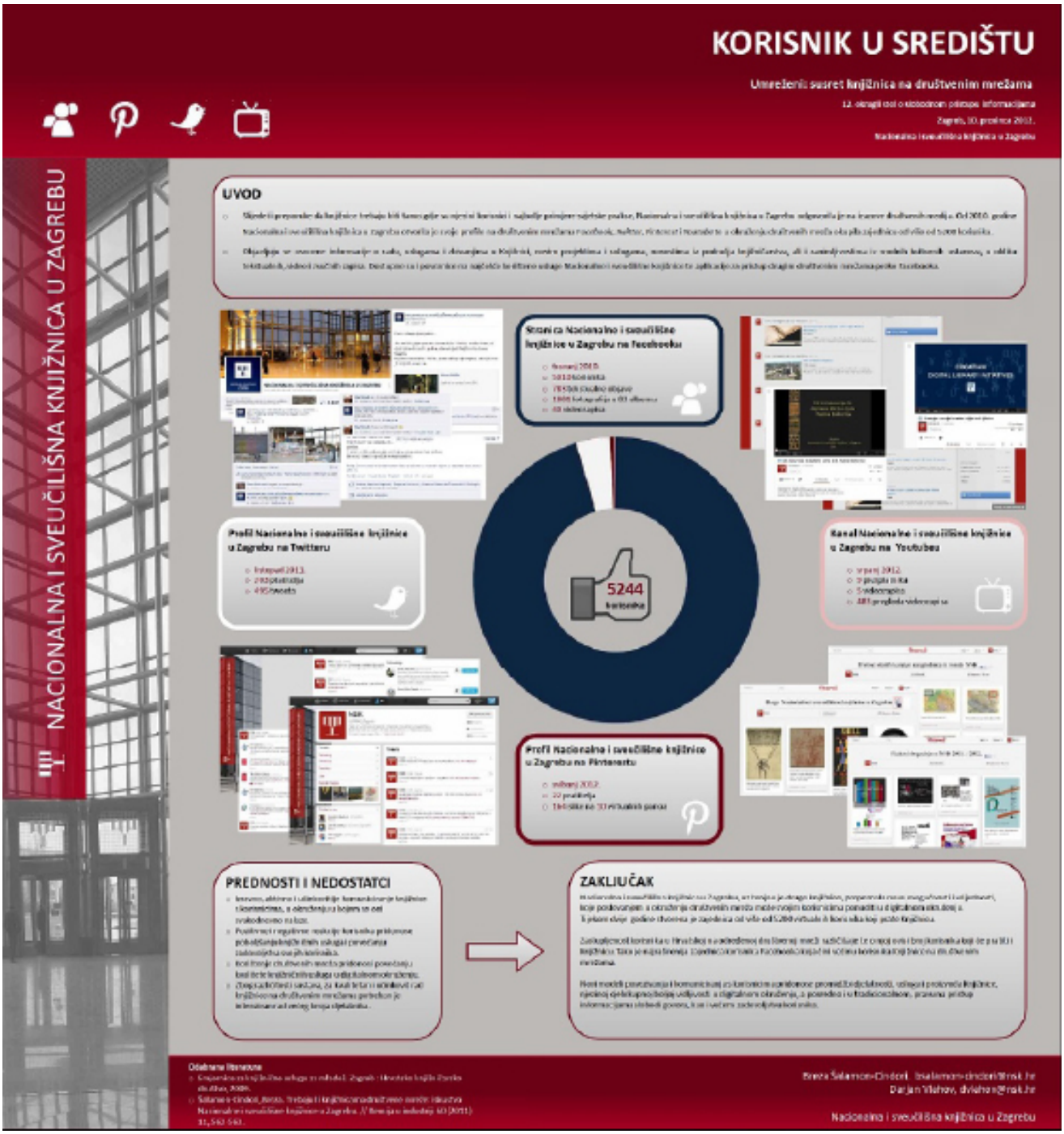
# Ponašanje mladih na Facebooku: edukacijska uloga knjižničnih usluga za veću sigurnost

Sandra Berak, Marina Putnik



# Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu: korisnik u središtu

Breza Šalamon-Cindori, Darjan Vlahov



ISBN 978-953-500-136-2