

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET U ZAGREBU  
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI  
KATEDRA ZA BIBLIOTEKARSTVO

Dejan Šiptar

**Društvene mreže u školskim knjižnicama:  
potencijal i stvarnost**

diplomski rad

**Mentor:** doc. dr. sc. Ivana Hebrang Grgić

Zagreb, 2016.

# Sadržaj

Uvod.....	3
1. Web 2.0 i razvoj društvenih mreža .....	3
2. Društvene mreže i knjižnice .....	9
3. Školske knjižnice .....	12
4. Komunikacija knjižnice pomoću društvenih mreža .....	14
5. Marketing knjižnice putem društvenih mreža .....	16
6. Nedostatci uporabe društvenih mreža u školskim knjižnicama .....	18
7. Pregled istraživanja o hrvatskim knjižnicama na društvenim mrežama .....	22
8. Istraživanje prisutnosti školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama .....	24
8.1 Metodologija, cilj i uzorak .....	24
8.2 Rezultati anketnog istraživanja .....	26
8.3 Rezultati analize prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama .....	36
8.4 Zaključak istraživanja .....	39
9. Smjernice za održavanje prisutnosti školskih knjižnica na društvenim mrežama ..	41
10. Zaključak .....	46
LITERATURA: .....	50
PRILOG .....	54

## Uvod

Prisutnost knjižnica na društvenim mrežama sve je raširenija. Hrvatske i svjetske narodne i nacionalne knjižnice počele su otkrivati mogućnost koju im društvene mreže pružaju za stupanje u kontakt s korisnicima i prezentiranje djelatnosti i ponude knjižnice. No što je sa školskim knjižnicama? Mogu li one jednostavno primijeniti isti pristup društvenim mrežama kao i narodne? I hoće li time postići isti učinak na svoje korisnike? Je li njihova djelatnost uopće primjerena za prezentaciju putem društvenih mreža?

U ovom radu razmotrit će se odgovori na ta pitanja. Proučit će se karakteristike društvenih mreža, posebice Facebooka kao najraširenije društvene mreže u Hrvatskoj, i mogućnost njihove primjene u školskim knjižnicama. Istaknut će se njihove prednosti i nedostaci, a postojeće smjernice za narodne knjižnice prilagodit će se školskima.

Za potrebe rada provedeno je istraživanje kojim se pokušala utvrditi aktivnost školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama. Anketiranjem školskih knjižničara željelo se saznati na kojim su društvenim mrežama njihove knjižnice prisutne (ako uopće jesu), koliko često i koju vrstu sadržaja dijele, te jesu li i koju su vrstu povratne interakcije dobile od svojih korisnika. Također je analizirana i prisutnost školskih knjižnica županije na društvenim mrežama kako bi se utvrdila aktivnost u razdoblju od tri mjeseca i otkrile razlike u djelovanju osnovnoškolskih u odnosu na srednjoškolske knjižnice.

Svrha je ovog rada razmotriti na koji se način društvene mreže mogu primijeniti u školskim knjižnicama, što se njihovom uporabom može postići, i kakav potencijal predstavljaju za učenike i knjižničare. Provedeno istraživanje pružit će uvid u stvarno stanje prisutnosti školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama, na temelju kojeg će biti donesene preporuke za unaprjeđenje djelatnosti knjižničara na njima.

## 1. Web 2.0 i razvoj društvenih mreža

Sveprisutnost interneta u današnjem životu neupitna je. Svojim postupnim razvojem kroz godine stjecao je sve veći utjecaj i sve širu primjenu. Kroz 90-te godine 20. stoljeća postalo je gotovo nužno za bilo koje poslovanje ostvariti prisutnost na internetu, ondje se oglašavati, informirati kupce i korisnike te doprijeti do njih. Razvojem Weba 2.0 početkom 21. stoljeća internet dosiže novu razinu i zalazi u nove sfere. Teško je istaknuti točan trenutak pojavljivanja Weba 2.0 pojavio. Pojam se pojavio 2004. i sročio ga je Dale Dougherty,

potpredsjednik tvrtke O'Reilly Media Inc., želeći njime obuhvatiti važnost koju je Web poprimio u svakodnevnom životu i kontinuirano stvaranje i širenje novih stranica i aplikacija<sup>1</sup>. No karakteristike koje se pripisuju Webu 2.0 pojavile su se i prije te godine.

Definirati Web 2.0 na najjednostavniji način značilo bi opisati ga kao skupinu tehnologija blisko povezanih s tim pojmom, kao što su blog, wiki, RSS itd.<sup>2</sup>Njihova svrha je društveno povezivanje Weba, čime svakome omogućuju uređivanje informacija koje se ondje nalaze i dodavanje novih. Blog je kovanica izraza *web log* tj. web dnevnik, i korisnicima omogućuje stvaranje zapisa kojima izražavaju osobna mišljenja i stavove, koji su opet dostupni svima. Wiki je stranica ili skupina stranica koje može uređivati svatko kome su dane administratorske ovlasti. Najpoznatiji wiki najvjerojatnije je Wikipedija, online enciklopedija koju mogu uređivati svi korisnici. RSS je format koji korisnika obavještava o promjenama na web izvorima koji ga interesiraju. On ih više ne treba redovito posjećivati kako bi provjerio ima li novosti. Dovoljno je da se pretplati na RSS (ako ga web izvor omogućuje) i obavijesti o novom sadržaju pristizat će mu u trenutku objave sadržaja.

Paul Anderson citira intervju s Timom Berners-Leejem, izumiteljem Weba, u kojem Lee izjavljuje kako je Web 2.0 ono što je Web 1.0 zapravo i trebao biti. Ideja Weba 1.0 bila je povezati ljude, pružiti im interaktivni prostor<sup>3</sup>. Web 2.0 rezultat je prirodnog razvoja te ideje. I dok je Web 1.0 zahtijevao veću razinu informatičke pismenosti kako bi se stvarao sadržaj, Web 2.0 pojednostavljuje taj proces i gotovo svakome omogućava stvaranje sadržaja i pruža im mogućnost da svoj sadržaj dijele s drugima.

U Webu 2.0 pojedinac više nije pasivni čitatelj, više nije tihi primatelj informacija. Webom 2.0 on dobiva glas, omogućena mu je interakcija, on postaje važan. Pruža mu se prilika izraziti svoje mišljenje, bezobzira na njegov životni status, lokaciju i okolinu i, što je najvažnije, on zna da će njegov glas i njegovo mišljenje biti viđeni i da će postići reakciju i dovesti do dodatne interakcije. Pojavom društvenih mreža pojedinac je dobio mjesto na kojem može boraviti i na kojem zna da će ga čuti.

Važnost društvenih mreža vidljiva je iz njihove brojnosti i impresivne mase korisnika prisutnih na njima. Društvene se mreže definiraju kao „web usluge koje pojedincu omogućuju:

1. kreiranje javnog ili polujavnog profila unutar ograničenog sustava

---

<sup>1</sup>Anderson, Paul. What is Web 2.0? : ideas, technologies and implications for education. // JISC : Technology & standards watch 1, 1(2007), str. 5. Dostupno na: <http://21stcenturywalton.pbworks.com/f/What%20is%20Web%202.0.pdf> (17.5.2016.)

<sup>2</sup>Isto.

<sup>3</sup>Isto.

2. sastavljanje popisa ostalih korisnika s kojima je uspostavio vezu
3. pregledavanje i navigaciju kroz svoj popis kontakata, te ostalih izrađenih unutar sustava<sup>4</sup>.

Najpoznatija svjetska društvena mreža jest Facebook koja je u prosincu 2015. brojila preko milijardu korisnika<sup>5</sup>. Facebook je 2004. osnovao Mark Zuckerberg kao platformu za povezivanje studenata na američkom sveučilištu Harvard. Platforma se ubrzo počinje širiti na ostala sveučilišta, a 2006. postaje dostupna svima<sup>6</sup>. Registracijom na ovoj društvenoj mreži korisnik dobiva virtualni prostor na kojem može dijeliti sadržaj koji je vidljiv drugim korisnicima. Korisnik pritom mora poštovati autorska prava i osobna prava osoba povezanih sa sadržajem kojeg dijeli, kao i zakone. Kršenje ovih prava može dovesti do uklanjanja sadržaja, a učestalo kršenje i do uklanjanja korisnika s društvene mreže. Sadržaj koji korisnik dijeli putem Facebooka ostaje vidljiv dok ga korisnik ne ukloni, a čak i nakon toga kopije sadržaja mogu ostati u bazama podataka, iako nisu vidljive ostalim korisnicima. Isto vrijedi i ako korisnik izbriše svoju prisutnost s društvene mreže. Podaci i sadržaj se brišu no i dalje postoji mogućnost da neko vrijeme ostanu u bazama podataka. Osim u slučaju kada je sadržaj dijeljen s drugim korisnicima, tada on ostaje vidljiv dok ga ti korisnici ne obrišu<sup>7</sup>.

Registracijom na Facebooku korisnik uspostavlja svoj profil na kojem može izložiti svoje osobne podatke, fotografije i videozapise. Putem njega također može dijeliti poveznice na ostale sadržaje na Webu, pratiti druge korisnike i vršiti interakciju s njima i njihovim sadržajem. Svaki vlasnik profila ima mogućnost osnivati vlastite grupe okupljene oko određene tematike ili se pridružiti već postojećim grupama. Grupe mogu biti otvorene i vidljive svim korisnicima, bez obzira bili oni njihovi članovi ili ne; ili zatvorene, pri čemu je ostalim korisnicima vidljivo da grupa postoji, no njen sadržaj ne mogu vidjeti, a pridružiti joj se mogu samo uz odobrenje administratora grupe. Osim grupa vlasnici profila mogu na Facebooku izrađivati i stranice. Razlika između stranice i profila je u tome što su profili namijenjeni privatnim korisnicima (i lažno predstavljanje može dovesti do brisanja profila), dok su stranice namijenjene ustanovama, organizacijama, ili bilo kojoj drugoj zastupljenosti

---

<sup>4</sup>Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B. Social network sites : definition, history, and scholarship. // Journal of Computer-Mediated Communication. 13, 1(2007), str. 211. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf> (10.4.2016.)

<sup>5</sup>Facebook. Statement of rights and responsibilities.  
Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms> (10.4.2016.)

<sup>6</sup>Facebook newsroom. Company info.  
Dostupno na: <http://newsroom.fb.com/company-info/> (17.5.2016.)

<sup>7</sup>Facebook. Statement of rights and responsibilities.  
Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms> (10.4.2016.)

koja ne predstavlja privatnu osobu. Korisnici tako putem stranice mogu predstaviti svoja poslovanja, klubove obožavatelja slavni osoba, djela ili organizacija, ili bilo koju drugu djelatnost ili zanimaciju koju žele samostalno promovirati.

Potencijal koji Facebook predstavlja za online trgovinu vrlo je brzo prepoznat i njegovu popularnost i dostupnost redovito su počela upotrebljavati razna poslovanja koja žele doprijeti do kupaca i predstaviti im svoje proizvode i usluge. Poslovanjima je Facebook pružio prostor na kojem boravi velik broj ljudi koji otvoreno izražavaju svoje sklonosti i stavove. Oglašavanjem putem Facebooka poslovanja potencijalne kupce dovode do svojih stranica na kojima im na kraju omogućuju kupnju.

Druga iznimno popularna društvena mreža je Twitter, koji prema podacima iz 2015. okuplja 320 milijuna aktivnih korisnika<sup>8</sup>. Njegova je specifičnost što sadržaj koji korisnici dijele ne može sadržavati više od 140 znakova, što ih ograničava na sažimanje poruka na njihovo osnovno značenje. Osim teksta Twitter također omogućava dijeljenje tekstualnog i video sadržaja, kao i poveznica. Poput Facebooka i Twitter je prepoznat kao sredstvo kojim poslovanja mogu predstaviti svoju ponudu i tako doprijeti do kupaca.

Društvena mreža na kojoj je prisutan velik broj korisnika je i YouTube. Ova mreža omogućuje dijeljenje sadržaja u obliku videozapisa. Korisnici na njoj mogu izraditi vlastiti kanal koji drugi korisnici mogu pratiti, komentirati objavljeni sadržaj i dijeliti ga s drugima. O velikom interesu korisnika za YouTube govori i činjenica kako je ova društvena mreža postala druga najveća tražilica na svijetu<sup>9</sup>.

Uz navedene društvene mreže popularne su i Pinterest, LinkedIn, Instagram, i druge, svaka sa specifičnim karakteristikama koje ju obilježavaju i po kojima se razlikuje od drugih. Za bilo koju osobu ili poslovanje koje ne izrađuje profil za osobno korištenje nego u marketinške svrhe od iznimne je važnosti odabrati odgovarajuću društvenu mrežu. Stoga prvi korak svakako mora biti istraživanje ciljnog tržišta ili, u slučaju knjižnica, korisnika. Kako bi svojim djelovanjem na društvenim mrežama knjižnica uspjela doprijeti do korisnika, potrebno je utvrditi na kojim društvenim mrežama boravi najveći broj korisnika i na njima ostvariti prisutnost. Nasumičan odabir društvene mreže ili odabir mreže prema preferencijama koje odgovaraju knjižnici može ostvariti slab rezultat. Velika količina truda biti će uložena u stvaranje online prisutnosti na odabranoj mreži, i bez obzira na kvalitetu sadržaja knjižnica će

---

<sup>8</sup>Twitter. Twitter usage : company facts. Dostupno na: <https://about.twitter.com/company> (10.4.2016.)

<sup>9</sup>King, David Lee. Managing your library's social media channels. // Library Technology Reports, 51, 1(2015), str. 11. Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)

dobiti malu ili nikakvu povratnu reakciju jer njezin sadržaj neće dopirati do ciljanih korisnika iz jednostavnog razloga što korisnika na toj mreži nema. Što se tiče Hrvatske, odabir društvene mreže zapravo je vrlo jednostavan, što će biti prikazano u nastavku.

Vijest da je Facebook prije nekoliko godina premašio brojku od milijarde korisnika pokazala je golemu razinu prisutnosti čovječanstva u virtualnom svijetu. Kada se uzme u obzir da mnogo pojedinaca istovremeno održava prisutnost na različitim društvenim mrežama ta silina virtualne prisutnosti postaje još veća i impresivnija. Njihov utjecaj i važnost vidimo i u činjenici da se mnogi internetski entiteti prilagođavaju kako bi razvili karakteristike Weba 2.0 i bili svrstani u kategoriju društvenih mreža, ili barem bili usporedivi s njima. Primjer toga je YouTube, koji je u početku bio platforma za dijeljenje video sadržaja<sup>10</sup>. Sada osim dijeljenja omogućuje i stvaranje sadržaja, osobnih profila, interakciju i komunikaciju, te ga se s punim pravom smatra društvenom mrežom. Iznimka nije niti Google koji je, uvidjevši brzi razvoj Facebooka, pokrenuo vlastitu društvenu mrežu pod nazivom Google+. Prema mogućnostima koje pruža ova se društvena mreža ne razlikuje mnogo od Facebooka<sup>11</sup>, no i dalje okuplja velik broj korisnika.

Usporedno s razvojem interneta (a možda bi preciznije bilo reći zahvaljujući njemu) mijenjao se i način poslovanja. Tijekom vladavine Weba 1.0 za svaku je organizaciju postalo izuzetno važno izraditi svoju web stranicu i korisniku omogućiti da se upozna s njezinim uslugama i proizvodima u virtualnom okruženju. Dolaskom Weba 2.0 došlo je do paradigmatškog pomaka i web stranice zamijenjene su društvenim mrežama. No to ne znači da su web stranice izgubile svoju svrhu i prestale se koristiti. Prisutnost korisnika premještena je u okruženje društvenih mreža, stoga je postalo nužno da se i poslovanje premjesti onamo. No društvene su mreže samo postale poveznica onim istim web stranicama gdje se i dalje nalaze usluge i proizvodi i, što je najvažnije, mogućnost transakcije.

Razvoj društva i tehnologije promijenio je ulogu knjižnice. Umjesto arhiva ona je postala informacijsko središte, a informacijska tehnologija razvija se velikom brzinom i sve više pronalazi svoje mjesto u knjižnicama. Same knjižnice morale su pronaći svoju ulogu u toj novoj i pokretnoj sredini. Kao i svako drugo poslovanje, postalo je potrebno doprijeti do korisnika, pokazati im usluge i robu koja se nalazi u ponudi i omogućiti im pristup. „Budite

---

<sup>10</sup>Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B. Social network sites : definition, history, and scholarship. // Journal of Computer-Mediated Communication. 13, 1(2007), str. 216. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf> (10.4.2016.)

<sup>11</sup>King, David Lee. Managing your library's social media channels. // Library Technology Reports, 51, 1(2015), str. 13. Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)

tamo gdje su korisnici“, maksima je koja se u posljednje vrijeme često ponavlja u knjižničarskim krugovima i radovima<sup>121314</sup>.

Korisnici, posebice oni mladi, s velikom otvorenošću prihvaćaju nove tehnologije i nove komunikacijske mogućnosti. Web je postao njihovo prirodno okruženje. U tom okruženju skloni su samostalnom učenju, čime pridonose razvoju svoje informacijske pismenosti<sup>15</sup>. Među njima su se posebno istaknule društvene mreže, koje su prestale biti zanimljiv novitet i pretvorile se u novo socioekonomsko okruženje. U tom okruženju komunikacija je preuzela novi oblik i knjižničarima omogućila interakciju s korisnicima s pomoću koje mogu lakše prepoznati njihove potrebe i odgovoriti na njih. No knjižnice prvo moraju ovladati korištenjem društvenih mreža<sup>16</sup>.

Prema podacima iz 2013. godine najrasprostranjenija je društvena mreža u Hrvatskoj Facebook, s više od 1,5 milijuna korisnika<sup>17</sup>. Zadaća je knjižnice iskoristiti informacijsko okruženje u kojem se njezini korisnici nalaze i u njemu pronaći svoje mjesto kako bi korisnicima bila lakše dostupna.

Svojom brojnošću i pristupačnošću Facebook za knjižnice predstavlja potencijal za jednostavno i praktično stupanje u kontakt s korisnicima. Omogućava i lako dopiranje do potencijalnih korisnika. Knjižnicama pruža mogućnost za boravak u okruženju na kojem se korisnici nalaze, gdje mogu prezentirati svoje usluge i promovirati događanja. Prednosti su mu to što je besplatan i što su korisnici već upoznati s njim i znaju ga upotrebljavati te dodatna edukacija nije potrebna<sup>18</sup>.

---

<sup>12</sup>Šalamon-Cindori, Breza. Trebaju li knjižnicama društvene mreže : iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. // Iz naših knjižnica. Kemija u industriji 60, 11(2011), str. 563. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/73120> (7.3.2016.)

<sup>13</sup>Matthews, Brian S. Online social networking. // Library 2.0 and beyond: innovative technologies and tomorrow's user. / uredila Nancy Courtney. Westport, CT : Libraries Unlimited, 2007. Str. 82.

<sup>14</sup>Trofimenko, Anna. Društvene mreže u knjižnicama : budite ondje gdje je čitatelj! // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 3.

<sup>15</sup>Crnogorac, Vesna. Uloga društvenih mreža u poticanju slobode informacija u školskim knjižnicama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 86.

<sup>16</sup>Marković, Mirko. Kratak pregled pojave i prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama tijekom zadnjeg desetljeća u Srbiji. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 13.

<sup>17</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalamon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 25.

<sup>18</sup>Zović, Irides. Glas za Facebook : društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 73.



Potencijal Facebooka i ostalih društvenih mreža već su prepoznale mnoge svjetske knjižnice i knjižničarska društva, pa su tako na njemu svoje profile otvorili i Britanska knjižnica, Nacionalna knjižnica Francuske, Nacionalna knjižnica Španjolske, Kongresna knjižnica, IFLA, kao i naša Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu<sup>19</sup>. Društvene mreže teritorij su na koji knjižnice svakako moraju proširiti svoje djelovanje. No postoji li ondje i potreba za knjižnicama?

## 2. Društvene mreže i knjižnice

S promjenom informacijske dostupnosti došlo je i do promjene korisnika. On više nema potrebu napuštati svoj dom kako bi svoje informacijske potrebe zadovoljio u knjižnici, ili ih ostavio nezadovoljene zbog nedostupnosti knjižnice, ili pak jednostavnog manjka volje za interakcijom s knjižničnim osobljem. Pojavom internetskih tražilica među kojima prednjači Google ogromna količina informacija korisniku je postala dostupna u vlastitom domu. No ovdje se postavlja pitanje informacijske pismenosti. Može li taj korisnik doista prepoznati i zadovoljiti svoje informacijske potrebe? Vesna Crnogorac navodi neke karakteristike ove takozvane „Google generacije“, bazirane na podacima Britanske knjižnice iz 2008.:

- malo vremena provode u procjeni informacija
- slabo poznaju svoje informacijske potrebe
- više se vole izražavati prirodnim jezikom bez smišljanja ključnih riječi
- biraju prve rezultate s popisa pronađenih izvora
- Google je glavni brend
- rijetko koriste mrežne stranice knjižnica
- prednost daju interaktivnim sustavima
- potpuno su prešli na digitalne formate – radije pišu poruke nego što pričaju<sup>20</sup>

Sve ovo pokazuje da korisnici ne iskorištavaju puni potencijal novih izvora informacija. I ovdje se vidi potreba za knjižničarima kao informacijskim stručnjacima na društvenim mrežama. Korisnici bi time dobili blizak, interaktivan i praktičan izvor informacija.

---

<sup>19</sup>Šalamon-Cindori, Breza; Vlahov, Darjan. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 54-55.

<sup>20</sup>Crnogorac, Vesna. Uloga društvenih mreža u poticanju slobode informacija u školskim knjižnicama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 87.

Zahvaljujući prisutnosti na korisničkom terenu knjižnice mogu preuzeti ulogu kulturalnog partnera koji razumije svoje korisnike i zna kako im se prilagoditi<sup>21</sup>.

Svoje dobro snalaženje na virtualnom teritoriju izvrsno je pokazala Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. U razdoblju od 2010. do 2012. NSK je ostvarila prisutnost na čak četiri velike društvene mreže: Facebooku, Twitteru, Pinterestu i YouTubeu<sup>22</sup>. Putem svojih mreža knjižnica svakodnevno objavljuje sadržaje „koji se objavljuju i u sklopu drugih internetskih informacijskih kanala Knjižnice, u sažetom obliku s poveznicama koje vode do opširnijih sadržaja na drugim društvenim mrežama, posebno do portala knjižnice”<sup>23</sup>. Na ovaj si je način knjižnica osigurala neku vrstu reklamnog prostora na kojem promovira svoj sadržaj u sažetom obliku. Pri čemu je važno napomenuti kako je taj prostor besplatan.

Bitna su komponenta prisutnosti na društvenim mrežama poveznice koje dijeljeni sadržaj povezuju s opširnijim izvorima. NSK svojim dijeljenim sadržajem korisnika usmjerava na svoje web stranice na kojima je moguće pronaći dodatne informacije i usluge koje knjižnica nudi. Knjižnica je iskoristila i isprepletenost društvenih mreža pa, osim na svoje stranice, korisnike sadržajem usmjerava i na ostale društvene mreže i izvore sadržaja. Prednost ovoga je što korisnik može biti siguran u provjerenost tih izvora informacija i sigurnost stranica na koje je usmjeren.

Sadržaj koji Nacionalna i sveučilišna knjižnica dijeli obuhvaća „informacije o radu, uslugama i zbivanjima u Knjižnici, novim projektima i uslugama, novostima iz područja knjižničarstva, zanimljivosti iz kulture i srodnih kulturnih ustanova iz Hrvatske i iz svijeta, obljetnice književnika, umjetnika i ustanova, u obliku tekstualnih, video i zvučnih zapisa”<sup>24</sup>. Na ovaj način knjižnica korisnicima prezentira svoj rad i usluge koje im pruža, te ih pokušava zainteresirati za otkrivanje novih sadržaja. Ovakav način rada prihvatile su i mnoge narodne, školske, visokoškolske, sveučilišne i specijalne knjižnice u Hrvatskoj<sup>25</sup>, koje putem svojih društvenih mreža dijele različite vrste sadržaja koji obuhvaća promicanje fonda knjižnice,

---

<sup>21</sup>Matthews, Brian S. Online social networking. // Library 2.0 and beyond: innovative technologies and tomorrow's user. / uredila Nancy Courtney. Westport, CT : Libraries Unlimited, 2007. Str 81.

<sup>22</sup>Šalamon-Cindori, Breza; Vlahov, Darjan. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 54-59.

<sup>23</sup>Isto, str. 58.

<sup>24</sup>Isto, str. 61.

<sup>25</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalamon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str 26.

vijesti iz kulture iz svijeta i Hrvatske, vijesti iz knjižničarstva i informacijskih znanosti, promoviranje događaja u knjižnici i informacije o radnom vremenu i uslugama knjižnice<sup>26</sup>.

Ostvarivši prisutnost na nekoj od društvenih mreža na kojoj borave njezini korisnici knjižnica može postići:

- povećanje vidljivosti knjižnice
- povećan broj posjeta na internetskim stranicama
- stvaranje zajednice lojalnih korisnika
- mogućnost praćenja razgovora o knjižnici
- pozitivne i negativne percepcije korisnika o službama i uslugama
- identifikacija stavova korisnika putem komentara
- mogućnost ciljanog marketinškog oglašavanja novih projekata i usluga knjižnice<sup>27</sup>.

Sve ovo pomoći će knjižnicama analizirati i prepoznati strukturu svojih korisnika i uskladiti svoje djelovanje prema njihovim interesima. Koristeći se alatima kao što su Facebook Insights knjižnice će moći analizirati dobnu i spolnu strukturu svojih korisnika, kao i njihovu geografsku lokaciju. Osim ovih statističkih podataka ovaj alat nudi i podatke o doseg koji je knjižnica postigla dijeljenjem sadržaj putem svoje Facebook stranice. Knjižničari mogu saznati koliko je osoba vidjelo njihov sadržaj, koliko ih je kliknulo na njega, koliko ih je komentiralo ili ga prosljedilo, te u koje doba dana korisnici najviše pristupaju stranici knjižnice. Zahvaljujući ovoj posljednjoj informaciji knjižničari mogu planirati dijeljenje svojeg sadržaja u doba dana u kojem mogu očekivati dopiranje do najvećeg broja svojih korisnika.

U ovom trenutku potrebno je istaknuti razliku između profila na Facebooku i stranice. Profili su namijenjeni osobama i stvaranje profila za organizaciju smatra se kršenjem Facebookovih pravila korištenja koja zahtijevaju da sve osobne informacije na profilima budu istinite<sup>28</sup>. Iz tog razloga Facebook je korisnicima omogućio otvaranje stranica koje korisniku Facebooka omogućuju predstavljanje organizacije, skupine ili poslovanja. Bitna prednost stranice u odnosu na profil jest to što profil ne omogućuje alat Facebook Insights tj. uvid u statističke podatke. Izradom stranice knjižnica može dodati više podataka o sebi i postaviti

---

<sup>26</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalomon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str 29.

<sup>27</sup>Zović, Irides. Glas za Facebook : društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.Str. 76.

<sup>28</sup>Facebook. Statement of rights and responsibilities.

Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms> (10.42016.)

poveznicu na svoju web stranicu. U slučaju da je knjižnica iz neznanja već izradila profil Facebook joj omogućuje vrlo jednostavnu konverziju profila u stranicu<sup>29</sup>.

### 3. Školske knjižnice

Što se tiče samih školskih knjižnica i njihove prisutnosti na internetu, svaka knjižnica ima osiguran virtualni prostor na web stranicama svoje škole koje omogućuje CARnet. Knjižnica na stranici može stvoriti onolikopodstranica koliko joj je potrebno i na njima dijeliti sadržaj. Sadržaj se može sastojati od tekstova, fotografija, videozapisa i poveznica. Sve u svemu, CARnet knjižničaru omogućuje veliku količinu slobode i kreativnosti. No problem je to što te stranice ne posjeduju karakteristike Weba 2.0. Sadržaj dijeljen na njima neće doći do korisnika, jedini način da ga korisnici vide jest da redovito posjećuju stranicu škole i provjeravaju ima li promjene u sadržaju knjižničnih podstranica. Na društvenim mrežama, kada na nekom profilu dođe do neke promjene sadržaja, korisnici zainteresirani za taj profil automatski bivaju obaviješteni o toj promjeni. Jedini način da korisnici budu obaviješteni o promjeni na web stranici je da se pretplate na stranicu i obavijesti o promjenama dobivaju putem elektroničke pošte. Iz ovoga proizlaze dodatni problemi. Jedan je pitanje hoće li administrator stranice omogućiti obavještavanje korisnika putem e-pošte, a drugi, i još bitniji, jest to što su ciljani korisnici učenici koji, posebice u osnovnim školama ne posjeduju vlastite adrese elektroničke pošte. Čak i u slučajevima u kojima ih posjeduju, često su ih otvorili samo zato kako bi mogli izraditi profil na nekoj od društvenih mreža i ne upotrebljavaju ih nizašto drugo. Štoviše,iskusni odrasli korisnici također izbjegavaju pretplate na internetske stranice kako si ne bi zatrpavali pretinac dolazne pošte nepotrebnim sadržajem. Stoga je ova metoda iznimno nepraktična ciljnim korisnicima.

Ostali nedostaci školskih web stranica u pogledu karakteristika Weba 2.0 povezani su i s nedostatkom interaktivnosti. Korisnik na njima nema mogućnost ostavljanja komentara niti ikoji drugi način izražavanja svog mišljenja o sadržaju. Iz istog razloga knjižničar nema mogućnost dobivanja povratne informacije. On ne može saznati je li njegov sadržaj viđen ni procijeniti kakav je učinak taj sadržaj ostavio na korisnike.

Tu se ističe prednost društvenih mreža, posebice Facebooka, koji bi školskim knjižnicama trebao biti najinteresantniji. Kao mreža kojom se u Hrvatskoj koristi vrlo velik

---

<sup>29</sup>Zović, Irides. Glas za Facebook : društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 80.

broj srednjoškolaca i osnovnoškolaca (pri čemu je vrlo bitna činjenica da se njime koriste i učenici koji su, prema njegovim pravilima korištenja, premladi da bi imali profil), Facebook je društvena mreža na kojoj knjižnice imaju priliku doprijeti do najvećeg broja korisnika, i to upravo onih kojima je usmjerenje o pravilnom korištenju društvenih mreža i izvora informacija najpotrebnije. Uspostavivši kontakt s tim korisnicima, knjižnica i sebi čini uslugu jer dolazi do širenja informacija o knjižnici, poboljšane usluge i povećanog zadovoljstva korisnika<sup>30</sup>.

Važnost uporabe društvenih mreža među učenicima istaknuta je i u prijedlogu Cjelovite kurikularne reforme. U prijedlogu kurikuluma međupredmetne teme „Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT-a)”, u domeni funkcionalne i odgovorne uporabe IKT-a, među odgojno obrazovnim očekivanjima 4. i 5. obrazovnog ciklusa navedeno je kako se od učenika očekuje korištenje i samostalno korištenje društvenih mreža i računalnih oblaka za potrebe učenja i osobnog razvoja<sup>31</sup>.

Ovdje se pojavljuje jedan potencijal koji posebice mogu iskoristiti školske knjižnice. Prisutnost na Facebooku školskim knjižnicama pruža priliku za stupanje u kontakt s onim korisnicima koji nisu skloni čitanju i izbjegavaju upotrebu knjižničnih usluga i prisustvovanje na događanjima koja knjižnica organizira. Ti isti korisnici skloniji su društvenim aktivnostima, posebice onim virtualnim, te se nerijetko hvale brojem poznanstava i svojim aktivnostima na Facebooku. Za njih je veći broj prijatelja, grupa i „sviđanja“ znak prestiža. Iz tog bi razloga trebali biti skloni povezivanju s društvenim profilom školske knjižnice, a knjižnica će zauzvrat dobiti izravan kanal kojim će moći doprijeti do tog korisnika i pokušati ga zainteresirati i privući informiranjem o aktivnostima koje nudi.

Svojim djelovanjem usmjerenim prema mladima knjižnice će:

- povećati doseg svojih usluga i aktivnosti namijenjenih mladima
- na bolji način podupirati zdrav društveni razvoj mladih
- knjižničarima omogućiti kvalitetnije upućivanje mladih u sigurno ponašanje u online okruženju<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup>Šalamon-Cindori, Breza. Trebaju li knjižnicama društvene mreže : iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. // Iz naših knjižnica. Kemija u industriji 60, 11(2011), str. 563. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/73120> (7.3.2016.)

<sup>31</sup>Nacionalni kurikulum : međupredmetne teme : uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije : prijedlog. Zagreb : Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, 2016. Dostupno na: <http://www.kurikulum.hr/wp-content/uploads/2016/03/Uporaba-informacijske-i-komunikacijske-tehnologije.pdf> (22.4.2016.)

<sup>32</sup>Agosto, Denise E.; Abbas, June. Teens and social networking : how public libraries are responding to the latest online trend. // Public Libraries. 48, 3(2009), str. 34. Dostupno na:

Agosto i Abbas pokazuju jedan vrlo bitan dodatni učinak koji školske knjižnice prisutne na društvenim mrežama mogu imati na svoje korisnike, a to je odgojni učinak na njihovu aktivnost na društvenim mrežama. Promicanje sigurnosti na internetu vrlo je bitan čimbenik u provođenju nastave informatike u osnovnim i srednjim školama, a odgovornost leži i na knjižničarima kao promotorima informacijske pismenosti i IKT-a. Zbog učestalog boravka učenika na društvenim mrežama one su postale dio njihova svakodnevnog procesa socijalizacije i osobnog razvoja<sup>33</sup>. Boravkom na društvenim mrežama školska se knjižnica može uključiti u taj proces i pozitivno ga usmjeriti kako bi se postigao kvalitetniji razvoj i učenicima pomoglo stasati u zrele osobe koje se znaju pravilno ponašati u raznim društvenim okruženjima, bilo virtualnim bilo stvarnim.

#### **4. Komunikacija knjižnicepomoću društvenih mreža**

Iako je, kao što je već rečeno, jedna od velikih prednosti društvenih mreža to što služe kao vrlo jednostavno sredstvo komunikacije i s pomoću njih je moguće doprijeti do velikog broja korisnika, ostaje činjenica da sama prisutnost knjižnica na društvenim mrežama nije dovoljna<sup>34</sup>. Statična knjižnica ne postiže ništa. Potrebno je kontinuirano stvarati sadržaj i dijeliti ga s korisnicima. Ako stranica zamre, korisnici će izgubiti interes i ukloniti svoju poveznicu ili jednostavno zaboraviti da je knjižnica uopće prisutna na društvenoj mreži. Facebook stranicu knjižnice i čitaonice Ivana Sergejeviča Turgenjeva u Moskvi održavaju tri administratora, profesionalni fotograf, dizajner i PR stručnjak<sup>35</sup>. Naravno da su toliki resursi nedostupni i većim narodnim knjižnicama u Hrvatskoj, dok školske knjižnice o njima ne mogu ni sanjati. No jedna od najpozitivnijih karakteristika društvenih mreža jest to što su jednostavne za upotrebu, i samo jedan knjižničar, ako uloži truda, dovoljan je da svoju stranicu održava aktivnom i interesantnom.

---

[http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pastissues/48n3\\_mayjun09.pdf](http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pastissues/48n3_mayjun09.pdf) (10.4.2016.)

<sup>33</sup>Isto, str. 35.

<sup>34</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalamon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 31.

<sup>35</sup>Trofimenko, Anna. Društvene mreže u knjižnicama : budite ondje gdje je čitatelj! // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str 5.

Ulaskom u domenu korisnika, knjižnica treba pokazati svoju interaktivnu prisutnost, na temelju koje može lakše prepoznati korisničke potrebe i odgovoriti na njih<sup>36</sup>. S druge strane, prevelika aktivnost također može odbiti korisnike i dovesti do gubitka kontakata. Unatoč tvrdnji (a vjerojatno i činjenici) da mlađa populacija provodi iznimno puno vremena na društvenim mrežama, korisnici vjerojatno i dalje imaju dnevne navike i skloniji su pristupati društvenim mrežama u određeno vrijeme tijekom dana. Budu li tada zatrpani golemom količinom informacija koja dolazi iz istog izvora reakcija bi mogla biti negativna, što bi moglo dovesti do toga da korisnik odluči sakriti sve buduće informacije iz tog izvora. Učestalost preporučene količine sadržaja za dijeljenje varira, ovisno o društvenoj mreži<sup>37</sup>. Tako je na Facebooku sadržaj preporučljivo dijeliti jedan do tri puta tjedno, na blogu dva puta tjedno, jer se najčešće radi o duljem tekstualnom sadržaju, a na Twitteru i do dva puta dnevno, jer se sadržaj sastoji od kratkih tekstualnih ili slikovnih poruka. Učestalost objavljivanja također ovisi o veličini knjižnice (manje knjižnice koje rade na pola radnog vremena možda neće imati dovoljno sadržaja za više tjednih objava) i broju korisnika koje knjižnica ima na svojoj društvenoj mreži. Na taj način knjižnica korisnika informira i podsjeća na svoju prisutnost na društvenoj mreži, a istovremeno ga ne guši velikom količinom sadržaja. Aktivnom djelatnošću i dijeljenjem interesantnog sadržaja u obliku poveznica, fotografija i videozapisa knjižnica će potaknuti svoje članove na interakciju<sup>38</sup>.

I školskim knjižnicama od velike koristi može biti alat Facebook Insights, koji im omogućava neizravnu komunikaciju kroz statističku analizu. Knjižnice se jednostavno mogu informirati o dobi i spolu posjetioca njihovoj stranici, kao i broju posjeta, te detaljnijim informacijama poput broja klikova na fotografiju ili objavu<sup>39</sup>. Zahvaljujući tim informacijama knjižnica može prilagođavati objavu sadržaja interesima korisnika. Zainteresirani korisnici i posjetioci stranice bit će spremniji pokrenuti direktnu komunikaciju.

Kompletan proces komunikacije, izravne i neizravne, vrlo je jednostavan jer platforme društvenih mreža pružaju gotovu aplikaciju i tehničku podršku. Vještine potrebne za upotrebu

---

<sup>36</sup>Marković, Mirko. Kratak pregled pojave i prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama tijekom zadnjeg desetljeća u Srbiji. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.Str. 13.

<sup>37</sup>Steiner, Sarah K. Strategic planning for social media in libraries. London : Facet Publishing, 2012. Str. 68.

<sup>38</sup>Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Croatian and Irish public libraries on Facebook. // QQML Journal. 3(2012), str. 274. Dostupno na: [http://www.qqml.net/papers/December\\_2012\\_Issue/5QQML\\_Journal\\_2012\\_Hebrang\\_Grgic-Mucnjak\\_3\\_267-275.pdf](http://www.qqml.net/papers/December_2012_Issue/5QQML_Journal_2012_Hebrang_Grgic-Mucnjak_3_267-275.pdf) (7.3.2016.)

<sup>39</sup>Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010. Str. 86.

na osnovnoj su razini jer je proces mnogo lakši od održavanja mrežnih stranica<sup>40</sup>. Stoga i knjižničari sa slabijom razinom informatičke pismenosti vrlo jednostavno mogu naučiti služiti se društvenim mrežama i iz njih izvlačiti podatke kojima mogu poboljšati svoju uslugu. Obuka nije potrebna jer su mreže dizajnirane s namjerom da budu što je više moguće *user-friendly* tj. da njihovo korištenje bude što jednostavnije kako bi ih mogao koristiti širi spektar korisnika, uključujući i one s nižim razinama informatičkih kompetencija.

Ovakvim načinom rada knjižnica bi počela pružati proaktivnu uslugu. Mnogi korisnici i potencijalni korisnici nisu ni svjesni svojih informacijskih potreba. Aktivnim djelovanjem na društvenim mrežama knjižnice mogu pronaći te korisnike i pomoći im, čime si mogu osigurati povećanje broja korisnika<sup>41</sup>.

## 5. Marketing knjižnice putem društvenih mreža

Potrebu za marketingom u knjižnicama jako je dobro prikazao Cliff Landis citirajući poruku na koju je naletio na jednom forumu, a koja u slobodnom prijevodu glasi ovako:

„Moja sestra puno čita i troši oko 1000 dolara godišnje samo na knjige. Većinu pročita jednom i više ne pogleda. Postoji li možda nekakva... videoteka, ali za knjige? To bi učinilo stvari puno jeftinijima, plus, kad jedna osoba pročita jednu knjigu druga bi mogla uživati u njoj itd.“<sup>42</sup>

Osim što pokazuje žalosnu razinu obrazovanja nekih osoba, taj primjer pokazuje i potrebu knjižnica za oglašavanjem i dopiranjem do generacije kojima je postojanje knjižnica nekako promaklo.

Oglašavanje je vrlo važna komponenta svake djelatnosti. Komunikacija s korisnicima odlična je za održavanje kvalitetne suradnje, no i dalje im je potrebno ponuditi nešto što će ih privući i zadržati. Knjižnice redovito organiziraju razna događanja i aktivnosti za svoje članove, no za te aktivnosti potrebno je postići i zadovoljavajući odaziv, što se ne može postići jednostavnim postavljanjem obavijesti na ulaz u knjižnicu. Oglašavanje u novinama, na televiziji ili radiju gotovo je nemoguće s obzirom na ograničena sredstva kojima knjižnice raspolažu.

---

<sup>40</sup>Pažur, Ivana. Knjižnica Instituta Ruder Bošković na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 96.

<sup>41</sup>Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010. Str. 82.

<sup>42</sup>Isto, str. 69.



Društvene mreže pružaju mogućnost jeftinog, a češće i besplatnog oglašavanja, kojim je moguće pokušati doprijeti do veće ili manjeskupine korisnika. Ciljano oglašavanje posebice je od koristi za manje lokalne knjižnice kojima, kad bi i imale sredstava, ne bi bilo isplativo oglašavati svoje aktivnosti u velikim medijima. Kada jeriječ o školskim knjižnicama, oglašavanje u medijima nije potrebno ni razmatrati jer njihova ciljna skupina nije sklona čitati novine ni pratiti vijesti na televiziji. No sklona je društvenim mrežama, posebice u osnovnim školama gdje u jednom trenutku postojanje profila na Facebooku za učenika postaje nužnost jer se gotovo svi njegovi prijatelji već nalaze ondje i preuzeli su ga kao prostor za društvena okupljanja i komunikaciju. Štoviše, nesudjelovanje može dovesti do isključenosti iz društva u školi, jer je pojedinac izdvojen iz dogovora i planova koji se provode koristeći društvenu mrežu.

Zahvaljujući popularnosti i, takoreći, obvezi Facebooka među učenicima lokalna zajednica koju knjižnica traži već postoji. Knjižnice samo trebaju ostvariti prisutnost u njoj i početi oglašavati svoje aktivnosti. S obzirom da je informacija koju one žele podijeliti online, pripadnici zajednice i korisnici moći će joj pristupiti u bilo koje vrijeme i s bilo kojeg mjesta, neovisno o radnom vremenu knjižnice. Dodatna pogodnost jest to što će i knjižnice u gotovo stvarnom vremenu dobiti i povratnu informaciju<sup>43</sup>, primjerice o broju osoba koje namjeravaju sudjelovati na aktivnosti ili komentare na temelju kojih će moći prilagoditi aktivnost kako bi privukla više polaznika.

Usporedimo li oglašavanje preko Facebooka s oglašavanjem na stranicama knjižnice vidimo da Facebook pruža mnogo više mogućnosti, osobito ako govorimo o „push“ i „pull“ marketinškim tehnikama. „Push“ tehnika ili tehnika guranja je tradicionalna marketinška tehnika, i u ovom bi slučaju bila primjenjiva na stranicama knjižnice. Sastoji se od toga da se proizvodi i usluge prezentiraju korisniku, a da se od korisnika očekuje da se nalazi na mjestu gdje se one prezentiraju. Tu tehniku knjižnice upotrebljavaju kako bi prezentirale novonabavljenu građu. „Pull“ tehnika ili tehnika povlačenja bazirana je na potrebama korisnika. Od korisnika se ne očekuje da odabere ponuđeno nego da izrazi što mu je potrebno. Knjižnice je mogu primijeniti raspitujući se kod korisnika o građi koja ih zanima i onda nabavljati tu građu<sup>44</sup>. Društvene mreže poput Facebooka platforma su koja omogućuje primjenu obiju tehnika. Knjižnica može predstaviti što nudi, a ta će obavijest doprijeti do

---

<sup>43</sup>Zović, Irides. Glas za Facebook : društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 76-77.

<sup>44</sup>Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010. Str 73-74.

korisnika jer Facebook prilagođava sadržaj u skladu s interesima korisnika<sup>45</sup>. Nakon što je obavijest doprla do korisnika on jednostavno, istim kanalom, može doprijeti do knjižnice i izraziti svoju potrebu. Isto tako korisnici mogu putem društvenih mreža knjižnici uputiti upit za građom koja ih interesira, a koju knjižnica ne posjeduje, nakon čega knjižnica može nabaviti traženu građu ako primijeti dovoljan interes.

Još je jedan vrlo koristan aspekt korištenja društvenih mreža i takozvana elektronička usmena predaja (*electronic word-of-mouth*). Zahvaljujući povezanosti korisnika društvenih mreža korisnik koji pronađe zanimljivi oglas ima mogućnost kontaktirati poznanika s kojim dijeli interese i prosljediti obavijest. Osobna komunikacija učinit će drugu osobu spremnijom na sudjelovanje<sup>46</sup>. Ubrzo, obavijest koju knjižnica šalje proširit će se među ciljanom publikom u njihovu virtualnom prostoru, bez većeg zadiranja u njihovu privatnost od strane knjižnice s vrlo malo truda.

Mnoga su istraživanja dokazala kako je marketing putem društvenih mreža mnogo učinkovitiji od svih drugih medija, posebice u slučaju neprofitnih organizacija<sup>47</sup>. Neupitno je kako školske knjižnice svojom djelatnošću i naravi spadaju u ovu skupinu, stoga je nužno iskoristiti sav potencijal koji im društvene mreže nude.

## **6. Nedostatci uporabe društvenih mreža u školskim knjižnicama**

Najveći i najočitiiji nedostatak upotrebe društvenih mreža u školskim knjižnicama najviše se tiče osnovnoškolskih knjižnica jer bi one trebale biti sklonije ostvariti svoju prisutnost na Facebooku zbog svoje ciljane skupine korisnika i popularnosti te društvene mreže među njima. Sam nedostatak proistječe iz Facebookovih Uvjeta korištenja koji navode kako se njihovim uslugama mogu koristiti samo stariji od 13 godina<sup>48</sup>. Za školske knjižnice to znači da pristup svojoj stranici mogu omogućiti samo učenicima osmih razreda i dijelu učenika sedmih razreda.

---

<sup>45</sup>Facebook. Statement of rights and responsibilities. Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms> (10.42016.)

<sup>46</sup>Pažur, Ivana. Knjižnica Instituta Ruđer Bošković na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 94.

<sup>47</sup>Steiner, Sarah K. Strategic planning for social media in libraries. London : Facet Publishing, 2012. Str. 4-5.

<sup>48</sup>Facebook. Statement of rights and responsibilities. Dostupno na: <https://www.facebook.com/legal/terms> (10.42016.)

No činjenica je da učenici naširoko zanemaruju Facebookovu zabranu korištenja i otvaraju profile već u petom razredu, a ponekad i ranije. U nekim slučajevima to se radi uz nadzor i dozvolu roditelja, no puno češće oni jednostavno zatraže iskusnije prijatelje da im izrade profil i nauče ih kako njime upravljati.

Osnovnoškolski knjižničari ovdje se suočavaju s dilemom. S jedne strane, dužni su učenike koji ne bi smjeli imati profil, a koji su uspostavili kontakt sa stranicom knjižnice, prijaviti Facebooku zbog kršenja Uvjeta korištenja. No time će samo postići to da učenici otvore novi profil i, sada iskusniji, pojačaju oprez i dodatno izbjegavaju kontakt s knjižnicom. Dodatna je opasnost da zbog gubitka povjerenja neće samo izbjegavati virtualni kontakt nego se i odlučiti za izbjegavanje knjižnice i knjižničara općenito. Rezultat svega jest da je knjižničar ispunio svoju moralnu i zakonsku obvezu, no zapravo nije postigao ništa osim otuđivanja učenika.

S druge strane, omogućujući tim učenicima interakciju sa stranicom knjižnice knjižničar dobiva mogućnost poslati im povratnu informaciju i usmjeriti ih na pravilne načine ponašanja u virtualnom prostoru. Prateći aktivnosti učenika knjižničar može procijeniti njihovo ponašanje i dati im prijedloge kako da zaštite svoju privatnost i podatke koje dijele, te im objasniti kako se ti podatci čuvaju i kasnije upotrebljavaju od strane Facebooka. Knjižničari koji se upuste u stvaranje prisutnosti na društvenim mrežama svakako moraju biti svjesni opasnosti koje one predstavljaju za korisnike, a koje se sastoje od online predatora, spywarea i virusa, krađe identiteta, vršnjačkog nasilja putem društvenih mreža (cyber-bullyinga), povrede privatnosti i ovisnosti<sup>49</sup>. Tim opasnostima najizloženiji su mladi korisnici, što znači da osnovnoškolski knjižničari, uspostavivši kontakt sa svojim korisnicima, dobivaju najbolju priliku uputiti ih kako se zaštititi od tih opasnosti i, što je još važnije, dobivaju mogućnost otkriti znakove tih prijetnji među svojim korisnicima prateći njihovu aktivnost i interakciju na stranici knjižnice. Knjižničar nije u mogućnosti dobiti potpun uvid u profil i aktivnost korisnika koji prati njegovu stranicu, no može pratiti vrstu interakcije koju korisnik ima sa stranicom i može posjetiti profil korisnika i procijeniti razinu otvorenosti tog profila, tj. je li i na koji način taj korisnik zaštitio svoje osobne podatke te koliku količinu osobnih podataka nasumični posjetitelj poput knjižničara koji je nepovezan s korisnikom može izvući iz korisnikovog profila. Otkrivši propuste u zaštiti privatnosti knjižničar može uputiti korisnika kako zaštititi svoje podatke i objasniti mu zbog čega je to važno.

---

<sup>49</sup>Matthews, Brian S. Online social networking. // Library 2.0 and beyond: innovative technologies and tomorrow's user. / uredila Nancy Courtney. Westport, CT : Libraries Unlimited, 2007. Str. 80-81.

Knjižničar tako može reagirati i na ostale prijetnje koje dolaze od društvenih mreža. Kako bi ih informirao o online predatorima, koji se lažno predstavljaju na društvenim mrežama kako bi djecu namamili na sastanke, knjižničar korisnicima može podijeliti razne video sadržaje s YouTubea koji upozoravaju na tu opasnost. Knjižnice su već prepoznale prednosti YouTubea i koriste ga kao sredstvo za dijeljenje poučnog i zabavnog sadržaja<sup>50</sup>, jer sadrži mnogobrazovne videozapise iz mnogih područja, pa tako i knjižničarstva. Najveći nedostatak za hrvatske knjižnice, posebice one školske jest to što taj sadržaj uglavnom nije dostupan na hrvatskom jeziku, te ga mnogi učenici nisu u mogućnosti pratiti.

Putem društvenih mreža knjižničar učenicima može pomoći zaštititi se od spywarea i virusa uputivši ih kako prepoznati rizične stranice na internetu i kako instalirati i koristiti antivirusni program. Korisnike može uputiti kako postupiti u slučaju vršnjačkog zlostavljanja putem društvenih mreža, a postoji mogućnost i da na stranici knjižnice primijeti znakove koji bi mogli ukazivati na cyber-bullying, nakon čega može pravilno reagirati i poduzeti potrebne mjere kako bi se zlostavljanje zaustavilo.

Problem ovisnosti o društvenim mrežama jedini je na koji knjižničar može najmanje utjecati i onaj koji mu je najteže prepoznati. Iz percepcije svoje stranice knjižničar ne može procijeniti koliko vremena korisnik provodi na društvenim stranicama, osim ako većinu tog vremena ne provodi na stranici knjižnice, za što je vjerojatnost vrlo mala. Čak i kada bi knjižničar saznao za slučaj učenika koji je ovisan o društvenim mrežama jedino što može učiniti jest obavijestiti osobe koje mu mogu pružiti pomoć, poput školskog pedagoga ili psihologa. No ono što svakako može učiniti jest putem stranice školske knjižnice dijeliti sadržaje koji korisnicima pokazuju kako prepoznati ovisnost o društvenim mrežama i podijeliti upute za daljnje postupanje kako bi se toj osobi osigurala pomoć.

Drugi se nedostatak pojavljuje ako dođe do neaktivnosti stranice, o čemu je već bilo govora u ovom radu. Izraditi profil na nekoj društvenoj mreži vrlo je jednostavno. No ako se periodično ne dijeli novi sadržaj, korisnici će izgubiti interes i ukloniti stranicu iz svoje interesne sfere. U hrvatskim školskim knjižnicama u većini slučajeva radi samo jedan knjižničar koji već sam po sebi ima mnogo obveza. I iako u svom radu proizvodi podosta sadržaja sa svojim učenicima, ponekad nema dovoljno vremena kako bi taj sadržaj digitalizirao i podijelio ga putem društvene mreže. Isto tako, kao što je već spomenuto, dijeljenje previše sadržaja također može dovesti do gubitka korisnika. Preveliki priljev

---

<sup>50</sup>King, David Lee. Managing your library's social media channels. // Library Technology Reports, 51, 1(2015), str. 11. Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)

sadržaja, posebice ako ga ne interesira previše, može zagušiti korisnika i natjerati ga da blokira izvor sadržaja.

No ovdje se pred knjižničare postavlja dvojba. Neupitno je kako sadržaj koji dijele treba biti edukativnog karaktera, a u to spada i prezentacija aktivnosti koje knjižničari provode sa svojim učenicima. Također mogu dijeliti i razne zanimljivosti pronađene na različitim izvorima na internetu. Pitanje je koliki će interes korisnici pokazati za sadržaj koji se dijeli. Među učenicima je česta odbojnost prema edukativnim sadržajima, pa čak i kada su prezentirani na interesantan način. Ovdje se postavlja pitanje treba li knjižničar dijeliti i zabavni sadržaj kako bi „privukao publiku”. Je li opravdano podijeliti primjerice glazbu popularnih glazbenika preko Facebook stranice školske knjižnice ako time dobivamo mogućnost da učenik stupi u kontakt s edukativnim sadržajem koji će ga možda zanimati? Ili ćemo time samo postići da učenik očekuje više takvog sadržaja u budućnosti i da „izlaskom u susret” izgubimo izvornu svrhu našepisutnosti na društvenoj mreži? Na to pitanje nije lako odgovoriti i ukazuje na potrebu za smjernicama o sadržaju koji se preporuča školskim knjižnicama za dijeljenje u sklopu svoje aktivnosti na društvenim mrežama. Neka su istraživanja već pokazala kako knjižnice imaju koristi od dijeljenja zabavnog sadržaja<sup>51</sup>. Sadržaj koji će korisnika nasmijati potaknut će ga i da na Facebooku označi kako mu se taj sadržaj sviđa. Češća interakcija sa stranicom knjižnice potaknut će algoritam te društvene mreže da sadržaj knjižnice češće dijeli s korisnikom<sup>52</sup>.

Svakako bi trebalo istražiti što se može postići ako se nekim učenicima omogući upravljanje stranicom knjižnice. Cliff Landis navodi slučaj Memorijalne knjižnice Thomasa Forda iz Western Springsa u SAD-u koja je upravljanje profilom knjižnice na društvenoj mreži MySpace prepustila savjetodavnom tijelu sastavljenom od mladih korisnika knjižnice. Knjižničari te knjižnice zaključili su kako mladi najbolje znaju što zanima njihove vršnjake, te kako će rado iskoristiti priliku za stjecanje odgovornosti i iskazivanje vještina održavanja društvenih mreža<sup>53</sup>. Primjena ovog načina rada u osnovnim školama svakako bi zahtijevala intenzivniji nadzor knjižničara i aktivniju ulogu u savjetovanju učenika. No znanje da društvenom mrežom upravljaju njihovi vršnjaci moglo bi učenike potaknuti na veći odaziv i povećanu prisutnost i komunikaciju s knjižnicom na društvenoj mreži.

---

<sup>51</sup>King, David Lee. Managing your library's social media channels. // Library Technology Reports, 51, 1(2015), str. 10. Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)

<sup>52</sup>Isto.

<sup>53</sup>Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010. Str. 21.

Do zamiranja aktivnosti stranice ne mora nužno doći zbog (ne)aktivnosti knjižničara. Moguće je da knjižničar dobiva slabe povratne informacije od svojih korisnika i zbog toga smanji svoju aktivnost na društvenoj mreži. Među korisnicima vjerojatno postoji neka vrsta „straha od formalnosti”. Knjižnica na društvenoj mreži predstavlja školu, zbog čega učenici imaju osjećaj da su u kontaktu sa službenom osobom. Samim time u tom se virtualnom prostoru ne osjećaju jednako opušteno kao na svojim profilima. Stoga je za knjižničara vrlo bitno uspostaviti kvalitetnu suradnju i ugodnu atmosferu sa svojim učenicima uživo, i onda tu atmosferu prenijeti u virtualni prostor. Komunikacija je jako bitna u radu školskog knjižničara i važno je uspostaviti pozitivan odnos s učenicima. Tada će biti moguće tu istu atmosferu prenijeti na prostor društvene mreže i uspostaviti komunikaciju kojom će se moći doprinijeti obrazovanju i razvoju učenika.

## **7. Pregled istraživanja o hrvatskim knjižnicama na društvenim mrežama**

Prisutnost hrvatskih knjižnica na društvenim mrežama vrlo je brzo postala interesantna tema u knjižničarskim krugovima, te je od 2009. do danas provedeno nekoliko istraživanja koja su se bavila tom tematikom<sup>54</sup>. Većina provedenih istraživanja bilo je usmjereno na narodne knjižnice i njihovu prisutnost na društvenim mrežama. Tako su Hebrang Grgić i Mučnjak 2012. istražile prisutnost hrvatskih i irskih narodnih knjižnica na društvenoj mreži Facebook<sup>55</sup>. Te su dvije države odabrane za usporedbu zbog podjednakog broja stanovnika. U još jednom istraživanju iz 2012. iste su autorice analizirale aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku, vrstu prisutnosti i način na koji su zastupljene na toj društvenoj mreži<sup>56</sup>.

---

<sup>54</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 70.

Dostupno na: [http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>55</sup>Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Croatian and Irish public libraries on Facebook. // QQML Journal. 3(2012), str. 267-275. Dostupno na: [http://www.qqml.net/papers/December\\_2012\\_Issue/5QQML\\_Journal\\_2012\\_Hebrang\\_Grgic-Mucnjak\\_3\\_267-275.pdf](http://www.qqml.net/papers/December_2012_Issue/5QQML_Journal_2012_Hebrang_Grgic-Mucnjak_3_267-275.pdf) (7.3.2016.)

<sup>56</sup>Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Social networking phenomenon and its use in libraries = Fenomen društvenih mreža i njegova primjena u knjižnicama. // Croatian Journal of Education. 17, 1(2015), str. 217-241. Dostupno na: [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=203094](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=203094) (15.4.2016.)

Najrecentnije istraživanje provedeno je za potrebe izrade doktorskog rada<sup>57</sup> i u njemu se proučava prisutnost društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama, razlike u njihovoj uporabi, te stav knjižničara i korisnika prema njima.

Jedno od prvih istraživanja koje je obuhvatilo i školske knjižnice na društvenim mrežama provedeno je za potrebe izrade diplomskog rada 2011. godine<sup>58</sup>. Cilj istraživanja bilo je utvrditi prisutnost svih vrsta knjižnica na društvenoj mreži Facebook. Na uzorku od 94 knjižnice utvrđeno je da 22 osnovnoškolske i 5 srednjoškolskih ima ostvarenu prisutnost na toj društvenoj mreži<sup>59</sup>. Pri usporedbi s podacima Državnog zavoda za statistiku o broju knjižnica ispostavilo se kako je na Facebooku prisutno 2,4 % hrvatskih školskih knjižnica<sup>60</sup>. Istraživanje je obuhvatilo i aktivnosti knjižnica u razdoblju od 14 dana pri čemu je utvrđeno kako su školske knjižnice najmanje aktivne, s 50 % knjižnica bez ijedne objave u promatranom razdoblju. Usporedbe radi, 87 % visokoškolskih, sveučilišnih i znanstvenih knjižnica u promatranom je razdoblju imalo barem jednu objavu<sup>61</sup>. Istražene su i vrste sadržaja koji školske knjižnice dijele, a pokazalo se kako se najviše dijele obavijesti o aktivnostima u knjižnici i korisni i zanimljivi sadržaj<sup>62</sup>.

Još jedno istraživanje koje je obuhvatilo školske knjižnice provela je Hebrang Grgić 2012. i u njemu se analiziralo vrstu prisutnosti i aktivnosti knjižnica na Facebooku i njime se usporedilo rezultate s ranijim istraživanjima<sup>63</sup>. Na uzorku od 53 školske knjižnice utvrđeno je kako ih 34 ima izrađen profil, 15 stranica, a 4 grupu<sup>64</sup>. U rasponu od promatrana dva mjeseca knjižnice su ukupno imale 342 objave, od čega su 316 objava načinile knjižnice, a 26 korisnici<sup>65</sup>.

Školske su knjižnice u svom istraživanju obuhvatili i Pšenica, Šalamon-Cindori i Vlahov pri čemu su pokušavali utvrditi zastupljenost i komunikaciju hrvatskih knjižnica na

---

<sup>57</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Dostupno na: [http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>58</sup>Benčec, Maja. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook : diplomski rad. Zagreb : Filozofski fakultet, 2011. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/4243/1/1064BIBL.pdf> (22.4.2016.)

<sup>59</sup>Isto, str. 13.

<sup>60</sup>Isto.

<sup>61</sup>Isto, str. 18.

<sup>62</sup>Isto, str. 30.

<sup>63</sup>Hebrang Grgić, Ivana. Facebook knjižničar: umijeće komuniciranja na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 33-46.

<sup>64</sup>Isto, str., 40.

<sup>65</sup>Isto, str. 41-42.

društvenim mrežama<sup>66</sup>. Istraživanje je obuhvatilo 12 školskih knjižnica, no rezultati prikazuju sveukupno stanje i ne dotiču se školskih knjižnica pojedinačno.

Istraživanje koje se isključivo bavilo školskim knjižnicama provela je Hebrang Grgić 2013. godine<sup>67</sup>. Istraživanje je proučilo djelatnost 53 školske knjižnice u Hrvatskoj na društvenoj mreži Facebook. Provedena je kvantitativna i sadržajna analiza i otkriveno je kako ih više od polovice ostvaruje prisutnost u obliku profila, dok ih svega 15 ima otvorenu stranicu. Što se sadržaja tiče, pratila se aktivnost u razdoblju od dva mjeseca, a sadržaj se uglavnom svodio na promicanje knjižnične djelatnosti, poticanje čitanja, i zanimljivosti. Istraživanje je također pokazalo i kako je interakcija korisnika vrlo niska, te da nisu skloni komentiranju ni stvaranju sadržaja. No na temelju iskazanih „sviđanja“ vidljivo je kako sadržaj prate.

Namjera je ovoga rada proučiti prisutnost, aktivnosti i stavove školskih knjižničara Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama. S obzirom na broj godina proteklih od prošlih istraživanja očekuje se kako se prisutnost školskih knjižnica na društvenim mrežama povećala, te da se barem četvrtina knjižnica županije nalazi na nekoj društvenoj mreži. Također se pretpostavlja kako su u ovom razdoblju širenja društvenih mreža, posebice Facebooka, školski knjižničari shvatili razliku između osobnog profila i stranice te da će istraživanje pokazati veći broj izrađenih stranica školskih knjižnica u odnosu na profile.

## **8. Istraživanje prisutnosti školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama**

### **8.1 Metodologija, cilj i uzorak**

Istraživanje je provedeno među osnovnim i srednjim školama Sisačko-Moslavačke županije. Županija broji 35 osnovnih i 13 srednjihškola. Nekoliko osnovnih škola ima i područne škole, no istraživanje je obuhvatilo samo matične ustanove. Knjižničarima je upućena anketa putem Googleovog anketnog obrasca. Anketa se sadržavala od 17 pitanja s

---

<sup>66</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalomon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 24-32.

<sup>67</sup>Hebrang Grgić, Ivana. Croatian schoollibraries on Facebook: meetingtheneedsofyounglibraryusers. // New libraryworld. 114, 9/10(2013), str. 416-427. Dostupno na: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/NLW-01-2013-0010> (15.5.2016.)



ponuđenim odgovorima. Devet je pitanja bilo s jednostrukim odabirom odgovora, dok ih je sedam nudilo višestruki odabir. Posljednje je pitanje bilo otvorenog tipa i od ispitanika je tražilo da unesu poveznicu na prisutnost svoje knjižnice na društvenoj mreži ako žele. Anketom se željelo istražiti jesu li školske knjižnice prisutne na društvenim mrežama, na koji način i u kolikoj mjeri. Također se željelo istražiti koju vrstu sadržaja knjižnice dijele, u kojem formatu i koliko često. Stoga je provedena kvantitativna analiza pri čemu su pobrojane školske knjižnice na društvenim mrežama i njihova prisutnost na pojedinačnoj mreži, te učestalost objavljivanja sadržaja i procjena knjižničara o postotku učenika njihove škole prisutnih na društvenoj mreži knjižnice. Također je provedena i sadržajna analiza pri kojoj je istraženo koju vrstu sadržaja knjižničari dijele putem društvene mreže na kojoj su prisutni (obavijesti o događanjima, vijesti o novoj građi, zanimljivosti) i u kojem formatu dijele sadržaj (tekst, slika, videozapis). Bitan čimbenik istraživanja bio je otkriti i koliku povratnu informaciju knjižničari putem društvenih mreža dobivaju od svojih učenika i u kojem obliku, te smatraju li da su društvene mreže korisne ili štetne školskim knjižnicama.

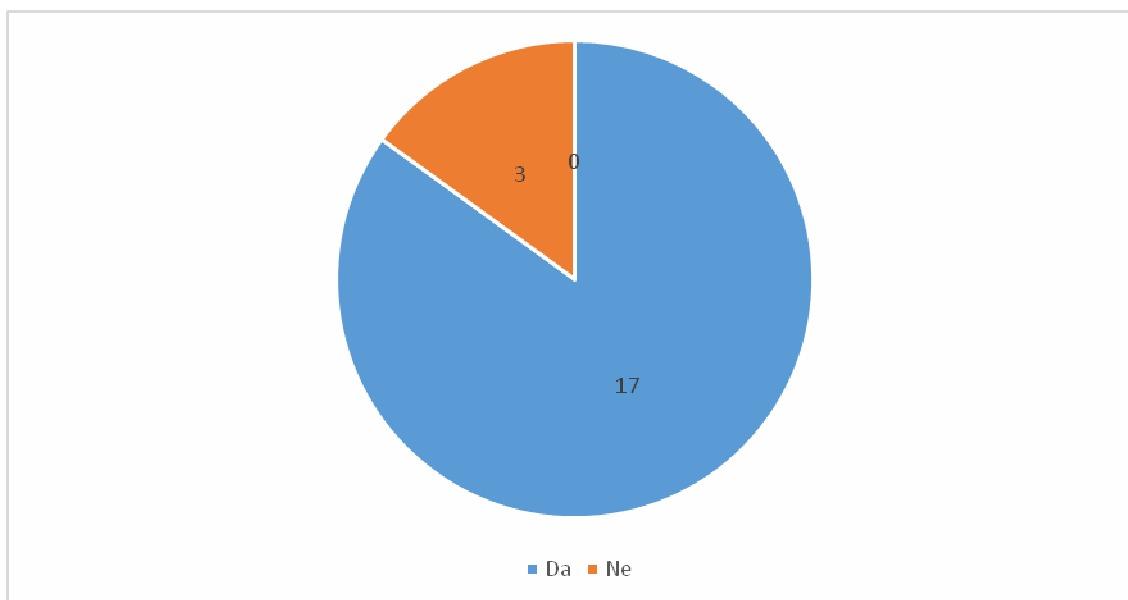
Anketa je bila dostavljena svim školama u županiji, a na nju je odgovorilo svega 20 knjižničara, što je 41% svih školskih knjižnica u županiji. Ovaj je odaziv bio nedovoljan kako bi se realno prikazalo stanje školskih knjižnica županije na društvenim mrežama. Štoviše, detaljnija analiza odgovora pokazala je neke nedosljednosti koje su dodatno kompromitirale dobivene podatke. Primjerice, jedno je od pitanja bilo koliko osoba radi u knjižnici škole, nakon čega je uslijedilo pitanje koliko zaposlenika knjižnice radi na održavanju društvene mreže knjižnice. Time se željelo utvrditi kako se dijeli odgovornost za održavanje društvene mreže. Svi ispitanici odgovorili su kao jedna osoba radi u knjižnici, no u sljedećem pitanju jedan je ispitanik odgovorio kako dva zaposlenika knjižnice održavaju društvenu mrežu. Nadalje, jedan je ispitanik odgovorio na nekoliko pitanja o aktivnosti svoje knjižnice na društvenoj mreži, kako bi u 10. pitanju napomenuo kako njegova knjižnica nije prisutna na društvenim mrežama. Posljednje pitanje tražilo je knjižnice da, ako žele, podijele poveznicu na društvenu mrežu na kojoj su prisutni. Svega su tri knjižnice pružile poveznice, od kojih je jedna bila poveznica na Facebook stranicu škole, ne knjižnice, čime su svi prethodni odgovori tog ispitanika postali nevažeci.

Sve to ukazalo je na nepažljivost ispitanika prilikom ispunjavanja ankete, a slab odaziv i na njihovu nezainteresiranost. Taj je razlog potaknuo provođenje drugog dijela istraživanja koje se sastojalo od analize sadržaja mrežnih stranica i društvenih mreža. Pretražene su mrežne stranice svih 48 škola i na njima se tražila poveznica na društvenu mrežu na kojoj je knjižnica prisutna. Nijedna stranica škole nije imala poveznicu na društvenu

mrežu. Nakon toga, koristeći permutacije naziva škola i pojma „knjižnica”, pokušala se otkriti prisutnost školskih knjižnica na društvenim mrežama Facebook, Twitter, Google+ i YouTube. Na društvenoj mreži YouTube tražili su se kanali koji nose naziv knjižnice ili škole, ne videozapisi. I taj je dio istraživanja također imalo kvantitativnu i sadržajnu komponentu. Kvantitativnom analizom ponovno se pokušao utvrditi broj školskih knjižnica na društvenim mrežama, učestalost objavljivanja, broj dijeljenog sadržaja i broj interakcije korisnika („svidanja”, komentara, dijeljenja, označivanja drugih korisnika). Aktivnost knjižnice na društvenoj mreži analizirala se u razdoblju od tri mjeseca (veljača, ožujak i travanj 2016.). Sadržajnom se analizom ponovno pokušalo otkriti koja se vrsta sadržaja dijeli putem društvene mreže knjižnice. Dobiveni se rezultat pokazao vrlo sličnim rezultatu ankete, no detaljniji pregled drugog istraživanja pokazao je preciznije stanje u županiji.

## 8.2 Rezultati anketnog istraživanja

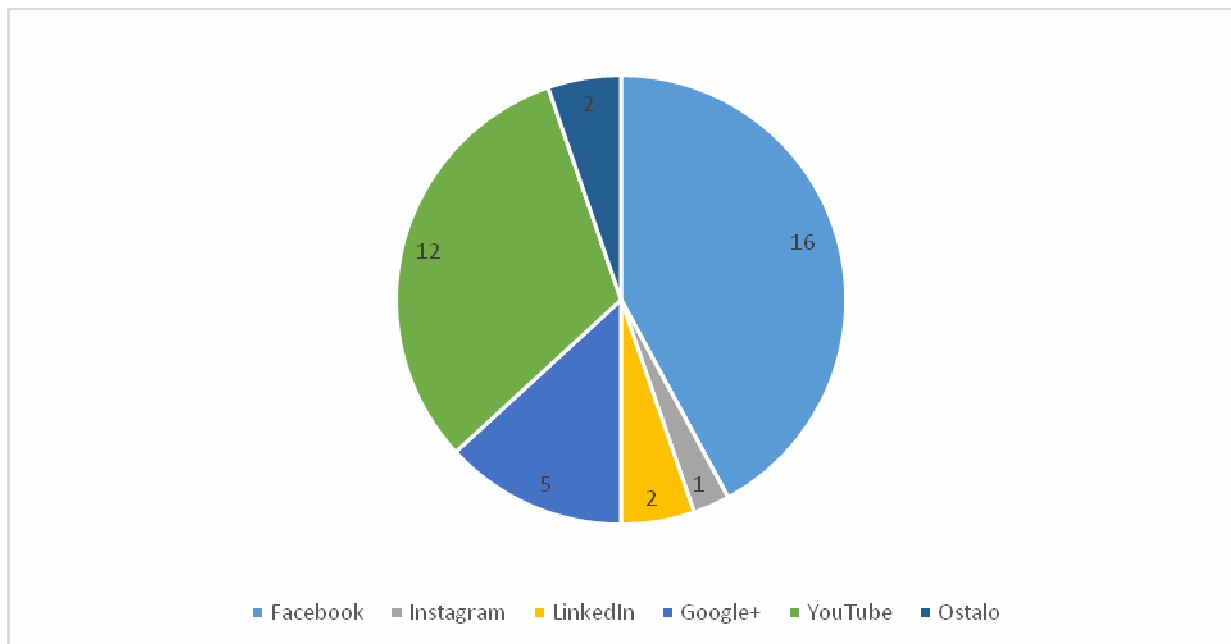
Rezultati su izrađeni na uzorku od 20 školskih knjižnica, koliko ih je ispunilo zadanu anketu. Kroz prva dva pitanja željelo se istražiti koliko su knjižničari skloni društvenim mrežama u privatnom životu. Sedamnaest je ispitanika izjavilo kako se koristi društvenim mrežama (85%), a troje ih ne upotrebljava (Slika 1).



Slika 1. Knjižničari koji koriste društvene mreže u privatnom životu

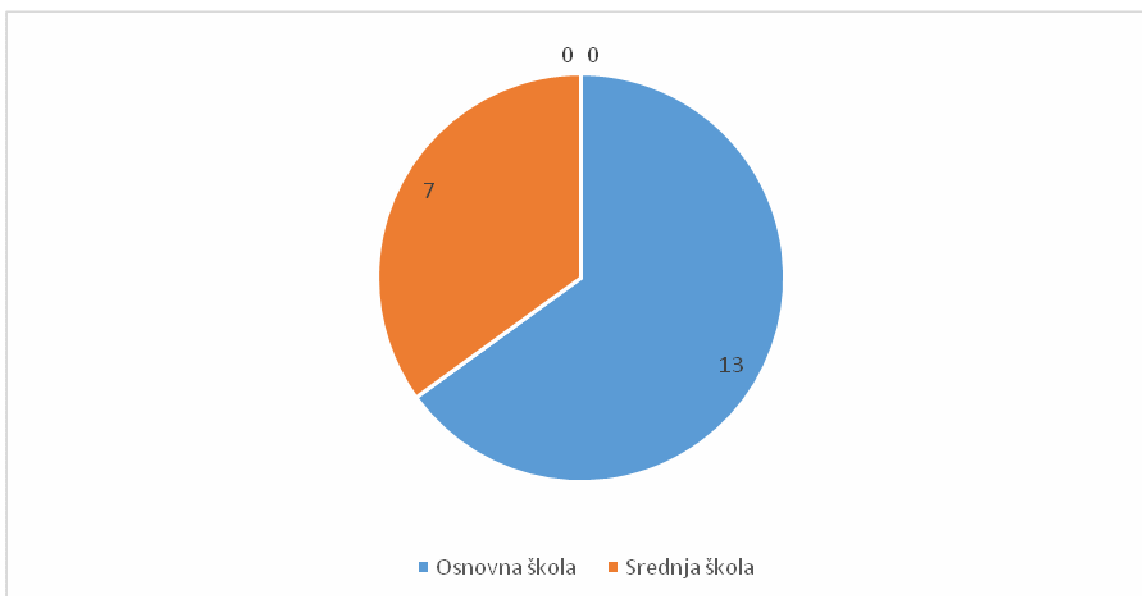
U nastavku ih se pitalo kojim se društvenim mrežama koriste. Odgovora je bilo 18, jedan više nego u prethodnom pitanju jer je jedan ispitanik, koji je u prethodnom pitanju

naveo kako se ne koristi društvenim mrežama u tom pitanju izjavio kako koristi YouTube. Među ispitanicima je najzastupljeniji Facebook sa 16 ispitanika prisutnih na njemu. Slijedi YouTube s 12, Google+ s 5, LinkedIn s 2 i Instagram s 1 ispitanikom koji se njime koristi. Društvena mreža Twitter među ispitanicima nije bila zastupljena. Dva su ispitanika nadodala kako se također koriste i društvenom mrežom Goodreads, koja je namijenjena ljubiteljima knjige i čitanja, i Soundcloud, platformom za stvaranje i dijeljenje zvučnih zapisa (Slika2). Iz ovoga je vidljivo da su knjižničari skloni društvenim mrežama u osobnom životu, te da neki imaju izrađene profile na više društvenih mreža.



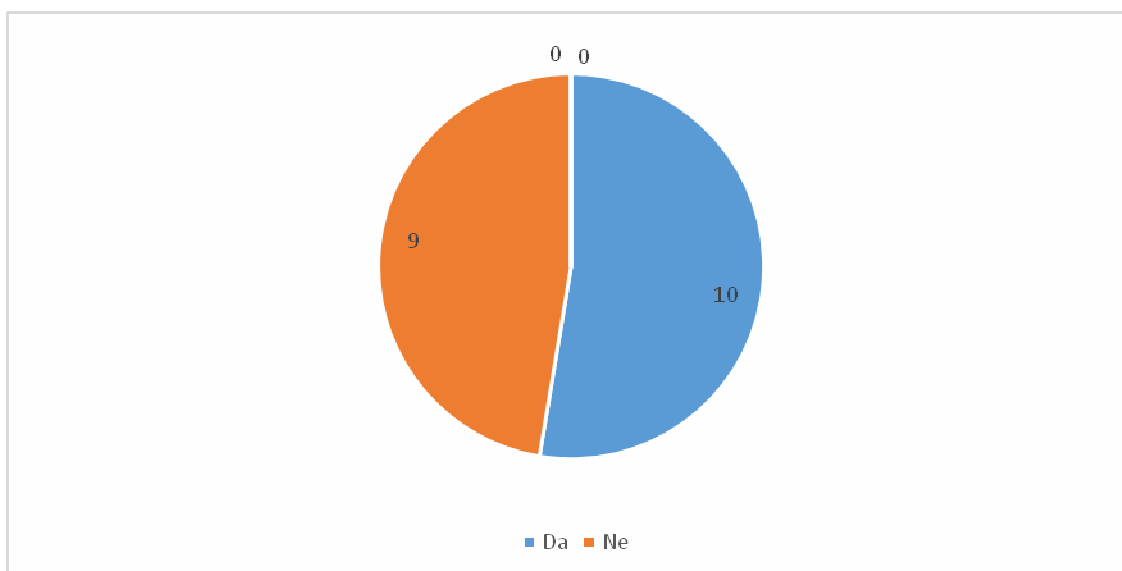
Slika 2. Društvene mreže kojima se knjižničari koriste u privatnom životu

Slika 3 pokazuje kojoj vrsti škole ispitanici pripadaju, pa ih tako 13 dolazi iz osnovne škole, a 7 iz srednje. Analiza rezultata prema vrsti škole pokazuje kako su i osnovnoškolski i srednjoškolski knjižničari podjednako skloni društvenim mrežama (prisutno je 12/13 osnovnoškolskih knjižničara i 5/7 srednjoškolskih).



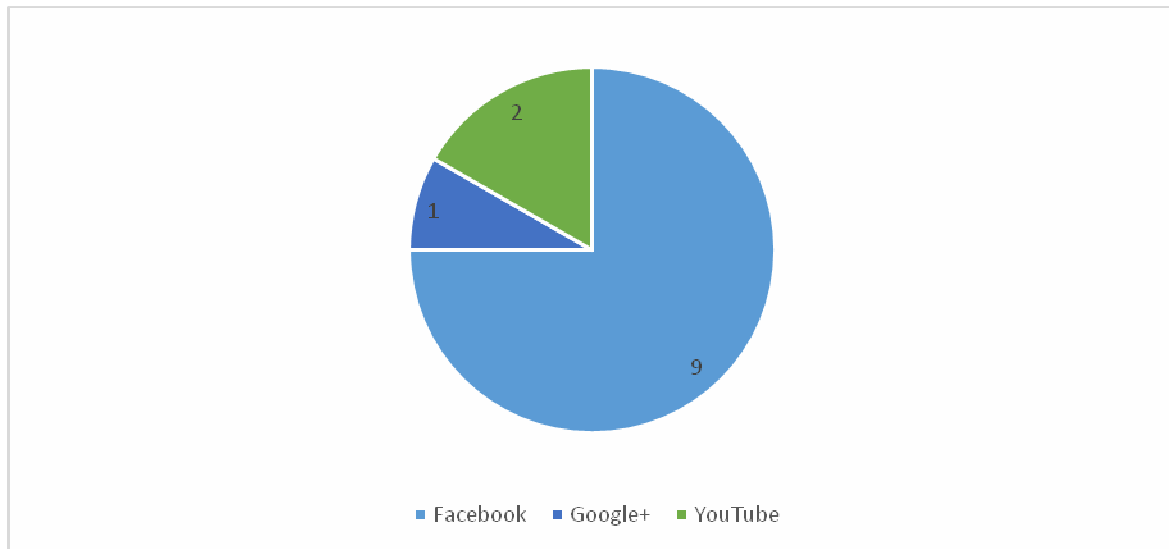
Slika 3. Vrsta ustanove

Od ispitanih knjižnica 11 ih je izjavilo kako je knjižnica prisutna na nekoj društvenoj mreži, dok 9 nije (Slika 4). Ovdje i u nekoliko ostalih pitanja zanemarit će se jedan odgovor već spomenutog ispitanika koji je odgovarao na sva pitanja o aktivnosti svoje knjižnice kako bi tek na 10. pitanju ustvrdio kako njegova knjižnica nije prisutna na društvenim mrežama. Stoga je konačan broj knjižnica prisutnih na društvenim mrežama 10.



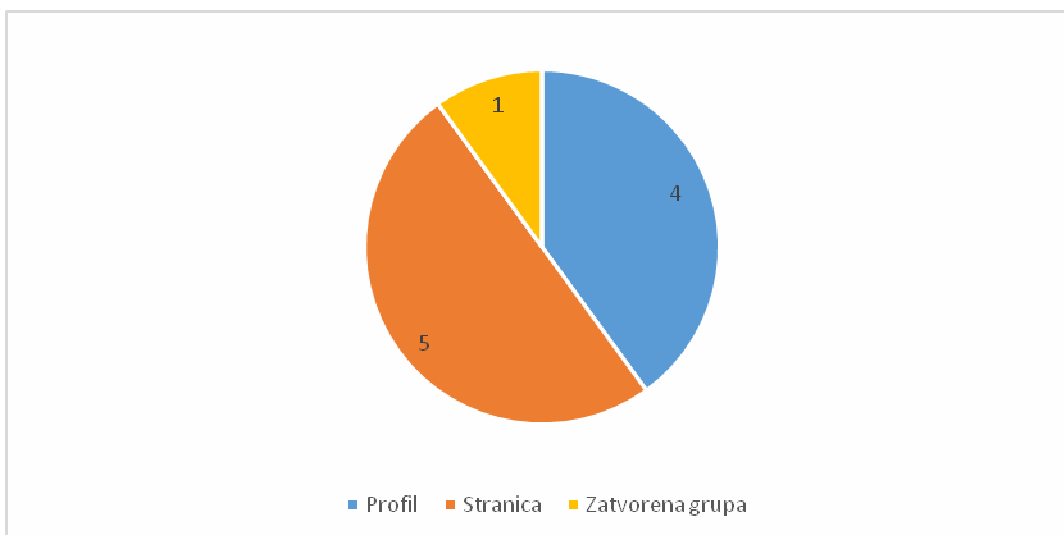
Slika 4. Prisutnost knjižnice na društvenoj mreži

Na pitanje na kojim mrežama imaju ostvarenu prisutnost najviše je odgovora očekivano dobio Facebook, na kojem je prisutno 9 od 10 knjižnica. Osim na Facebooku, jedna je knjižnica prisutna na društvenoj mreži Google+, a dvije na YouTubeu (Slika 5). Pritom treba istaknuti kako su od srednjoškolskih knjižnica sve tri prisutne na Facebooku, dok kod osnovnoškolskih knjižnica društvene mreže variraju, a neke su prisutne i na više njih. Među ponuđenim odgovorima bio je i Twitter no njegov izostanak ne iznenađuje s obzirom da se učenici njime slabo ili se njime uopće ne koriste, te knjižnica ne bi imala koristi od prisutnosti na njemu. Kod odgovora na to pitanje dodan je jedan komentar koji ističe kako je jedna knjižnica prisutna na web-stranicama škole, što ili pokazuje nerazumijevanje pojma društvenih mreža ili nepažnju prilikom ispunjavanja ankete.



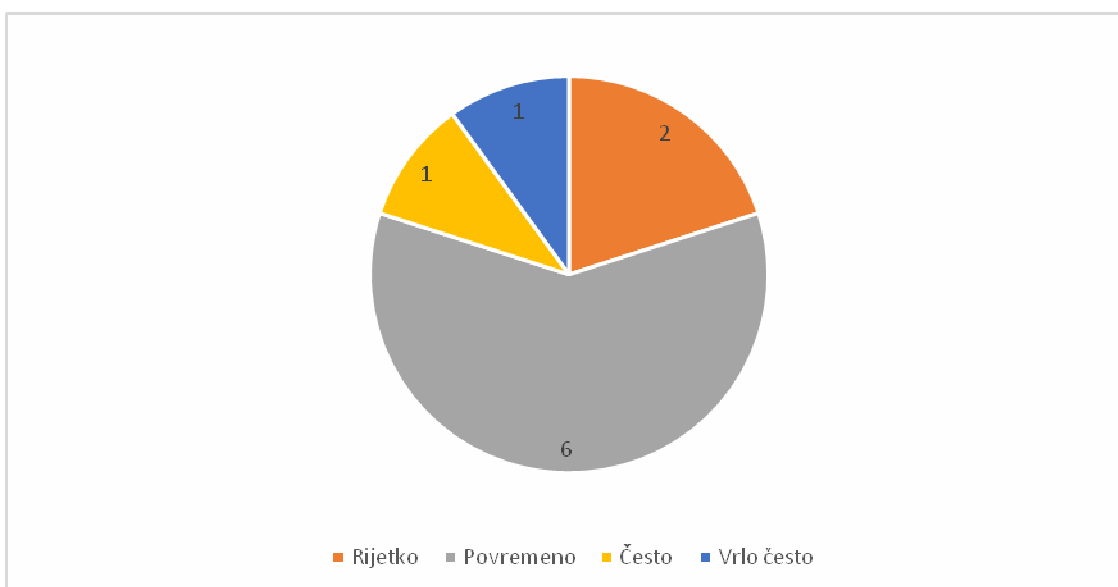
Slika 5. Mreža na kojoj je knjižnica prisutna

Na upit koju vrstu prisutnosti njihova knjižnica ima na Facebooku (stranicu, profil, otvorenu grupu, zatvorenu grupu) odgovorilo je 12 ispitanika, što je iznenađujuće jer je u prethodnom pitanju njih 10 izjavilo kako je prisutno na toj društvenoj mreži. Detaljnija analiza pokazala je kako jedan odgovor pripada knjižnici koja je prisutna na društvenoj mreži Google+, pa time njezin odgovor nije valjan i neće ga se uzeti u obzir, a drugi odgovor pripada već spomenutom ispitaniku koji će nekoliko pitanja kasnije izjaviti kako njegova knjižnica nije prisutna na društvenim mrežama. Uvažених 10 odgovora pokazuje kako 4 knjižnice imaju otvoren profil, 5 ima stranicu, a jedna zatvorenu grupu (Slika 6). Pozitivno je što je broj stranica veći od profila, no drugi će dio istraživanja pokazati drugačije rezultate u tom pogledu.



Slika 6. Vrsta prisutnosti na društvenoj mreži Facebook

S pomoću iduća dva pitanja ispitalo se koliko osoba radi u školskoj knjižnici i koliko je zaposlenika knjižnice zaduženo za održavanje društvene mreže. Na prvo je pitanje odgovorilo 18 ispitanika i svi su potvrdili kako u knjižnici radi 1 osoba. Drugo je pitanje imalo 9 odgovora (od 11 knjižnica koje su prethodno potvrdile da su prisutne na društvenim mrežama), pri čemu se u jednom odgovoru tvrdilo kako dva zaposlenika knjižnice održavaju društvenu mrežu. Pretpostavka je kako je tu došlo do nepažnje prilikom čitanja pitanja te da vjerojatno knjižničar i jedan od učitelja održavaju društvenu mrežu. Moguće je da je na društvenoj mreži prisutna škola, a ne knjižnica, zbog čega je održavaju dvije osobe.



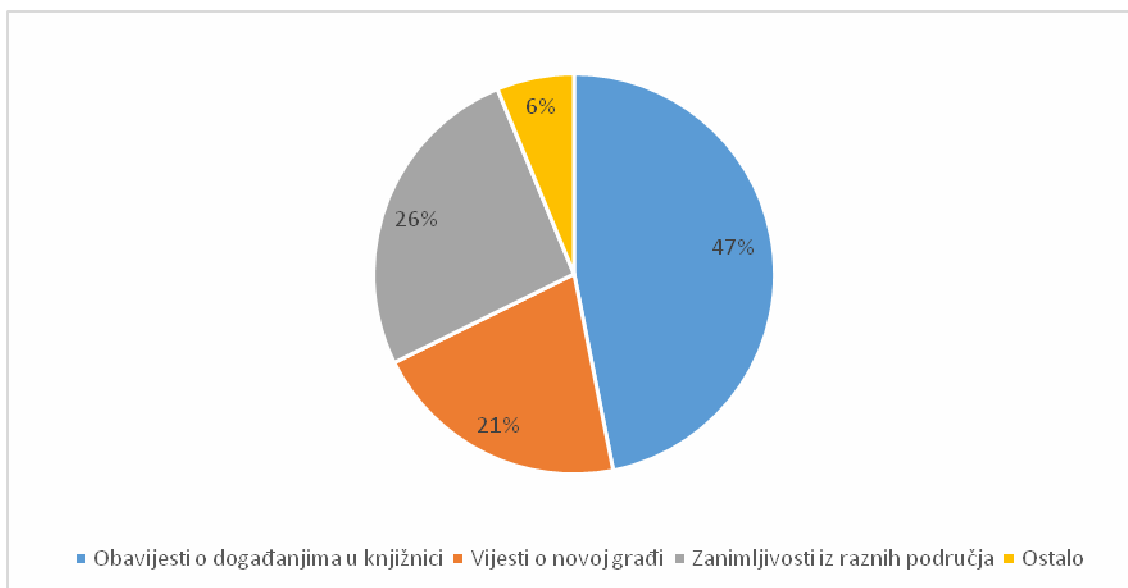
Slika 7. Učestalost objavljivanja sadržaja na društvenoj mreži

Na pitanje koliko često objavljuju sadržaj na svojoj društvenoj mreži (Slika 7) dvije su knjižnice odgovorile kako to rade rijetko (nekoliko puta godišnje), 6 knjižnica sadržaj objavljuje povremeno (nekoliko puta mjesečno), jedna ga knjižnica objavljuje često (svaki tjedan), a jedna vrlo često (nekoliko puta tjedno). Prosjek učestalosti pokazuje kako su osnovnoškolske knjižnice aktivnije od srednjoškolskih (Tablica 1).

Učestalost/Vrsta knjižnice	Osnovnoškolska	Srednjoškolska
Rijetko	1	1
Povremeno	5	1
Često	0	1
Vrlo često	1	0

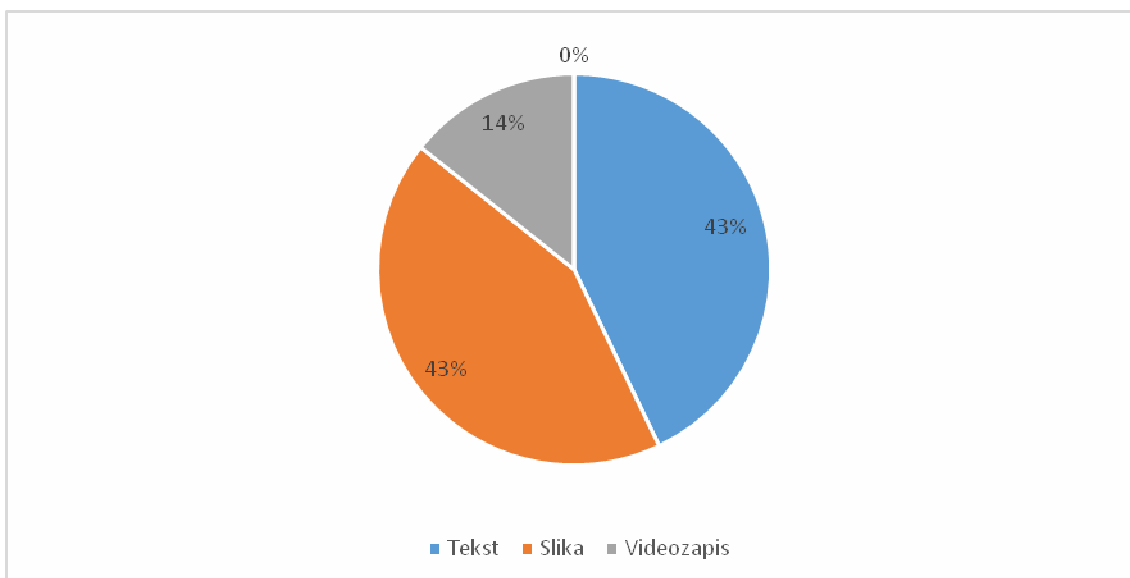
Tablica 1. Učestalost objavljivanja prema vrsti knjižnice

Kada je riječ o vrsti sadržaja, najviše se dijele obavijesti o događanjima u knjižnici (9 knjižnica), iza toga slijede zanimljivosti iz raznih područja (5 knjižnica), a četiri knjižnice koriste svoje društvene mreže kako bi dijelile obavijesti o novonabavljenoj građi (Slika 8).



Slika 8. Vrsta sadržaja koji knjižnice dijele

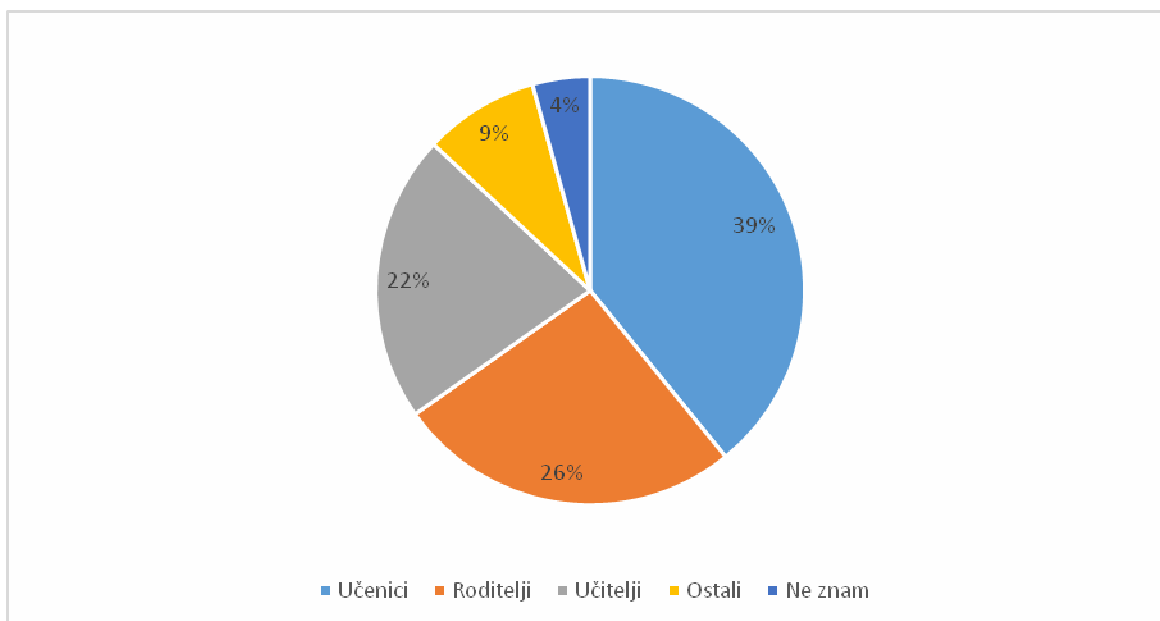
Format sadržaja koji se dijeli najčešće je u obliku teksta ili slike (9 knjižnica), a tri knjižnice dijele i videozapise (Slika 9).



Slika 9. Format sadržaja koji knjižnice dijele

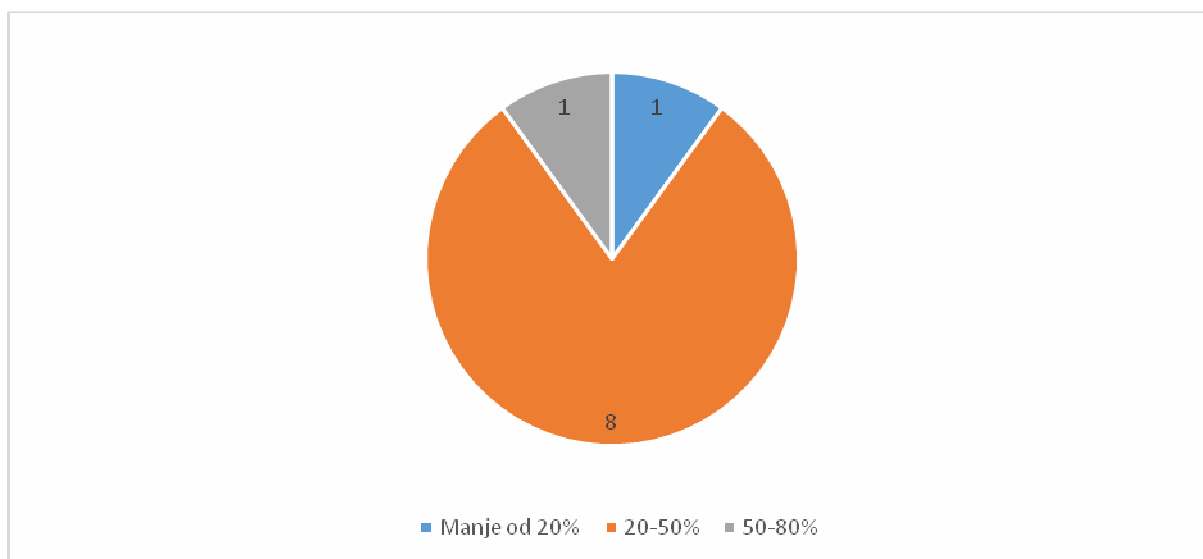
Idućom skupinom pitanja pokušalo se otkriti kakav je profil korisnika koji pristupaju društvenoj mreži knjižnice i kakvu povratnu informaciju knjižničari od njih dobivaju. Tako je najviše knjižnica (njih 9) izjavilo kako ih na društvenoj mreži posjećuju učenici, zatim roditelji (6 knjižnica) i učitelji (5 knjižnica), a dvije su knjižnice odabrale stavku “Ostali”, što može obuhvaćati i poznanike roditelja, učenika i učitelja ili druge knjižnice ili izdavačke kuće (Slika 10). Jedna je knjižnica odabrala stavku “Ne znam” što je iznenađujuće. Detaljnija analiza pokazala je kako se radi o knjižnici prisutnoj na društvenoj mreži Google+. Knjižnica je pronađena u sklopu drugog istraživanja i ispostavilo se da ima zatvoren profil. Neobično je da nije u mogućnosti procijeniti tko prati njezinu aktivnost na društvenoj mreži jer je, s obzirom na zatvoreni profil, od knjižnice potrebno dobiti odobrenje za praćenje njezinih aktivnosti. Tako da bi knjižnica morala imati mogućnost barem površne analize korisnika koji ju prate.





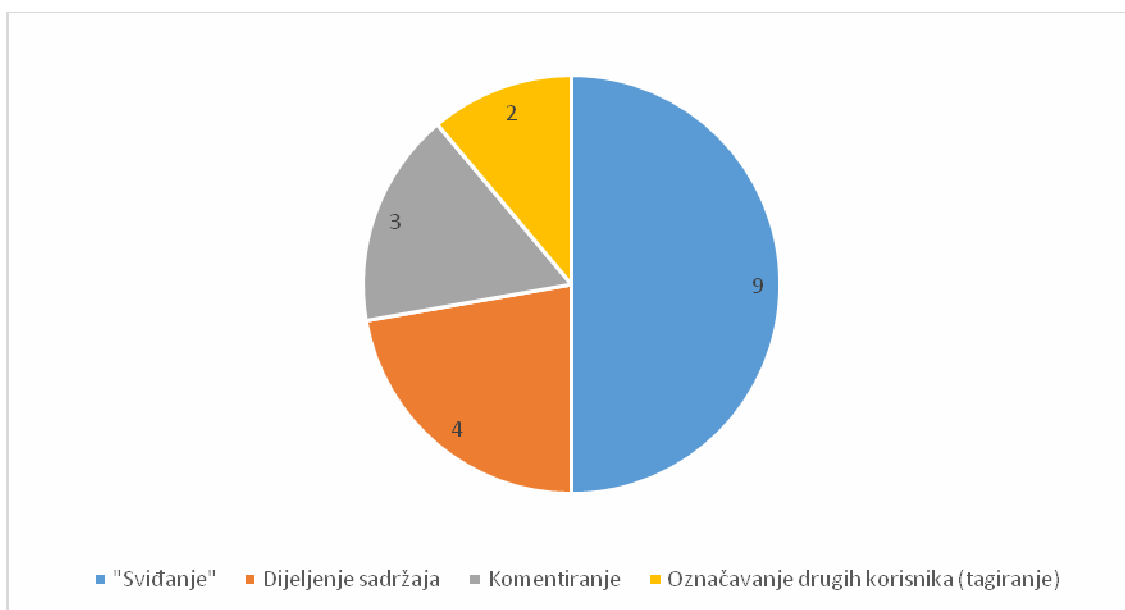
Slika 10. Profil posjetitelja društvene mreže knjižnice

U sljedećem se pitanju tražilo knjižničare da procijene koji postotak učenika škole prati knjižnicu na društvenoj mreži. Najveći broj knjižnica (njih 8) posjećuje 20 – 50% učenika škole, jednu knjižnicu posjećuje manje od 20% učenika, a jednu između 50 i 80% učenika škole (Slika 11). Prevladavajući postotak od 20 do 50% učenika škole je razumljiv s obzirom da se u 7/8 škola radi o osnovnim škola, gdje će se i postotak učenika koji se uopće koriste društvenim mrežama okvirno nalaziti u istom opsegu. Isto tako škola u kojoj 50 – 80% učenika prati društvenu mrežu knjižnice je srednja škola, gdje je postotak učenika na društvenim mrežama veći.



Slika 11. Okvirni postotak učenika škole koji posjećuju društvenu mrežu knjižnice

Kod pitanja o vrstama interakcije koju primjećuju na svojoj društvenoj mreži ispitanici su mogli odabrati više odgovora. Odgovorilo je 9 knjižnica (Slika 12). Sve su potvrdile kako korisnici na sadržaj reaguju klikom na „Sviđa mi se” (ili ekvivalentom toga, ovisno o društvenoj mreži), u 4 knjižnice korisnici su dijelili sadržaj, u 3 su ostavili komentare na sadržaj, a u dvije su i označavali druge korisnike („tagirali“). Knjižnica koja nije odgovorila na to pitanje ponovno je knjižnica prisutna na društvenoj mreži Google+. Nije jasno zbog čega je to pitanje preskočeno jer ta društvena mreža omogućava sve navedene vrste interakcije, samo u nekim slučajevima koristi drugu terminologiju. Primjerice umjesto oznake „Sviđa mi se” korisnik može kliknuti na oznaku „+1”. Moguće objašnjenje za preskakanje pitanja jest da ne postoji interakcija korisnika s društvenom mrežom knjižnice, ili je knjižnica tek ostvarila prisutnost na društvenoj mreži pa još nema podataka. Ovo posljednje u trenutku pisanja rada nije bilo moguće utvrditi s obzirom da knjižnica ima zatvoren profil, a potrebno je uzeti u obzir i pretpostavku da društvena mreža Google+ nije pretjerano zastupljena među učenicima osnovnih škola. Što se tiče razlike u interakciji između osnovnoškolskih i srednjoškolskih knjižnica, ona je neznatna. Korisnici obiju knjižnica podjednako su skloni u navedenim količinama koristiti se određenim vrstama interakcije, s tim da izražavanje sviđanja dominira (Tablica 2).

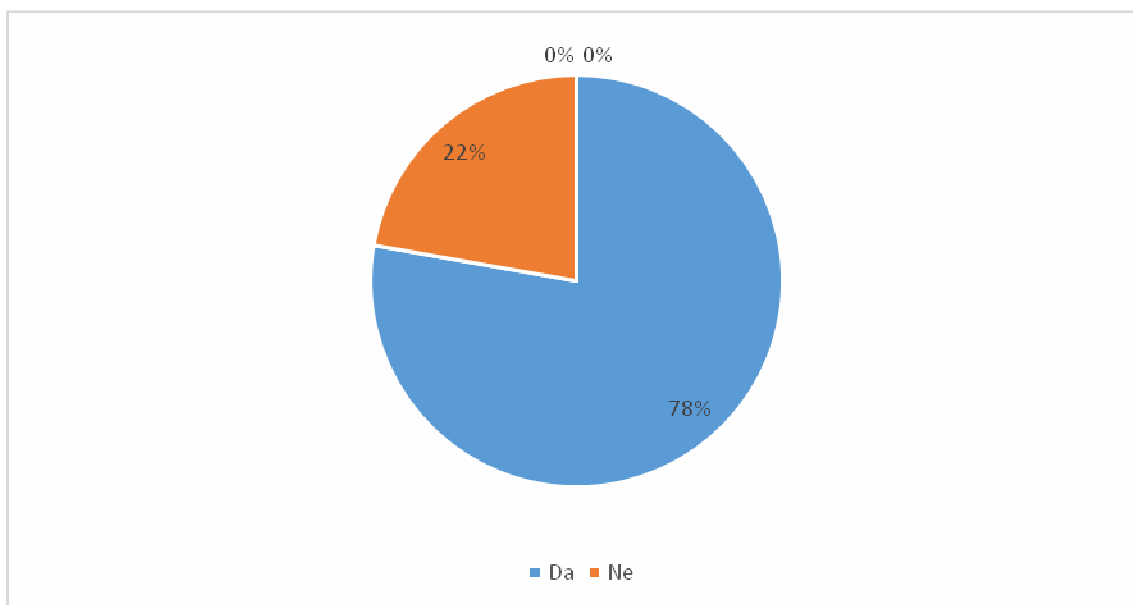


Slika 12. Vrsta interakcije korisnika

Vrsta interakcije/Vrsta knjižnice	Osnovnoškolska	Srednjoškolska
„Sviđa mi se”	6	3
Dijeljenje sadržaja	3	1
Komentiranje	2	1
Označavanje korisnika	1	1

Tablica 2. Vrste interakcije prema vrsti knjižnice

Knjižnice su također upitane i primjećuju li porast interesa i interakcije korisnika na svojoj društvenoj mreži. Na pitanje je ponovno odgovorilo 9 knjižnica od kojih se 7 izjasnilo potvrdno, a dvije su označile kako ne primjećuju porast (Slika 13).

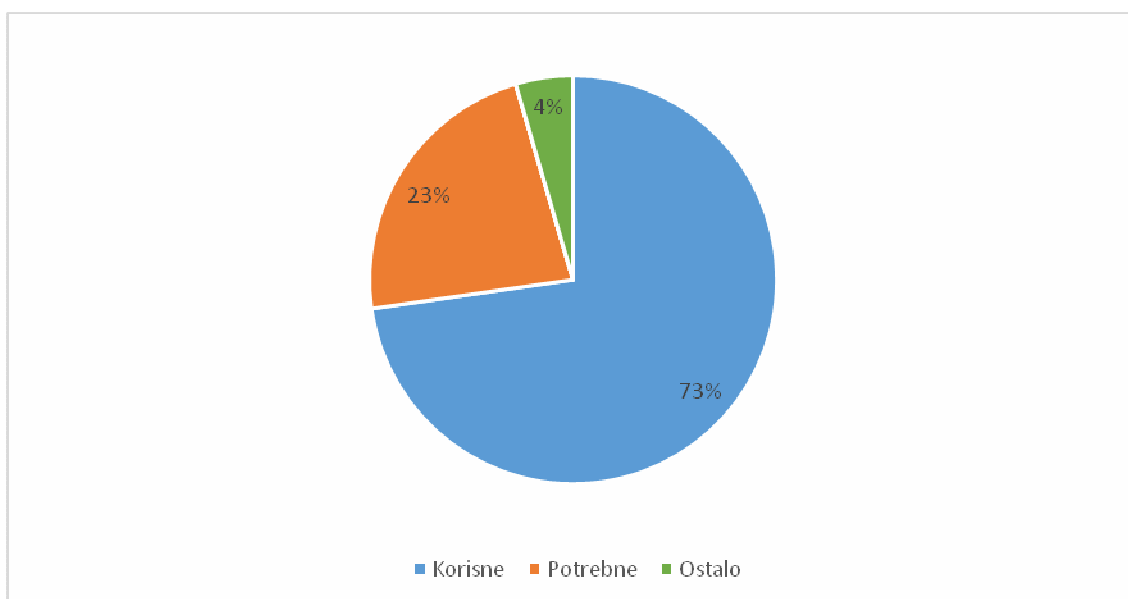


Slika 13. Uočen porast interakcije na društvenoj mreži

U posljednjem se pitanju knjižničare tražilo da iznesu svoj stav prema prisutnosti školskih knjižnica na društvenim mrežama, te su u ponuđenim odgovorima društvene mreže knjižnicama bile opisane kao korisne, potrebne, nepotrebne, štetne, „nužno zlo”, te ostalo. Na pitanje je odgovorilo 17 knjižnica pri čemu ih 16 smatra da su korisne. Od tih 16, 5 ih također vjeruje da su društvene mreže školskim knjižnicama i potrebne (Slika 14), a jedna je

srednjoškolska knjižnica odabrala stavku „Ostalo” uz napomenu kako njihova škola ne omogućuje pristup društvenim mrežama. Ti rezultati pokazuju pozitivan stav prema društvenim mrežama, no istovremeno je vidljivo kako stav nije dovoljan da knjižničare potakne da na njima ostvare svoju prisutnost. Vrlo je bitan i posljednji komentar koji pokazuje kako nekim knjižnicama stav ne znači ništa jer im škole onemogućavaju pristup društvenim mrežama.

Zbog slabog odaziva i zbog nedosljednosti prilikom ispunjavanja ankete, proveden je i drugi dio istraživanja.



Slika 14. Stav knjižničara prema društvenim mrežama u školskim knjižnicama

### 8.3 Rezultati analize prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama

Prvi korak istraživanja bio je posjetiti web stranice svih škola Sisačko-moslavačke županije i provjeriti spominje li se na početnim stranicama ilipodstranicama knjižnice aktivnost na nekoj društvenoj mreži, te nalazi li se na njima poveznica na društvenu mrežu. Nijedna od 48 knjižnica nije imala poveznicu na društvene mreže.

Nakon toga se pokušalo otkriti prisutnost školskih knjižnica na društvenim mrežama koristeći permutacije imena škole i pojma „knjižnica“. Prisutnost je tražena na društvenim mrežama Facebook, Twitter, Google+ i YouTube. Pretraživanje je pokazalo kako je 6 školskih knjižnica prisutno na društvenoj mreži Facebook, dvije na Google + i jedna na

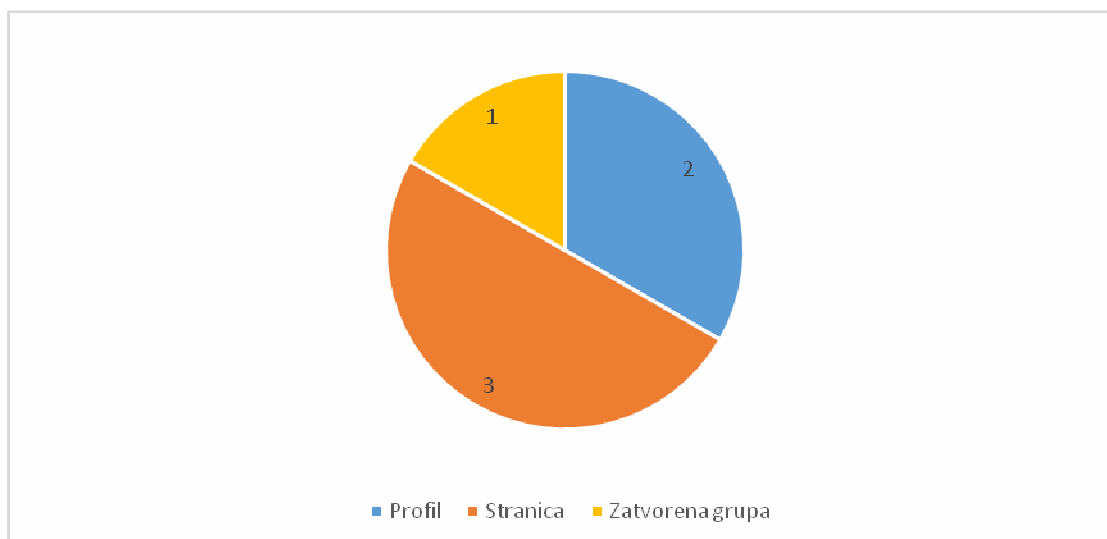
YouTubeu. Twitter je očekivano nezastupljen. Od navedenih škola pet je osnovnih prisutno na Facebooku te jedna srednja. Na društvenoj mreži Google+ prisutna je po jedna osnovnoškolska i jedna srednjoškolska knjižnica, a na YouTubeu jedna srednjoškolska (Tablica 3). Jedna je osnovna škola prisutna i na dvije mreže, Google+ i Facebook.

Vrsta knjižnice	Društvena mreža			
	Facebook	Twitter	Google+	YouTube
<b>Osnovnoškolska</b>	5	0	1	0
<b>Srednjoškolska</b>	1	0	1	1

Tablica 3. Prisutnost na društvenim mrežama prema vrsti knjižnice

Ti rezultati nisu u skladu s rezultatima ankete gdje je 11 knjižnica potvrdilo svoju prisutnost na društvenim mrežama, od čega ih je 10 tvrdilo da su prisutne na Facebooku. Tijekom provedenog pretraživanja kod nekoliko je škola otkrivena prisutnost na društvenim mrežama, posebice Facebooku. Kratki pregled dviju škola na Facebooku otkrio je sadržaj koji uključuje i aktivnosti knjižnice. Isto je vrijedilo i za kanal jedne škole na YouTubeu. Stoga je moguće kako su u anketi svoju prisutnost na društvenim mrežama potvrdile i knjižnice koje se koriste društvenom mrežom škole kako bi dijelile svoj sadržaj, no nemaju uspostavljenu samostalnu prisutnost. Tu pretpostavku potvrđuje i već spomenuta činjenica kako je jedna knjižnica putem ankete podijelila poveznicu na društvenu mrežu svoje škole. U konačnici se dobije brojka od 11 škola koje imaju neku vrstu prisutnosti na društvenim mrežama, što bi bilo u skladu s rezultatima ankete.

Nakon toga promatrana je vrsta prisutnosti na društvenoj mreži Facebook, pri čemu je utvrđeno kako tri knjižnice imaju otvorenu stranicu, dvije profil i jedna zatvorenu grupu (Slika 15). Pritom jedna od knjižnica uz stranicu ima otvoren i profil na kojem je posljednja aktivnost zabilježena 2011. godine, stoga se pretpostavlja kako je knjižnica otvorila stranicu kada je otkrila kako nije dozvoljeno imati profil.



Slika 15. Vrsta prisutnosti na društvenoj mreži Facebook.

Usljedila je analiza sadržaja na društvenim mrežama knjižnica. Zadani parametar bio je promatrati aktivnost u rasponu od tri mjeseca (veljače, ožujka i travnja 2016.). U tom se dijelu istraživanja broj knjižnica za analizu drastično smanjio. Knjižnice prisutne na društvenoj mreži Google+ imaju zatvorene profile pa njihovu aktivnost nije bilo moguće analizirati. Isto vrijedi i za jednu knjižnicu prisutnu na Facebooku koja ima zatvorenu grupu. Knjižnica koja ima otvoren YouTube kanal posljednji je sadržaj podijelila 2014. godine, a kratki pregled dijeljenog sadržaja pokazuje kako je dijelila videozapise o događanjima u knjižnici.

Preostaje još 5 knjižnica prisutnih na Facebooku s otvorenim stranicama i profilima. Ovdje su ponovno eliminirane dvije koje su neaktivne od 2013. odnosno 2014. Na kraju, od 48 škola Sisačko-moslavačke županije samo su tri školske knjižnice aktivne na Facebooku i sve su tri osnovnoškolske. Te su knjižnice u razdoblju od tri mjeseca sadržaj dijelile 32 puta. Od toga 25 objava pripada jednoj knjižnici. Potrebno je napomenuti kako je ta knjižnica stranicu otvorila 12. travnja 2016. godine i sadržaj dijeli nekoliko puta dnevno. Što se sadržaja tiče najviše se dijele zanimljivosti iz raznih područja (25 objava). Pod zanimljivosti spadaju razne obljetnice rođenja i smrti književnika ili drugih poznatih osoba, humoristične videozapise i slike, knjige i čitanje općenito, itd. U mnogo se manjoj mjeri dijele obavijesti o građi u knjižnici i događanjima u knjižnici (sveukupno tri objave). U zadanom je razdoblju podijeljeno 57 slika, koje su u nekim slučajevima popraćene tekstom, od toga je 38 povezano s djelatnosti knjižnice. Također je podijeljeno 7 videozapisa, od kojih je samo jedan povezan s djelatnosti knjižnice (Tablica 4). Jedna je knjižnica uz svoj sadržaj označavala („tagirala“) i

korisnike kojima bi mogao biti zanimljiv, a 15 su puta knjižnice uz svoj sadržaj dodale i poveznicu na izvor s kojeg je preuzet.

Knjižnica	Vrsta sadržaja			Format sadržaja		
	Obavijesti o građi	Događanja u knjižnici	Zanimljivosti	Slike	Videozapis	Tekst
<b>Knjižnica 1</b>	1	2	22	18	6	12
<b>Knjižnica 2</b>	0	3	2	29	1	0
<b>Knjižnica 3</b>	1	0	1	10	0	0

Tablica 4. Količina sadržaja prema vrsti, formatu i knjižnici

Interakcija korisnika najviše se svodila na „Sviđanje” (takvih je interakcija sveukupno bilo 81), a dva su puta korisnici sadržaj knjižnice dijelili s drugim korisnicima društvene mreže. Zanimljivo je primijetiti kako ni kod jedne objave nije bilo komentara na sadržaj, što pokazuje kako učenici vjerojatno društvenu mrežu knjižnice smatraju „službenim” prostorom, pa svoju digitalnu interakciju formaliziraju i prilagođavaju svojoj interakciji s učiteljima i knjižničarima u školi.

Također su analizirane i aktivnosti dviju knjižnica koje nisu objavile sadržaj u posljednje dvije ili više godina. Namjera je bila pokušati otkriti razlog odustajanja od društvene mreže. Opet je promatrana aktivnost kroz nekoliko mjeseci. Jedna je knjižnica objavljivala sadržaj nekoliko puta mjesečno, no interakcije korisnika nije bilo. U razdoblju od tri mjeseca samo je jedan korisnik označio kako mu se određeni sadržaj sviđa. Ovaj nedostatak povratne informacije vjerojatno je obeshrabrio knjižničara i doveo do prekida aktivnosti. Pretpostavlja se kako je isti razlog imala i druga knjižnica. Objavljivala je sadržaj svega nekoliko puta godišnje, a sadržaj je čak i postigao nekoliko „sviđanja”, no njih je vrlo malo i većinom ne pripadaju učenicima.

## 8.4 Zaključak istraživanja

Oba su dijela istraživanja jasno pokazala iznimno malenu prisutnost školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije na društvenim mrežama. Ako se eliminiraju knjižnice čiju se

aktivnost nije moglo analizirati zbog zatvorenog profila ili grupe preostaju svega tri knjižnice za koje se moglo dokazati da su trenutno aktivne na društvenim mrežama. Iz toga proizlazi da se svega 6% školskih knjižnica Sisačko-moslavačke županije aktivno koristi društvenim mrežama.

Razlog tome može se pripisati općenito slabom interesu knjižničara prema društvenim mrežama, što može biti razlog slabom odazivu prvotnoj anketi. No iz ankete je vidljivo kako većina knjižničara koji su je ispunili koristi društvene mreže u privatnom životu. Štoviše, vidljivo je kako je njihov stav prema društvenim mrežama u školskoj knjižnici isključivo pozitivan, te ih smatraju korisnima i potrebnima. Zbog čega je onda prisutnost tako niska?

Moguće je da su negativne strane društvenih mreža spomenute u ovom radu obeshrabrile knjižničare i odbile ih od njih. Ovu pretpostavku potvrđuju neki od rezultata provedenog istraživanja, kao što je nizak odaziv korisnika. Valjan razlog mogao bi biti preopterećenost obvezama i nemogućnost odvajanja vremena za održavanje prisutnosti na društvenim mrežama. Analiza web stranica na kojima su knjižnice prisutne kod mnogih knjižnica pokazuje veliku razinu aktivnosti, kao i njihovu volju da aktivnost prezentiraju drugima putem weba. Možda smatraju da su time ispunili potrebu za dopiranjem do online korisnika te im društvene mreže nisu potrebne. Ili jednostavno nemaju vremena za dodavanje još jedne obveze.

No najveći razlog vjerojatno su korisnici. Moguće je kako knjižnice, posebice osnovnoškolske izbjegavaju društvene mreže iz razloga što se većina njihovih korisnika ne smije njima koristiti i ne žele ih dodatno poticati na stvaranje nedozvoljene prisutnosti. S druge strane, knjižnice koje jesu ostvarile prisutnost na društvenim mrežama naišle su na slab odaziv korisnika, što je vrlo obeshrabrujuće jer je trud uložen u stvaranje i objavljivanje sadržaja vidljiv. Razlog slabe interakcije korisnika možda leži na već spomenutom strahu od formalnosti, zbog čega učenici izbjegavaju stupanje u kontakt s entitetom koji službeno zastupa ustanovu.

Sa sigurnošću se može zaključiti kako razlog nije manjak prisutnosti korisnika na društvenim mrežama. Tražeći knjižnice na mrežama na Facebooku je pronađeno nekoliko zatvorenih grupa razreda nekih škola i škola općenito. U mnogo slučajeva jasno je bilo vidljivo da su grupe otvorili sami učenici, često oni premladi za stvaranje profila (grupe su imale nazive poput „6.a i 6.b Osnovne škole X”). Ovo jasno pokazuje kako učenici imaju potrebu za virtualnim prostorom tematski baziranim na njihovoj školi i da su ga sposobni stvoriti sami. A s obzirom da se radi o zatvorenim grupama može se pretpostaviti da u njima nema članova koji su učitelji ili ostalo školsko osoblje. Ta autonomija učenika na društvenim



mrežama školama bi trebala biti znak koji im pokazuje kako je njihova prisutnost na društvenim mrežama potrebna. Njihovu virtualnu odgojno-obrazovnu ulogu mogu preuzeti i knjižnice, no bitno je uobličiti je u sadržaj privlačan korisnicima.

To nas dovodi do najvećeg problema s odazivom korisnika na društvenim mrežama školskih knjižnica. Sadržaj ih ne zanima. Svoju prisutnost na društvenim mrežama koriste kako bi se odmakli od škole, učenja i odgoja. Isto će tako izbjegavati i sadržaj iste naravi koji knjižnice dijele. Pregled knjižnica na društvenim mrežama pokazao je kako je najviše „sviđanja” prikupio sadržaj koji pokazuje aktivnosti učenika u knjižnici. I to se isključivo odnosi na fotografije. Učenici vole vidjeti sebe i svoje prijatelje, i vole komentirati aktivnosti u kojima zajedno sudjeluju. Razne zanimljivosti manje su im privlačne, bez obzira na njihovu tematiku. Na stranici jedne knjižnice obavijest o obljetnici smrti Sunčane Škrinjarić dobila je jedno „sviđanje”, dok je obavijest o obljetnici emitiranja prve epizode crtane serije *Simpson* dobila dva. S druge strane, na stranici druge knjižnice, samo jedna fotografija koja prikazuje učenike u knjižnici sakupila je 18 „sviđanja” od kojih nekoliko pripada učenicima.

Sada se opet postavlja pitanje već postavljeno ranije u radu. Trebaju li knjižničari odgojno-obrazovnu ulogu staviti u drugi plan i dijeliti više sadržaja zabavne tematike kako bi privukli učenike? Odgovor nije jednostavan. Možda je moguće postupno mijenjati sadržaj kada knjižnica postigne zadovoljavajuću interakciju. Adaptiranom analogijom možemo reći kako bi školske knjižnice mogle prvo ponuditi mrkvu, a onda uvesti knjigu. Pozitivan učinak bi se svakako mogao dobiti uključivanjem učenika u odabir sadržaja, pa čak i davanje dozvole za samostalnim uređivanjem stranice. Naravno, uz nadzor.

U konačnici svakako možemo zaključiti kako su knjižničari svjesni potrebe i koristi društvenih mreža u školskim knjižnicama. Samo je još potrebno pronaći pravu formulu koja će privući učenike, a istovremeno neće zanemariti odgojno-obrazovnu komponentu. Jedan sastojak formule već postoji i knjižnice ga lako mogu primijeniti u svojem radu, a to je sudjelovanje učenika u aktivnostima knjižnice, s većim naglaskom na prikaz učenika nego rezultata njihova rada.

## **9. Smjernice za održavanje prisutnosti školskih knjižnica na društvenim mrežama**

Knjižničari koji se odvaže ostvariti prisutnost na nekoj društvenoj mreži često sami otkrivaju njezinu primjenjivost u njihovu radu i zaključuju na koji način uopće djelovati na

njoj. Preporučljivo bi im bilo, prije pokretanja aktivnosti na društvenim mrežama, potražiti smjernice koje im mogu pomoći kvalitetno se pripremiti za svoje djelovanje. Konkretna smjernice za rad školskih knjižnica na društvenim mrežama u trenutku pisanja ovog rada nisu pronađene, no postoje smjernice za knjižnice općenito.

Oni koji žele mogu posegnuti za knjigom *A SocialNetworkingPrimer for Librarians*, autora Cliffa Landisa. U knjizi autor detaljno pojašnjava što su društvene mreže i koje postupke trebaju poduzeti knjižničari koji se spremaju ostvariti prisutnost na njima. Knjiga sadržava i detaljne upute kako ostvariti prisutnost na društvenim mrežama MySpace i Facebook, te kako analizirati podatke nakon nekog vremena aktivnosti na određenoj društvenoj mreži i na njima temeljiti daljnji rad<sup>68</sup>.

Oni u potrazi za sažetim smjernicama mogu slijediti upute koje je postavio David Lee King<sup>69</sup>. Svode se na 6 koraka:

1. Uspostavite kanal (tj. prisutnost na društvenoj mreži)
2. Odredite ciljeve
3. Slušajte
4. Organizirajte tim
5. Stvarajte sadržaj
6. Koristite analitiku kako biste mjerili uspjeh

King u nastavku detaljno opisuje svaki od ovih koraka. No kako ni Landisove ni Kingove smjernice nisu prevedene na hrvatski jezik, i razumljivo je kako nisu svi knjižničari skloni čitati knjige na stranim jezicima, te da možda neće ni biti zainteresirani za smjernice i upute koje se protežu kroz stotinjak stranica, za predstavljanje u ovom radu odabran je drugi izvor. Za potrebe izrade svojeg doktorskog rada autorica Dunja Holcer sažela je smjernice za razvijanje usluga i upotrebu društvenih mreža u narodnim knjižnicama<sup>70</sup>. Pristup i postupci slični su Landisovima, i preklapaju se s Kingovim, no praktičniji su jer su sažetiji od Landisovih, a opširniji od Kingovih. Ovo je posljednje bitno jer knjižničarima ipak daje konkretnije upute, a važan je čimbenik i razlika u redoslijedu. Kingov redoslijed knjižničarima predlaže stvaranje prisutnosti kao prvi korak, čime ih takoreći „baca u vodu

---

<sup>68</sup>Landis, Cliff. *A social networking primer for librarians*. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010.

<sup>69</sup>King, David Lee. *Managing your library's social media channels*. // *Library Technology Reports*, 51, 1(2015), str. 33. Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)

<sup>70</sup>Holcer, Dunja. *Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad*. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 231. Dostupno na: [http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

kako bi naučili plivati“. Niže navedeni redoslijed prvo preporuča istraživanje i pripremu, dok ostvarivanje prisutnosti na društvenoj mreži dolazi pred sam kraj.

Smjernice sadrže devet faza:

- a) organizaciju tima
- b) istraživanje
- c) planiranje ciljeva i aktivnosti
- d) identificiranje društvenih mreža koje odgovaraju ciljevima
- e) detaljno informiranje o odabranim društvenim mrežama
- f) planiranje aktivnosti i usluga
- g) pokretanje i razvoj aktivnosti i usluga na društvenim mrežama
- h) evaluaciju
- i) trajno stručno usavršavanje i eksperimentiranje<sup>71</sup>.

Iako su namijenjene narodnim knjižnicama, ove su smjernice primjenjive i u školskim. U nastavku poglavlja prikazat će se autoričina objašnjenja pojedinih faza, uz naglašavanje potrebnih preinaka kako bi ih se prilagodilo školskim knjižnicama.

Organizacija tima podrazumijeva odabir djelatnika knjižnice koji će biti zaduženi za održavanje prisutnosti knjižnice na društvenoj mreži<sup>72</sup>. S obzirom da u većini školskih knjižnica radi jedna osoba organizacija timova ne bi trebala biti složen proces. Za knjižničara je važno procijeniti koliko vremena može odvojiti za obavljanje tog posla, ako ga uopće može odvojiti, što je, zapravo, preduvjet za sve ostalo.

Nakon toga potrebno je istražiti karakteristike društvenih mreža i odabrati onu koja odgovara načinu rada knjižnice i uslugama koje pruža. Istovremeno je potrebno detaljno odrediti ciljeve i aktivnosti koje knjižnica želi provoditi putem društvene mreže na kojoj je prisutna. Kada se ciljevi i aktivnosti odrede potrebno je identificirati društvenu mrežu koja posjeduje potrebne karakteristike za njihovo provođenje<sup>73</sup>. Školskim je knjižnicama svakako bitno isplanirati ciljeve i aktivnosti, no njihovo istraživanje društvenih mreža trebalo bi imati drukčije prioritete. Iako je važno da karakteristike društvenih mreža odgovaraju ciljevima, bitnije je odabrati mrežu na kojoj borave korisnici. Narodne knjižnice obuhvaćaju širi spektar korisnika, zbog čega je i veća vjerojatnost da će oni biti prisutni na različitim društvenim

---

<sup>71</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 232. Dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>72</sup>Isto.

<sup>73</sup>Isto, str. 232-233.

mrežama. Štoviše, stvaranjem kvalitetnog i interesantnog sadržaja postoji mogućnost da knjižnica privuče korisnike na društvenu mrežu na kojoj ga stvara. Korisnici školskih knjižnica u najviše slučajeva tek otkrivaju društvenu mrežu na kojoj su prisutni, a koju su prvotno odabrali zbog prisutnosti njihovih vršnjaka na njoj. Mnogo je manja vjerojatnost da će učenici, posebice osnovnih škola, ići eksperimentirati s novom društvenom mrežom zato što je njihova knjižnica prisutna na njoj. Srednjoškolske knjižnice već imaju mogućnost eksperimentirati u tom području iz razloga što kod njihovih učenika postoji potencijal za eksperimentiranje, i zbog toga što poticanjem učenika da im se pridruže na nekoj novoj društvenoj mreži razvijaju njihovu informacijsku pismenost i IKT sposobnosti. Stoga srednjoškolske knjižnice koje su sklonije dijeliti slikovni sadržaj mogu pokušati s, primjerice, Instagramom, dok knjižnice koje više vole fotografije popratiti zanimljivim sadržajem mogu isprobati Pinterest. Osnovnoškolskim je knjižnicama važnije ostvariti prisutnost gdje im se korisnici nalaze, te bi zbog toga trebale težiti Facebooku.

Nakon odabira društvene mreže potrebno se detaljno informirati o njoj. To podrazumijeva upoznavanje s pravilima korištenja, čime će knjižničaru biti objašnjeno koju vrstu sadržaja smije objavljivati i kako poštovati autorska prava<sup>74</sup>. Školske se knjižnice svakako moraju upoznati s dobnom granicom za upotrebu društvene mreže kako bi znale kojim učenicima smiju dozvoliti interakciju.

Slijedi planiranje i određivanje aktivnosti i usluga koje obuhvaća saznanja iz svih prethodnih faza. Na temelju toga određuju se vrste sadržaja koje će se dijeliti i definiraju se pravila ponašanja administratora i posjetitelja prisutnosti knjižnice na društvenoj mreži. Ta je pravila potrebno objediniti u službeni dokument i pobrinuti se da taj pravilnik bude dostupan na službenoj stranici knjižnice i na društvenoj mreži na kojoj je knjižnica prisutna<sup>75</sup>.

U idućoj fazi knjižnica napokon ostvaruje svoju prisutnost na društvenoj mreži otvorivši službeni profil, stranicu, kanal ili ostvarivši neku drugu vrstu pojavnosti, ovisno o odabranoj društvenoj mreži. Odabrana prisutnost svakako treba sadržavati podatke o knjižnici (adresu, kontakt, radno vrijeme itd.) i poveznicu na web stranicu knjižnice. Nakon toga slijedi objavljivanje sadržaja i privlačenje korisnika. Učestalost objavljivanja trebala bi biti kontinuirana, ali ne i pretjerana. Preporuča se minimum od jedne objave tjedno i maksimum od jedne objave dnevno, kako bi korisnici redovito vidjeli da je knjižnica aktivna, tj. kako ih

---

<sup>74</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 233. Dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>75</sup>Isto, str. 233-234.

prevelika količina sadržaja ne bi odbila<sup>76</sup>. Autorica ovdje napominje kako bi knjižnice koje imaju odvojene odjele ili ogranke trebale imati samo jednu prisutnost na društvenoj mreži kako ne bi zbunile korisnike. U kontekstu školskih knjižnica to vrijedi za škole koje imaju područne odjele. Školski knjižničari koji djeluju na više škola koje spadaju pod jednu svoju bi online aktivnost trebali objediniti u okviru jedne društvene mreže. Autorica se također dotiče i etičkog kodeksa i napominje kako komunikacija knjižnice s korisnicima putem društvenim mreža smije biti opuštenija, no ne smije se zaboraviti da knjižnica na društvenoj mreži zastupa svoju ustanovu, zbog čega se treba zadržati profesionalan odnos prema javnosti, a pravopis, gramatiku i stil izražavanja treba uskladiti s hrvatskim jezičnim standardom<sup>77</sup>. Pritom bi za školske knjižnice svakako bilo preporučljivo koristiti se opuštenijim pristupom kako bi se približili svojim korisnicima i postigli da se oni osjećaju opuštenije u virtualnom okruženju školske knjižnice na društvenoj mreži.

Faza evaluacije iznimno je važna. Knjižnica svakako treba analizirati svoje djelovanje na društvenoj mreži i analizirati učinak koji njihove objave postižu među korisnicima. Prepoznavši sadržaj koji je postigao najveću reakciju knjižnica može svoje daljnje djelovanje planirati tako da uključuje veću količinu sadržaja te vrste. Neke društvene mreže omogućuju jednostavnu analizu statističkih podataka, dok je kod nekih omogućavanje takve analize potrebno platiti. No čak i kod društvenih mreža koje to ne omogućavaju, najjednostavnije praćenje aktivnosti korisnika knjižnicama može pokazati koja vrsta sadržaja najviše privlači njihovu pozornost. Prvu je evaluaciju preporučljivo provesti tri mjeseca nakon što je knjižnica ostvarila prisutnost na društvenoj mreži. Nakon što se provede potencijalna prilagodba sadržaja potrebno je provesti još jednu evaluaciju tri mjeseca kasnije. Nakon toga aktivnost knjižnice na društvenoj mreži treba redovito pratiti, a detaljnije evaluacije raditi prema potrebi<sup>78</sup>.

Na kraju ostaje posljednja faza koja je u biti i najdugotrajnija, a to je trajno stručno usavršavanje i eksperimentiranje. Administratori prisutnosti knjižnice na društvenoj mreži kontinuirano trebaju razvijati svoje vještine. Društvene se mreže stalno mijenjaju i razvijaju i taj je proces potrebno pratiti. Paralelno s time pojavljuje se i potreba za eksperimentiranjem

---

<sup>76</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 234-235. Dostupno na: [http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>77</sup>Isto, str.235-236.

<sup>78</sup>Isto, str. 236.

kako bi se otkrile i primijenile nove mogućnosti koje se pružaju<sup>79</sup>. Kontinuiranim napredovanjem knjižničari s vremenom mogu ostvariti prisutnost svoje knjižnice na više društvenih mreža. Zahvaljujući online alatima kao što je Hootsuite, uređivanje nekoliko društvenih mreža vrlo je jednostavno, a omogućava i izvlačenje statističkih podataka, čak i kada to ne nudi sama mreža. Zahvaljujući ovom alatu administrator može, primjerice, pripremiti objavu i namjestiti da bude objavljena na svim društvenim mrežama u određeno vrijeme, bez da mora posjećivati svaku pojedinačno i raditi pojedinačne objave.

Pridržavajući se ovih smjernica školske si knjižnice mogu omogućiti sustavan i kontroliran razvoj svoje prisutnosti na društvenoj mreži. Čak i ako se preskoči neke od ovih faza, najbitnije je kontinuirano dijeliti sadržaj i redovito ga evaluirati i prilagođavati interesima korisnika. Jer izgubivši korisnike gubi se i potreba za knjižnicom na društvenoj mreži, a time i bitan kanal za dopiranje do korisnika.

## 10. Zaključak

Dobar primjer primjene društvenih mreža pokazala je Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. Zahvaljujući svojoj prisutnosti na nekoliko društvenih mreža knjižnica je unaprijedila promidžbu djelatnosti građe i usluga, kao i cjelokupnu vidljivost u digitalnome okruženju, te promidžbu prava na pristup informacijama<sup>80</sup>. Što se narodnih knjižnica tiče, one su svjesne prednosti društvenih mreža, no i one rijetke koje se njima koriste u mnogim se slučajevima njima koriste na nezadovoljavajući način, dok korisnici istovremeno prisutnost knjižnica na njima smatraju pozitivnom činjenicom<sup>81</sup>.

Prednosti su upotrebe društvenih mreža jasne. Kao sredstva komunikacije one omogućavaju „brzu, ekonomičnu i efikasnu distribuciju informacija širokom krugu posjetitelja i mogućnost stalnog obogaćivanja i ispravka informacija“<sup>82</sup>, čime knjižnicama

---

<sup>79</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 236. Dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>80</sup>Šalamon-Cindori, Breza; Vlahov, Darjan. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 70.

<sup>81</sup>Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015. Str. 239-240. Dostupno na:

[http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)

<sup>82</sup>Zović, Irides. Glas za Facebook : društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 75.

olakšavaju dopiranje do korisnika i komunikaciju s njima. Najveća je prednost činjenica što je velik broj korisnika već prisutan na njima. Knjižnice samo trebaju ostvariti prisutnost i stupiti u kontakt. Društvene mreže velik potencijal imaju i za školske knjižnice jer su iznimno popularne među mladom populacijom; ostvarivši prisutnost na njima knjižnica će svojim korisnicima pokazati otvorenost prema novim metodama komunikacije i usklađenost sa suvremenim trendovima.

Svaka knjižnica pritom treba dobro proučiti u što se upušta. Ostvarivši prisutnost na bilo kojoj društvenoj mreži korisnik pristaje na Uvjete korištenja. Potrebno je upoznati se s pravilima na koja se ovdje pristaje. Bitna je činjenica da neke društvene mreže poput Facebooka zadržavaju kopiju svakog objavljenog sadržaja i imaju pravo njime koristiti, čak i nakon što se profil obriše. Uvjeti korištenja, pa i sama usluga često se mijenjaju, zbog čega postoji mogućnost da dođe i do gubitka sadržaja. To je posebice utjecalo na knjižnice kada je Facebook uveo razliku između stranice i profila. Kako su profili namijenjeni osobama, a stranice organizacijama i udrugama, mnogim knjižnicama koje su imale otvorene profile ti profili bili su izbrisani, što je dovelo do gubitka sadržaja. Stoga je potrebno redovito pratiti promjene Uvjeta korištenja<sup>83</sup>.

No knjižnice koje se odluče na društvene mreže imat će raznolike mogućnosti za komunikaciju s korisnicima. Ipak, sama prisutnost nije dovoljna. Društvene mreže aktivan su teritorij sklon čestim promjenama, i statične stranice brzo se izgube u njemu. Potrebno je često objavljivanje novog sadržaja, kao i redovita komunikacija s korisnicima<sup>84</sup>. Statična stranica korisnicima pokazuje nezainteresiranost i oni će na nju odgovoriti istom mjerom, a jednako ih tako može odbiti i pretjerana aktivnost i učestalo dijeljenje sadržaja.

Ipak, stvarno stanje pokazuje kako su sve ove prednosti i silan potencijal podosta idealizirani. Bez obzira na sve mogućnosti koje školskim knjižnicama stoje na raspolaganju ispostavlja se kako u Sisačko-moslavačkoj županiji svega tri školske knjižnice imaju uspostavljenu aktivnu prisutnost na društvenim mrežama od njih 48. A i te knjižnice ili nisu dovoljno aktivne kako bi zadržale interes svojih korisnika, ili su, kao što je slučaj jedne od njih, pretjerano aktivne i sadržaj dijele nekoliko puta dnevno, čime opet ne postižu povratnu reakciju koju očekuju.

---

<sup>83</sup>Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010. Str. 47-48.

<sup>84</sup>Pšenica, Davorka; Breza, Šalomon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 31.

Istraživanje je također pokazalo i kako su neke školske knjižnice odustale od upotrebe društvenih mreža nakon što njihova aktivnost nije potaknula korisnike na interakciju. Razumljivo je da će knjižničare obeshrabriti činjenica što njihov trud i iskorak na novo područje ne postižu rezultate. No šteta je što svoj neuspjeh nisu protumačili kao povratnu informaciju i odlučili istražiti kako se unaprijediti. Ono što je knjižničarima sada najviše potrebno jest pronaći pravilnu formulu za djelovanje na društvenim mrežama. Formulu koja će privući i zainteresirati korisnike, a istovremeno neće zanemariti osnovnu odgojno-obrazovnu ulogu školske knjižnice. A u tome se nalazi najveći problem. Kako uspostaviti pravilnu ravnotežu između ta dva čimbenika?

Moguće rješenje jest fokusirati se na same učenike i prvenstveno njih i njihove aktivnosti prezentirati putem društvene mreže na kojoj je knjižnica prisutna. Potrebno se staviti u njihovu poziciju i razmisliti zbog čega su oni uopće prisutni na društvenim mrežama. Zbog čega su im toliko interesantne da čak i učenici koji su, prema uvjetima korištenja, premladi da se njima koristeizrađuju profile? Zbog čega učenici koji često ne posjeduju potrebne IKT kompetencije da si sami izrade profil traže iskusnije učenike da to naprave umjesto njih? Odgovor je u slobodi socijalizacije. Društvene im mreže predstavljaju prostor za socijalizaciju bez nadzora roditelja i učitelja. Mjesto na kojem mogu nesmetano razgovarati, izmjenjivati sadržaj i komentirati događaje. I iako izbjegavaju nadzor odraslih, to ne znači da će izbjeći i mogućnost za još jednim prostorom za socijalizaciju. Možda će im biti i privlačan zbog činjenice da jest pod nadzorom, jer će znati da tamo sigurno neće biti izloženi zlostavljanju koje se u mnogo slučajeva događa na društvenim mrežama. No bitno je da knjižničari upamte tu komponentu socijalizacije. Istraživanje je pokazalo kako su učenici najviše reagirali na fotografije koje prikazuju njih u raznim aktivnostima knjižnice. Na jednoj od stranica knjižnice na Facebooku koja je prestala djelovati jedan od rijetkih komentara učenika uopće bio je na album s fotografijama sadržanog Tulum s(l)ova, noćnog čitateljskog susreta. I u tom komentaru učenica traži da se u album doda još fotografija.

Učenici traže socijalizaciju, i socijalizacija je ono što će ih privući prisustvu knjižnice na društvenoj mreži. A održavanje aktivnosti u knjižnici i dijeljenje fotografija izvrstan je kompromis koji obuhvaća zabavnu i obrazovnu komponentu. Kada knjižnica privuče dovoljan broj korisnika koji prate što ona čini na društvenim mrežama, može među svoj zabavan sadržaj polako ubacivati i odgojno-obrazovni. Učenici će do tada steći naviku praćenja aktivnosti knjižnice i početi reagirati na njega. Bitno je uspostaviti kontakt i održati ga. I u tome leži tajna formule, a to je da formule zapravo nema jer je za kvalitetno djelovanje potrebno konstantno prilagođavanje.



A to je osnova Weba2.0 i interneta uopće. Promjena. Sve vrste knjižnica, kao i sva druga područja djelovanja moraju pratiti trendove kako bi opstale i ostale relevantne. Internet je područje koje se sve više razvija i postaje dostupno sve većem broju ljudi i konstantno je u pokretu. Knjižnice moraju pratiti ta kretanja i izaći izvan svojih zidova i spremišta i ostvariti svoju online prisutnost. Društvene mreže najbolja su im podloga za to jer im omogućuju da ispune svoju osnovnu ulogu i budu na usluzi korisnicima. I to ondje gdje se korisnici nalaze.

## LITERATURA:

1. Agosto, Denise E.; Abbas, June. Teensandsocialnetworking : how publiclibraries are responding to thelatest online trend. // PublicLibraries.48, 3(2009), str. 32-97.  
Dostupno na:  
[http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pastissues/48n3\\_mayjun09.pdf](http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pastissues/48n3_mayjun09.pdf) (10.4.2016.)
2. Anderson, Paul. What is Web 2.0?: ideas, technologiesandimplications for education. //JISC : Technology &standardswatch 1, 1(2007), str. 1-64. Dostupno na:  
<http://21stcenturywalton.pbworks.com/f/What%20is%20Web%202.0.pdf> (17.5.2016.)
3. Benčec, Maja. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook : diplomski rad. Zagreb : Filozofski fakultet, 2011.  
Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/4243/1/1064BIBL.pdf> (22.4.2016.)
4. Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B. Social network sites : definition, history, andscholarship. // Journal of Computer-MediatedCommunication. 13, 1(2007), str. 210-230. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf> (10.4.2016.)
5. Crnogorac, Vesna. Uloga društvenih mreža u poticanju slobode informacija u školskim knjižnicama. // Slobodan pristup informacijama: 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 84-91.
6. Facebook. Statementofrightsandresponsibilities.Dostupno na:  
<https://www.facebook.com/legal/terms> (10.4.2016.)
7. Facebook newsroom. Company info. Dostupno na: <http://newsroom.fb.com/company-info/> (17.5.2016.)
8. Hebrang Grgić, Ivana. Croatian schoollibraries on Facebook: meetingtheneedsofyounglibraryusers. // New libraryworld. 114, 9/10(2013), str. 416-

427. Dostupno na: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/NLW-01-2013-0010> (15.5.2016.)
9. Hebrang Grgić, Ivana. Facebook knjižničar: umijeće komuniciranja na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama: 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 33-46.
10. Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Croatian and Irish public libraries on Facebook. // QQML Journal. 3(2012), str. 267-275.  
Dostupno na:  
[http://www.qqml.net/papers/December\\_2012\\_Issue/5QQML\\_Journal\\_2012\\_Hebrang\\_Grgic-Mucnjak\\_3\\_267-275.pdf](http://www.qqml.net/papers/December_2012_Issue/5QQML_Journal_2012_Hebrang_Grgic-Mucnjak_3_267-275.pdf) (7.3.2016.)
11. Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Social networking phenomenon and its use in libraries = Fenomen društvenih mreža i njegova primjena u knjižnicama. // Croatian Journal of Education. 17, 1(2015), str. 217-241. Dostupno na:  
[http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=203094](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=203094) (15.4.2016.)
12. Holcer, Dunja. Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže : doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2015.  
Dostupno na: [http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja\\_Holcer\\_Doktorski\\_rad.pdf](http://darhiv.ffzg.unizg.hr/5713/1/Dunja_Holcer_Doktorski_rad.pdf) (10.4.2016.)
13. King, David Lee. Managing your library's social media channels. // Library Technology Reports, 51, 1(2015).  
Dostupno na: <https://journals.ala.org/ltr/issue/view/260> (15.4.2016.)
14. Landis, Cliff. A social networking primer for librarians. New York ; London : Neal-Schuman Publishers, 2010.
15. Marković, Mirko. Kratak pregled pojave i prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama tijekom zadnjeg desetljeća u Srbiji. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, Dorja Mučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 12-22.

16. Matthews, Brian S. Online socialnetworking. // Library 2.0 andbeyond: innovativetechnologiesandtomorrow'suser. / uredila NancyCourtney. Westport, CT: LibrariesUnlimited, 2007. Str. 75-89.
17. Nacionalni kurikulum : međupredmetne teme : uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije : prijedlog. Zagreb : Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, 2016. Dostupno na: <http://www.kurikulum.hr/wp-content/uploads/2016/03/Uporaba-informacijske-i-komunikacijske-tehnologije.pdf> (22.4.2016.)
18. Pažur, Ivana. Knjižnica Instituta Ruđer Bošković na društvenim mrežama. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol/ uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 92-112.
19. Pšenica, Davorka; Breza, Šalamon-Cindori i Vlahov, Darjan. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 24-32.
20. Steiner, Sarah K. Strategicplanning for socialmediainlibraries. London: FacetPublishing, 2012.
21. Šalamon-Cindori, Breza. Trebaju li knjižnicama društvene mreže: iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. // Iz naših knjižnica.Kemija u industriji 60, 11(2011), str. 562-563. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/73120> (7.3.2016.)
22. Šalamon-Cindori, Breza; Vlahov, Darjan. Iskustvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu na Facebooku. // Slobodan pristup informacijama: 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 53-72.

23. Trofimenko, Anna. Društvene mreže u knjižnicama : budite ondje gdje je čitatelj! // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 3-11.
24. Twitter. Twitter usage : companyfacts.  
Dostupno na: <https://about.twitter.com/company> (10.4.2016.)
25. Zović, Irides. Glas za Facebook: društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol / uredile Ana Barbarić, DorjaMučnjak. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 73-83.

## PRILOG

Online anketni upitnik za školske knjižničare Sisačko-moslavačke županije (Google anketni obrazac)

### Društvene mreže u školskim knjižnicama

#### 1. Koristite li društvene mreže u privatnom životu?

- Da
- Ne

#### 2. Koje društvene mreže koristite u slobodno vrijeme?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Google+
- Youtube
- Ostalo:

#### 3. Škola u kojoj radite je...

- Osnovna škola
- Srednja škola

#### 4. Je li vaša školska knjižnica prisutna na nekoj od društvenih mreža?

- Da
- Ne

#### 5. Kojoj?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Google+
- Youtube
- Ostalo:

**6. Ako je vaša školska knjižnica prisutna na Facebooku, imate li otvoren...**

- Profil
- Stranicu
- Otvorenu grupu
- Zatvorenu grupu
- Ne znam

**7. Koliko je osoba zaposleno u vašoj školskoj knjižnici?**

- 1
- 2
- 3 ili više

**8. Koliko zaposlenika knjižnice radi na održavanju društvenih mreža knjižnice?**

- 1
- 2
- 3 ili više

**9. Koliko često stvarate ili dijelite sadržaj na društvenoj mreži svoje knjižnice?**

- Nikada
- Rijetko (nekoliko puta godišnje)
- Povremeno (nekoliko puta mjesečno)
- Često (svaki tjedan)
- Vrlo često (nekoliko puta tjedno)

**10. Koju vrstu sadržaja dijelite putem društvene mreže svoje knjižnice?**

- Obavijesti o događanjima u knjižnici
- Vijesti o novoj građi
- Zanimljivosti iz raznih područja
- Ostalo:

**11. Sadržaj koji dijelite je...**

- Tekstualan
- Slikovni
- Videozapis

**12. Primjećujete li porast interesa i interakcije korisnika na društvenoj mreži vaše knjižnice?**

- Da
- Ne

**13. Tko posjećuje društvenu mrežu vaše knjižnice?**

- Učenici
- Roditelji
- Učitelji
- Ostali
- Ne znam

**14. Otprilike koliko učenika Vaše škole posjećuje društvenu mrežu na kojoj je prisutna Vaša školska knjižnica?**

- Manje od 20%
- 20-50%
- 50-80%
- Više od 80%

**15. Koje vrste interakcije primjećujete na društvenoj mreži svoje knjižnice?**

- "Sviđanje"
- Dijeljenje vašeg sadržaja
- Komentari
- Označavanje drugih korisnika (tagiranje)

**16. Smatrate li da su društvene mreže školskoj knjižnici...**

- Korisne
- Potrebne
- Nepotrebne
  - Štetne
  - Nužno zlo
- Ostalo:

**17. Unesite poveznicu na društvenu mrežu svoje knjižnice. (NAPOMENA: Ova stavka nije obavezna i čisto je informativnog karaktera. Nijedan profil neće biti pojedinačno spominjan niti istican u radu.)**



## **Društvene mreže u školskim knjižnicama: potencijal i stvarnost**

### **Sažetak**

Društvene su mreže postale velik dio svakodnevnog života. Nadišle su svoju početnu funkciju korištenja u privatne svrhe i počelo ih se koristiti za trgovinu, marketing, obrazovanje itd. Knjižničari kao promotori informacijske pismenosti prepoznali su njihov potencijal za dopiranjem do korisnika i promocijom svojeg djelovanja i počeli zastupati svoje knjižnice na njima. Kako su društvene mreže uvelike prihvaćene i proširene među mlađom populacijom trebale bi predstavljati interes i za školske knjižnice.

U ovom će se radu izložiti potencijal koji društvene mreže predstavljaju za školske knjižnice. Razmotrit će se kako školske knjižnice mogu djelovati na njima, koju je mrežu najbolje odabrati i koje su prednosti, a koji nedostaci prisutnosti školskih knjižnica na društvenim mrežama. Također će se predstaviti i smjernice za djelovanje školskih knjižničara na društvenim mrežama.

U sklopu rada provedeno je i istraživanje među školskim knjižnicama Sisačko moslavačke županije. Istraživanjem se željelo otkriti kako su i u kojem broju školske knjižnice zastupljene na društvenim mrežama, te koju vrstu sadržaja dijele na njima i kakav su odaziv korisnika postigle.

**Ključne riječi:** Hrvatska, Sisačko-moslavačka županija, društvene mreže, školske knjižnice, Facebook, smjernice, istraživanje

## **Socialnetworksinschoollibraries: thepotentialandthereality**

### **Summary**

Social networks have become a big part of everyday life. They've surpassed their initial function of being used for private purposes, and are now being used for commerce, marketing, education et cetera. Librarians, as promoters of information literacy have recognized their potential for reaching users and promoting the library's activity. And they've started representing their libraries on them. And since social networks have been widely accepted by the younger population and are quite widespread among them, social networks should be of interest to school librarians as well.

This paper will present the potential social networks represent for school libraries. It will propose the libraries how to use them, which one to pick, and discuss the advantages and disadvantages of school libraries being present on them. It will also present a set of guidelines school librarians can follow while establishing their presence on a social network.

A research among the school libraries of the Sisak-Moslavina county has also been conducted for the purpose of this paper. It attempts to find out in what way and number are the school libraries represented on them, and which type of content they are sharing via their social network presence, as well as the response the received from their users.

**Key words:** Croatia, Sisak-Moslavina county, social networks, school libraries, Facebook, guidelines, research

## **ŽIVOTOPIS AUTORA**

Dejan Šiptar rođen je 1986. u Križu gdje je pohađao osnovnu i srednju školu. Godine 2010. završio je studij engleskog jezika i komparativne književnosti na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a 2012. upisuje izvanredni studij bibliotekarstva na Odsjeku za informacijske i komunikacijske znanosti istog fakulteta.

Godine 2011. zapošljava se kao školski knjižničar u Osnovnoj školi Posavski Bregi u istoimenom mjestu nedaleko od Ivanić-Grada. Od 2012. radi kao školski knjižničar u Osnovnoj školi Josipa Badalića u Graberju Ivanićkom, a od 2013. u Osnovnoj školi Ludina u Velikoj Ludini.

U sklopu rada na međunarodnim projektima iz područja poduzetništva u OŠ Ludina boravio je na stručnim usavršavanjima u Irskoj, Finskoj i Češkoj Republici, a stečena znanja i vještine izložio je na Županijskim stručnim vijećima Sisačko-moslavačke i Zagrebačke županije te Grada Zagreba.