



Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Dunja Holcer

HRVATSKE NARODNE KNJIŽNICE I DRUŠTVENE MREŽE

DOKTORSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Aleksandra Horvat

Zagreb, 2015.



University of Zagreb

Faculty of Humanities and Social Sciences

Dunja Holcer

CROATIAN PUBLIC LIBRARIES AND SOCIAL NETWORKS

DOCTORAL THESIS

Supervisor: prof. dr. sc. Aleksandra Horvat

Zagreb, 2015.

O MENTORU

Aleksandra Horvat redovita je profesorica u miru Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Autorica je i koautorica brojnih radova iz bibliotekarstva među kojima su i knjige *Između javnosti i privatnosti* (2012.), *Knjižnice i autorsko pravo* (2009.) i *Knjižnični katalog i autorstvo* (1995.). Prva je od tih knjiga objavljena i u njemačkom izdanju 2015.

Uredila je samostalno ili u suradnji šest knjiga i dva tematska broja časopisa *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*.

Godine 2008.-2009. bila je stručna voditeljica projekta Cjeloživotno učenje knjižničara: ishodi učenja i fleksibilnost Nacionalne zaklade za znanost, visoko školstvo i tehnološki razvoj, a 2012.-2014. suradnica je na međunarodnom projektu o politici prema autorskom pravu u kulturnim ustanovama Ministarstva znanosti Bugarske.

Predavačica je u Centru za stalno stručno usavršavanje knjižničara od njegova osnutka u kojemu je također sudjelovala. Održala je niz pozvanih predavanja na znanstvenim i stručnim skupovima u zemlji i u inozemstvu.

Članica je IFLA-ina Odbora za autorsko pravo i druga pravna pitanja (IFLA/CLM) i Stručne grupe za informacijsko zakonodavstvo (EGIL) Europske udruge knjižničarskih, informacijskih i dokumentacijskih društava (EBLIDA).

ZAHVALA

Zahvaljujem mentorici, prof. dr. sc. Aleksandri Horvat, koja me vodila kroz ovaj proces, voditeljicama i voditeljima županijskih matičnih službi za narodne knjižnice koji su priskočili u pomoć kada je trebalo pronaći podatke i provesti istraživanje, mr. sc. Jelici Leščić, savjetnici za narodne knjižnice pri Zavodu za knjižničarstvo u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu koja mi je omogućila pristup potrebnim informacijama te knjižničarkama i knjižničarima u narodnim knjižnicama diljem Hrvatske jer su odvojili malo svog vremena kako bi sudjelovali u istraživanju.

Posebno zahvaljujem kolegicama i kolegama iz Narodne knjižnice i čitaonice Vlado Gotovac Sisak, a osobito Barbari, Danijeli, Jasminu, Ljiljani, Marini, Mirjani i Nataši jer su mi bili inspiracija da se uopće upustim u pustolovinu zvanu poslijediplomski studij.

Very special thanks to my friend Jacqueline Solis, librarian at University of North Carolina, Chapel Hill, USA, who was helping me for five years, supplying me with information and materials. Also, I must thank colleagues from around the world for giving me free access to their work.

Uvijek oko nas postoje ljudi koji nas nadahnjuju, pružaju podršku i daju ljubav. To su oni s kojima se ne moramo vidjeti ili čuti svaki dan, ali znamo da su uvijek uz nas. U mom životu ti su ljudi moja obitelj i tijekom pisanja ovog rada od njih sam imala neizmjernu podršku i pomoć pa im se želim zahvaliti i na ovaj način. Draško Holcer, Nataša Janev Holcer, Maks, Mirta i Lidija Dužić Zlovolić, hvala vam. Bez vas bi sve ovo bilo puno, puno teže.

Posebnoj osobi u mom životu, Dinku Medvedu, ide i najveća zahvala jer je uvijek bio siguran da ću stići do cilja i pogurnuo me svaki puta kada je trebalo. Hvala ti, Medo. Volim te.

*RAD POSVEĆUJEM SVOJIM RODITELJIMA, RENATI I FRANJI, U ZNAK
ZAHVALE NA SVEMU ŠTO SU UČINILI I JOŠ UVIJEK ČINE ZA MENE.*

SAŽETAK

Hrvatske narodne knjižnice dio su globalne knjižnične mreže pa su, kao i drugdje u svijetu, zahvaćene informacijsko-komunikacijskim promjenama. Pitanje je, međutim, kako se knjižničari s time nose, pokazuju li interes za nove komunikacijske tehnologije i prenošenje dijela djelatnosti na internet i web 2.0 alate, konkretno, službene internetske stranice knjižnica i društvene mreže kao njihovu nadogradnju.

Cilj ovoga rada bio je utvrditi razinu aktivnosti na službenim internetskim stranicama hrvatskih narodnih knjižnica, utvrditi i analizirati stanje i aktivnost hrvatskih narodnih knjižnica na društvenim mrežama, percepciju društvenih mreža kao komunikacijskog alata i stav hrvatskih knjižničara prema društvenim mrežama, razlike između knjižničara i korisnika u percepciji knjižničnih usluga na društvenim mrežama, stav korisnika prema društvenim mrežama u uslugama narodnih knjižnica, te komunikaciju na relaciji knjižničar-korisnik-knjižničar.

Četiri postavljene hipoteze koje su trebale dati odgovore na postavljena pitanja, kvantitativnim su istraživanjem, izvršenim metodama anketiranja i promatranja i dobivenim rezultatima, obrađenim nizom postupaka, u konačnici i potvrđene.

Rezultati istraživanja doveli su do nekoliko vrlo indikativnih zaključaka – više od polovice hrvatskih narodnih knjižnica nemaju aktivne niti mrežne stranice, knjižničari nisu dovoljno obučeni za rad sa suvremenim informacijsko-komunikacijskim alatima u koje pripadaju i društvene mreže, a koje donosi web 2.0, te da je takvo stanje odraz nedovoljnog broja stručnih djelatnika, posebice informatičara, ali i određene doze nezainteresiranosti i neshvaćanja pozicije u kojoj se narodne knjižnice nalaze.

Službene mrežne stranice u današnje su vrijeme uvriježen način komunikacije s javnošću, a implementacija alata weba 2.0 pa tako i društvenih mreža, nadogradnja je i osuvremenjivanje već postojećih mrežnih usluga.

Slaba razvijenost knjižničnih mrežnih stranica u Hrvatskoj ukazuje na dublji problem nego što je samo nekorisćenje alata weba 2.0 i društvenih mreža i on zahtijeva uključivanje cjelokupne stručne zajednice, uključujući i krovne ustanove i strukovne udruge u rješavanje ovog problema.

Jedini način da se to postigne je izrada općeg strateškog plana i/ili smjernica za razvoj knjižničnih službi i usluga narodnih knjižnica u web 2.0 okruženju i njegova realizacija praksi.

Ključne riječi: *Hrvatska, narodne knjižnice, web 2.0, društvene mreže, Facebook, istraživanje*

SUMMARY

Croatian public libraries are part of the global library network so, as elsewhere in the world; they are affected by information and communication changes. The question is, however, how are they handling those changes, are they showing interest in the new technologies of communication and are they transferring of part of their activities on the Internet and Web 2.0 tools, specifically, on the official internet library pages and social networks as the library service upgrade. Therefore, the aim of this study was to determine and analyse the level of activity on the official website of the Croatian public libraries, the status and activity of Croatian public libraries on social networks, the perception of social networks as a communication tool, and a position of Croatian public librarians towards social networks, the differences between librarians and their users in perceptions of library services on social networks, users' attitudes towards social networks in public library services and librarians-users-librarians communication on social networks.

Taking into the account the importance of the Croatian public libraries as those who reach the majority of the public, this paper deals with a shift of library services to the Internet, through the use of Web 2.0 tools, specifically social networks, as globally accepted communication tools, information competences and openness towards the new communication paradigm with the goal to determine the state and readiness of Croatian public libraries to change.

The basic concepts important for understanding of communication trends on the Internet are clarified in the paper. Also, the results of numerous studies related to social networks in general and social media in library services are shown, as well as the overview of Web 2.0 services in national libraries around the world and public libraries of neighbouring countries (Slovenia, Serbia).

The way in which the communication on the Internet and global networking society function was analysed and the concept of Web 2.0 and its tools was clarified, with special emphasis on social networking and user-generated content, with the aim of creating the basis for placing the Croatian public libraries in this virtual reality.

Furthermore, the position of libraries in general in Web 2.0 environment was explained as well as the concepts of "Library 2.0", "2.0 Librarian" and "Library 3.0". A particular emphasis was placed on user-generated content in library services and various

aspects of literacies which the library community must have to be able to successfully implement Web 2.0 tools in their work, with special emphasis on information literacy as an "umbrella" or basic literacy in relation to education of Croatian librarians as information professionals, competent and qualified for the "survival" and the fulfilment of their work in the Web 2.0 environment.

In order that research results, presented in this work, could be put in the frames within which they could be interpreted, the results of recent literature about the use of social networks in libraries and available research on the topic were shown.

The research itself was conducted and processed as a qualitative research that was carried out by using survey methods and methods of observation. The results were analysed by methods of analysis, synthesis, abstraction, concretization, generalization and specialization of the results obtained, and presented with description and different statistical methods.

The first part of the study included 121 public libraries, or 61% of all Croatian public libraries. The method of research was the online survey, conducted by SurveyMonkey software. The questionnaire consisted of 21 questions, divided into three parts (questions that were related to the library name, type, county, number of employees, their age and qualifications; questions that were related to communication tools; questions that were related to the use of social networks and communication with users). The questionnaire was sent via e-mail to directors and managers of all public libraries in Croatia (198 libraries).

The second part of the research dealt with the users. It included randomly selected users from central county libraries and City Library Velika Gorica as a representative of the Zagreb County. A questionnaire which was used consisted of 13 questions related to communication with library and information tools, issues related to the use of social networks and data on gender, education and age. The survey was answered by 843 people.

The third part of the study was monitoring of the activities (prevalence, number and content releases, communication with users, additional information) of Croatian public libraries on the social network which was, in the first part of the study, proved to be the most frequent (Facebook), and was carried out in several steps: analysis of incidence of all Croatian public library on Facebook and singling out of public libraries who took

part in the first part of the study, sending of a request for "friendship" and "joining" in a Facebook group and "liking" of their Facebook pages, monitoring activities of the libraries from the sample and browsing of their official websites.

In order to acquire a better idea of what activities Croatian public libraries do on the Internet, and their implementation of Web 2.0 tools, after completing the tracking of activities on Facebook, the existence and condition of official web sites of all public libraries in Croatia (absolute sample) was also analysed, and the resulting results were compared with the public libraries in Serbia and Slovenia (also absolute sample).

The four proposed hypotheses (Croatian public libraries do not have active official websites through which they communicate with the public, thus using modern communication Web 2.0 tools as an upgrade to existing network services, and social networks are used as an occasional means to communicate with public because they follow the trends, but do not fully understand the rules of use, potential opportunities for development and promotion of services through social networks and the importance of active questioning of public opinions; use of social network in the Croatian public libraries comes down to just one social network - Facebook, which means that they are not using all the opportunities that social networks provide, and they are not used in the best possible way; librarians in Croatian public libraries do not have a sufficient level of information literacy that can ensure the use of social networks according to the rules of the founders of social networks, and sufficient awareness about user privacy and data, particularly children; Croatian public library users are not familiar with public libraries services on social networks) were ultimately confirmed.

The research results have also led to some very indicative conclusions - more than half of the Croatian public libraries do not have an active official internet sites, librarians are not sufficiently trained to work with modern information and communication tools including social networks, and that this situation is a reflection of an insufficient number of professionals, especially computer technicians, but also a certain dose of indifference and lack of understanding of the position of public libraries in reality.

Official internet sites are today a usual way of communicating with the public and implementation tools of Web 2.0, including social networks, is simply upgrading and modernization of the existing network services. Inadequate development of library

websites in Croatia points to a deeper problem than just not using Web 2.0 tools and social networks, and it requires the involvement of the entire professional community, including the umbrella institutions and professional associations, to address this problem, and the only way to achieve this is by making the overall strategic plan or guidelines for the development of library services of public libraries in the web 2.0 environment and its implementation in practice.

Key words: *Croatia, public libraries, web 2.0, social networks, Facebook, research*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. UMREŽENI SVIJET	4
2.1. Kratka povijest interneta	6
2.2. Web 2.0	9
<i>2.2.1. Sadržaji koje stvaraju korisnici</i>	12
<i>2.2.2. Društveni mediji te društvene mreže kao poseban fenomen</i>	15
2.3. Zaključno o poglavlju	29
3. KNJIŽNICE I KNJIŽNIČARI U OKRUŽENJU WEB 2.0	30
3.1. Knjižnica 2.0 i sadržaji koje stvaraju korisnici u knjižnici 2.0	31
3.2. Knjižničar 2.0	38
<i>3.2.1. Računalna pismenost</i>	40
<i>3.2.2. Medijska pismenost</i>	41
<i>3.2.3. Informacijska pismenost</i>	42
<i>3.2.4. Hrvatski knjižničar 2.0 u svjetlu računalne, medijske i informacijske pismenosti</i>	49
3.3. Knjižnica 2.0 u stvarnosti	52
3.4. Knjižnica 3.0 ukratko	55
3.5. Zaključno o poglavlju	57
4. KNJIŽNICE I DRUŠTVENE MREŽE - PREGLED LITERATURE	59
4.1. „Kako“ radovi	59
4.2. Primjeri iz prakse	60
4.3. Osvrti/pregledni radovi	61
4.4. Istraživanja	63
<i>4.4.1. Knjižnice i društvene mreže – istraživanja u svijetu</i>	64
<i>4.4.2. Knjižnice i društvene mreže – istraživanja u Hrvatskoj</i>	70

4.5. Zaključno o poglavlju	78
5. HRVATSKE NARODNE KNJIŽNICE I DRUŠTVENE MREŽE – ISTRAŽIVANJE	79
5.1. Uvod	79
5.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja	80
5.3. Metodologija i uzorak istraživanja	81
<i>5.3.1. Narodne knjižnice – anketno istraživanje</i>	81
<i>5.3.2. Korisnici narodnih knjižnica – anketno istraživanje</i>	83
<i>5.3.3. Aktivnosti narodnih knjižnica na najzastupljenijoj društvenoj mreži – priprema, praćenje i bilježenje</i>	84
5.4. Rezultati istraživanja	87
<i>5.4.1. Rezultati istraživanja provedenog anketiranjem ravnatelja i voditelja hrvatskih narodnih knjižnica</i>	87
<i>5.4.1.1. Analiza rezultata ankete s obzirom na status narodnih knjižnica</i>	99
<i>5.4.1.2. Analiza rezultata ankete s obzirom na broj stručnih djelatnika uključujući i zaposlene informatičare</i>	110
<i>5.4.1.3. Analiza rezultata ankete s obzirom na to jesu li u knjižnicama zaposleni informatičari</i>	120
<i>5.4.1.4. Analiza rezultata ankete s obzirom na status narodnih knjižnica, broj stručnih djelatnika, uključujući i informatičare te jesu li u knjižnicama zaposleni informatičari</i>	131
<i>5.4.2. Rezultati istraživanja provedenog anketiranjem korisnika hrvatskih narodnih knjižnica</i>	139
<i>5.4.2.1. Analiza rezultata s obzirom na stručnu spremu anketiranih korisnika</i>	150
<i>5.4.2.2. Analiza rezultata s obzirom na spol anketiranih korisnika</i>	155
<i>5.4.2.3. Analiza rezultata s obzirom na starosnu dob anketiranih korisnika</i>	161
<i>5.4.3. Rezultati istraživanja provedenog praćenjem aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku, najzastupljenijoj društvenoj mreži</i>	168
<i>5.4.3.1. Analiza rezultata stvarne aktivnosti knjižnica na Facebooku</i>	180
<i>5.4.5.1.1. Neaktivne knjižnice</i>	181
<i>5.4.5.1.2. Slabo aktivne knjižnice</i>	181

5.4.5.1.3. Aktivne knjižnice	182
5.4.5.1.4. Vrlo aktivne i izuzetno aktivne knjižnice	183
5.4.3.2. <i>Analiza podataka o aktivnosti knjižnica na Facebooku s obzirom na status narodnih knjižnica</i>	183
5.4.4. <i>Analiza rezultata stvarne aktivnosti knjižnica na Facebooku i rezultata dobivenih anketnim istraživanjem knjižnica i korisnika</i>	185
5.4.5. <i>Službene internetske stranice hrvatskih narodnih knjižnica</i>	189
5.4.6. <i>Inferencijalna statistička analiza</i>	192
5.4.6.1. <i>Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere prve hipoteze</i>	192
5.4.6.2. <i>Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere druge hipoteze</i>	202
5.4.6.3. <i>Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere treće hipoteze</i>	205
5.4.6.4. <i>Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere četvrte hipoteze</i>	208
5.4.6.5. <i>Analiza uspješnosti djelovanja knjižnica prema podacima iz ankete ravnatelja/voditelja narodnih knjižnica</i>	213
5.5. Rasprava	218
5.6. Smjernice za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama	231
6. ZAKLJUČAK	238
POPIS LITERATURE	244
POPIS GRAFIKONA	263
POPIS SLIKA	265
POPIS TABLICA	266
PRILOZI	272
ŽIVOTOPIS AUTORICE	289
BIBLIOGRAFIJA RADOVA AUTORICE	290

1. UVOD

Knjižničarska se zajednica i knjižničarska struka nalaze na još jednoj u nizu prekretnica u svom postojanju i radu. Ovoga puta, ta je prekretnica izazvana tehnologijama koje se razvijaju brzinom koja je do sada nezapamćena, a odnose se na pristup na daljinu, načine komunikacije, dostupnost i posredovanje informacija¹ te mrežne tehnologije kojima se korisnici služe i stvaraju sadržaje, gubeći tako zanimanje za klasične knjižnice u kojima je znanje pohranjeno na „tvrdim, materijalnim“ medijima.

Elektroničke knjige i baze podataka u kombinaciji sa slobodno dostupnim sadržajima ili sadržajima, čija je cijena pristupačna, te brisanje fizičkih zemljopisnih granica i vremenskih ograničenja (na internetu je sve dostupno 24 sata dnevno, sedam dana u tjednu) koji su do sada otežavali dostupnost informacija, dovele su knjižničare u poziciju da moraju promišljati o značenju svog postojanja, mijenjati načine na koje omogućavaju pristup svojoj građi, bilo da je ona fizička ili digitalna, dozvoliti korisnicima aktivnije sudjelovanje u stvaranju knjižničnih sadržaja i snažnije, nego ikad prije, raditi na promidžbi svojih zbirki, usluga, ali i stručnog osoblja koje je obrazovano i osposobljeno da se snalazi u „digitalnoj divljini“, razumije nove tehnologije, aktivno ih koristi i pomaže korisnicima da nađu put u „šumi“ dostupnih informacija.

Današnji knjižnični korisnik² želi informaciju brzo i jednostavno, želi da mu je ona dostupna s radnog mjesta ili od kuće te se prilikom potrage za informacijama, ali i zabavom i odmorom, koristi svim dostupnim mobilnim tehnologijama i globalnom mrežom, internetom.

Način komunikacije također se mijenja. Ona se sada odvija na mreži i postaje neformalnija nego što je bila prije. Stereotipna slika knjižničara kao starije, namrštene osobe s naočalama, koja strogo gleda korisnika i mršti se na svaki zvuk, mora se promijeniti pa knjižničari svoje ponašanje i komunikaciju s korisnicima i javnošću

¹ Pod pojmom informacija autorica podrazumijeva, osim informacija u klasičnom smislu i stručna, znanstvena i književna djela bilo da su ona lektirna ili namijenjena slobodnom čitanju, odmoru i razbibrizi.

² Govori se o takozvanim razvijenim zemljama gdje su mobilna tehnologija, računala i internet široko dostupni velikoj većini građana.

općenito moraju uskladiti s vremenom u kojem rade i djeluju jer korisnici i javnost od njih to i očekuju.

Ne promišljaju samo knjižničari o značenju, važnosti i smislu svog postojanja. O knjižnicama, knjižničarima i njihovom značenju promišlja i javnost, osnivači i svi oni koji financiraju knjižničnu djelatnost, a to predstavlja izrazitu opasnost, posebno za knjižničare okrenute tradicionalnim knjižničarskim stavovima i djelatnostima. Financiranje knjižnica sve je lošije i upitnije jer dio javnosti (a često se radi upravo o osnivačima i financijerima knjižničnih zbirki, službi i usluga) upravo zbog globalne dostupnosti informacija, a pod utjecajem financijske krize, propituje razloge za održavanjem ustanova koje nisu financijski samoodržive i ovise o javnim sredstvima (i za plaće djelatnika, nabavu građe i razvoj službi i usluga). Stoga na knjižničarima leži odgovornost da pouče javnost i dokažu svoju važnost.

To znači da knjižnične zbirke više ne mogu biti zatvorene i teško dostupne, knjižnična djelatnost treba se proširiti iz fizičkih prostora knjižnica i u virtualni prostor globalne mreže, a knjižničari moraju „otvoriti oči“ i raditi na tome da osvijeste javnost o važnosti usluga koje nude i građe koju pohranjuju (bila ona materijalna, virtualna ili elektronička) u knjižnicama.

Jedan od načina da to i ostvare je razvoj novih službi i usluga i bivanje tamo gdje su korisnici, uvijek u oku javnosti, usvajanjem novih znanja, trendova i tehnologija kao što su službene mrežne stranice narodnih knjižnica i alati weba 2.0, pa tako i društvene mreže kao najprihvaćeniji i najrašireniji alat za promociju, marketing, razvoj usluga, aktivnosti, suradnju s korisnicima i međusobnu suradnju.³

Uzimajući u obzir važnost hrvatskih narodnih knjižnica, kao onih koje dopiru do najvećeg dijela domaće javnosti, ovaj rad bavi se upravo pomakom knjižničnih službi i usluga na internet, korištenjem službenih mrežnih stranica narodnih knjižnica i alata weba 2.0, konkretnije, društvenih mreža kao globalno općeprihvaćenih komunikacijskih alata te informacijskom osposobljenošću i otvorenošću prema novoj komunikacijskoj paradigmi, s ciljem utvrđivanja stanja i spremnosti hrvatskih narodnih knjižničara na promjene.

³ Knjižnicama i knjižničarima se danas pruža mogućnost povezivanja sa strukom diljem svijeta, razmjena znanja i iskustava te usvajanje pozitivne prakse iz gotovo bilo kojeg dijela svijeta.

Kroz nekoliko glavnih poglavlja i njihovih potpoglavlja, u radu su razjašnjeni osnovni pojmovi važni za razumijevanje komunikacijskih trendova na internetu, prikazani su rezultati brojnih istraživanja vezanih uz društvene mreže općenito i društvene mreže u knjižničnim uslugama, napravljen je presjek web 2.0 usluga poznatih svjetskih knjižnica te narodnih knjižnica zemalja u okruženju (Slovenija, Srbija) i, konačno, prikazani su rezultati istraživanja o korištenju društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama.

Poglavlje „Umreženi svijet“ posvećeno je načinu na koji se komunicira na internetu i globalnoj umreženosti društva. Razjašnjen je pojam weba 2.0 te njegovi alati, uz poseban osvrt na društvene mreže i sadržaje koje stvaraju korisnici, s ciljem stvaranja osnove za smještanje hrvatskih narodnih knjižnica u takvu virtualnu stvarnost.

Poglavlje „Knjižnice i knjižničari u okruženju weba 2.0“ konkretnije razrađuje položaj knjižnica općenito u web 2.0 okruženju te objašnjava pojmove „knjižnica 2.0“, „knjižničar 2.0“ i „knjižnica 3.0“. Također, propituje važnost sadržaja koje stvaraju korisnici u uslugama knjižnica i različitih aspekata pismenosti koju knjižničari moraju imati kako bi uspješno primijenili alate weba 2.0 u svom radu, s naglaskom na informacijsku pismenost kao „krovnu“, temeljnu pismenost na što se nadovezuje i obrazovanje hrvatskih knjižničara kao informacijskih stručnjaka, kompetentnih i osposobljenih za „preživljavanje“ i ispunjavanje svog posla u web 2.0 okruženju.

U poglavlju „Knjižnice i društvene mreže – pregled literature“ prikazana je recentna literatura vezana uz korištenje društvenih mreža u knjižnicama te istraživanja na tu temu u svijetu i u Hrvatskoj, kako bi se rezultati istraživanja provedenog za potrebe ovog rada mogli staviti u okvire unutar kojih se mogu protumačiti dobiveni rezultati.

U idućem su poglavlju („Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže – istraživanje“) postavljena istraživačka pitanja, formulirane hipoteze i ciljevi istraživanja, objašnjene istraživačke metode i korišteni alati te su prikazani rezultati istraživanja, rasprava i smjernice za razvoj knjižničnih službi i usluga narodnih knjižnica na društvenim mrežama.

Zaključno poglavlje interpretira i smješta dobivene rezultate u stvarnost hrvatskog narodnog knjižničarstva, dajući zaključna razmišljanja o stanju hrvatskog narodnog knjižničarstva u web 2.0 okruženju.

2. UMREŽENI SVIJET

Ovaj se rad ne bavi sociološkim i psihološkim aspektima ljudske potrebe za umrežavanjem⁴ niti teorijama mreža s aspekta fizike ili matematike. Njegov je cilj shvatiti bit i primjenu jedne sasvim specifične vrste društvenog umrežavanja i traženje položaja konkretnih subjekata unutar njega. Međutim, potrebno je osvrnuti se na ponašanje, komunikaciju i prijenos informacija među ljudima unutar mreža, budući da se umrežavanje pojavljuje u svim aspektima ljudskih života, njihovog djelovanja i ponašanja, ali i u prirodnim procesima kojima je ljudsko društvo okruženo.

Ljudi su društvena bića, zbog svog razvoja i preživljavanja oduvijek uvjetovani da se povezuju u različite mreže. Čine to zbog koristi, profesionalnih razloga, osobnih interesa, sigurnosti i potrebe za društvom i ljubavlju. Tako umreženi, ljudi međusobno komuniciraju, dajući i prenoseći znanje, želje, interese i potrebe drugim osobama unutar svojih mreža. Dobivene informacije zatim mogu širiti unutar drugih mreža kojima pripadaju ili s kojima su na neki način povezani. To je proces koji se događa tisućama godina, od malih skupina prvih ljudi, umreženih zbog potrebe za preživljavanjem i razmnožavanjem, preko društvenih mreža organiziranih u sve veće zajednice sa zajedničkim ciljem postizanja boljih životnih uvjeta, do društvenih mreža koje su služile za osvajanje teritorija.⁵

Ljudski je razvoj uvjetovao i razvoj sve novijih i drugačijih društvenih mreža, a usporedno s razvojem ljudskog društva i društvenih mreža, razvijali su se i načini komunikacije i prijenosa informacija, unutar mreža i izvan njih, posredstvom različitih medija - od pripovijedanja, prvih slika na zidovima pećina, preko zapisa na glinenim pločicama, hijeroglifima ispisanih zidova egipatskih hramova, filozofskih djela napisanih na pergamentu i papirusu do tiskanih knjiga, a zatim i novina, telegrafa, telefona, radija, televizije i računala.⁶

Razvoj komunikacije unutar društvenih mreža bio je spor i dugotrajan jer je informacija, posredovana komunikacijom, trebala prijeći velike udaljenosti nošena

⁴ Pod „umrežavanjem“ autorica misli na stvaranje međusobnih odnosa i komunikaciju unutar ljudskog društva.

⁵Christiakakis, Nicholas A.; James H. Fowler. Povezani : iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote. Zagreb : Algoritam, 2010.

⁶McLuhan, Marshall. Razumijevanje medija : mediji kao čovjekovi proizvođači. Zagreb : Golden marketing-Tehnička knjiga, 2008.

ljudskim naporom, kako bi stigla s jednog kraja mreže na drugi kraj. Pojava pisma ubrzala je taj proces, ali tek je pojava tiskarskog stroja naznačila pravu prekretnicu u komunikacijskim procesima unutar društvenih mreža i društva općenito. Ipak, u pitanju su tisuće godina polaganog razvoja komunikacijskih medija.

Tehnološki razvoj društva krajem 19. i početkom 20. stoljeća izazvao je i snažan razvoj komunikacijskih tehnologija te pojavu novih medija za prijenos informacija unutar društvenih mreža, čime su i one počele doživljavati značajne promjene.

Mediji za prijenos informacija i društveno umrežavanje dobili su poseban zamah s pojavom računala, a zatim i interneta, čime je započeo njihov silovit razvoj u jednom sasvim novom i drugačijem smjeru. Informacije, komunikacija i mediji kao prijenosnici postali su dvosmjerni jer su čimbenici društvenih mreža, nekadašnji isključivi primatelji, postali su prenositelji, stvaratelji i konzumenti istovremeno.

Izraz „globalno selo“⁷ koji je prije više od pola stoljeća skovao Marshall McLuhan promišljajući umreženost društva, razvoj komunikacija i medija te protok informacija kroz povijest ljudskog društva zaključno s prvom pojavom računala, danas se koristi kao metafora kojom se opisuje posljedica fenomena koji se jednom riječju naziva internetom, a koji svojim postojanjem omogućuje povezanost najudaljenijih dijelova svijeta u samo nekoliko sekundi, protok informacija u količinama koje se ne mogu točno izračunati i „susretanje“ ljudi sa svih strana svijeta bez napuštanja udobnosti vlastitog doma pri čemu se oni, svjesno ili nesvjesno, s namjerom ili bez nje, organiziraju u nove društvene mreže. U tom smislu svijet je doista postao „globalno selo“.

⁷McLuhan, Herbert Marshall. Gutenbergova galaksija : nastajanje tipografskog čoveka. Beograd : Nolit, 1973.

2.1. Kratka povijest interneta

S obzirom na to da je pojava interneta prouzročila veliku prekretnicu u načinu na koji se informacije stvaraju, prenose i pohranjuju, a čimbenici društvenih mreža djeluju i međusobno komuniciraju, u nastavku ovog potpoglavlja napravljen je sažeti pregled njegovog razvoja.

„Internet je globalna mreža, vrhunske brzine u protoku informacija, povezana mrežom kompjutora. To je komunikacijski događaj ovoga stoljeća, a utjecao je na promjenu stila života i načina 'mišljenja komunikacije' i tako potvrdio McLuhanovu tezu da svaki novi medij mijenja ljudsku svijest!“⁸

Tehnološka pozadina stvaranja današnjeg interneta⁹ vrlo je kompleksna i njome se ovaj rad neće baviti, ali postoji nekoliko ključnih trenutaka koje treba spomenuti.

Ideja o razvoju interneta može se pratiti od 1962. kada je J. C. R. Licklider, tada direktor ARPA-e¹⁰ (Advanced Research Projects Agency) uputio nekoliko dopisa svojim kolegama o izazovima stvaranja simultane mreže računala.¹¹ Rezultat ove ideje bio je ARPANET (1969.) i prvo umrežavanje udaljenih računala, a u konačnici i današnji internet.

Drugi ključni trenutak je bio je stvaranje TCP/IP protokola za povezivanje tijekom 70-ih i 80-ih godina 20. stoljeća, koji su preuzele i druge računalne mreže.¹²

U početku internet je bio zanimljiv samo vojsci i znanstvenoj zajednici kao instrument koji je omogućavao slanje elektroničke pošte, IM (Instant Messaging) i

⁸Zgrabljic Rotar, Nada. Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji // Medijska pismenost i civilno društvo / [uredila Nada Zgrabljic Rotar]. Sarajevo : Mediacentar, 2005. Str. 5. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: file:///D:/2005_Nada_Zgrabljic_Rotar_Medijska_pismenost_i_civilno_drustvo.pdf

⁹ Globalna računalna mreža koja pruža različite informacijske i komunikacijske usluge, a sastoji se od međusobno povezanih računalnih mreža koje koriste standardizirane komunikacijske protokole. – definicija interneta prema www.oxforddictionaries.com. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/Internet>

¹⁰ ARPA je Agencija Ministarstva obrane Sjedinjenih američkih država. Kasnije je promijenila ime u The Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA). Za cilj je imala razvoj računalnih tehnologija namijenjenih vojnom korištenju. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://searchnetworking.techtarget.com/definition/ARPA>

¹¹Rappold, Raychel. J.C.R. Licklider : Biography. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.cs.rit.edu/~rpretc/imm/project1/biography.html>

¹² Sterling, Bruce. Short History of the Internet // The magazine of fantasy and science fiction, February 1993. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/short-history-internet>

suradnju na daljinu, ali se tijekom 1988. već počeo širiti i u školama, narodnim knjižnicama i među komercijalnim subjektima, a 90-ih godina počeo se širiti i među privatnim korisnicima.¹³

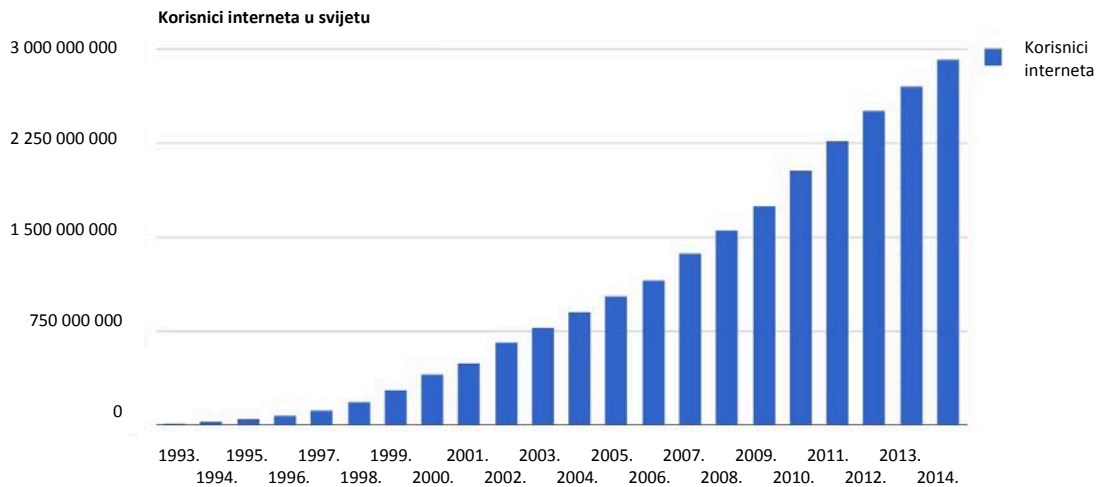
Još je jedan ključan trenutak presudan u razvoju i globalnom širenju interneta - stvaranje pretraživača i tehnologije World Wide Weba, 1990. u CERN-u (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire), čija je temeljna ideja bila slobodna razmjena ideja i informacija.¹⁴

Tim Berners-Lee, izumitelj Weba, 1994. osnovao je World Wide Web konzorcij (W3C) u suradnji sa CERN-om i MIT-om (Massachusetts Institute of Technology), a kasnije i drugim ustanovama i tvrtkama, čiji su principi „Web za sve, Web na svemu“, a vizija „Web korisnika i autora, podaci i usluge, povjerenje“.¹⁵ Rezultat ovog udruživanja je web 2.0.

¹³ Leiner, Barry M. et al. Brief history of the Internet. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>

¹⁴Facts about W3C. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.w3.org/Consortium/facts.html>

¹⁵ W3C mission. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.w3.org/Consortium/mission.html>



Grafikon 1. Porast broja korisnika interneta od 1993. do 2014.¹⁶

Podaci o korištenju interneta pokazuju kako iz godine u godinu internet postaje sve prisutniji u svakodnevnom i profesionalnim životima. To su podaci koji pokazuju da je tijekom 20 godina korištenje interneta (Grafikon 1.) poraslo s početnih 0,3% tadašnje svjetske populacije (1993.) na 40,4% svjetske populacije u 2013. godini.¹⁷ Taj je porast pojačan pojavom weba 2.0 i njegovih komunikacijskih alata te mogućnošću da se društvene mreže prošire na virtualni svijet i postanu dio svakodnevnih društvenih mreža, pa kad Albert Laszlo Barabasi kaže: „Iako je u potpunosti ljudskih ruku djelo, Internet sada ima vlastiti život. Ima sva obilježja kompleksnog sustava koji evoluirao, što ga čini sličnijim živoj stanici nego kompjuterskom čipu.“¹⁸, a promatrajući promjene, koje se događaju u posljednjih desetak godina, odnosno od 2003. do 2013. godine, vidljivo je da se način komunikacije promijenio.

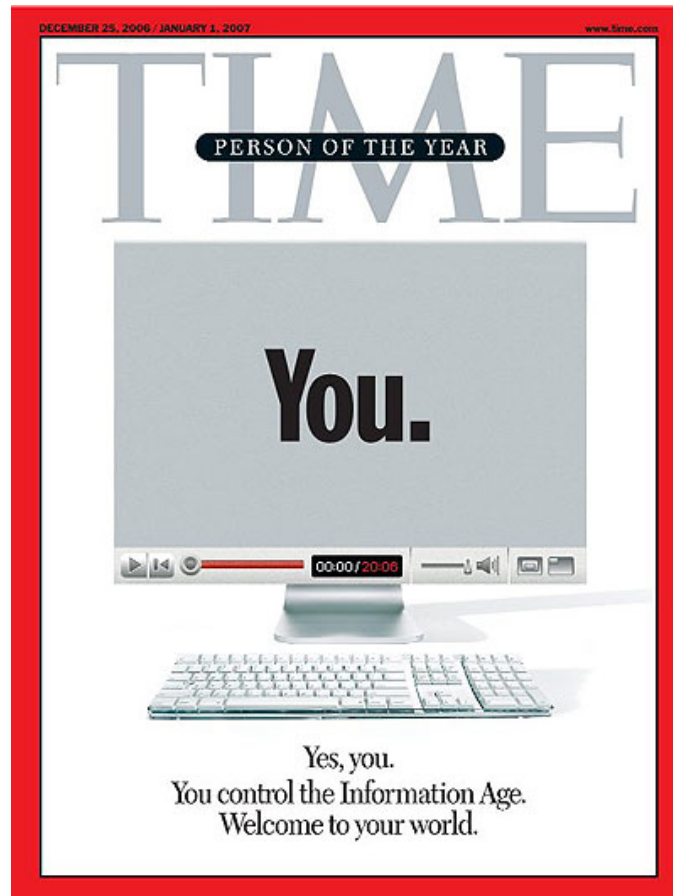
¹⁶ Slika preuzeta sa <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>. [citirano: 2014-07-01]

¹⁷ Internet users. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>

¹⁸ Barabasi, Albert-Laszlo. U mreži : zašto je sve povezano i kako misliti mrežno u znanosti, poslovanju i svakodnevnom životu. Zagreb : Jesenski i Turk, 2006. Str. 159

2.2. Web 2.0

Svjetski poznati magazin „Time“ koji svake godine dodjeljuje priznanje „Osoba godine“ dodijelio je 2006. godine to priznanje „Vama“ (Slika 1.) što se zapravo odnosilo na korisnike interneta odnosno „...zajednicu i suradnju neviđenih razmjera.“¹⁹



Slika 1. Naslovna stranica magazina „Time“²⁰

Lev Grossman, novinar „Timea“, objasnio je dodjelu ovog priznanja riječima: „Radi se o Wikipediji, sažetom pregledu znanja, YouTubeu, ljudskoj mreži od milijun kanala i MySpaceu, online metropoli. Radi se o mnogima koji se bore preuzeti moć od manjine i o tome kako to ne samo da će promijeniti svijet nego će promijeniti i način na koji se

¹⁹ Grossman, Lev. You — yes, you — Are TIME's person of the year. // Time, December 25, 2006. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>

²⁰ Slika preuzeta sa <http://content.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>. [citirano: 2014-07-01]

svijet mijenja... Novi web je jedna vrlo različita stvar. To je alat koji okuplja male doprinose milijuna ljudi i čini da oni postaju važni... Web 2.0 je ogroman društveni eksperiment... Ovo je prilika da se izgradi nov način međunarodnog razumijevanja, ne političara prema političarima, velikih ljudi prema velikim ljudima, nego građana prema građanima, osobe prema osobi. Ovo je prilika da ljudi pogledaju u računalno sučelje i stvarno, istinski se zapitaju tko ih to gleda s druge strane...²¹

Web 2.0 kombinacija je tehničkih rješenja, platformi, programa i aplikacija te korisnika (bilo da se radi o pojedincima, ustanovama ili tvrtkama) i njihovih želja, potreba, korištenja i ponašanja i, iako se može promatrati s čisto tehničkog aspekta ili s čisto korisničkog aspekta, pravo značenje weba 2.0 je ono koje to dvoje kombinira. Međutim, web 2.0 ipak je vrlo teško definirati jednom jedinom konciznom definicijom. Možda je to zato što je razvoj weba 2.0 postao čak fenomen, toliko nestalan i nepredvidiv da ga je teško jednoznačno i sustavno opisati u nekoliko rečenica.

Prema Andersonu, web 2.0 je skupina tehnologija povezanih sa izrazima kao što su blogovi, wikiji, „podcasti“, „RSS“ i slično koje služe za društveno povezivanje i omogućuju da svaki pojedinac dodaje i uređuje sadržaje unutar informacijskog prostora.²²

Kaplan i Haenlein kažu da se izraz „web 2.0“ koristi za opisivanje novog načina na koji tvorci softvera i krajnji korisnici koriste World Wide Web, koji je sada postao platforma na kojoj sadržaji i njihova primjena više nisu stvarani i ovisni o pojedincima već su kroz zajedničko sudjelovanje i suradnju, u kontinuiranoj mijeni kojoj doprinose svi korisnici.²³

Tim Berners-Leeja, tvorac World Wide Weba, web 2.0 vidi kao prirodan nastavak/razvoj tzv. weba 1.0 zamišljenog kao interaktivni virtualni svijet, u kome će korisnici imati mogućnost stvarati i dijeliti sadržaje i informacije.²⁴ Drugim riječima, web 2.0 je evoluirani web 1.0 koji je nastao kao posljedica razvoja tehnologija, širenja

²¹ Grossman, Lev. Nav. dj.

²² Anderson Paul. All that glisters is not gold // *Journal of Librarianship and Information Science* 39, 4 (2007), [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://lis.sagepub.com/content/41/3/131.full.pdf+html>

²³ Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // *Business Horizons* 53, 1(2010), 59 - 68. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>

²⁴ developerWorksInterviews: Tim Berners-Lee. 2006. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>

dostupnosti interneta i porasta znanja, potreba i interesa korisnika (pojedinka, grupa i poslovnih korisnika).



Slika 2. „Tipičan fenomen weba 2.0“²⁵

Web 2.0 počiva na društvenoj interakciji među ravnopravnim sudionicima i kolektivnoj inteligenciji, a pritom je dinamičan i interaktivan, jer korisnicima omogućuje ne samo pristup sadržajima već i aktivno sudjelovanje u njihovom kreiranju (Slika 2.). Da bi bili u toku s događanjima na nekoj internetskoj stranici, korisnici ne moraju izravno posjetiti tu stranicu, tehnologija weba 2.0 omogućava im da dobiju informaciju „na daljinu“, a stvarateljima aplikacija/programa omogućava da razvijaju nove i poboljšavaju postojeće aplikacije/programe, koristeći se podacima i informacijama dostupnim na internetu.

Postojeći kao zbir tehnologija, poslovnih strategija i društvenih trendova, web 2.0 omogućuje fleksibilan web dizajn, kreativnu ponovnu upotrebu, pruža bogato korisničko sučelje koje je ujedno i „osjetljivo“ na korisnika, olakšava zajedničko stvaranje i izmjene sadržaja, omogućava stvaranje novih web aplikacija korištenjem već postojećih ili kombiniranjem podataka i informacija iz različitih izvora, uspostavlja

²⁵ Slika preuzeta sa http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a7/Web_2.0_Map.svg. [citirano: 2014-07-01]

društvene mreže ljudi sa zajedničkim interesima, podržava suradnju i pomaže prikupiti kolektivnu inteligenciju.²⁶

Web 2.0 temelji se na šest ključnih ideja - na individualnom stvaranju i sadržajima koje stvaraju korisnici (User Generated Content), iskorištavanju snage masa, ogromnoj količini podataka, arhitekturi sudjelovanja, efektima mreža i otvorenosti u kombinaciji s tehnologijama, standardima i podatkovnim formatima koji omogućuju dinamičko ponašanje weba (primjerice Ajax²⁷), a interakcija korisnika i korisničko stvaranje sadržaja ostvaruje se putem različitih alata i servisa weba 2.0 (npr. društvenih medija, „RSS-a“²⁸ ili „podcasta“²⁹).³⁰

Za ovaj rad najvažniji su sadržaji koje stvaraju korisnici i društveni mediji odnosno društvene mreže koje su dio društvenih medija pa će oni biti detaljnije pojašnjeni u iduća dva potpoglavlja.

2.2.1. Sadržaji koje stvaraju korisnici

Jedan od najznačajnijih produkata weba 2.0 su sadržaji koje stvaraju korisnici koji su ukupna posljedica korištenja društvenih medija,³¹ odnosno stvoreni su i objavljeni od strane korisnika, pri čemu se korisnicima smatraju pojedinci, ustanove ili udruženja,

²⁶ Murugesan, Sam. Understanding web 2.0 // IT Professional 9, 4(2007). 34 – 41. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://91-592-722.wiki.uml.edu/file/view/understanding_web_20.pdf

²⁷ AJAX ili Asynchronous Java Script and XML je kombinacija različitih informatičkih i web tehnologija koja uključuje XHTML i CSS standarde, dinamički prikaz i interakciju kroz Document Object Model, povlačenje i manipulaciju podacima korištenjem XML-a and XSLT-a, povlačenje podataka korištenjem XMLHttpRequest zahtijeva te Java Script koji sve to povezuje u svrhu stvaranja asinkronih web aplikacija koje omogućuju trenutne, pozadinske promjene na internetskim stranicama zbog čega se na internetskim stranicama trenutno pojavljuju novi sadržaji bez da to utječe na kvalitetu korisničkog korištenja i doživljavanja internetske stranice koju trenutno pregledavaju ili koriste. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.w3schools.com/ajax/default.asp>

²⁸ „RSS“ ili „Really Simple Syndication“ (doslovno prijevod glasi „stvarno jednostavne vijesti“) je univerzalni format za razmjenu sadržaja, koji omogućava da se na internetskim stranicama korisnicima prikazuju sadržaji u skraćenom obliku. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/RSS>

²⁹ „Podcast“ je digitalna datoteka koja sadržava audio ili audio-video zapis, dostupna na internetu za preuzimanje na računalo ili prijenosni uređaj. Distribuirana se putem interneta RSS tehnologijom. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/podcast>

³⁰ Anderson, Paul. What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education // JISC Technology and Standards Watch, 2007. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>

³¹ Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. Nav. dj.

odnosno svi oni koji dobrovoljno stvaraju, razvijaju i dijele sadržaje preko internetskih platformi.³²

S obzirom na kompleksnost sadržaja koje stvaraju korisnici, njihovu ovisnost o trenutnim trendovima te tehnološkim i softverskim rješenjima, za sada ne postoji jedinstvena definicija, a zbog brojnih prednosti i nedostataka, mogućnosti razvoja za dobrobit zajednica, ali i zlouporaba, te potencijalnih ekonomskih, pravnih i društvenih značajki sadržaji koje stvaraju korisnici kao fenomen proučavaju se u nizu znanosti, posebice u području ekonomije i prava te sociologije. Ipak, niti jedna od znanstvenih grana nije ponudila definiciju sadržaja koje stvaraju korisnici koja bi bila općeprihvaćena.

Najčešći dokument koji se spominje u znanstvenim, istraživačkim i stručnim radovima, a odnosi se na razumijevanje sadržaja koje stvaraju korisnici je „Suradnički web i sadržaji koje stvaraju korisnici: web 2.0, wikiji i društveno umrežavanje“ u izdanju Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (The Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD), u čijem je uvodnom dijelu velika pažnja posvećena upravo definiranju sadržaja koje stvaraju korisnici. Prema OECD-u, kako bi sadržaji koje stvaraju korisnici bili upravo to, moraju ispuniti tri osnovna uvjeta, odnosno, moraju biti objavljeni na javno dostupnoj internetskoj stranici ili nekoj društvenoj mreži (razmjena elektroničke pošte ili poruka ne smatraju se sadržajima koje stvaraju korisnici), moraju odražavati određenu količinu kreativnosti (repliciranje i kopiranje postojećih sadržaja ne smatraju se sadržajima koje stvaraju korisnici) i trebaju biti stvoreni izvan profesionalnih krugova (sadržaji stvoreni s komercijalnim namjerama ne smatraju se sadržajima koje stvaraju korisnici).³³

Sadržajima koje stvaraju korisnici smatra se sve ono što korisnici čine, a da to nije kopiranje odnosno prenošenje tuđih sadržaja. To može biti jednostavno bodovanje, komentiranje ili „lajkanje“³⁴ nekog sadržaja, čime autor ili administrator sadržaja dobiva informaciju o korištenju, kvaliteti, i popularnosti sadržaja koji je kreirao/objavio,

³² McNally, Michael., et al. User-generated online content 2 : policy implications // First Monday 14, 6(2012). [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://firstmonday.org/article/view/3913/3267>

³³ Participative web and user-created content: web 2.0, wikis and social networking. OECD Publishing, 2007. [citirano: 21014-07-01]. Dostupno na <http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>

³⁴ „Lajkanje“ (od engleske riječi „like“), u doslovnom prijevodu znači „svidanje“. Izraz se koristi za opisivanje postupka kojim korisnici web 2.0 tehnologija označavaju da su pogledali tuđi sadržaj te im se dopada ili odobravaju ono što su pogledali, poslušali ili pročitali.

zatim „tagiranje“³⁵, čime se stvaraju baze ključnih riječi za sadržaje koje stvaraju korisnici dostupne na internetu, kooperativno stvaranje internetskih baza podataka, dostupnih svima, kao što je Wikipedia³⁶ ili specijaliziranih internetskih stranica na kojima stručnjaci i znanstvenici mogu svoje radove učiniti javno dostupnima. Nadalje, sadržaji koje stvaraju korisnici su i internetski forumi, koji okupljaju zainteresirane pojedince oko određene teme o kojoj se raspravlja, blogovi, na kojima njihovi autori iznose svoja razmišljanja ili svoja autorska djela, „mashupovi“³⁷ koji kombiniranjem više izvora, programa ili sadržaja stvaraju novi sadržaj, računalne igre koje igračima djelomično omogućuju stvaranje vlastitih sadržaja unutar same igre, programske aplikacije koje su stvorene od strane korisnika, autorske fotografije, video zapisi i glazba, objavljeni na jednom od društvenih medija od strane samih korisnika te bez naknade dostupni javnosti ili internetski portali na kojima sami korisnici objavljuju vijesti.

Korisnici i sadržaji koje stvaraju korisnici zanimljivi su komercijalnoj sferi, bilo da se radi o nakladnicima, filmskim i glazbenim producenčkim kućama, prehrambenoj industriji ili softverskim kompanijama i sl. Oni putem marketinških agencija pokušavaju „ukrotiti“ i iskoristiti snagu i potencijale koji se kriju u korisnicima i njihovim sadržajima. Ekonomski analitičari napravili su niz studija o utjecaju sadržaja koje stvaraju korisnici na ekonomski razvoj i moguću dobit, a pravni stručnjaci u velikoj se mjeri bave pitanjima zaštite i korištenja autorskih prava na sadržaje koje stvaraju korisnici.

Ali korisnici i sadržaji koje stvaraju korisnici isto su tako zanimljivi obrazovanju i znanosti, koji u njima vide mogućnost za cjeloživotno učenje, razmjenu znanja i kolaboraciju.

³⁵ „Tagging“ ili „tagiranje“ je dodjeljivanje ključnih riječi ili izraza (metapodataka) nekoj informaciji pronađenoj na internetu kojim se informacija (slika, tekst, audio ili video zapis i sl.) pobliže opisuje i omogućava ponovno pronalaženje. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.webopedia.com/TERM/T/tagging.html>

³⁶ Wikipedia homepage. https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page [citirano: 2014-07-01].

³⁷ „Mashup“ je kombiniranje informacija, podataka, tehnologija ili formata iz različitih izvora kako bi se stvorio novi, kombinirani sadržaj. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: [http://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_\(web_application_hybrid\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(web_application_hybrid))

Iako se na prvi pogled može činiti kako su sadržaji koje stvaraju korisnici pozitivna snaga, kritičari weba 2.0, primjerice Andrew Keen³⁸, upozoravaju i na probleme kvalitete doprinosa koje mogu dati amateri u odnosu na profesionalce, na izostanak kontrole u sadržaju i na nestalnost u količini jer, s obzirom na dostupnost, razvoj i širenje tehnologija, softvera i aplikacija, osobnih računala, digitalnih video kamera, fotoaparata i mobilnih uređaja koji u sebi imaju integrirane multimedijalne tehnologije i stalan pristup internetu, količina produciranih sadržaja ima tendenciju rasta, koju se ne može kontrolirati ili nadzirati.

2.2.2. Društveni mediji te društvene mreže kao poseban fenomen

Društveni mediji nisu u potpunosti novost. Virtualne zajednice postoje još od 1980-ih.³⁹

Prva elektronička pošta poslana je još 1971., a 1979. pokrenut je mrežni sustav za razmjenu podataka preko telefonskih linija. Daljnji razvoj može se pratiti pojavom komercijalnih sadržaja kao što su vijesti, vremenska prognoza, igre i slično koje su ponudili „CompuServe and Prodigy“ 1980. godine. Sa svojih više od 30 miliona korisnika, AOL (America Online) je 1991. postao vodeći proizvođač internetskih stranica. Zatim su uslijedili i „Geocities“ 1994. koji su nudili mogućnost stvaranja i okupljanja internetskih stranica prema 6 gradova, „The Globe“ čija je korisnička zajednica mogla međusobno razmjenjivati informacije, a zatim i ICQ čiji su korisnici mogli u realnom vremenu „razgovarati“ i dijeliti sadržaje.⁴⁰

Međutim, ono što je, u odnosu na nekadašnje virtualne zajednice, novost jest dostupnost, brzina razvoja i količina sadržaja, koji se na taj način stvaraju i razmjenjuju te njihovi korisnici, koji su sada glavni motivator i središte cjelokupnog procesa razvoja i održavanja društvenih medija, pa se s obzirom na to može reći da su „društveni mediji

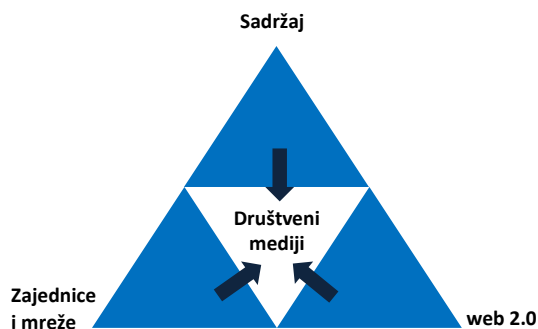
³⁸ Keen, Andrew. Kult amatera : kako blogovi, MySpace, YouTube i ostali suvremeni mediji koje stvaraju korisnici uništavaju našu ekonomiju, kulturu i vrijednosti. Zagreb: Fraktura, 2010.

³⁹Warr, Wendy. A. Social software: fun and games, or business tools? // Journal of Information Science 34, 4(2008), 591 - 604. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://jis.sagepub.com/content/34/4/591.full.pdf+html>

⁴⁰Tiedje, Chris. Social media timeline // Sun Sentinel, August 31, 2011. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://articles.sun-sentinel.com/2011-08-31/sports/fl-social-media-timeline-0901-20110830_1_users-google-aol-instant-messenger. [citirano: 2014-07-01]

skupina aplikacija baziranih na internetu, izgrađenih na idejnim i tehnološkim temeljima weba 2.0, a dozvoljavaju stvaranje i razmjenu sadržaja koje stvaraju korisnici.“⁴¹

Društveni se mediji mogu zamisliti kao trokut (Slika 3.) koji je sačinjen od tri ključna elementa – sadržaja, korisničkih zajednica i mreža te tehnoloških rješenja weba 2.0 u čijem se središtu nalaze društveni mediji.⁴²



Slika 3., „Trokut društvenih medija“⁴³

S obzirom na kompleksnost društvenih medija Kietzmann et. al. osmislili su „saće“ društvenih medija kojim su objasnili njihovu funkcionalnost i implikacije. Saće je sačinjeno od sedam funkcionalnih blokova (identitet, prisutnost, odnosi, reputacija, grupe, konverzacija i dijeljenje) čiji se suodnosi mijenjaju ovisno o tome koji se od društvenih medija koristi.⁴⁴ Pritom identitet predstavlja dubinu do koje korisnici otkrivaju svoj identitet u ovom okruženju, dijeljenje predstavlja dubinu i količinu razmjene, primanja i distribuiranja sadržaja, prisutnost se odnosi na međusobnu dostupnost korisnika, konverzacija predstavlja dubinu komunikacije među korisnicima, reputacija se odnosi na to do koje mjere korisnici mogu utvrditi razinu svoj položaja u odnosu na druge korisnike unutar nekog društvenog medija, odnosi predstavljaju razinu međusobnih odnosa, grupa se odnosi na to do koje mjere korisnici mogu formirati zajednice ili podzajednice unutar korištenog društvenog medija.⁴⁵

⁴¹ Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. Nav. dj. Str. 61

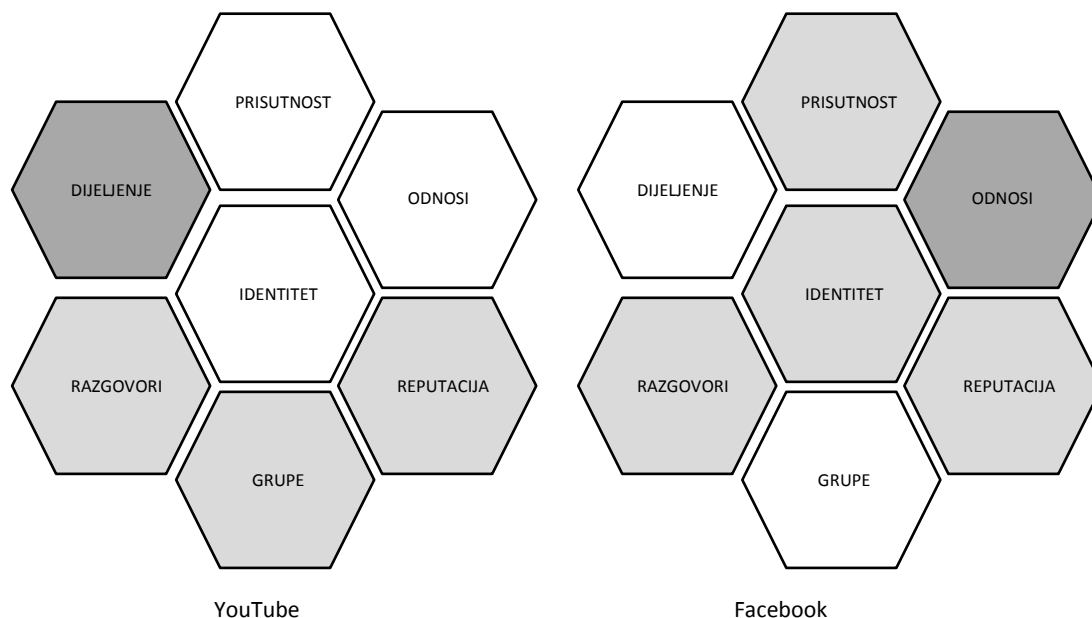
⁴² Ahlqvist, Toni et al. Social media roadmaps : exploring the futures triggered by social media. // Helsinki : VTT Tiedotteita, 2008. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2008/T2454.pdf>

⁴³ Slika preuzeta iz Ahlqvist, Toni et al., Nav. dj.

⁴⁴ Kietzmann, Jan H. et al. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media // Business Horizons 54, 3(2011), 241 – 251. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>

⁴⁵ Kietzmann, Jan H. et al. Nav. dj

U praksi je ovih sedam blokova vidljivo kada se usporede funkcionalnosti nekoliko različitih društvenih medija (Slika 4.), pri tome je najtamnije obilježena funkcionalnost koja je najdominantnija i najvažnija.



Slika 4. Usporedba funkcionalnosti društvenih medija⁴⁶

Kao što ne postoji jedinstvena definicija društvenih medija tako ne postoji niti jedinstvena kategorizacija. Društveni su mediji u nekim dijelovima vrlo različiti po svojim namjenama i karakteristikama, ali isto tako i vrlo slični pa se prilikom kategorizacija društvenih medija jedan te isti medij nalazi u različitim kategorijama. Primjerice, Twitter⁴⁷ je aplikacija za blogiranje, odnosno mikroblogiranje, ali ga se također, zbog društvenih karakteristika, smatra i društvenom mrežom.

Uspoređujući različite kategorizacije društvenih medija iz njih se kao najčešće spominjani izdvajaju wikiji, blogovi, platforme za „bookmarkiranje“ i „tagiranje“, platforme za društvene vijesti, društvene mreže, platforme za razmjenu glazbe, fotografija i video sadržaja te virtualni svjetovi, iako svi oni u nekom svom dijelu imaju slične karakteristike.

Wikiji su računalni programi koji omogućavaju stvaranje i uređivanje sadržaja na internetu neovisno o web pregledniku koji se koristi. Podržavajući hiperlinkove i unos

⁴⁶ Slika preuzeta iz Kietzmann, Jan H. et al. Nav. dj.

⁴⁷ Twitter homepage. <https://twitter.com/> [citirano: 2014-07-15].

jednostavnih tekstualnih sintaksi, wikiji omogućavaju stvaranje novih stranica i njihovo međusobno unakrsno povezivanje. Najpoznatiji wiki je Wikipedia, online enciklopedija koja je rezultat doprinosa tisuća pojedinaca.⁴⁸

Blogovi (skraćeno od web log ili weblog) su mrežni dnevници, koje stvaraju pojedinci ili grupe, ustanove, korporacije, udruge i sl. Oni su zapravo „fizička“ mrežna manifestacija nećijih razmišljanja, aktivnosti ili uvjerenja. Osim samog sadržaja (tekstualnog, slikovnog ili multimedijalnog) koji je postavio autor bloga, blogovi mogu imati i mogućnost komentiranja (u obliku foruma) ili ocjenjivanja postavljenog sadržaja.⁴⁹ WordPress⁵⁰, Blogger⁵¹ i Tumblr⁵² trenutno su među najpoznatijim i najkorištenijim blog platformama.

„Bookmarkiranje“ i „tagiranje“ – „bookmarkiranje“ je „tagiranje“ neke internetske stranice i pospremanje na platformu za „bookmarkiranje“ na kojoj osoba ima otvoren „račun“ (npr. Delicious⁵³) za kasniju upotrebu, što uključuje i dijeljenje s drugim korisnicima. „Tagovi“ su metapodaci odnosno nehijerarhijske ključne riječi koje se dodjeljuju nekoj informaciji, čime ju se opisuje i omogućuje da se ponovno pronade. „Tagovi“ su uglavnom neformalni i osobnog karaktera, jer ih dodjeljuje ili sam autor tog sadržaja ili osoba koja taj sadržaj koristi (gleda, sluša, čita).⁵⁴

Društvene vijesti su internetske stranice koje omogućavaju korisničko postavljanje sadržaja, koji su rangirani i prikazani prema popularnosti. Imaju mogućnost komentiranja i ocjenjivanja. Tematski gledajući, društvene vijesti mogu sadržavati stvarne društveno-političke vijesti koje su postavili sami korisnici, ali isto tako mogu biti posvećene i drugim temama kao što su humor, moda ili znanost. Ovisno o javnosti odnosno zajednici koja ih prati jer se u svom postojanju oslanjaju upravo na njihov

⁴⁸ What is wiki. 2002. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://wiki.org/wiki.cgi?WhatIsWiki>

⁴⁹ Dennis, Michael Aaron. Blog. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog>

⁵⁰ WordPress homepage. <https://wordpress.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵¹ Blogger homepage. <https://www.blogger.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵² Tumblr homepage. <https://www.tumblr.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵³ Delicious homepage. <https://delicious.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵⁴ Golder, Scott A.; Bernardo A. Huberman. The structure of collaborative tagging systems. // *Journal of Information Science*, 32, 2(2006). 198-208. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/tags/tags.pdf>

doprinos u stvaranju sadržaja.⁵⁵ Među najpoznatijim društvenim vijestima su Digg⁵⁶ i Reddit⁵⁷.

Razmjena fotografija, glazbenih i filmskih video zapisa - radi se o specijaliziranim mrežnim platformama koje služe za postavljanje i dijeljenje fotografija, glazbenih i filmskih video zapisa, koji se mogu pregledavati, ocjenjivati, komentirati i dalje dijeliti s drugima. YouTube⁵⁸ je svakako najpoznatiji predstavnik platformi za video sadržaje, a Flickr⁵⁹ za fotografije.

Virtualni svjetovi su mrežna virtualna okruženja u kojima su ljudi predstavljeni avatarima (virtualnim utjelovljenjima) i u kojima se interakcija i komunikacija između velikog broja korisnika većinom ostvaruje u realnom vremenu. Značajno obilježje virtualnih svjetova je mrežna okolina. Ona korisniku daje osjećaj da se nalazi u realnom prostoru u kojem može graditi i stvarati te ostvariti interakciju s tuđim avatarima.⁶⁰ Second Life⁶¹ i World of Warcraft⁶² predstavnici su danas najvećih virtualnih svjetova.

Društvene mreže su većinom mrežne platforme koje služe za povezivanje ljudi i izgradnju društvenih odnosa bez obzira na to jesu li oni bazirani na zajedničkim interesima, poznanstvima u stvarnom svijetu i sl. Razlikuju se s obzirom na namjenu i mogućnosti, ali sve imaju isti cilj, međusobnu interakciju i komunikaciju⁶³, a kako su zbog svojih specifičnosti i popularnosti društvene mreže i tema ovog rada, o njima će detaljnije biti govora u idućem dijelu.

Kao komunikacijske platforme na kojima korisnici imaju jedinstvene osobne profile koje sačinjavaju podaci koje je odabrao sam korisnik, podaci koje su odabrale osobe s liste njegovih „prijatelja“ i/ili podaci koje je odabrao sam sustav, na kojima mogu javno prikazati i povezati svoje odnose s drugim korisnicima te stvarati, konzumirati i imati

⁵⁵ Social news. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://en.wikipedia.org/wiki/Social_news

⁵⁶ Digg homepage. <http://digg.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵⁷ Reddit homepage. <https://www.reddit.com/> [citirano: 2014-07-01].

⁵⁸ YouTube homepage. <https://www.youtube.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁵⁹ Flickr homepage. <https://www.flickr.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁶⁰ Bell, Mark W. Toward a definition of “virtual worlds” // *Journal of Virtual Worlds Research*. 1, 1(2008). 2 - 5. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na:

<http://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/viewFile/283/237>

⁶¹ Second Life homepage. <http://secondlife.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁶² World of Warcraft homepage. <http://eu.battle.net/wow/en/?-> [citirano: 2014-07-15]

⁶³ Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Social network sites: definition, history, and scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(2008). 210 - 230. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>

interakciju sa sadržajima proizvedenim od strane drugih korisnika (po uvjetom da su povezani u sustavu putem lista „prijatelja“),⁶⁴ društvene mreže omogućavaju aktivno i interaktivno komuniciranje i druženje u realnom vremenu s osobama udaljenim tisućama kilometara jednako kao i s onima koji se nalaze u drugoj prostoriji.

Zajedničke su karakteristike društvenih mreža što su bazirane na korisnicima, interaktivne su, okrenute su stvaranju i održavanju zajednica, međusobni korisnički odnosi su njihova snaga isto kao i korisničke emocije.⁶⁵

Sve društvene mreže zahtijevaju neki oblik korisničkog registriranja koji uključuje unošenje osnovnih osobnih podataka kao što su ime i prezime, mjesto stanovanja, fotografija i sl. Nakon registracije korisnici imaju mogućnost stvoriti svoj digitalni profil koristeći tekst, slike, video ili poveznice prema vlastitim afinitetima te mogu stvoriti svoju mrežu „prijatelja“.^{66,67} Dva ključna zajednička obilježja društvenih mreža su upravo korisnički profili i liste „prijatelja“ dok je treće zajedničko obilježje mogućnost javnog komentiranja na za to predviđenom mjestu. Svaki profil ima takvo mjesto unutar korisničkog računa. Neke društvene mreže to mjesto nazivaju „zidom“ (wall), neke takvo mjesto nazivaju komentarima (comments), a neke „svjedočenjem“ (testimonial). Komentari postavljeni na tim mjestima vidljivi su svakoj osobi s liste „prijatelja“ osim ako „vlasnik“ profila nije, u postavkama o privatnosti ograničio vidljivost samo na određenu grupu „prijatelja“.⁶⁸

Društvene mreže razlikuju se prema namjeni i korisničkoj strukturi, a neke su i vrlo lokalnog karaktera ili vezane za određenu svjetsku regiju. Primjerice QQ⁶⁹ je društvena mreža najraširenija u Kini, MySpace⁷⁰ je društvena mreža posvećena glazbi, a

⁶⁴ Ellison, Nicole B.; Danah M. Boyd. Sociality through social network sites // The Oxford Handbook of Internet Studies / (ur.) W. H. Dutton. Oxford : Oxford University Press, 2013. 151-172. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.danah.org/papers/2013/SocialityThruSNS-preprint.pdf>

⁶⁵ Dube, Ryan. Characteristics of social networks. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://socialnetworking.lovetoknow.com/Characteristics_of_Social_Networks

⁶⁶ Pod izrazom „prijatelj“ podrazumijevaju se sve osobe koje korisniku dozvole pristup svojim korisničkim podacima što nužno ne mora i značiti da se dvije osobe poznaju u stvarnom životu već mogu imati zajedničke „prijatelje“ i na taj način doći do spoznaje da imaju zajedničke interese koje mogu podijeliti putem društvenih mreža.

⁶⁷ Izraz „prijatelj“ nije jedini koji se koristi u ovom smislu. Različite društvene mreže koriste različite izraze, npr. sljedbenih (follower) ili obožavatelj (fan).

⁶⁸ Boyd, Danah M. Social network sites: public, private, or what? // Knowledge Tree 13, 2007. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>

⁶⁹ QQ homepage. <http://web2.qq.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁷⁰ MySpace homepage. <https://myspace.com/> [citirano: 2014-07-15].

LinkedIn⁷¹ je društvena mreža koja okuplja profesionalce iz različitih područja ljudskog znanja i djelatnosti, s namjerom da ih poveže i tako im omogući širenje profesionalnih, poslovnih, stručnih i znanstvenih veza.

Iako neke od najpoznatijih društvenih mreža po svojim karakteristikama pripadaju i drugim društvenim medijima (primjerice YouTube je platforma za objavu i razmjenu video sadržaja, Twitter je platforma za mikroblogiranje), po svojim društvenim obilježjima one se smatraju i društvenim mrežama.

Društvene mreže ne koriste samo pojedinci. Korporacije, tvrtke, ustanove, udruge, javne osobe (političari, glumci, glazbenici, znanstvenici i sl.) imaju neki oblik prisustva na društvenim mrežama – ponekad samo na jednoj, ali češće na više njih istovremeno. Povezivanje putem društvenih mreža toliko je rašireno da su i najveći kritičari zapravo primorani koristiti neku od društvenih mreža jer je danas komunikacija putem društvenih mreža postala općeprihvaćena i dobrodošla, a podrazumijeva se i u službenoj komunikaciji.

Međutim, poslovni korisnici, javne osobe, udruge i sl. u pravilu se ne koriste društvenim mrežama na isti način kao privatni korisnici. Primjerice, Facebook⁷² za takve korisnike ima drugačije korisničke profile, tzv. stranice (pages). Razlika između profila privatnih osoba i stranica poslovnih korisnika i javnih osoba je u tome što privatni korisnici prate objavljene sadržaje na stranicama koje im se sviđaju, imaju i mogućnost komentiranja i postavljanja sadržaja, ali se pri tom na „zidu“ takve stranice ne pojavljuje komunikacija koju privatni korisnik ima s drugim privatnim korisnicima sa svoje liste „prijatelja“ ili bilo što što je privatni korisnik objavio na svom „zidu“. Ovakve stranice služe za promociju ili marketing poslovnih korisnika, koji ne svojim „zidovima“ objavljuju novosti, zanimljivosti i događanja, a da pri tom ne zadiru u privatnost osoba koje ih „prate“.

Treća opcija korisničkih „profilâ su „grupe“. Njih otvaraju već postojeći privatni ili poslovni korisnici koji na jednom mjestu žele okupiti osobe zainteresirane za određenu temu. Takve „grupe“ mogu biti otvorenog ili zatvorenog tipa, što znači da administrator grupe može i ne mora imati kontrolu nad slobodom pridruživanja i sadržajima koji se objavljuju.

⁷¹ LinkedIn homepage. <https://www.linkedin.com/uas/login> [citirano: 2014-07-15].

⁷² Facebook homepage. <https://www.facebook.com/> [citirano: 2014-07-15].

Društvene mreže, u obliku koji se danas tako naziva i prepoznaje, svoju su povijest započele 1995. godine kada se na internetu pojavi Classmates.com,⁷³ mrežni servis koji je i danas aktivan i služi za pronalaženje i povezivanje prijatelja, školskih i poslovnih kolega. Već 1997. pokrenut je i SixDegrees.com (zatvoren 2000.) na kojem su korisnici mogli kreirati svoje profile, stvarati liste prijatelja te pregledavati liste prijatelja svojih prijatelja.⁷⁴

Do 2002. godine pokrenuto je još nekoliko društvenih mreža, ali one nisu doživjele značajniji uspjeh sve do pojave Friendstera,⁷⁵ koji je jedna od prvih društvenih mreža s preko milijun korisnika. Međutim, zbog tehničkih poteškoća te loše komunikacije između osnivača i korisnika, Friendster je „izgubio utrku“ s nadolazećim društvenim mrežama i danas je najpoznatiji kao društvena stranica za igrače računalnih igara.⁷⁶

Značajniji razvoj društvenih mreža počinje 2003.⁷⁷ kada su, između ostalih, osnovani LinkedIn i MySpace. U 2004. pojavljuju se Flickr i Facebook (tada još samo za studente Harvarda), a u 2005. otvaraju se i YouTube, Bebo⁷⁸ i Ning.⁷⁹

Tijekom 2006. Facebook otvara pristup globalnim korisnicima i pojavljuju se Twitter i QQ, a u 2012. godini pojavio se Google+.⁸⁰ Tijekom 2013. postojalo je više od 200 aktivnih društvenih mreža.⁸¹

Deirdre Bannon u uvodu „State Of The Media: The Social Media Report 2012“, zaključila je kako je „društveno povezivanje istinski globalni fenomen“.⁸²

Izvješće eMarketera za 2013. godinu “Worldwide Social Network Users: 2013 Forecast and Comparative Estimates,” procjenjuje kako je u 2013. godini gotovo svaki četvrti stanovnik Zemlje bio korisnik neke od društvenih mreža. Njihovo izvješće

⁷³ Classmates homepage. <http://www.classmates.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁷⁴ Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Nav. dj.

⁷⁵ Friendster homepage. <http://www.friendster.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁷⁶ Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Nav. dj.

⁷⁷ U kronologiji razvoja društvenih mreža navedene su samo najpoznatije i najuspješnije društvene mreže.

⁷⁸ Bebo homepage <http://www.bebo.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁷⁹ Ning homepage. <http://www.ning.com/> [citirano: 2014-07-15].

⁸⁰ Google+ homepage. <https://plus.google.com> [citirano: 2014-07-15].

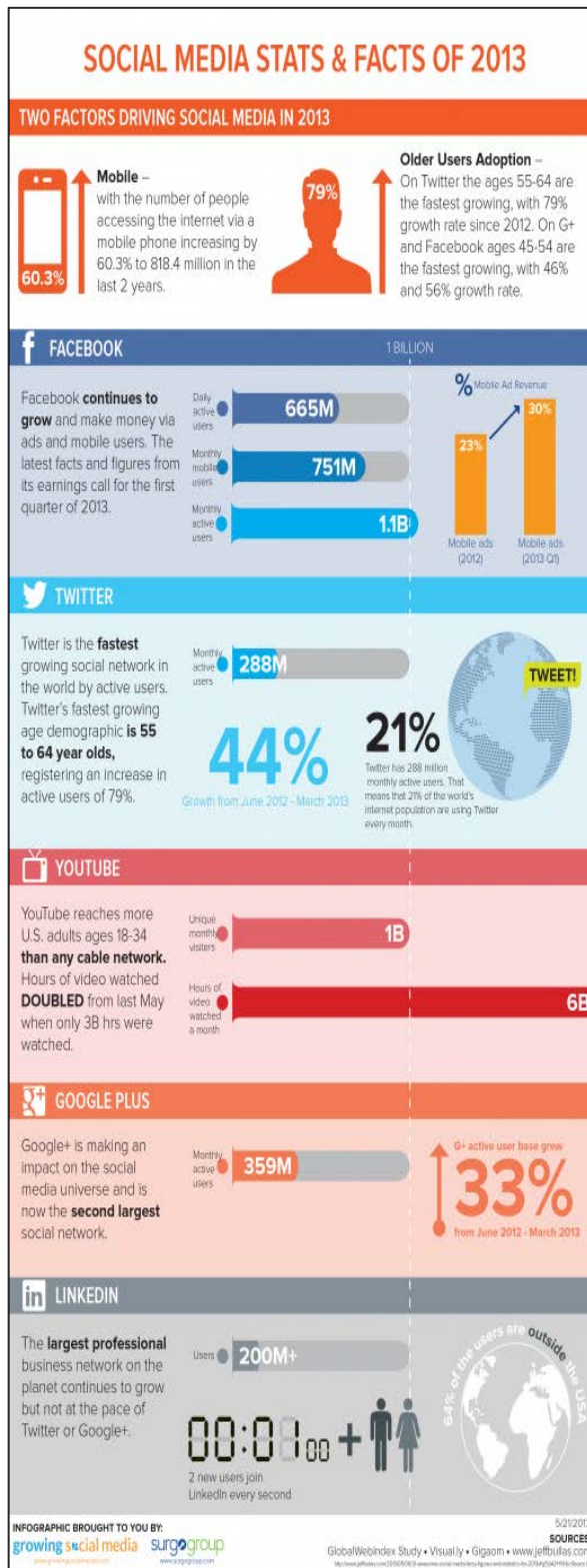
⁸¹ List of social networking websites. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites

⁸² State of media: the social media report 2012. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/social-media-report-2012-social-media-comes-of-age.html>

ukazuje na to kako će do kraja 2013. godine društveno povezivanje zahvatiti 1,73 milijarde ljudi, a do 2017. godine taj će broj narasti na 2,55 milijardi.⁸³

Podaci o količini sadržaja, koji se objavljuju i razmjenjuju na najvećim društvenim mrežama (slike 5. i 6.) također su dokaz da se način komunikacije i razmjene različitih informacija promijenio, a to pokazuje i nekoliko istraživanja čiji su rezultati prikazani u nastavku.

⁸³ Social networking reaches nearly one in four around the world. // eMarketer, June 18, 2013. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emarketer.com/Article/Social-Networking-Reaches-Nearly-One-Four-Around-World/1009976>



Slika 5. Korisnici društvenih mreža u 2013. godini⁸⁴



Slika 6. „Snaga društvenih mreža“⁸⁵

⁸⁴Slika preuzeta sa <http://www.ethority.net/blog/2013/10/09/social-network-statistics-2013-growth-rates-and-numbers-of-users/> [citirano: 2014-07-15].

⁸⁵ Slika preuzeta sa https://www.mediabistro.com/alltwitter/power-social-media_b55717 [citirano: 2014-07-15].

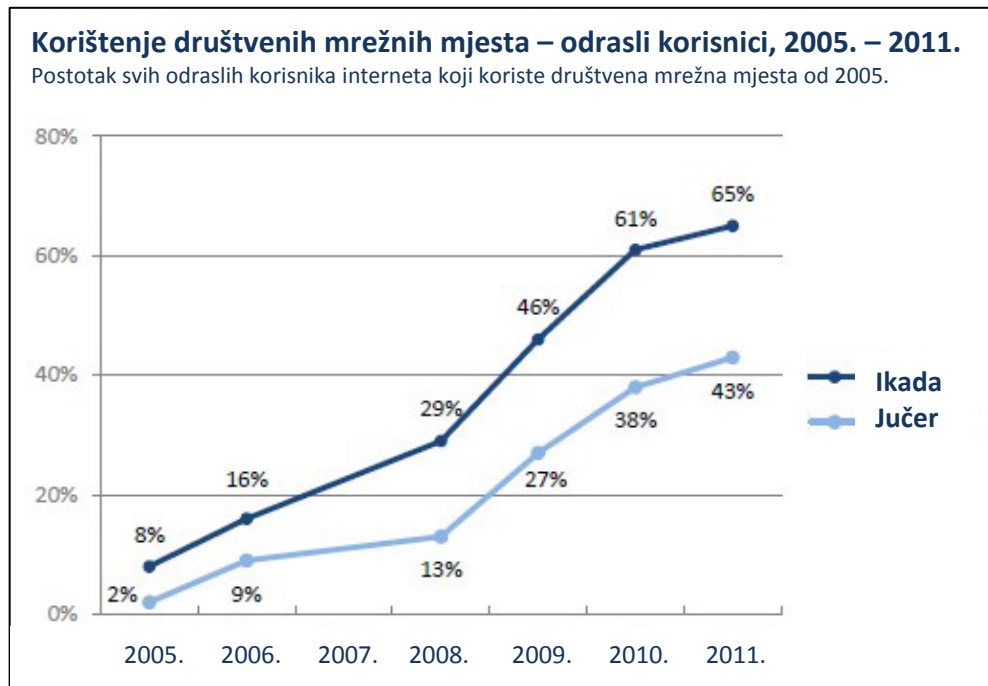
Istraživanja, na koja se pozivaju mnogi autori, su ona koja provodi Pew Research Centre⁸⁶. Pew Research se bavi istraživanjem sociologije komunikacija, novih medija, tehnologije, mobilnih komunikacija i društvenih mreža. Ta su istraživanja dio Pew Internet & American Life projekta te se trajno provode u javnosti u Sjedinjenim Američkim Državama.

Potpune analize svih do sada napravljenih istraživanja dostupne su na njihovim internetskim stranicama pa tako i dva istraživanja provedena 2011.⁸⁷ i 2013.⁸⁸ godine o korištenju društvenih mreža među stanovništvom SAD-a. Oba istraživanja trajala su po mjesec dana, tijekom svibnja 2011. i svibnja 2013., na uzorku od 2277 (2011.) odnosno 2250 (2013.) odraslih osoba starih 18 i više godina. Analiza dobivenih podataka pokazuje kako broj odraslih osoba koje koriste društvene mreže u Sjedinjenim Američkim Državama, iz godine u godinu raste. Pew Research Centre je pratio razvoj korištenja društvenih mreža od 2005. te se vidi da je skok u korištenju društvenih mreža kada se uspoređi 2005., 2011. i 2013. preko 60% jer se društvenim mrežama 2005. koristilo 8% internetskih korisnika, 2011. koristilo ih je 65%, a 2013. koristilo ih je čak 72% odraslih korisnika interneta (Grafikon 2. i Grafikon 3.).

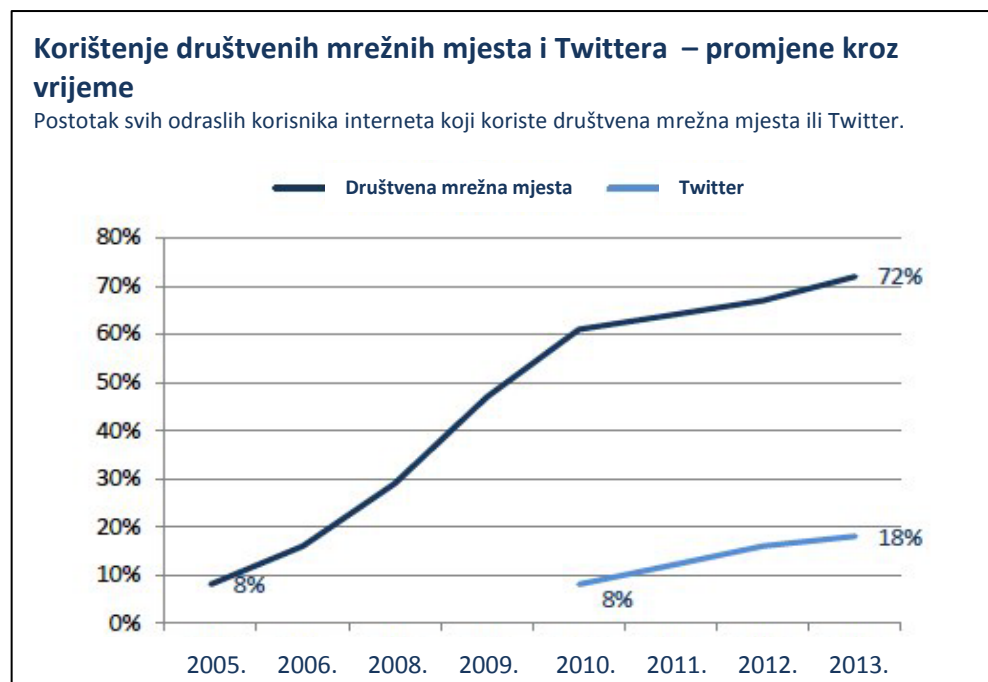
⁸⁶ Pew Research Centre homepage. <http://www.pewinternet.org/> [citirano: 2014-07-15].

⁸⁷ Madden, Mary; Kathryn Zickuhr. 65% of online adults use social networkingsites. August 26, 2011. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2011/PIP-SNS-Update-2011.pdf>

⁸⁸ Brenner, Joanna; Aaron Smith. 72% of online adults are social networking site users. August 5, 2013. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.pewinternet.org/files/oldmedia/Files/Reports/2013/PIP_Social_networking_sites_update_PDF.pdf



Grafikon 2. Postotak korištenja društvenih mreža u ukupnoj populaciji odraslih korisnika interneta od 2005. do 2011. godine⁸⁹



Grafikon 3. Postotak korištenja društvenih mreža u ukupnoj populaciji odraslih internetskih korisnika do 2013. godine⁹⁰

⁸⁹Slika preuzete sa: <http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Social-Networking-Sites/Report.aspx?view=all> i <http://www.pewinternet.org/Reports/2013/social-networking-sites/Findings.aspx>. [citirano: 2014-07-15]

⁹⁰ Nav. dj.

U ukupnoj ženskoj populaciji koja se koristi internetom, društvene mreže je 2011. godine koristilo 69% odraslih ženskih osoba, dok je u ukupnoj muškoj populaciji koja se koristi internetom postotak korištenja društvenih mreža bio 60%. Što se tiče osoba starije životne dobi također se pokazuje trenda rasta pa je 2011. društvene mreže koristilo 51% internetskih korisnika starih između 50 i 64 godina te 33% internetskih korisnika starijih od 64 godine, a 2013. taj se postotak popeo na 60% internetskih korisnika starih između 50 i 64 godine i 43% internetskih korisnika starijih od 64 godine.

Dio Pew Research Centra je i Global Attitudes Project,⁹¹ koji provodi globalna istraživanja javnog mišljenja. Global Attitudes Project proveo je globalna istraživanja o korištenju društvenih mreža u dva navrata i to 2010.⁹² i 2012.⁹³ godine. na uzorku od 22 zemlje sa 5 kontinenata. Iz rezultata istraživanja je vidljivo da je prisutnost društvenih mreža globalni fenomen te je njihovo korištenje u porastu. Najzastupljenije su u Europi (primjerice u Velikoj Britaniji 52% korisnika interneta koristi i društvene mreže, u Rusiji 50%, Češkoj 49%, Španjolskoj 49% i tako dalje) i Sjedinjenim Američkim Državama (50%), a zatim i u razvijenijim zemljama Azije. Njihova je prisutnost izravno uvjetovana tehnološkim razvojem pa imaju više korisnika u zemljama višeg životnog standarda. Zanimljivo je kako, osim tehnološkog razvoja, na korištenje društvenih mreža izravan utjecaj ima i obrazovanje. U 15 od 18 zemalja korisnici društvenih mreža su češće osobe s diplomom neke visoke škole nego oni bez diplome (primjerice, u Egiptu samo 18% osoba s nižim obrazovanjem koristi društvene mreže, dok se čak 81% osoba visokog obrazovanja koristi društvenim mrežama). Istraživanje iz 2012. pokazalo je kako korisnici društvenih mreža na njima najčešće izražavaju stavove o filmu i glazbi (npr. Kina 85%, Meksiko 84%, Grčka 83% itd.), sport je nešto manje zastupljen. Samo se u Egiptu, Brazilu, Turskoj, Tunisu, Kini, Indiji i Jordanu više od polovice ispitanika izjasnilo kako najčešće dijele sadržaje o sportu. Na kraju, korisnici društvenih mreža iz zemalja arapskoga svijeta najskloniji su izražavanju političkih i društvenih stavova putem društvenih mreža. Turska i Italija jedine su zemlje izvan tog kruga gdje korisnici

⁹¹ Global Attitudes Project homepage. <http://www.pewglobal.org/> [citirano: 2014-07-15].

⁹² Global publics embrace social networking. December 15, 2010. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.pewglobal.org/files/2010/12/Pew-Global-Attitudes-Technology-Report-FINAL-December-15-2010.pdf>

⁹³ Social networking popular across globe. December 12, 2012. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.pewglobal.org/files/2012/12/Pew-Global-Attitudes-Project-Technology-Report-FINAL-December-12-2012.pdf>

društvenih mreža na njima izražavaju svoje političke stavove ili razmišljanja o društvenim prilikama.

„Social Networks Report“⁹⁴ iz 2010. godine je istraživanje rađeno kao istraživački projekt studenata Europskog poslovnog magistarskog studija (The European Master in Business Studies). Ono što ga izdvaja od drugih sličnih istraživanja je uzorak na kojemu je rađeno – u istraživanom uzorku bilo je 892 mladih ljudi, od 15 do 30 godina starosti, iz šest europskih zemalja (Njemačka, Francuska, Italija, Rumunjska, Španjolska i Turska). Ciljevi istraživanja bili su analizirati ponašanje, mišljenje i prioritete mladih ljudi, korisnika društvenih mreža, pa su i pitanja bila usmjerena prema određivanju ponašanja, razmišljanja i motivaciji za korištenje društvenih mreža kod mladih Europljana. Što se tiče ponašanja na društvenim mrežama, istraživanje je pokazalo kako je Facebook najzastupljenija društvena mreža u svih 6 zemalja. Nešto je manje zastupljen u Njemačkoj i Španjolskoj, koje imaju svoje nacionalne mreže, ali generalno ipak svuda prevladava. Društvenim mrežama većina se mladih koristi nekoliko puta dnevno, studenti češće nego zaposleni. Veliki postotak ispitanika društvenim mrežama pristupa od kuće. Društvenim se mrežama ispitanici uglavnom koriste zbog privatnih razloga, a profesionalno motivirani pokazuju veći postotak korištenja mreža kao što je LinkedIn, namijenjen uspostavljanu profesionalnih, a ne privatnih kontakata. Najaktivniji na društvenim mrežama su ispitanici mlađi od 18 i oni od 30 godina, a aktivnost ispitanika ovisi i o njihovoj informacijskoj pismenosti. Informacijski pismeniji ispitanici češće se koriste društvenim mrežama. Aktivnost ovisi i o zadovoljstvu pa su oni koji su zadovoljniji društvenim mrežama na njima i aktivniji kao sudionici koji postavljaju sadržaje. Što se tiče sadržaja objava, fotografije i tekstualni sadržaji su ono što ispitanici najčešće dijele s drugima bez obzira na zemlju iz koje dolaze.

⁹⁴Barriaes Quintana, Alvaro; Dilara Adaylar; Domoina Arzal. Social networks report. Annecy: EMBS, 2010.

2.3. Zaključno o poglavlju

Web 2.0 sa svim svojim alatima pa tako i društvenim mrežama, može biti pozitivna snaga s brojnim prednostima u vezi sa komunikacijom, dostupnošću i stvaranjem informacija, međutim sadržaji koje stvaraju korisnici i društveni mediji nisu samo „bezopasna igračka“ dostupna milijunima.

Izvrtnje činjenica, objavljivanje neistina i neprovjerenih ili netočnih informacija koje se uzimaju „zdravo za gotovo“ jer se nalaze na internetu, zlonamjerno, uvredljivo i kriminalno ponašanje ili krađa i kršenje autorskih prava te pitanja prava na privatnost dio su realnosti weba 2.0 i toga moraju biti svjesni svi oni koji, iz poslovnih ili privatnih razloga, koriste i/ili razvijaju alate weba 2.0. Posebno se to odnosi na knjižničare, informacijske stručnjake koji bi trebali biti obrazovani i osposobljeni prepoznati i pravilno koristiti alate weba 2.0.

Andrew Keen upozorio je upravo na navedene probleme problematizirajući činjenicu da jedan obični korisnik interneta, zahvaljujući webu 2.0 i njegovim alatima može bez nadzora, kontrole i odgovornosti objavljivati sadržaje u kojima se teško razabire stvarno od nestvarnog, laž od istine te činjenicu da amater zauzima mjesto profesionalca.⁹⁵

Prikazana istraživanja daju konkretnu sliku o korištenju društvenih mreža u globalnim i europskim razmjerima, što je važno za utvrđivanje položaja knjižnica unutar tog web 2.0 okruženja. Knjižničari ne bi smjeli zanemariti novo okruženje u kome se nalaze, jer su knjižnice kao informacijska središta predodređene da sudjeluju i u novim trendovima stvaranja, čuvanja i pristupanja informacijama.

Uloga knjižničara i knjižnica u web 2.0 okruženju bit će razmatrana u daljnjem tekstu, s posebnim naglaskom na društvenim mrežama kao najvećim i najraširenijim alatom weba 2.0.

⁹⁵ Keen, Andrew. Nav. dj.

3. KNJIŽNICE I KNJIŽNIČARI U OKRUŽENJU WEBA 2.0

Postojanje i razvoj knjižnica imaju dugu povijest, koja u odražava razvoj ljudskoga društva. Knjižničari, informacijski stručnjaci, pohranjivali su, čuvali i davali na korištenje ljudsko znanje pohranjeno na različitim medijima, pokazujući time kako su uvijek bili sposobni naći svoje mjesto unutar promjenjivog svijeta, usvajajući i sebi prilagođavajući nove tehnologije i tehnološka dostignuća.

Knjižničari, međutim, nisu u ranijim razdobljima trebali biti i medijski, marketinški i komunikacijski stručnjaci. Knjižnice su postojale da bi okupile knjižnične zbirke, a knjižničari su bili osobe koje su zbirke nabavljale, organizirale, čuvala i davale na korištenje zainteresiranoj javnosti, bez potrebe da dodatno naglašavaju svoju važnost, svoju potrebnost društvu i svoju ulogu u njemu. Bilo je to vrijeme koje bi se današnjim jezikom moglo nazvati vremenom knjižnica 1.0.⁹⁶

Knjižnica 1.0 bila je stvarna zgrada, sa zbirka stručnih, znanstvenih i književnih djela namijenjenih svim uzrastima i vrstama korisnika, mjesto rada i učenja, okupljanja i provođenja slobodnog vremena, igre i kulturnog uzdizanja, vrlo često tehnološki suvremeno opremljena zbog čega su se ljudi, upravo u knjižnicama, prvi puta susretali s mikrofilmovima, glazbenim linijama i videokamerama, VHS kasetama, fotokopirnim aparatima, DVD-ima, računalima, printerima i skenerima, internetom, s digitalnom tehnologijom i virtualnim svjetovima. Nije bilo potrebe ulagati dodatna sredstva u obrazovanje knjižničara u smislu informacijsko-komunikacijskih tehnologija ili marketinga budući da informacije nisu bile široko i javno dostupne, a tehnološki napredak tekao je dovoljno polako da se knjižničari u njemu mogu snaći, prihvatiti ga i primijeniti. Međutim, s krajem 20. i početkom 21 stoljeća brzi razvoj interneta, weba 2.0 i njegovih alata knjižničarima je donio promjenu koja je naznačila početak razvoja knjižnica 2.0.

⁹⁶ Kad se ovdje govori o knjižnici 1.0 autorica misli na javne knjižnice od 18. stoljeća na dalje, a poglavito na narodne knjižnice 20. stoljeća.

3.1. Knjižnica 2.0 i sadržaji koje stvaraju korisnici u knjižnici 2.0

Ubrzo nakon pojave weba 2.0 pojavio se i pojam „knjižnica 2.0“. Smatra se da je taj pojam prvi puta korišten u knjižničarskoj blogerskoj zajednici. Konkretno, prvi ga je koristio Michael Casey 2005. godine na svom blogu LibraryCrunch,⁹⁷ a knjižničarska ga je zajednica s vremenom prihvatila.

Iako je od tada prošlo punih osam godina knjižničarska zajednica i dalje nema jednoznačnu definiciju knjižnice 2.0. Brojni se teoretičari bave ovom pojavnošću knjižnica, ali ne postoji konsenzus oko toga što je točno knjižnica 2.0, niti jedna općeprihvaćena definicija.

S obzirom na to da se izraz knjižnica 2.0 pojavio 2005., upravo je 2005. te idućih nekoliko godina rasprava teoretičara i knjižničara o tome što je zapravo knjižnica 2.0 bila najživlja te iz tog razdoblja datira i najveći broj postavljenih definicija.

Za Caseya je jedna od definicija knjižnice 2.0 je da to „žetva ideja i proizvoda s rubnih područja koje onda mogu biti integrirani u modele knjižničnih usluga za poboljšanje postojećih usluga i stvaranje novih, a zatim nastavak ispitivanja i poboljšavanja tih usluga bez straha da ih se bilo kada zamijeni novijim i boljim uslugama.“⁹⁸ Casey knjižnicu 2.0 naziva „idejom koja remeti“ jer „knjižnica 2.0 nije nešto što će doživjeti nevidljivo ili tečno prijelazno razdoblje. Kretanje prema knjižnici 2.0 zahtijevat će preispitivanje mnogih modela na koje smo navikli. Taj pritisak ne mora nužno doći iznutra. Doista, većina će katalizatora doći izvana - financijska kriza, manjak osoblja, korisnička očekivanja/zahtjevi, tehnološke promjene/prepreke itd.“⁹⁹

Casey i Savastinuk zajednički su pokušali definirati knjižnicu 2.0, smatrajući kako je u središtu knjižnice 2.0 promjena čije je središte korisnik. Za njih je to model za knjižnične usluge koje će poticati trajnu i smislenu promjenu, koji će pozvati korisnika

⁹⁷ LibraryCrunch homepage. <http://www.librarycrunch.com/2005/09/> [citirano: 2014-07-15].

⁹⁸ Casey, Michael. Library 2.0, Beta. 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.librarycrunch.com/2005/10/library_20_beta.html

⁹⁹ Casey, Michael. Working towards a definition of library 2.0. 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html

da sudjeluje u stvaranju realnih i virtualnih usluga, koji će stremiti k tome da dosegne nove korisnike, a postojećim će korisnicima pružati bolje usluge.¹⁰⁰

Za Chada i Millera knjižnica 2.0 je dostupna prema potrebi, vidljiva na velikom broju uređaja, s integriranim web uslugama izvan uobičajenih knjižničnih usluga. Ona je sveprisutna i vidljiva te na taj način pomaže korisnicima da donesu upućene odluke. Knjižnica 2.0 smanjuje ograničenja prema dostupnosti podacima uz pretpostavku da je korištenje i ponovno korištenje dozvoljeno i poticano. Knjižnica 2.0 surađuje s partnerima kako bi povećala i poboljšala dostupnost podataka te potiče kulturu zajedničkog sudjelovanja knjižničnog osoblja, tehnoloških partnera i šire zajednice. Ona korisnicima daje priliku i ohrabruje ih da sudjeluju, pridonose vlastitim mišljenjem o korištenim izvorima i onima kojima žele pristup.¹⁰¹

Na ranije navedenu definiciju knjižnice Miller se nadalje nadovezuje te kaže kako je „knjižnica 2.0 koncept vrlo drugačijih knjižničnih usluga. U tom smislu, knjižnica čini informaciju dostupnom gdje god i kad god ju korisnik treba te stremi k tome da ograničenja korištenja i ponovnog korištenja budu maknute.“¹⁰²

Prema Farkas, knjižnica 2.0 predstavlja značajan pomak u načinu na koji se gledaju knjižnične usluge. Ona smatra kako je naglasak na korisničkom iskustvu kod kojega je ključna uporabljivost, interoperabilnost i fleksibilnost knjižničnih sustava, gdje se čuje i glas korisnika kroz označavanje u katalogu, kroz blogove i wikije. Knjižnica 2.0 je transparentnija i vidljivija kroz svoje prisustvo na webu. Ona je čovječnija, sveprisutna i okrenuta prema korisniku.¹⁰³

Habib pak smatra kako je knjižnica 2.0 prvenstveno korisna kao koncept za razvoj novih mrežnih alata,¹⁰⁴ Abram navodi kako je ljepota knjižnice 2.0 u razini integracije i interoperabilnosti dizajnirane u sučelje knjižničnog portala kojeg održava knjižničar 2.0,

¹⁰⁰ Casey, Michael. E.; Laura C. Savastinuk. Service for the next-generation library. 2010. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://lj.libraryjournal.com/2010/05/technology/library-2-0/>

¹⁰¹ Chad, Ken; Paul Miller. Do libraries matter?: the rise of library 2.0. November, 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.capita-libraries.co.uk/downloads/white_papers/DoLibrariesMatter.pdf

¹⁰² Miller, Paul. Library 2.0: The challenge of disruptive innovation. February 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1211299379745_1806224281_20373/447_Library_2_prf1.pdf

¹⁰³ Farkas, Meredith. Web/library 2.0 backlash. December 1, 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://meredith.wolfwater.com/wordpress/2005/12/01/weblibrary-20-backlash/>

¹⁰⁴ Habib, Michael. Academic library 2.0 concept models (basic v2 and detailed). August 22, 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://mchabib.com/2006/08/22/academic-library-20-concept-models-basic-v2-and-detailed/>

guru informacijskog doba,¹⁰⁵ a Yang, Wei i Peng knjižnicu 2.0 definiraju kako koncept usluga koje se bave znanjem, usmjeren prema korisnicima.¹⁰⁶

Maness definira knjižnicu 2.0 kao „primjenu interaktivne, suradničke i multimedijски web-bazirane tehnologije na web-bazirane knjižnične usluge i zbirke“¹⁰⁷ ujedno sugerirajući knjižničarskoj zajednici da prihvati upravo ovu definiciju knjižnice 2.0. Maness nadalje navodi i četiri osnova obilježja knjižnice 2.0: orijentirana je prema korisniku, osigurava multimedijalan doživljaj, društveno je bogata i prihvaća inovativnost javnosti.¹⁰⁸

Brevik knjižnicu 2.0 vidi kao „prirodnu evoluciju knjižničnih usluga do nivoa na kojem korisnik kontrolira kako i kada će imati pristup onome što treba i želi.“¹⁰⁹

Za Andersona kod knjižnice 2.0 „značajan je fokus na izlazak iz fizičkih ograničenja knjižnice kako bi se ponudili novi i efikasniji načini da se udruže podaci koji se drže u pojedinačnim knjižnicama (npr. zbirke, katalozi, podaci o članovima) da bi se od podataka stvorio sadržaj putem transformacijske moći usluga baziranih na webu i podatkovnih 'mash-upova'.“¹¹⁰

U nastojanju da pomire različite teorije i definicije knjižnice 2.0 te međusobno ih uspoređujući Holmberg, Huvila, Kronqvist-Berg i Widen-Wulff zaključili su kako se zapravo radi o promjeni u interakciji koja je postala moguća zbog tehnološkog razvoja web-baziranih usluga, koje imaju prijateljski društveni aspekt zbog kojih se knjižnica 2.0 sastoji od sedam središnjih komponenti – interaktivnosti, korisnika, sudjelovanja,

¹⁰⁵ Abram, Stephen. Web 2.0, library 2.0 and librarian 2.0: preparing for the 2.0 world. 2007. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.academia.edu/1019473/Web_2.0_Library_2.0_and_Librarian_2.0_Preparing_for_the_2.0_World

¹⁰⁶ Yang, Xinya; Qunyi Wei; Xiaodong Peng. System architecture of library 2.0. // *The Electronic Library* 27, 2(2009), 283 – 291. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1784829>

¹⁰⁷ Maness, Jack M. Library 2.0 theory : Web 2.0 and its implications for Libraries. // *Webology* 3, 2(2006). [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>

¹⁰⁸ Maness, Jack M. Nav. dj.

¹⁰⁹ Brevik, Thomas. Library 2.0 = My library?. April 12, 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://lib1point5.wordpress.com/2006/04/12/library-20-mylibrary/>

¹¹⁰ Anderson, P. Nav. dj.(2007a)

knjižnica i njihovih usluga, weba i weba 2.0, društvenog aspekta te tehnologije i alata.¹¹¹

Špiranec knjižnicu 2.0 razumijeva kao model usluga koji podrazumijeva preobrazbu načina na koji se usluge nude korisnicima i koja se najviše iskazuje u odustajanju od jednosmjerne komunikacije i promjeni smjera protjecanja informacija od korisnika prema knjižnici.¹¹²

Sumirajući ranije navedene definicije knjižnice 2.0, knjižnica 2.0 je suvremeni oblik knjižničnih usluga koji, koristeći se novim alatima, povezuje stvarni i virtualni prostor, stvarajući interaktivno okruženje u kojem je značajna dvosmjerna i suradnička komunikacija između knjižničara i korisnika.

Određenje knjižnice 2.0 dotiče se vrlo važnih segmenata weba 2.0, a to su interakcija, dijeljenje i zajedničko sudjelovanje odnosno sadržaji koje stvaraju korisnici, što može imati velik utjecaj na razvoj knjižnica 2.0 i njihovih usluga.

Sadržaji koje stvaraju korisnici vrlo su zanimljivi za širenje i razvoj knjižničnih usluga, aktivnosti i programa za korisnike, jer se temelje na aktivnom uključivanju javnosti i korisničke zajednice u knjižnične aktivnosti i dozvoljavaju djelomičnu korisničku autonomiju u kreiranju knjižničnih programa, a uz to mogu predstavljati i način da se ostvare financijske uštede i potencijalno nadomjesti manjak knjižničnih djelatnika ili neadekvatnost prostora djelomičnim premještanjem programa na internet i parcijalnim prepuštanjem organizacije mrežnoj korisničkoj zajednici.

Kao što je već ranije rečeno, sadržajima koje stvaraju korisnici smatra se korisnička aktivnost koja na internetu ostavlja nekakav trag. To može biti rangiranje i/ili komentiranje sadržaja koje je objavila neka privatna osoba, ustanova ili korporacija ili postavljanje vlastitih uradaka. Sadržaji koje stvaraju korisnici mogu okupljati i istomišljenike, stvarajući tako mrežne zajednice sa zajedničkim interesima, čiji se članovi međusobno savjetuju ili komentiraju postavljena autorska djela koja je postavio sam autor.

¹¹¹ Holmberg, Kim et al. What is library 2.0? // Journal of Documentation 65, 4(2009), 668 - 681. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1805569>

¹¹² Špiranec, Sonja., Knjižnica 2.0 – afirmacija ili napuštanje izvornih načela knjižnica? // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 59-69.

Upravo iz tog razloga sadržaji koje stvaraju korisnici postali su vrlo interesantni komercijalnim internetskim korisnicima, ali i privatnim osobama, neprofitnim organizacijama, ustanovama i interesnim skupinama jer omogućuju nesmetan protok informacija s dodanom vrijednošću. Primjerice, internetska knjižara Amazon¹¹³ već dugi niz godina svojim korisnicima nudi mogućnost da ocjenjuju i komentiraju „predmete“¹¹⁴ koje su kupili, gledali ili ih žele. Također, moguće je napraviti i osobne liste željenih „predmeta“ temeljem kojih Amazon stvara personaliziranu ponudu za svakog korisnika.

Internet Movie Database (IMDB)¹¹⁵ je internetska stranica posvećena filmu i televiziji koja registriranim korisnicima omogućava rangiranje i komentiranje sadržaja što drugim korisnicima daje dodatne informacije o nekom filmu ili televizijskoj seriji. Uz to, registrirani korisnik može kreirati tzv. „watchlist“ odnosno popis filmova i serija koje redovito prati ili ih planira gledati, ili liste filmova i serija vezanih nekom tematikom, koje može javno objaviti na IMDB-u i koje ostali korisnici mogu komentirati. Naslovi filmova/serija ujedno su i poveznice koje će korisnika odvesti do stranice filma/serije. Korištenje osnovnih mogućnosti IMDB-a je besplatno dok se dodatne mogućnosti naplaćuju.

LibraryThing¹¹⁶ je internetska aplikacija koja omogućava „katalogiziranje“ knjiga koje korisnici posjeduju ili žele posjedovati, odnosno internetski „knjižni klub“. Omogućava dodavanje „tagova“, ocjenjivanje, preporuke i komentiranje sadržaja. Prilikom stvaranja vlastitog „kataloga“ korisnik upisivanjem osnovnih podataka o knjizi dobiva pristup zapisu koji postoji na Amazonu ili u nekom od online kataloga knjižnica koje sudjeluju u ovom projektu (uključujući i Kongresnu knjižnicu u Washingtonu, SAD), a zatim uređuje svoj katalog dodajući dodatne informacije. Svoj „katalog“ korisnik može podijeliti s ostalim korisnicima. Moguće je i stvaranje interesnih grupa ili sudjelovanje u forumima.

¹¹³ Amazon homepage. <http://www.amazon.com/> [citirano: 2014-07-20].

¹¹⁴ Iako je Amazon.com primarno osnovan kao on line knjižara, već dugi niz godina u svojoj ponudi ima i glazbu, film, odjeću, tehniku, informatičku opremu itd., a unazad nekoliko godina i e-knjige koje su pohranjene u posebnom formatu čitljivom samo putem Amazonovih e-čitača.

¹¹⁵ Internet Movie Database homepage. <http://www.imdb.com/> [citirano: 2014-07-20].

¹¹⁶ LibraryThing homepage. <https://www.librarything.com/> [citirano: 2014-07-20].

Facebook grupa „Knjižničari“¹¹⁷ interesna je mrežna grupa čiji članovi dijele sadržaje vezane uz knjižničarstvo, knjižničnu građu, stručne probleme i sl. Online komunikacija omogućava brz protok informacija i sadržaja. Korisnici na „zidu“ grupe objavljuju novosti i informacije, različite stručne materijale, ali i traže i dobivaju stručnu pomoć i savjet od drugih članova grupe.

Internetska stranica Sketchoholic¹¹⁸ je neprofitna organizacija koja okuplja umjetnike, ilustratore, crtače, karikaturiste itd. nudeći im mogućnost međusobnog povezivanja, širenja profesionalnih kontakata i objavljivanja uradaka. Organiziranjem online natječaja na zadanu temu korisnici ove stranice imaju mogućnost da njihove radove vidi široka publika, a pobjednici svakog natječaja dobivaju priliku da njihov rad bude objavljen u e-knjizi.

Internetska stranica glazbenog sastava „Hari & Fat Sons“¹¹⁹ mjesto je na kojem su članovi ovog sastava javno objavili i dozvolili preuzimanje svojih autorskih glazbenih uradaka i na taj način ih učinili besplatno dostupnima zainteresiranoj javnosti. Na stranici su javno dostupni i videospotovi objavljenih pjesma s izravnim poveznicama na YouTube gdje je omogućeno komentiranje i ocjenjivanje videospotova.

Navedeni primjeri korištenja i stvaranja sadržaja koje stvaraju korisnici ilustracija su onoga što oni nude, kako se s njima može postupati i ukazuju na načine kako bi se mogli primijeniti u knjižnicama.

S obzirom na to da su sadržaji koje stvaraju korisnici u uslugama knjižnica novost, za sada nije dostupna relevantna literatura o korištenju, primjeni, učincima i rezultatima korištenja i primjene sadržaja koje stvaraju korisnici u uslugama i programima knjižnica. Međutim, dostupni su neki praktični primjeri.

Primjerice, New York Public Library¹²⁰ koristi aplikaciju BiblioCommons za pretraživanje i korištenje knjižničnog kataloga. BiblioCommons¹²¹ korisnicima daje, osim klasičnih usluga kao što su dostupnost djela na nekoj lokaciji unutar knjižnične mreže, i mogućnost uvida u sadržaj odabranog djela i književne kritike te slikovni

¹¹⁷ Facebook grupa Knjižničari. <https://www.facebook.com/groups/knjiznica/> [citirano: 2014-07-20].

¹¹⁸ Sketchoholic homepage. <http://www.sketchoholic.com/> [citirano: 2014-07-20].

¹¹⁹ Hari & Fat Sons homepage. <http://www.hariandfatsons.com/> [citirano: 2014-07-20].

¹²⁰ New York Public Library homepage. <http://www.nypl.org/> [citirano: 2014-07-20].

¹²¹ The great Gatsby. http://nypl.bibliocommons.com/item/show/18320314052907_the_great_gatsby [citirano: 2014-07-20].

prikaz naslovnice. Također, korisnici sami mogu napisati svoj kritički osvrt ili preporuku za odbrano djelo, ocijeniti ga zvjezdicama, staviti na popise pročitanih i željenih knjiga ili podijeliti zapis na nekoj od društvenih mreža. Postoji i mogućnost „tagiranja“.

Na sličan način koristi se i aplikacija WorldCat¹²² koja brojnim knjižnicama daje slične mogućnosti kakve ima i BiblioCommons.

Australska nacionalna knjižnica¹²³ (National Library of Australia) u suradnji s korisnicima radila je projekt ispravljanja digitaliziranih tekstova u sklopu „Australian Newspapers Digitisation Program“. Korisnici su knjižničarima pomagali dodajući „tagove“ i komentare te ispravljajući netočne tekstove.¹²⁴

Nadalje, Kongresna knjižnica pokrenula je „Flickr Pilot Project“ s idejom da putem mrežnog servisa za pohranu fotografija i video sadržaja Flickr objavi digitalizirane fotografije te od javnosti zatraži da se aktivno uključi dajući dodatne informacije o objavljenim fotografijama.¹²⁵ U ovaj se projekt, u konačnici, uključilo još nekoliko institucija, stvarajući tako „The Commons.“¹²⁶

Njemačka nacionalna knjižnica¹²⁷ (Deutsche Nationalbibliothek) iskoristila je sadržaje koje stvaraju korisnici surađujući s Wikipedijom njemačkog govornog područja povezujući normativne zapise za autorske odrednice iz svog online kataloga sa zapisima na Wikipediji.¹²⁸

S obzirom na kompleksnost uključivanja sadržaja koje stvaraju korisnici u knjižnične usluge i aktivnosti treba spomenuti članak pod naslovom „Strateško planiranje za

¹²² Worldcat homepage. <https://www.worldcat.org/> [citirano: 2014-07-20].

¹²³ National Library of Australia homepage. <http://www.nla.gov.au/> [citirano: 2014-07-20].

¹²⁴ Holley, Rose. Crowdsourcing: how and why should libraries do it? // D-Lib Magazine 16, 3/4(2010). [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://www.dlib.org/dlib/march10/holley/03holley.html>

¹²⁵ Springer, Michelle et al. For the common good: The Library of Congress : Flickr pilot project. October 30, 2008. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf

¹²⁶ The Commons. <https://www.flickr.com/commons> [citirano: 2014-07-20].

¹²⁷ Deutsche Nationalbibliothek homepage. http://www.dnb.de/EN/Home/home_node.html [citirano: 2014-07-20].

¹²⁸ Danowski, Patrick. Library 2.0 and user-generated content: what can the users do for us? // World Library and Information Congress: 73rd IFLA General Conference and Council, 19-23 August 2007, Durban, South Africa. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/113-Danowski-en.pdf>

održavanje sadržaja koje stvaraju korisnici u digitalnim zbirkama¹²⁹ koji donosi niz savjeta i razrađenu strategiju za uključivanje ovakvih vrsta sadržaja u knjižničarski rad.

Za sada se ipak čini da se sadržaji koje stvaraju korisnici u knjižnicama većinom svode na interaktivne knjižnične kataloge dok o drugačijim sadržajima koje stvaraju korisnici u knjižničnim uslugama nema puno dostupnih podataka.

Međutim, osim prednosti koje knjižnice mogu dobiti iz sadržaja koje stvaraju korisnici, knjižničari moraju biti svjesni i mogućih problema vezanih uz takve aktivnosti. Prvenstveno to može biti pitanje zaštite i kršenja autorskih prava, a osim toga, knjižnice, koje se odluče na ovakav način organizacije događanja i okupljanje ili prikupljanje sadržaja koje stvaraju korisnici moraju imati knjižničare osposobljene za takav rad, osobe koje posjeduju i više nego osnovne informacijske, računalne i medijske pismenosti – one moraju razumjeti kako funkcionira web 2.0 i njegovi alati i moraju se u njima suvereno snalaziti, biti knjižničari 2.0.

3.2. Knjižničar 2.0

Promjene koje su zahvatile knjižnice pa se one sada razvijaju u pravcu da postanu knjižnice 2.0, zahvatile su i knjižničare. Benson i Favini tu promjenu nazivaju „evoluirajućim knjižničarom“¹³⁰ navodeći nadalje kako knjižničari moraju učiti i usvojiti nove tehnologije kako bi potpomogli da se knjižnice razviju u nove informacijske prostore, zaključujući na kraju kako evoluirajući knjižničar zapravo nije novost nego nastavak onoga što knjižničari oduvijek rade – identificiraju, shvaćaju i integriraju nove tehnologije u knjižničarske sfere.¹³¹

„Knjižničar 2.0 je guru informacijskog doba“¹³² napisao je 2005. godine Stephen Abram, objašnjavajući pritom kako knjižničar 2.0 mora posjedovati duboko shvaćanje korisnika i njihovih stvarnih potreba što može postići ako razumije snagu koja se krije

¹²⁹Lampert, Cory; Su Kim Chung. Strategic planning for sustaining user-generated content in digital collections / *Library Innovation* 2, 2(2011), 74 - 93. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://www.libraryinnovation.org/article/view/119/242>

¹³⁰Benson, Amy; Robert Favini. Evolving web, evolving librarian // *Library Hi Tech News* 23, 7(2006), Str. 18 [citirano 2014-01-12]. Dostupno na: <https://mapule276883.pbworks.com/f/Evolving%20web,%20evolving%20librarian.pdf>

¹³¹Benson, Amy; Robert Favini. Nav. dj.

¹³²Abram, Stephen. Web 2.0 – Huh?! *Library 2.0, librarian 2.0* // *Information Outlook* 9, 12(2005), Str. 46.

unutar weba 2.0, usvoji korištenje najvažnijih alata weba 2.0 i knjižnice 2.0, kombinira elektroničke i tiskane izvore, barata elektroničkim uređajima svih vrsta, povezuje ljude, tehnologiju i informacije u kontekst, za obradu građe koristi se folksonomijama, „tagiranjem“ deskriptorima koje su stvorili korisnici, koristi se i razvija društvene mreže, shvaća stvarnu ulogu i utjecaj blogosfere, wikisfere i web sindikacija i tako dalje.¹³³

Partridge, Lee i Munro proveli su tijekom 2009. istraživanje koje je, između ostalog, za cilj imalo utvrditi tko je knjižničar 2.0 i kakve su njegove vještine i znanje. Istraživanje je provedeno na uzorku od 81 australskog knjižničara iz svih vrsta knjižnica, svih razina obrazovanja i upravljanja. Prema dobivenim rezultatima, knjižničar 2.0 je zainteresiran cjeloživotno učiti, sklon je istraživanju i eksperimentiranju. Knjižničar 2.0 dijeli znanje s kolegama, mentor je i učitelj. Knjižničar 2.0 ne mora biti stručnjak za računalnu tehnologiju, ali tu tehnologiju mora poznavati i shvaćati.¹³⁴

Huvila, Holmberg, Kronqvist-Berg, Nivakoski i Widén u svom su istraživanju željeli utvrditi što je knjižničar 2.0, odnosno kako sami knjižničari razmišljaju o tom terminu. Istraživanje je provedeno na uzorku od 100 finskih knjižničara, koji su trebali opisati i navesti ključne riječi koje označavaju knjižničara 2.0. Iz analize dobivenih podataka autori su zaključili kako knjižničar 2.0 treba biti kompetentan za korištenje interneta, interaktivan, okrenut prema korisnicima, suvremen, aktivan, usmjeren prema internetu, proizvođač, virtualan i otvoren.¹³⁵

Navedene definicije i karakteristike knjižničara 2.0 pokazuju kako je knjižničar 2.0 računalno, informacijski i medijski pismen.

Računalna, informacijska i medijska pismenost na prvi se pogled mogu činiti istoznačnicama, ali one to nisu. Svaka od ovih pismenosti specifična je, postoji sama za sebe i podrazumijeva setove različitih vještina i potrebnih znanja.

¹³³ Abram, Stephen . Nav. dj.

¹³⁴ Partridge, Helen; Julie Lee; Carrie Munro. Becoming „librarian 2.0“: the skills, knowledge, and attributes required by library and information science professionals in Web 2.0 world (and beyond). // *Library trends* 59, 1-2(2010.), 315-335 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <https://www.mysciencework.com/publication/read/4756051/becoming-librarian-2-0-the-skills-knowledge-and-attributes-required-by-library-and-information-science-professionals-in-a-web-2-#page-1>

¹³⁵ Huvila, Isto et al. What is librarian 2.0? – new competencies or interactive relations? *Library professional viewpoint* // *Journal of Librarianship and Information Science* 45, 2(2013), 198-205.[citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://lis.sagepub.com/content/45/3/198.full.pdf+html>

3.2.1. Računalna pismenost

Računalna pismenost (ili informatička) su „znanja i vještine potrebne za razumijevanje informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ICT), uključujući hardver, softver, sustave, mreže (lokalne mreže i internet) i sve druge komponente računalnih i telekomunikacijskih sistema“¹³⁶ što se ostvaruje putem „definirane razine uporabe i operiranja računalnim sustavima, mrežama i programima... Dok se informacijska pismenost bavi sadržajem, računalna se odnosi na tehnologiju, infrastrukturu i tehnološki 'know-how'“¹³⁷ i obuhvaća „...upoznavanje s vještinama potrebnim za rad s različitim paketima računalnih aplikacija - obrada teksta, baze podataka, proračunske tablice, itd. - zajedno s nekim općim IT vještinama, kao što su kopiranje diskova i stvaranja ispisa“¹³⁸

Za računalnu pismenost Horton kaže da „označava skup vještina, stavova i znanja potrebnih za razumijevanje i djelovanje osnovnih funkcije informacijskih i komunikacijskih tehnologija, uključujući i uređaje i alate kao što su osobna računala (PC), prijenosna računala, mobiteli, iPod, BlackBerrys i tako dalje. Računalna pismenost je obično podijeljena na hardversku i softversku pismenost, a tim da se prva odnosi na osnovna znanja o korištenju osnovne osobnih računala i laptopa te poznavanje funkcija kao što su miš, priključivanje monitora na središnju procesorsku jedinicu, korištenje pisača, i tako dalje, dok se potonja odnosi na učenje kako koristiti različite vrste programa za obradu teksta, proračunskih tablica, grafičkih paketa, PowerPointa za izradu prezentacija...“¹³⁹

¹³⁶Lau, Jesús. IFLA guidelines on information literacy for lifelong learning : final draft. 2006. Str. 7 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno: <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-en.pdf>

¹³⁷Špiranec, Sonja. Informacijska pismenost – ključ za cjeloživotno učenje // Časopis Edupoint 3, 17(2006), Str. 8 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: http://edupoint.carnet.hr/casopis/cimages/edupoint/ep_17_1.pdf

¹³⁸Bawden, David. Information and digital literacies; a review of concepts // Journal of Documentation 57, 2(2001), Str. 223 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/105803/1/bawden.pdf>

¹³⁹Horton, Forest Woody, Jr. Understanding information literacy: a primer: an easy-to-read, non-technical overview explaining what information literacy means, designed for busy public policy-makers, business executives, civil society administrators and practicing professionals. UNESCO, 2008. Str. 54 [citirano: 2015-06-14]. Dostupno na <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>

Uzevši u obzir prethodne definicije računalne pismenosti, ona je shvaćanje i sposobnost korištenja računalne tehnologije i onog što je s njom povezano. To može biti samo pukom korištenje računala, tableta, pametnih telefona, interneta ili računalnih programa (osnovna računalna pismenost), ali podrazumijeva i puno dublje značenje. Istinska računalna pismenost zahtijeva i shvaćanje tehnologije koja se koristi te njenih različitih primjena, pozitivnih i negativnih strana, prednosti, nedostataka i mogućih opasnosti.

3.2.2. Medijska pismenost

Medijska pismenost prema Hortonu¹⁴⁰ je skup vještina, stavova i znanja potrebnih za razumijevanje i korištenja različitih vrsta medija i formata kojima se informacije komunicira od pošiljatelja do primatelja, kao što su slike, zvuk i video. Ta komunikacija može biti između pojedinaca, može biti masovna - između jednog pošiljatelja i više primatelja ili obrnuto, između puno pošiljatelja i jednog primatelja. To je znanje obuhvaća kako i kada koristiti novine, časopise, radio, TV-stanice, kablovsku televiziju, CD-ROM-ove, DVD-e, mobilne telefone, PDF ili HTML tekstualne formate, JPEG ili JIF formate za fotografije i grafike, ali i interaktivnu tehnologiju, primjerice zaslon osjetljiv na dodir.

Medijska pismenost su „znanja i vještine potrebne za razumijevanje svih medija i formata u kojima se podaci, informacije i znanje stvaraju, pohranjuju, priopćuju i prezentiraju, odnosno, tiskane novine i časopisi, radio, televizija, kablovsko emitiranje, CD-ROM-ovi, DVD-i, mobilni telefoni, PDF format teksta i JPEG format za fotografije i grafiku.“¹⁴¹

Ona se sastoji od „znanja, stavova, zbira vještina potrebnih da se zna kada i za što je informacija potrebna; gdje i kako doći do potrebne informacije; kako ju kritički vrednovati i organizirati nakon što je pronađena; i kako ju na etičan način koristiti. Taj se koncept proteže izvan komunikacije i informatičke tehnologije kako bi obuhvatio učenje, kritičko razmišljanje i interpretativne vještine kroz i preko profesionalnih i obrazovnih granica. Medijska i informacijska pismenost uključuje sve vrste izvora

¹⁴⁰ Horton, Forest Woody, Jr. Nav. dj.

¹⁴¹ Lau, Jesús. Nav. dj. Str. 7

informacija: usmene, pisane i digitalne¹⁴² i odnosi se na „sposobnost 'konzumiranja' i kritičkog razmišljanja o informacijama dobivenim putem masovnih medija poput televizije, radija, novina, a danas i interneta.“¹⁴³

Izrazom „medijska pismenost“ zapravo se opisuje „kritičko mišljenje u ocjeni informacije dobivene od masovnih medija: televizije, radija, novina i časopisa i (sve više) interneta.“¹⁴⁴

Okruženost različitim vrstama medija (uključujući i masovne medije), putem kojih dopiru bezbrojne informacije rezultira potrebom da se te informacije shvate, kritički promatraju, usvoje ili odbace. Svaki od medija na kojem se informacije nalaze ili kroz koji dolaze, poseban je u svojim karakteristikama, mogućnostima i namjenama. Shvaćanje tih razlika te sposobnost procesuiranja tako prikupljenih informacija je medijska pismenost.

3.2.3. Informacijska pismenost

Informacije dostupne svima, neistine objavljene kao činjenice, mrežni alati i aplikacije koji podržavaju i potiču društveno umrežavanje i komunikaciju i, u konačnici, sadržaji koje stvaraju korisnici, autorska prava i internetski bonton, sve su to činitelji informacijske pismenosti današnjice pa će informacijskoj pismenosti biti posvećeno malo više prostora posebno u onom dijelu koji se tiče strateških dokumenata koji opisuju ulogu knjižničarske zajednice u informacijskom opismenjavanju.

Informacijska pismenost je osnova na kojoj se razvijaju ostale vrste pismenosti odnosno početak cjeloživotnog učenja i temelj na kojem se gradi kritičko razmišljanje i „može biti prikazana kao kišobran čija je drška osnovna pismenost, a različiti aspekti informacijske pismenosti su žbice kišobrana. Tako opremljena osoba dobro je pripremljena za izazove i promjene u osobnom i poslovnom životu“¹⁴⁵ (Slika 7.).

¹⁴² IFLA media and information literacy recommendations. 2011. Str. 1.[citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/media-info-lit-recommend-en.pdf>

¹⁴³ Špiranec, Sonja. Nav. dj. Str. 8

¹⁴⁴ Bawden, David. Nav. dj. Str. 223

¹⁴⁵ Breivik, Patricia Senn. Information literacy and lifelong learning: the magical partnership. // Conference papers for the inaugural International Lifelong Learning Conference Yeppoon Queensland Australia, July 17. – 19. 2000. Str. 1 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://bivir.uacj.mx/dhi/DoctosNacioInter/INFORMATIONLITERACYANDLIFELONGLEARNING.htm>



Slika 7. „Kišobran“ informacijske pismenosti¹⁴⁶

Pojam „informatička pismenost“ prisutan je već 40 godina. Prvi ga je puta koristio Paul G. Zurkowski 1974. u izvještaju „The Information Service Environment Relationships and Priorities“¹⁴⁷ napisanom za Državnu komisiju za knjižnice i informacijsku znanost. Zurkowski je smatrao kako se informatički pismenim osobama mogu smatrati osobe koje su „obučene za korištenje informatičkih izvora u svom poslu... One su naučile tehnike i vještine potrebne za korištenje širokog raspona informatičkih alata kao primarnih izvora oblikujući informacije i rješenja prema svojim problemima.“¹⁴⁸ te se zalagao za uvođenje nacionalnog programa za postizanje informatičke pismenosti do 1984. godine.

Zurkowski je ovime postavio temelje za daljnje razvijanje shvaćanja informatičke pismenosti. Tijekom 40 godina definicije informatičke pismenost, ali i sama informatička pismenost, su se razvijale, prateći tehnološki i društveni razvoj.

¹⁴⁶ Slika preuzeta iz Breivik, PatriciaSenn. Nav. dj.

¹⁴⁷ Zurkowski, Paul G. The information service environment relationships and priorities : related paper No. 5., Washington : National Commission on Libraries and Information Science, 1974. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://community.eldis.org/?233@@@.5b67aa1f/5!enclosure=.5b683007>

¹⁴⁸ Zurkowski, Paul G. Nav. dj. Str. 6.

Među važnijim teoretičarima i informacijskim stručnjacima koji su se bavili ili se bave ovom temom svakako treba spomenuti Kuhlthau,¹⁴⁹ Doyle,¹⁵⁰ Bundy,¹⁵¹ Bawden,¹⁵² Webber i Johnstona,¹⁵³ Huvilu¹⁵⁴ i Špiranec,¹⁵⁵ od kojih je svaki dao svoj doprinos razumijevanju i razvoju informacijske pismenosti.

Za knjižničarsku zajednicu važno je nekoliko dokumenata koji se tiču informacijske pismenosti.

Još je 1989. Predsjednički odbor o informacijskoj pismenosti Američkog knjižničarskog udruženja, u svom završnom izvještaju naveo sljedeće: „Informacijska je pismenost vještina potrebna za preživljavanje u informacijskom dobu. Umjesto utapanja u obilju informacija, informacijski pismene osobe znaju kako pronaći, vrednovati i efektivno koristiti informacije za rješavanje određenog problema ili donošenje odluka – bez obzira dolazili odabrana informacija s računala, iz knjige, vladine agencije, filma ili nekog drugog dostupnog izvora.“¹⁵⁶ Nadalje, u istom je dokumentu navedeno kako su „u konačnici, informacijski pismene osobe one koje su naučile kako učiti. One znaju učiti jer znaju kako je znanje organizirano, kako pronaći informaciju i kako informaciju koristiti na način na koji će i drugi moći učiti od njih. To su ljudi pripremljeni za cjeloživotno učenje jer uvijek mogu pronaći informaciju koja im je potrebna za bilo koji

¹⁴⁹ Kuhlthau, Carol Collier. Information skills for an information society : a review of research. An ERIC Information Analysis Product. Syracuse : Syracuse University, 1987. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED297740.pdf>

¹⁵⁰ Doyle, Christina. S. Information literacy in an Information society : a concept for the information age. Syracuse : Syracuse University, 1994. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na http://books.google.hr/books?id=Z1IJ6A97WnsC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

¹⁵¹ Bundy, Alan. Information literacy : the key competency for the 21st century.// Proceedings of the IATUL Conferences. Paper 5, 1998. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1419&context=iatul>

¹⁵² Bawden, David. Nav. dj.

¹⁵³ Webber, Sheila; Bill Johnston. Conceptions of information literacy: new perspectives and implications // Journal of Information Science 26, 6(2000), 381 - 397.[citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://jis.sagepub.com/content/26/6/381.full.pdf+html>

¹⁵⁴ Huvila, Isto. The complete information literacy? Unforgetting creation and organization of information // Journal of Information Science 43, 4(2011), 237 - 245. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://jis.sagepub.com/content/43/4/237.full.pdf+html>

¹⁵⁵ Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Informacijska pismenost : teorijski okviri i polazišta. Zagreb : Zavod za informacijske studije, 2008.

¹⁵⁶ Presidential Committee on Information Literacy : final report. 1989. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential#importance>

zadatak ili odluku.”¹⁵⁷ To je, ujedno, i najšire prihvaćena definicija informacijske pismenosti.

Američko knjižničarsko društvo (American Library Association - ALA) je već dugi niz godina posvećen radu na razvijanju informacijske pismenosti. Informacijskom se pismenošću bavi Društvo za sveučilišne i znanstvene knjižnice (Association of College and Research Libraries - ACRL), jedna od ALA-inih sekcija. Na njihovim se internetskim stranicama nalaze detaljni dokumenti koji objašnjavaju pojam informacijske pismenosti pa tako i definicija „Informacijska pismenost je set vještina potrebnih za pronalaženje, dohvaćanje, analiziranje i korištenje informacija“.¹⁵⁸

„Standardi kompetencija informacijske pismenosti za visoko obrazovanje“¹⁵⁹ ALA-in je dokument kojeg je izradio ACRL. U tom je dokumentu detaljno pojašnjen pojam informacijske pismenosti kao i razlika između računalne i informacijske pismenosti. Svrha je tog dokumenta postaviti razinu kompetencija koje studenti trebaju savladati tijekom svog visokoškolskog obrazovanja pri čemu je naglasak stavljen na zajedničko i usklađeno djelovanje nastavničkog osoblja, knjižničara i administracije putem zadovoljavanja 5 osnovnih standarda: informacijski pismeni student zna odrediti prirodu i širinu informacije koja mu je potrebna, potrebnoj informaciji pristupa efektivno i efikasno, kritički procjenjuje informaciju i izvor te pripaja informaciju svom znanju i vrijednosnom sustavu, individualno ili kao član grupe efektivno koristi informaciju za postizanje specifične svrhe, shvaća ekonomska, pravna i socijalna pitanja vezana uz korištenje pronađene informacije te informaciji pristupa i koristi ju na etičan i legalan način. Svaki od ovih pet standarda detaljno je razrađen kako bi se iz njih mogao stvoriti kurikulum za stjecanje informacijske pismenosti tijekom studija te evaluirati postignuća studenata.

Institut za informacijsku pismenost Australije i Novog Zelanda (Australian and New Zealand Institute for Information Literacy) i Savjet australskih sveučilišnih knjižničara (Council of Australian University Librarians) preuzeli su ovaj dokument te na temelju njega izradili „Okvir informacijske pismenosti za Australiju i Novi Zeland: principi,

¹⁵⁷ Nav. dj.

¹⁵⁸ Introduction to information literacy. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.ala.org/acrl/issues/infolit/overview/intro>

¹⁵⁹ Information literacy competency standards for higher education. Chicago, The Association of College and Research Libraries, A division of the American Library Association, 2000. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/standards/standards.pdf>

standardi i praksa“¹⁶⁰ proširivši definiciju informacijske pismenosti i broj standarda koje studenti trebaju tijekom studija usvojiti. Dokument je utemeljen i na „Izjavi o informacijskoj pismenosti za sve Australce“¹⁶¹ koju je 2006. godine objavilo Australsko knjižničarsko i informacijsko društvo (Australian Library and Information Association - ALIA).

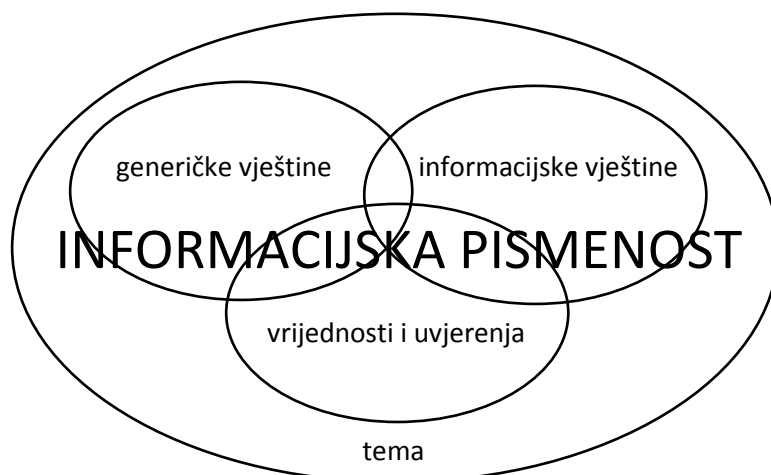
Prema „Okviru“ informacijski pismene osobe posjeduju niz vještina (Slika 8.) te „prepoznaju potrebu za informacijama, u stanju su odrediti koja im je količina informacija potrebna, efikasno pristupaju informacijama, kritički procjenjuju informacije i njihove izvore, prikupljene ili generirane informacije klasificiraju, pohranjuju, barataju i prepravljaju, odabrane informacije ugrađuju u svoju bazu znanja, efektivno koriste informacije za učenje, stvaranje novog znanja, rješavanje problema i donošenje odluka, shvaćaju ekonomske, pravne, socijalne, političke i kulturne ishode koji proizlaze iz korištenja informacija, informacijama pristupaju etično i legalno, koriste informacije i znanje za građansko sudjelovanje, doživljavaju informacijsku pismenost kao dio neovisnog i cjeloživotnog učenja.“¹⁶² Što se tiče standarda koji identificiraju informacijski pismenu osobu, njih je šest i to: informacijski pismena osoba prepoznaje potrebu za informacijom i u stanju je odrediti prirodu i širinu potrebnih informacija, ona brzo i efikasno pronalazi informaciju koja joj je potrebna, a zatim kritički procjenjuje pronađene informacije i njihove izvore, upravlja informacijama koje su pronađene ili generirane, primjenjuje prijašnje i nove informacije za konstruiranje novih koncepata ili novih shvaćanja, informacije koristi shvaćajući i prepoznajući kulturna, etička, ekonomska, socijalna i pravna pitanja vezana uz neku informaciju.¹⁶³

¹⁶⁰ Australian and New Zealand information literacy framework: principles, standards and practice. Second ed. Adelaide : Australian and New Zealand Institute for Information Literacy, 2004. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.library.unisa.edu.au/learn/infolit/Infolit-2nd-edition.pdf>

¹⁶¹Statement on information literacy for all Australians. 2006.[citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.alia.org.au/about-alia/policies-standards-and-guidelines/statement-information-literacy-all-australians>

¹⁶² Nav. dj.

¹⁶³ Nav. dj.



Slika 8. Elementi informacijske pismenosti¹⁶⁴

Međunarodni savez knjižničarskih udruga i ustanova (International Federation of Library Associations - IFLA) definirao informacijsku pismenost je kroz dva dokumenta - „Smjernice o informacijskoj pismenosti za cjeloživotno učenje“,¹⁶⁵ i „IFLA-ine preporuke o medijskoj i informacijskoj pismenosti“¹⁶⁶

IFLA-ine Smjernice imaju za cilj dati okvir djelovanja i pomoć onim knjižničarima koji se žele uključiti u edukaciju za informacijsku pismenost ili takav program žele pokrenuti pojašnjavajući kako je informacijska pismenost evoluirala od nekadašnjih knjižničnih instrukcija i programa koji su se bazirali na vještinama traženja informacija do današnjeg koncepta koji se fokusira na korištenje informacije, a ne na njeno traženje pomoću bibliografskih vještina.¹⁶⁷ Sastoje se od nekoliko poglavlja koja obuhvaćaju teorijski pristup informacijskoj pismenosti i cjeloživotnom učenju te praktični pristup organizaciji edukacije iz ovog područja, a cijelo jedno poglavlje posvećeno je važnosti obrazovanja samih knjižničara te ulozi knjižnica kao ustanova koje potiču cjeloživotno učenje knjižničara jer „bez obzira na njenu veličinu i izvore, knjižnica ima važnu ulogu kao dio institucionalnog obrazovanja za informacijsku pismenost. Knjižničari i drugi informacijski stručnjaci trebali bi biti promotori programa i aktivnosti za razvijanje informacijske pismenosti jer su njihove knjižnice ili informacijski centri: repozitoriji

¹⁶⁴ Slika preuzeta iz Australian and New Zeland information literacy framework: principles, standards and practice, str. 7

¹⁶⁵ Lau, Jesús. Nav. dj.

¹⁶⁶ Nav. dj.

¹⁶⁷ Lau, Jesús. Nav. dj.

znanja, rezervoari informacija pohranjenih u različitim formatima, centri u kojima su knjižničari – informacijski stručnjaci, odjeli koji imaju prostore za učenje, mjesta interakcije s drugim osobama koje uče, mjesto za socijalizaciju kroz znanje, mjesto gdje se nalaze informacijski savjetnici/ informatori specijalisti, središta s pristupom računalima namijenjenim za procesiranje i komunikaciju znanja, prolaz k internetu – svijetu informacija.“¹⁶⁸

IFLA-ine preporuke sastoje se od dva dijela. Prvi dio pojašnjava što su informacijska i medijska pismenost, a drugi dio su preporuke vladama i organizacijama koje bi korake trebali poduzeti kako bi se razvijale i informacijska i medijska pismenost. Ukratko, IFLA preporučuje vladama i organizacijama da utvrde stanje u društvu u vezi sa informacijskom i medijskom pismenošću, da podupru stručno usavršavanje učitelja, knjižničara, arhivista, osoba koje se bave zdravljem i ljudima i sl. u području informacijske i medijske pismenosti, da uvedu informacijsku i medijsku pismenost u kurikulum cjeloživotnog učenja i to prepoznaju kao ključne elemente razvoja.¹⁶⁹

O važnosti koju knjižničarska zajednica ima za razvoj informacijske pismenosti svjedoči dokument pod nazivom „High-Level Colloquium on Information Literacy and Lifelong Learning: Final Draft“¹⁷⁰ koji je nastao 2006. godine nakon sastanka održanog u Knjižnici Alexandrina (Aleksandrija, Egipat) na kojem su sudjelovali brojni svjetski stručnjaci iz područja informacijske pismenosti, a održavanje su sponzorirali Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO), Nacionalni forum o informacijskoj pismenosti (National Forum on Information Literacy - NFIL) i IFLA.

Dio tog dokumenta je i „Alexandrian Proclamation“¹⁷¹ koji poziva na ulaganje u cjeloživotno učenje i razvoj informacijske pismenosti te niza zapisnika sa održanih sastanaka. Iako je sadržajno sam dokument u svojoj srži sličan ranije navedenim dokumentima, njegova se važnost očituje u suradnji UNESCO-a i IFLA-e, čime je jasno

¹⁶⁸ Nav. dj. Str. 8. i 14.

¹⁶⁹ Nav. dj.

¹⁷⁰ High-level colloquium on information literacy and lifelong learning : report of a meeting. // Bibliotheca Alexandrina, Alexandria, Egypt. November 6-9, 2005. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/high-level-colloquium-2005.pdf>

¹⁷¹ Nav. dj. Str. 3.

ukazano na važnost knjižničarske zajednice i drugih informacijskih stručnjaka na razvoju i provedbi programa te promicanju informacijske pismenosti.

3.2.4. Hrvatski knjižničar 2.0 u svjetlu računalne, medijske i informacijske pismenosti

Za knjižnicu 2.0 i knjižničara 2.0 koji se u svom radu koristi alatima weba 2.0, računalna, informacijska i medijska pismenost nerazdvojne su i ne mogu se gledati odvojeno.

Ranije navedeni dokumenti, ali i brojni drugi, posebno oni koji se tiču informacijske i medijske pismenosti u okruženju informacijskih ustanova i zajednici informacijskih stručnjaka, uz važnost obrazovanja za računalnu, informacijsku i medijsku pismenost u školama, a posebice na fakultetima, naglašavaju i ulogu knjižnica odnosno knjižničara kao informacijskih i medijskih „odgojitelja“ čija je zadaća obrazovati korisnike, lokalne zajednice i cjelokupnu javnost, bilo da u tome sudjeluju kao članovi ekspertnih timova u sklopu školskih i visokoškolskih kurikuluma ili kao autori i provoditelji programa informacijskog i medijskog opismenjavanja u narodnim knjižnicama.

Računalna, informacijska i medijska pismenost samih knjižničara je preduvjet da oni postanu informacijski „odgojitelji“ i medijski stručnjaci koji shvaćaju svijet weba 2.0. pa samim time i knjižnica 2.0.

Usporedna studija dostupnih redovnih diplomskih studijskih programa knjižničarstva u Hrvatskoj iz 2009. godine¹⁷² pokazuje kako su zagrebački, osječki i zadarski studiji u sklopu izvedbenih programa imali zastupljene kolegije koji se odnose na razvoj informacijske pismenosti, primjerice kolegiji „Informacijsko društvo“ (Osijek, Zadar), „Informacijski izvori i služba“ (Zagreb), „Principi informacijskog pretraživanja“ (Osijek), „Principi pretraživanja informacija“ (Zadar), „Internetska kultura“ (Zagreb). Međutim niti jedan od ovih diplomskih studija knjižničarstva nije imao kolegije koji se odnose na računalnu ili medijsku pismenost koje su jednako važne za knjižničarsku struku, kao i informacijska pismenost.

¹⁷² Živković, Danijela. Usporedba ciljeva knjižničarskih studija u Hrvatskoj // Cjeloživotno učenje knjižničara : ishodi učenja i fleksibilnost. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009. Str. 69 – 82.

Centar za stalno stručno usavršavanje pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu u sklopu planiranog programa za 2013.¹⁷³ u Modulu II knjižničarima nudio je radionicu „Kako uspješno komunicirati: komunikacija u realnom i virtualnom okruženju“. U Modulu VI postojalo je 5 ponuđenih radionica vezanih uz informacijsku i računalnu pismenost te vrednovanje izvora informacija (primjerice „WordPress“, „E-izvori: odabir, vrednovanje i korištenje“, „Knjižnice i društveni mediji (Facebook – kako stvoriti virtualnu mrežu prijatelja)“), a knjižničarima su bili dostupni i računalni tečajevi Sveučilišnog računskog centra (Srce) kroz koje je svim polaznicima Centra omogućeno da pohađaju tečajeve ECDL-a (European Computer Driving Licence) te na taj način steknu osnovna ili prošire postojeća računalna znanja (MS Word, MS Excel, Uvod u web dizajn, osnove XML-a).

Kako knjižničari u Hrvatskoj razmišljaju o važnosti informacijskih kompetencija vidljivo je u istraživanju u kojem su sudjelovali knjižničari i voditelji svih vrsta knjižnica, a koje je objavljeno 2009.¹⁷⁴ te daje odgovor na pitanja koje kompetencije, vještine i znanja knjižničari i njihovi poslodavci smatraju važnima za struku i na koji način provode trajno stručno obrazovanje. U opsegu poslova koje knjižničari rade pretraživanje i pronalaženje informacija i pružanje informacijskih usluga radi više od 80% knjižničara, na razvijanju službi i usluga radi 34,6% knjižničara dok na izgradnji i upravljanju digitalnim zbirkama (digitalizacija, elektronički izvori, mrežne publikacije, metapodaci) radi 14,2% knjižničara. Kao poteškoće na koje nailaze, uporaba novih tehnologija nalazi se na trećem mjestu po učestalosti sa 23,9%. Odgovarajući na pitanje o najvažnijim kompetencijama, ispitani knjižničari smjestili su kompetencije vezane uz informacije i informacijske tehnologije na četvrto mjesto po važnosti sa 15,3%. Voditelji knjižnica ove su kompetencije također smjestili na četvrto mjesto po važnosti sa 14%. Praćenje stručne literature najzastupljeniji je način stručnog usavršavanja i trajne izobrazbe (77,7%), zatim slijede seminari i konferencije u zemlji sa 60,4% te radionice Centra za stalno stručno usavršavanje sa 51,9%. Na izobrazbu najviše knjižničara ulaže manje od 10 sati godišnje (40%), a između 11 i 40 sati njih 30%.

¹⁷³ Raspored predavanja. <http://www.nsk.hr/cssu/raspored/raspored.htm> [citirano: 2014-01-12].

¹⁷⁴ Machala, Dijana. Knjižničarske kompetencije i trajna izobrazba knjižničara u Hrvatskoj : iz perspektive dionika na tržištu rada (poslodavaca i knjižničara) // Cjeloživotno učenje knjižničara : ishodi učenja i fleksibilnost. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009. Str. 83 - 124.

Među željenim temama za daljnju izobrazbu ispitanici su informacijsku pismenost stavili tek na 6 mjesto (4,6%), a nove tehnologije i internet na 7 mjesto sa samo 4,5%.

Dlesk Vučić provela je za potrebe izrade seminarskog rada na Katedri za bibliotekarstvo Odsjeka za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu 2009., istraživanje o stanju informacijske pismenosti u hrvatskim narodnim knjižnicama.¹⁷⁵ Iako je ispitanici uzorak bio mali zbog neodazivanja knjižničara na anketu, rezultati ipak daju uvid u stanje. Računalno pismenima smatra se 84% ispitanika, informacijski pismenima smatra se 93%., 92% ispitanika točno je definiralo informacijsku pismenost, njih 99% smatra informacijsku pismenost važnom, a njih 98% smatra da je dužnost narodnih knjižnica poticati informacijsku pismenost. S druge pak strane, samo 26% ispitanika smatra da ima odlično znanje korištenja računala dok čak 67% ispitanika svoje znanje ocjenjuje osrednjim. Također, unatoč tome što u velikoj većini smatraju da je poticanje informacijske pismenosti dužnost narodnih knjižnica, tek je u 4 knjižnice zabilježeno postojanje nekog oblika programa za razvijanje informacijske pismenosti. Kod tumačenja rezultata ovog istraživanja svakako treba uzeti u obzir i činjenicu da su u istraživanom uzorku bile zastupljene veće knjižnice koje imaju i više zaposlenih. Pitanje koje se nameće kao rezultat toga jest kakvo je stanje u malim knjižnicama u kojima radi samo jedan knjižničar.

Tominac i Holcer¹⁷⁶ napravile su 2011. kratko istraživanje za potrebe posteriziranja za „12. dane specijalnih i visokoškolskih knjižničara.“ Istraživanje je obuhvatilo hrvatske visokoškolske knjižničare, a za cilj je imalo utvrditi stav visokoškolskih knjižničara prema novim tehnologijama i radu u informacijskom okruženju. Iako je na online upitnik odgovorilo samo 26 knjižničara, odgovori su indikativni – njih 73% smatra kako je korištenje novih tehnologija u svakodnevnom radu jedna od ključnih kompetencija knjižničara, 84,6% ih se usavršavalo u tom području u posljednjih pet godina, 57,7% ih smatra kako su njihova trenutna znanja u radu s novim tehnologijama dovoljna za razvoj knjižničnih usluga temeljenih na upravljanju elektroničkim izvorima, 53,8% ima samo djelomično vremena pratiti promjene u razvoju hardvera i softvera za upravljanje elektroničkim izvorima, samo 4%

¹⁷⁵ Dlesk Vučić, Severina. Informacijska pismenost u narodnim knjižnicama u Hrvatskoj : seminarski rad. Zagreb : Filozofski fakultet, 2009.

¹⁷⁶ Tominac, Andreja; Dunja Holcer. Knjižničari u informacijskom okruženju : poster izlaganje na 12. danima specijalnih i visokoškolskih knjižnica, Opatija, 11.05.2011. - 14.05.2011.

smatra da se informacijske kompetencije knjižničara nalaze na prvom mjestu po važnosti dok ih 52% informacijske kompetencije smješta na drugo mjesto po važnosti.

Standardi za narodne knjižnice u članku 31., stavku 3. kažu da „Zbog promjene osobina, oblika i vrsta knjižnične građe, te potreba korisnika i informacijsko komunikacijske tehnologije, stručno knjižnično osoblje dužno je trajno se stručno obrazovati i usavršavati.“¹⁷⁷ Knjižničari u Hrvatskoj imaju mogućnost usavršavanja u području informacijske i računalne pismenosti kroz formalno i neformalno obrazovanje, ponuđeno putem studijskih programa i programa koje nudi Centar za stalno stručno usavršavanje te stručnih i znanstvenih publikacija (tiskanih i elektroničkih), seminara i konferencija. Međutim, čak 40% knjižničara u svoje obrazovanje ulaže manje od 10 sati godišnje (nešto više od 9% nije uopće trošilo vrijeme na to, a gotovo 13% nije niti odgovorilo na to pitanje) te tek nešto više od 4,5% knjižničara među obrazovne potrebe stavlja informacijsku pismenost, nove tehnologije i internet.¹⁷⁸ Istraživanje provedeno za potrebe ovog rada pokazat će imaju li gore navedeni rezultati utjecaja na korištenje društvenih mreža u uslugama hrvatskih narodnih knjižnica te imaju li hrvatski narodni knjižničari dovoljnu razinu informacijske, računalne i medijske pismenosti da uspješno primijene nove komunikacijske alate u svom poslovanju.

3.3. Knjižnica 2.0 u stvarnosti

Usporedo s raspravama koje se vode oko toga što je knjižnica 2.0 i njenog mogućeg negativnog ili pozitivnog razvoja i utjecaja na budućnost knjižnične djelatnosti općenito i pitanja jesu li knjižničari postali knjižničari 2.0 i usvojili potrebna znanja i vještine, knjižnice se već niz godina prilagođavaju novim tehnologijama.

Pregledom mrežnih stranica svjetskih nacionalnih knjižnica (npr. Kongresne knjižnice u Washingtonu,¹⁷⁹ Britanske knjižnice,¹⁸⁰ Nacionalne knjižnice Francuske,¹⁸¹

¹⁷⁷ Standardi za narodne knjižnice (NN 58/99). [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na <http://narodne-novine.nn.hr/default.aspx>

¹⁷⁸ Machala, Dijana. Nav. dj. str. 113. i str. 116.

¹⁷⁹ Library of Congress homepage. <http://www.loc.gov/index.html> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸⁰ The British Library homepage. <http://www.bl.uk/> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸¹ Bibliotheque nationale de France homepage http://www.bnf.fr/fr/la_bnf/sites/a.site_francois-mitterrand.html [citirano: 2014-01-20].

Njemačke nacionalne knjižnice, Bavarske državne knjižnice,¹⁸² Australnske nacionalne knjižnice, Nacionalne knjižnice Južne Afrike,¹⁸³ Španjolske nacionalne knjižnice,¹⁸⁴ Izraelske nacionalne knjižnice¹⁸⁵, Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu¹⁸⁶ itd.) vidljivo je kako je većina njih usvojila novu paradigmu te komunikaciju s korisnicima i javnošću općenito, ostvaruju putem alata weba 2.0. Facebook i Twitter među najzastupljenijim su društvenim mrežama, slijede Youtube i Flickr, a zatim i LinkedIn, društvena mreža koja okuplja stručnjake i znanstvenike u potrazi za razmjenom znanja. Neke od nacionalnih knjižnica koriste „tagiranje“ na Deliciousu i Giggu dok neke razvijaju i vlastite mobilne aplikacije za korisnike. Blogiranje, kao način komunikacije s korisnicima, zastupljen je manje nego što bi se moglo pretpostaviti, ali zato većina knjižnica ima „RSS feed“, „podcast“ ili e-novosti, koje dostavlja u sandučiće elektroničke pošte korisnika predbilježenih na takvu uslugu.

S obzirom na zajedničku povijest te sličnosti u razvoju mreža narodnih knjižnica, zanimljivo je pogledati kakvo je stanje s korištenjem društvenih mreža i drugih alata weba 2.0 u narodnim knjižnicama susjednih zemalja (Slovenija, Srbija).

Iz pregleda slovenskih narodnih knjižnica (mrežu narodnih knjižnica čini 58 samostalnih knjižnica koje u svom sastavu imaju ogranke i odjele, prema podacima dostupnim na internetskoj stranici Narodne in univerzitetne knjižnice u Ljubljani¹⁸⁷) vidljivo je kako 57 (98%) knjižnica ima aktivne internetske stranice, dok samo jedna uopće nema internetsku stranicu. Facebook koristi 56 knjižnica, a od toga njih 42 (75%) imaju stranice dok 14 (25%) imaju otvorene profile. Na svojim internetskim stranicama (na početnoj stranici) 40 knjižnica ima poveznicu na Facebook i druge alate weba 2.0 (ako ih koriste), a 16 knjižnica, iako se koriste Facebookom, na internetskoj stranici nemaju niti poveznicu niti bilo kakvu informaciju o tome. Što se tiče korištenja drugih alata weba 2.0 (Twitter, „RSS“, YouTube, putem e-obavijesti i sl.), oni su gotovo

¹⁸² Bayerische Staats Bibliothek homepage. <http://www.bsb-muenchen.de/index.php> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸³ National Library of South Africa homepage. <http://www.nlsa.ac.za/> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸⁴ Biblioteca Nacional de Espana homepage. <http://www.bne.es/es/Inicio/index.html> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸⁵ The National Library of Israel homepage. <http://web.nli.org.il/sites/nli/english/Pages/default.aspx> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸⁶ Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu homepage. <http://www.nsk.hr/> [citirano: 2014-01-20].

¹⁸⁷ Stanje mreže splošnih knjižnic po občinah u letu 2012. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na http://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/stanje_mreze.php

zanemarivi. Samo 9 (15%) knjižnica koristi e-novosti, 6 (10%) knjižnica koristi se Twitterom, 6 (10%) knjižnica koristi mogućnost „RSS-a“, 4 (6,9%) imaju stranice na Pinterestu, 2 (3,5%) na Google+, samo jedna (1,7%) ima svoj YouTube kanal i samo jedna (1,7%) se koristi blogom.

U slovenskoj literaturi nema dostupnih radova vezanih uz odnos knjižnica i weba 2.0. Jedini dostupan rad¹⁸⁸ objavljen je u zborniku radova s 9. okruglog stola o slobodnom pristupu informacijama. Taj je rad zapravo kratak pregled stanja u korištenju alata weba 2.0 prema vrstama knjižnica, uz izdvojene pozitivne primjere pa su obuhvaćene školske i visokoškolske knjižnice u jednoj kategoriji i narodne u drugoj. Zaključno, autorica izražava zabrinutost nad činjenicom kako slovenske knjižnice ne nude mnogo takvih sadržaja te kako i oni koji postoje nisu redovito održavani upozoravajući ujedno i na moguće zamke i prednosti pri korištenju web 2.0 tehnologija.

Mreža narodnih knjižnica u Srbiji sastoji se od 147 narodnih knjižnica (prema podacima dostupnim na internetskoj stranici Narodne biblioteke Srbije¹⁸⁹). Za 79 (53,7%) knjižnica nema podataka da imaju internetsku stranicu, dok 68 (46,3%) knjižnica ima aktivne internetske stranice. Što se tiče društvenih mreža i drugih alata weba 2.0, njima se koristi 86 (58,5%) knjižnica, a 61 (41,5%) se ne koristi. Facebookom se koriste 84 knjižnice dok je zastupljenost drugih društvenih mreža i alata weba 2.0 gotovo zanemariva (10% knjižnica koristi Twitter, 8% e-novosti, 8% YouTube, 2% Flickr, 5% Google+, 10% „RSS“, 1% Skype). Dio knjižnica koje nemaju aktivne internetske stranice imaju otvoren neki javni oblik na Facebooku. Od onih knjižnica koje se koriste Facebookom, njih 43 (51,2%) ima otvoren profil, 39 (46,4%) koristi stranice, a dvije knjižnice (2,4%) imaju otvorene grupe. Obavijest o alatima weba 2.0 na svojim internetskim stranicama (na početnoj stranici) ima 35 knjižnica, dok njih 21 takvu obavijest nema iako se time koriste.

Niti u Srbiji nema dostupnih radova na temu knjižnica i weba 2.0. Tek se jedan autor (Adam Sofronijević) bavi ovom temom jer je ona dio njegove disertacije.

¹⁸⁸ Merčun, Tanja. Knjižnice u promjenjivom mrežnom okruženju // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 69-81.

¹⁸⁹ Narodna biblioteka Srbije : adresar biblioteka. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na https://www.nb.rs/for_librarians/directory.php

Sofronijević je kroz dva istraživanja (2007.¹⁹⁰ i 2010.¹⁹¹) pratio stavove i kompetencije knjižničara i studenata prema prisutnosti web 2.0 tehnologija u srpskim visokoškolskim knjižnicama. Istraživanja su pokazala da kompetencije i stavovi idu uzlaznom putanjom, ali i kako je potrebno poraditi na razvoju praktičnih web 2.0 usluga knjižnica jer su one gotovo nepostojeće.

Usporedba slovenskih i srpskih narodnih knjižnica s hrvatskim narodnim knjižnicama i njihovim korištenjem društvenih mreža i drugih alata weba 2.0 bit će prikazana u dijelu koji se odnosi na rezultate istraživanja ovog rada.

3.4. Knjižnica 3.0 ukratko

Kad se 2005. pojavio izraz „knjižnica 2.0“, potekao je, zapravo, iz knjižničarske blogerske zajednice i od tuda se proširio i na znanstvenu informacijsku i knjižničarsku zajednicu rezultirajući brojnim teorijskim radovima i prikazima iz prakse. Na isti se način pojavljuje i izraz „knjižnica 3.0“ usko povezan s webom 3.0, ali, za razliku od izraza „knjižnica 2.0“, za izraz „knjižnica 3.0“ nije poznato tko ga je prvi koristio.

Web 3.0 prema definiciji iz Macmillanovog rječnika je „treća faza evolucije World Wide Web-a, zasnovana na ideji da internet „shvaća“ dijelove informacija koje pohranjuje te je sposoban napraviti logične veze među njima“.¹⁹²

Semantički web („informacija proizašla iz podataka interpretacijom simbola pomoću semantičke teorije, koja daje značenje kroz koje se stvaraju logične veze među izrazima, omogućavajući interoperabilnost između sustava“¹⁹³) glavni je dio weba 3.0 koji se još naziva i „inteligentni web“ te je općeprihvaćena činjenica kako web 3.0 kombinira semantički web, aplikacije weba 2.0 i umjetnu inteligenciju.¹⁹⁴

¹⁹⁰ Sofronijević, Adam. Web 2.0 i bibliotekarstvo u Srbiji: šansa za razvoj ili nepoznanica // Glasnik Narodne biblioteke Srbije, 1(2007), 15 - 33. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-8915/2007/1450-89150701015S.pdf>

¹⁹¹ Sofronijević, Adam. Nova paradigma suradnje u bibliotekama: više od Web 2.0 tehnologija // Kultura, 129(2010), 34 – 62.

¹⁹² Web 3.0. [citirano: 2014-01-20]. <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/web3.html>

¹⁹³ Shadbolt, Nigel; WendyHall; Tim Berners-Lee. The semantic web revisited // IEEE Intelligent Systems, May/June 2006. 96 - 101.[citirano: 2014-01-20]. Dostupno na: http://eprints.soton.ac.uk/262614/1/Semantic_Web_Revisted.pdf

¹⁹⁴ Kwanya, Tom; Christine Stilwell; Peter G. Underwood. Intelligent libraries and apomediators: distinguishing between library 3.0 and library 2.0 // Journal of Librarianship and Infomation Science 45,

Knjižničarska zajednica koristi termin „knjižnica 3.0“ pokušavajući definirati i pozicionirati knjižnice i knjižničare unutar weba 3.0 i nove virtualne realnosti.

Pored blogova na temu knjižnice 3.0 kroz koje knjižničari dijele svoje znanje i razmišljanja (Pegasus Librarian¹⁹⁵, Key 2 Information¹⁹⁶, Lone Wolf Librarian¹⁹⁷, Stephen's Lighthouse¹⁹⁸) za sada je dostupno vrlo malo znanstvenih ili stručnih radova na ovu temu koji ujedno i definiraju knjižnicu 3.0, opisuju promjene koje će se dogoditi u odnosu na knjižnicu 2.0 te otvaraju pitanja knjižničarskih kompetencija i obrazovanja.

Belling, Rhodes, Smith, Thomson i Thorn u uvodu izvještaja rađenog za potrebe razvojne strategije Državne knjižnice u Victoriji (Australija) te njene mreže narodnih knjižnica, knjižnicu 3.0 definiraju kao „knjižnicu koja se koristi tehnologijama kao što su semantički web, mobilni uređaji, mijenjajući naše korištenje etabliranih tehnologija kao što je pretraživanje središnjeg kataloga, kako bi sadržaji stvoreni od strane korisnika te suradnja s njima pomogli promociji knjižnice i učinili knjižnične zbirke dostupnima. Krajnji rezultat knjižnice 3.0 je širenje 'knjižnice bez granica' gdje zbirke mogu biti dostupne korisnicima bez obzira na fizičku lokaciju. Knjižnica 3.0 je virtualna nadopuna realnim, fizičkim narodnim knjižnicama...“¹⁹⁹

Saw i Todd u svom radu problematiziraju upravo kompetencije knjižničara koji se trebaju snaći u okruženju weba 3.0 pa samim time i knjižnice 3.0, analizirajući tipove korisnika i njihove moguće informacijske potrebe,²⁰⁰ a Kwanya, Stilwell i Underwood analiziraju model knjižnice 3.0, povlačeći paralelu s knjižnicom 2.0 i ujedno ukazujući na razlike, sličnosti, moguće probleme i prednosti knjižnice 3.0 u odnosu na knjižnicu

3(2013), 187 - 197. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na:
<http://lis.sagepub.com/content/45/3/187.full.pdf+html>

¹⁹⁵Library 3.0. August 15, 2008. [citirano: 2014-01-20]. <http://pegasuslibrarian.com/2008/08/library-3-0.html>

¹⁹⁶Library 3.0. September 2, 2009. [citirano: 2014-01-20].
<http://key2information.blogspot.com/search/label/Library%203.0>

¹⁹⁷Library 3.0?. July 20, 2009. [citirano: 2014-01-20].
<http://lonewolf librarian.wordpress.com/category/library-30/>

¹⁹⁸Abram, Stephen. Web 3.0 and libraries : what is at the heart of libraries? September 10, 2009. [citirano: 2014-01-20]. http://stephenslighthouse.com/files/20090914_SLC.pdf

¹⁹⁹ Belling, Anna et al, Exploring library 3.0 and beyond : 2010-2011 shared leadership program State Library of Victoria and Public Libraries Victoria Network. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na http://www.libraries.vic.gov.au/downloads/20102011_Shared_Leadership_Program_Presentation_Day_exploring_library_3.pdf

²⁰⁰ Saw, Grace; Heather Todd. Library 3.0: where are our skills? // World Library And Information Congress: 73rd IFLA General Conference And Council, 19 - 23 August 2007., Durban, SouthAfrica. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/151-Saw_Todd-en.pdf

2.0.²⁰¹ Upravo je taj rad i najobuhvatniji u smislu definiranja knjižnice 3.0, pojašnjavanja relacije web 3.0 – knjižnica 3.0 te, parafrazirajući ostale autore, Kwanya, Stilwell i Underwood predlažu pet principa koji definiraju i obilježavaju knjižnicu 3.0: ona je inteligentna, ona je organizirana, ona je ujedinjena mreža informacijskih putova, ona je podrška korisnicima koji traže informaciju umjesto da je posrednik između korisnika i informacije, ona je „moja knjižnica“.²⁰²

3.5. Zaključno o poglavlju

Iz prethodnog teksta te u njemu navedenih primjera bez sumnje se može zaključiti da su knjižnice 2.0 stvarnost te da svoju djelatnost već nekoliko godina obavljaju u web 2.0 okruženju.

Alati weba 2.0 i sadržaji koje stvaraju korisnici postaju dio knjižničnih usluga koje je potrebno promišljati na drugačiji način, otvarajući knjižnične prostore prema virtualnom svijetu, jer knjižnice 2.0 osiguravaju dostupnost informacija prema potrebi korisnika, s integriranim web uslugama izvan uobičajenih knjižničnih usluga vidljive su i dostupne na velikom broju različitih vrsta uređaja te potiču kulturu zajedničkog sudjelovanja knjižničara i zajednice dajući korisnicima priliku da sudjeluju u stvaranju knjižničnih programa vlastitim mišljenjem, osiguravaju multimedijalan doživljaj i prihvaćaju inovativna rješenja i promjene bez obzira jesu li one tehnološke, komunikacijske, društvene.

Kako bi postigli da knjižnica 1.0 postane knjižnicom 2.0, knjižničari 1.0 postaju knjižničari 2.0, prihvaćajući cjeloživotno obrazovanje kao dio novog načina razvoja knjižničarstva jer knjižničar 2.0 razumije korisnike i njihove potrebe, ali i snagu unutar weba 2.0. te spaja elektroničke i tiskane izvore, koristi se različitim elektroničkim uređajima i kroz knjižnične usluge i aktivnosti povezuje ljude, tehnologiju i informacije stvarajući inovativno knjižnično okruženje odnosno knjižnicu 2.0.

Vlastita računalna, medijska i informacijska pismenost temelji su na kojima knjižničar 2.0 stvara knjižnicu 2.0 koristeći svoja znanja za osuvremenjivanje starih i razvoj novih knjižničnih usluga te obrazujući korisnike za web 2.0 okruženje.

²⁰¹Kwanya, Tom; Christine Stilwell; Peter G. Underwood. Nav. dj.

²⁰²Kwanya, Tom; Christine Stilwell; Peter G. Underwood. Nav. dj.

Hrvatski knjižničari imaju mogućnost formalnog i neformalnog obrazovanja u području informacijske, medijske i računalne pismenosti i imaju mogućnost implementirati alate weba 2.0 u usluge svojih knjižnica te im dati komponentu knjižnica 2.0.

Istraživanje provedeno za potrebe ovog rada pokazat će jesu li hrvatske narodne knjižnice u svoje usluge i aktivnosti uvele alate weba 2.0 i jesu li time postale knjižnice 2.0.

4. KNJIŽNICE I DRUŠTVENE MREŽE - PREGLED LITERATURE

Društvene mreže tek su jedan od segmenata weba 2.0. S obzirom na njihovu popularnost i općeprihvaćenost u društvu te statističke pokazatelje o tome koliki ih postotak osoba koristi, naglasak ovog rada stavljen je upravo na njihovu prisutnost u knjižničnim uslugama.

Literatura, koja se bavi knjižnicama i njihovom prisutnošću na društvenim mrežama, može se sagledati kroz četiri kategorije. Peta kategorija dostupnih radova bili bi teoretski ili konceptualni radovi na temu korištenja društvenih mreža u knjižnicama, međutim, takvi radovi još nisu dostupni. Četiri kategorije dostupnih radova su: „kako“ radovi („how to“), primjeri iz prakse, osvrti/pregledni radovi te istraživanja (najbrojnija).

Reprezentativni radovi iz svake od ove četiri kategorije zasebno su predstavljeni, a poseban naglasak stavljen je na istraživanja.

4.1. „Kako“ radovi

„Kako“ radovi teoretski ili kroz praktične primjere usmjeravaju i obučavaju knjižničare kako koristiti različite aspekte alata weba 2.0 pa tako i društvene mreže.

Primjerice Hricko²⁰³ vrlo detaljno opisuje kako se i za što može u knjižnicama koristiti mikroblogiranje, navodeći pritom primjere web 2.0 alata kao što su Twitter, Tumblr, Jaiku i Edmondo. Mathews²⁰⁴ u svom radu prikazuje na koji način knjižničar-informator može razviti i osuvremeniti usluge kroz SecondLife, MySpace i Facebook, a Harris i Lessick²⁰⁵ upućuju knjižničare kako personalizirati pristup korisnicima, koristeći se aplikacijama dostupnim na Facebooku, Googleu i MySpaceu.

²⁰³ Hricko, Mary. Using microblogging tools for library services // *Journal of Library Administration*. 50, 5(2010), 684 - 692. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930826.2010.488951#.U9-WKpMyOA>

²⁰⁴ Mathews, Brian. Moving beyond the reference desk: being where users need us // *The Reference Librarian*, 48, 2(2008), 9-13. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J120v48n02_03#.U9-XDfmSyOA

²⁰⁵ Harris, Andrew; Susan Lessick. Libraries get personal: Facebook applications, Google gadgets, and MySpace profiles // *Library Hi Tech News* 24, 8(2007), 30-32. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1630883>

Gaćan, Indir i Lukačić²⁰⁶ u ovom su smislu, uz prezentaciju primjera iz knjižnične prakse u Hrvatskoj i svijetu, obradili Pinterest, društvenu mrežu koja služi za pohranu i objavljivanje različitih multimedijalnih sadržaja.

Mishra²⁰⁷ je autor jednog od možda najobuhvatnijih radova ove kategorije u kojem je sabrao moguće implikacije koje alati weba 2.0, pa ujedno i društvene mreže, mogu imati na knjižničarsku i informacijsku zajednicu. Istovremeno je i opisao niz alata weba 2.0 i brojne društvene mreže te predstavio načine kako ih se efikasno može primijeniti u svakodnevnom radu, potkrijepivši to nizom praktičnih primjera.

4.2. Primjeri iz prakse

Primjeri iz prakse odnose se na stručne radove koji prikazuju „rad na terenu“ jedne ili više knjižnica u području primjene alata weba 2.0, uključujući i društvene mreže, na razvoj usluga i aktivnosti knjižnica svih vrsta.

Radovi iz ove kategorije vrlo su raznovrsni i prikazuju rad svih vrsta knjižnica. Tako, primjerice Summers²⁰⁸ u svom radu na temu alata weba 2.0 (wikiji, Twitter, Ning), daje konkretne primjere korištenja u cijelom nizu školskih i visokoškolskih knjižnica, Belden²⁰⁹ prikazuje primjenu wikija i MySpacea na digitalizirane zbirke knjižnice Sveučilišta North Texas, dok Bordeaux i Boyd²¹⁰ na primjeru knjižnica Sveučilišta Binghamton demonstriraju primjenu blogova, wikija, „RSS-a“ i „podcasta“ za komunikaciju među knjižničarima, ali i za komunikaciju s korisnicima.

²⁰⁶ Gaćan, Maja; Indir; Petar Lukačić.. Pinterest i knjižnica // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja, 15(2013), 15-16.

²⁰⁷ Mishra, Champeswar. Social networking technologies (SITs) in digital environment: its possible implications on libraries. NCDDP, 2008. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://eprints.rclis.org/16844/1/Social%20networking%20in%20Library.pdf>

²⁰⁸ Summers, Laura L. The value of social software in school library: instruction, communication and Collaboration // Knowledge Quest 37, 4(2009), 48-50.

²⁰⁹ Belden, Dreanna. Harnesinng social networks to connect with audiences // Internet Reference Services Quarterly 13, 1(2008), 99-111. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J136v13n01_06#.U9-ZxPmSyOA

²¹⁰ Bordeaux, Abigail; Morag Boyd. Blogs, wikis and podcasts : social software in the library // The Serials Librarian 52, 3/4(2007), 263-269. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J123v52n03_03#.U9-aU_mSyOA

Što se tiče narodnih knjižnica Deschamps²¹¹ je na primjeru Knjižnice Alderney Gate prikazao kako iskoristiti web 2.0 alate za promociju kulturnih događanja u lokalnoj zajednici, Kiyotake²¹² je predstavila stvaranje interaktivne web stranice Knjižnice Okruga Arapahoe, Cahill²¹³ razvoj internetske stranice i web 2.0 usluga vancouverske narodne knjižnice, a Trofimenko²¹⁴ moskovske knjižnice Turgenev.

Od hrvatskih primjera, mogućnosti razvijanja komunikacije, druženja i razmjene informacija unutar struke, a kroz društvene mreže Kurtović, Pađen Jurišić i Vincek²¹⁵ predstavili su kroz prezentaciju Facebook grupe Knjižničari te njenog djelovanja u hrvatskoj virtualnoj knjižničarskoj zajednici, a Kolarić et al.²¹⁶ opisale su stvaranje i djelovanje knjižničarskih blogova „Tragači“ i „Knjiški frikovi“, online čitateljskih klubova za poticanje čitanja, namijenjenih djeci i mladima u čiji su nastanak i razvoj uključene 4 hrvatske narodne knjižnice (Bjelovar, Rijeka, Zadar i Vinkovci)

4.3. Osvrti/pregledni radovi

Pregledni radovi uglavnom su osmišljeni kao stručni radovi koji upoznaju knjižničarsku zajednicu s alatima weba 2.0 te ih opisuju i dodatno pojašnjavaju njihovu namjenu. Osvrti se često se baziraju na osobnom razmišljanju samih autora te njihovom uvidu i analiziranju dostupne literature.

O'Dell²¹⁷ je tako, primjerice, napravila presjek dostupnih specijaliziranih društvenih mreža prema njihovoj pripadnosti znanstvenim zajednicama, uz kratak opis svake od

²¹¹ Deschamps, Ryan. Building communities with large group methods and social media // *Feliciter* 56, 5(2010), 198-200. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:

²¹² Kiyotake, Cynthia. Synergy: Creating a library website with social interaction and collection focus // *Computers in Libraries*, September 2010. 18-22. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:

²¹³ Cahill, Kay. Going social at Vancouver Public Library: what the virtual branch did next // *Program: electronic library and information systems* 45, 3(2011), 259-278. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:

²¹⁴ Trofimenko, Anna. Društvene mreže u knjižnicama : budite gdje je čitatelj! // *Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova*. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 3-11.

²¹⁵ Kurtović, Dejana; Pađen Pađen Jurišić, Marijana; Vincek, Denis. Grupa Knjižničari na Facebooku // *Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja*, 15(2013), 14-15.

²¹⁶ Kolarić, Alica; Šimić, Sonja; Štivić, Vjerska; Žentil Barić, Žozefina. Čitateljski blogovi „Tragači“ i „Knjiški frikovi“ – usluge za djecu i mlade na webu 2.0 // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 56, 3(2013), 91-100.

²¹⁷ O'Dell, Sue. Opportunities and obligations for libraries in a social networking age: a survey of web 2.0 networking sites // *Journal of Library Administration* 50, 2010. 237-251. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930821003634989#.U9-dE_mSyOA

njih, a koje knjižničari mogu koristiti za promicanje službi, usluga i zbirki uz razvoj komunikacije sa znanstvenim zajednicama, dok je za potrebe knjižničara visokoškolskih knjižnica Landis²¹⁸ pak, dao pregled najvećih društvenih mreža uz navođenje visokoškolskih knjižnica koje se njima koriste te je predstavio i niz aplikacija koje knjižničarima mogu biti korisne za razvoj službi i usluga na njima.

Wikije, „podcaste“, „RSS“, blogove i „tagiranje“ te njihovu moguću primjenu u knjižnicama obradili su Sodt i Pedersen Summey,²¹⁹ a pitanjem knjižnica, tinejdžera i društvenih mreža pozabavili su se Agosto i Abbas²²⁰ navodeći moguće pozitivne i negativne strane komunikacije narodnih knjižnica s tinejdžerskom populacijom, naglašavajući pritom etičke obaveze knjižničara vezane uz promoviranje sigurnog ponašanja mladih na Internetu te zaštitu podataka.

O etičkim pitanjima vezanim uz knjižnice, društvene mreže i njihove korisnike pisala je i Mučnjak²²¹ vrlo detaljno razlažući problematiku s kojom se knjižnice, koje se koriste društvenim mrežama, susreću poput profesionalnog ponašanja, zaštite osobnih podataka, prava na slobodan pristup informacijama i poštivanja knjižničarskog etičkog kodeksa.

O korištenju isključivo Facebooka, kao najraširenije društvene mreže kako u generalnoj populaciji tako i u knjižnicama, načelima i principima njegovog korištenja, mogućim opasnostima i prednostima u svom je radu razmatrala Hebrang Grgić,²²² a Pšenica²²³ se kritički osvrnula na društvene mreže u kontekstu novih načina komunikacije posebno u odnosu na djecu i mlade.

²¹⁸ Landis, Cliff. Social networking sites: getting friendly with our users // *College & Research Library News* 68, 2007. 709-712. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://crln.acrl.org/content/68/11/709.full.pdf>

²¹⁹ Sodt, Jill M; Terry Summey Peersen. Beyond the library's walls: using library 2.0 tools to reach out to all users // *Journal of Library Administration* 49, 1/2(2009), 97-109. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930820802312854#.U9-dvPmSyOA>

²²⁰ Agosto, Denise E.; June Abbas. Teens and social networking: how public libraries are responding to the latest online trend // *Public Library* 48, 3(2009), 32-37. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pastissues/48n3_mayjun09.pdf

²²¹ Mučnjak, Dorja. Društvene mreže i knjižnice: etičko pitanje // *Knjižničar/ka : časopis Knjižničarskog društva Rijeka* 3, 3(20123), 94-126.

²²² Hebrang Grgić, Ivana. Knjižnice i knjižničari na Facebooku: kako iskoristiti prednosti i izbjeći zamke? // *Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja* 15, 2013. 8-11.

²²³ Pšenica, Davora. Društvene mreže – nova komunikacijska paradigma ili samo trend i nova ovisnost // *Knjižnica, komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova*, Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2012. Str. 89-98.

4.4. Istraživanja

Dostupna istraživanja bave se svim vidovima web 2.0 alata i aplikacija, što znači da se ujedno bave i društvenim mrežama. Međutim, web 2.0 toliko je bogat različitim alatima da je teško napraviti sustavnu analizu. Uz to, alati weba 2.0 vrlo su promjenjivi kao i njihovi korisnici te mnogi alati brzo postanu popularni, ali se jednako tako brzo i ugase zbog čega je teško pratiti njihov razvoj kroz duži vremenski period s namjerom da se dobiju rezultati od kojih će knjižničarska zajednica imati stvarnu korist.

Ipak, posljednjih nekoliko godina pokazalo je kako su se neki web 2.0 alati ustalili u knjižnicama, npr. blogovi se koriste već dugi niz godina, IM također (iako sada u nešto manjem obimu), od korištenih društvenih mreža Facebook i Twitter značajno se više koriste u odnosu na ostale.

Većina dostupnih istraživanja mogu se podijeliti u nekoliko kategorija i to na istraživanja koja se bave ponašanjem knjižnica u odnosu na aplikacije weba 2.0, ponašanjem korisnika u odnosu na aplikacije koje koriste knjižnice te analize sadržaja objava. Najnovija istraživanja počela su objedinjavati ranije navedene kategorije te su ona i uzeta kao reprezentativni primjeri koji su detaljnije predstavljani.

Predstavljena istraživanja prikazuju presjek istraživanja na temu razvoja i korištenja društvenih mreža te su poredana kronološki jer na taj način snažnije do izražaja dolazi razvoj knjižnica u web 2.0 okruženju.

U prvom su dijelu istraživanja koja su na temu društvenih mreža i knjižnica provedena u svijetu. Kroz prikazana istraživanja dobiven je pregled stanja u knjižnicama većinom Sjedinjenih Američkih Država, koje su i vodeće u razvoju alata weba 2.0, a prikazano je i istraživanje provedeno na svjetskim nacionalnim knjižnicama. Istraživanja provedena u Hrvatskoj predstavljena su zasebno.

4.4.1. Knjižnice i društvene mreže – istraživanja u svijetu

Među prvim napravljenim i objavljenim istraživanjima bila su ona koja se bave studentskom populacijom i njihovim odnosom prema knjižnicama na društvenim

mrežama, te visokoškolskim knjižnicama i njihovim ponašanjem prema društvenim mrežama.

Bietila, Bloechl i Edwards²²⁴ 2007. godine su napravili istraživanje o tada vrlo novoj društvenoj mreži, Facebooku. Objekt istraživanja bili su studenti i njihovo iskustvo, način korištenja te uloga Facebooka u njihovim životima, s ciljem razvijanja pristupa korištenju Facebooka za potrebe knjižnice koji bi bio prihvatljiv i studentima. Istraživački tim, koji su sačinjavala dva knjižničara i antropolog, istraživanje je proveo u tri dijela. Cilj prvog dijela istraživanja bio je povećati razumijevanje statusa knjižnice na Facebooku, a proveden je pronalaženjem Facebook grupa na bilo koji način povezanih s knjižnicom. U drugom dijelu provedena je online anketa u kojoj je sudjelovalo 105 ispitanika, a cilj joj je bio omogućiti shvaćanje tipičnog studentskog ponašanja na Facebooku u odnosu na ponašanja vezana uz akademske svrhe. Za treći dio istraživanja bilo je potrebno provesti intervjue s ispitanicima (njih 15) te na taj način doći do spoznaja o njihovim navikama kod učenja, korištenja tehnologija i iskustava s knjižnicom i Facebookom. Iz dobivenih podatka autori su izvukli sljedeće zaključke: Facebook se prvenstveno koristi za razbibrigu i društvene potrebe studenata, za akademske potrebe studenti Facebook koriste za međusobno povezivanje, prisutnost drugih osoba na Facebooku, posebno osoba s autoritetom, studenti doživljavaju kao nametanje. Na kraju istraživanja, autori su dali i nekoliko preporuka koje bi knjižničari trebali slijediti žele li koristiti Facebook kao jednu od knjižničnih usluga, uz zaključak kako knjižničari ne trebaju biti obeshrabreni naiđu li na otpor dijela studenata jer alati za društveno umrežavanje otvaraju prostor za nove knjižničarske inicijative.

Društvo znanstvenih knjižnica (Association of Research Libraries - ARL) izrađuje i objavljuje SPEC Kits,²²⁵ a jedno od istraživanja napravljenih i objavljenih u sklopu SPEC Kit projekata je i „SPEC Kit 304: Social Software in Libraries“²²⁶ provedeno 2008. s ciljem utvrđivanja učestalosti i načina korištenja društvenih softvera u

²²⁴ Bietila, David; Chris Bloechl; Elizabeth Edwards. Beyond the Buzz: Planning library Facebook initiatives grounded in user needs // ACRL Fourteen National Conference, March 12-15 2009, Seattle. 135-142. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/conferences/confsandpreconfs/national/seattle/papers/135.pdf>

²²⁵ SPEC Kits. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://publications.arl.org/SPEC_Kits

²²⁶ Bejune, Matthew; Jana Ronana. SPEC Kit 304 : social software in libraries. Washington: Association of Research Libraries, 2008. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://publications.arl.org/Social-Software-SPEC-Kit-304/3>

američkim znanstvenim knjižnicama. U istraživanju su sudjelovale 123 knjižnice, članice ARL-a, a obuhvatilo je sve vrste društvenih softvera, poput društvenih mreža, mreža za dijeljenje medija, wikija, „RSS-a“, „IM-a“, „chata“, virtualnih svjetova i slično. Na upitnik je odgovorilo 52% (64) knjižnica kojima je poslan, a rezultati su kako slijedi: 95% knjižnica koristi se društvenim softverima, 94% knjižnica koristi „IM“, 86% koristi wikije, 84% „RSS“, 82% koristi blogove, 70% koristi društvene mreže (npr. Facebook i MySpace), 71% koristi „widgete“, 55% koristi „tagiranje“ i 62% koristi društvene softvere namijenjene dijeljenju medija (npr. Flickr i YouTube). Zanimljivo je kako su u 80% slučajeva za implementaciju društvenih softvera u knjižnice bili odgovorni pojedinci. Što se tiče koordinacije i održavanja sadržaja na društvenim softverima većinom je to, također, ovisno o pojedincima te je sudjelovanje u tim aktivnostima, iako podržano od strane uprave, dobrovoljno. Savladavanje rada na društvenim softverima prepušteno je osobnom učenju te se razvija kroz iskustvo na poslu. Gledano u cjelini, knjižnice od društvenih softvera očekuju da doprinesu povećanoj vidljivosti knjižničnih zbirki i usluga, da pomognu kod uspostavljanja odnosa korisnik-knjižnica, da budu podrška učenju i poučavanju i pomognu shvaćanju ponašanja korisnika na mreži, a među najveće prednosti društvenih softvera, knjižnice su navele povećanu vidljivost, komunikaciju i promociju knjižnica, dok najvećim problemima knjižnice smatraju svladavanje novih znanja za korištenje novih tehnologija te narušavanje privatnosti korisnika. Kao zaključak, autori istraživanja navode kako je rast korištenja društvenih softvera evidentno brz, od 1993. kada se koristio samo „IM“ ili „chat“ do 2008. kada knjižnice istovremeno koriste 10 i više različitih društvenih softvera za različite namjene i implementiraju ih unutar većih alata te smatraju kako će se znanstvene knjižnice i dalje razvijati na polju društvenih softvera.

Chua i Goh²²⁷ objavili su 2009. istraživanje pod nazivom „A study of Web 2.0 applications in library websites“. Ovo je istraživanje provedeno na uzorku od 120 visokoškolskih i narodnih knjižnica na području Sjeverne Amerike, Azije i Europe (englesko govorno područje), a za cilj je imalo utvrditi rasprostranjenost i korištenje alata weba 2.0 na knjižničnim internetskim stranicama te utvrditi ima li to utjecaja na njihovo poboljšanje. Istraživanje je pokazalo kako su promatrane knjižnice uvrstile web

²²⁷ Chua, Alton Y. K.; Dion H. Goh. A study of web 2.0 applications in library websites // *Library and Information Science Research* 32, 3(2010), 203-211. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818810000307>

2.0 aplikacije na svoje internetske stranice. Među najrasprostranjenijim web aplikacijama bili su blogovi, a zatim su slijedili „RSS“ i „IM“, dok su društvene mreže, wikiji i „tagiranje“ ponešto zaostajali u implementaciji. Pokazalo se da se knjižnice Sjeverne Amerike najviše koriste takvim aplikacijama dok su europske knjižnice najviše zaostajale. Istraživanje je pokazalo i za što su se web 2.0 aplikacije koristile – blogovi su najčešće korišteni kako bi povećali interes i sudjelovanje korisnika, wikiji su služili za tematsko prikupljanje informacija, „RSS“ za posredovanje informacija, obavijesti i novosti, društvene mreže služile su za stvaranje alternativnog komunikacijskog kanala s korisnicima, „tagiranje“ za organizaciju i dijeljenje informacija, „IM“ za pomoć korisnicima. Što se tiče povezanosti kvalitete knjižničnih internetskih stranica i web 2.0 aplikacija, autori istraživanja utvrdili su kako takva povezanost postoji, kako vrsta knjižnice ne utječe na kvalitetu internetskih stranica s obzirom na to da su web 2.0 aplikacije podjednako prisutne na internetskim stranicama narodnih i visokoškolskih knjižnica, kako knjižnice različitih regija web 2.0 aplikacije koriste na različite načine, ali i kako korištenje aplikacija weba 2.0 povećava kvalitetu pružanih usluga, ali ne i kvalitetu pružanih informacija.

Helgren i Lietzau²²⁸ proveli su 2010. godine longitudinalno istraživanje „U. S. Public Libraries and Web Technologies: What's Happening Now?“ koje je kao polazište imalo istraživanje napravljeno 2008. na istu temu, tj. na temu američkih narodnih knjižnica i web tehnologija. Cilj oba istraživanja bio je definirati nove web tehnologije, izmjeriti generalnu uspješnost u njihovoj primjeni te analizirati rezultate uspješnosti kojoj su doprinijeli alati weba 2.0. Kao uzorak poslužile su 584 narodne knjižnice (2008. uzorak su činile 483 knjižnice) podijeljene u 5 kategorija, prema veličini populacije na području na kojem djeluju - do 10.000, od 10.000 do 24.999 stanovnika, od 25.000 do 99.999 stanovnika, od 100.000 do 500.000 stanovnika i ona s preko 500.000 stanovnika. Istraživanje je započelo pregledavanjem mrežnih stranica svake knjižnice iz uzorka kako bi se ustanovilo kakve se web tehnologije koriste (npr. blogovi, „RSS“, društvene mreže, mobilni web, virtualne preporuke i sl.). Time se utvrdilo kako su se pojavili i novi alati kao što je YouTube i Twitter koji nisu postojali u istraživanju provedenom 2008. Usporedna analiza podataka dobivenih 2008. i 2010. pokazala je kako je značajno

²²⁸Helgren, Jamie E.; Zeth Lietzau. U. S. public libraries and web technologies: what's happening now? // *Computers in Libraries* 31, 7(2011), 12-16. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:<http://www.infotoday.com/cilmag/sep11/>

porastao broj knjižnica koje se koriste web tehnologijama, ali i alata kojima se knjižnice koriste. Neke od tehnologija, kao što su blogovi, koje su se značajno koristile 2008., stagnirale su tijekom 2 godine i s uspjehom ih koriste samo knjižnice koje djeluju na područjima s više od 500.000 stanovnika, a neke koje su se koristile u samo 1-11% knjižnica (ovisno o kategoriji kojoj knjižnice pripadaju) proširile su se na više od 18-80% knjižnica (Facebook), opet ovisno o tome kojoj kategoriji knjižnice pripadaju. Najvažniji rezultat ovog istraživanja je statistički potkrijepljen dokaz kako se knjižnice uspješno prilagođavaju promjenama uz implementiranje web tehnologija koje koristi i okolina u kojoj djeluju.

Istraživanje „Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis“²²⁹ napravio je Noa Aharony 2010. godine na uzorku od 15 visokoškolskih i 15 narodnih knjižnica u Sjedinjenim Američkim Državama u trajanju od 60 dana, s ciljem utvrđivanja sličnosti i razlika u korištenju web aplikacije Twitter u narodnim i visokoškolskim knjižnicama prema broju „tvitova“, lingvističkim razlikama i sadržaju. Analiza prikupljenih podataka pokazala je kako ne postoji značajna razlika u korištenju Twittera prema broju postavljenih „tvitova“, ali se razlika javlja u sadržaju i jeziku jer se visokoškolske knjižnice koriste formalnim jezikom za razliku od narodnih koje s korisnicima komuniciraju neformalnije. Sadržajno gledajući, analiza „tvitova“ pokazala je da postoji nekoliko sadržajnih kategorija te da je broj tih kategorija veći u narodnim knjižnicama. Prva kategorija „knjižnice“ ukazuje na to da visokoškolske knjižnice „tvitovima“ najviše promoviraju zbirke, dok narodne knjižnice promoviraju događanja. U kategoriji „informacije“ vidljivo je kako narodne knjižnice širenju informacije posvećuju više pažnje od visokoškolskih knjižnica, a različite su i vrste informacija koje knjižnice ovim putem žele širiti. Kategorija „svašta“ uključuje različite naputke, upute, čestitke i sl. Visokoškolske knjižnice zastupljenije su u toj kategoriji od narodnih. Kategorija „tehnologija“ također je zastupljenija u visokoškolskim knjižnicama. Međutim, bez obzira na razliku u sadržaju „tvitova“, rezultati istraživanja pokazali su kako su obje vrste knjižnica shvatile mogućnosti koje im ovaj način komunikacije pruža te su ga prilagodile svojim potrebama.

²²⁹Aharony, Noa. Twitter use in libraries: an exploratory analysis // Journal of Web Librarianship 4, 4(2010), 333-350. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19322909.2010.487766#.U-CoEvmSyOA>

„Social Media, Libraries, and Web 2.0: How American Libraries are Using new Tools for Public Relations and to Attract New Users – Fourth Annual Survey November 2011.“²³⁰ je pregled korištenja web 2.0 aplikacija u svim vrstama američkih knjižnica. Rađen je krajem 2011. godine, a obuhvatio je uzorak od 548 sudionika koji su predstavljali visokoškolske knjižnice, narodne knjižnice, predstavnike knjižničnih uprava, knjižničare-informatore, djelatnike marketinških odjela i knjižničare koji rade s djecom i mladima. Jedno od postavljenih pitanja bilo je koje se web 2.0 aplikacije koriste u sklopu knjižničnog marketinga. Društvene mreže su, prema analizi podataka, apsolutno najzastupljeniji alat dok su se blogovi smjestili na drugo mjesto. Nadalje, od društvenih medija zastupljenih u Web 2.0 alatima, najkorišteniji je Facebook, a zatim i Twitter. Razlika u korištenju Facebooka i Twittera je čak preko 40% u korist Facebooka. Vrlo zanimljivo je pitanje za što knjižnice koriste aplikacije weba 2.0. Prema odgovorima koje je prikupio Rogers, aplikacije weba 2.0 najčešće se koriste za promociju knjižničnih usluga, brzo obavještanje korisnika, promoviranje posebnih programa za odrasle i promoviranje posebnih programa za djecu, a tek nakon toga knjižnice navedene aplikacije koriste za privlačenje potencijalnih korisnika. Sudionici istraživanja imaju vrlo pozitivno mišljenje o učinkovitosti alata weba 2.0 na marketinške ciljeve. Društvene mreže su za učinkovitost dobile najvišu cijenu dok je najslabije ocijenjena učinkovitost virtualnih svjetova. Kao zaključak Rogers navodi činjenicu, vidljivu iz analize dobivenih podataka, te kaže kako korištenje aplikacija weba 2.0 u svim vrstama američkih knjižnica raste pa unatoč činjenici da dio knjižnica ima administrativne zabrane za korištenje navedenih aplikacija, velika većina je ipak implementirala širok spektar takvih aplikacija. Ovo je istraživanje ujedno bilo i dio „State of Americas Libraries Report“²³¹ za 2012. godinu u onom dijelu koji se ticao upravo stanja knjižnica i njihovog društvenog umrežavanja.

²³⁰Rogers, Curtis R. Social media, libraries, and web 2.0: how American libraries are using new tools for public relations and to attract new users – fourth annual survey November 2011.[citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201012_pr_social_media_survey.pdf

²³¹The 2012 state of America's libraries : a report from the American Library Association. // American Libraries : The Magazine of The American Library Association. Special Issue. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
<http://www.ala.org/news/sites/ala.org.news/files/content/StateofAmericasLibrariesReport2012Finalwithcover.pdf>

Kao najveće i najrazvijenije knjižnice, nacionalne knjižnice trebale bi biti i predvodnice u implementaciji novih trendova i tehnologija u svoj rad. Walia i Gupta²³² su 2012. napravili istraživanje o primjeni alata weba 2.0 u svjetskim nacionalnim knjižnicama. Cilj im je bio pronaći internetske stranice nacionalnih knjižnica koje imaju integrirane web 2.0 aplikacije, identificirati svrhu korištenja tih aplikacija te vrste web 2.0 tehnologija koje se koriste na internetskim stranicama nacionalnih knjižnica širom svijeta. Od 193 zemlje članice Ujedinjenih naroda, njih 177 ima nacionalne knjižnice. Walia i Gupta pregledom su ustanovili kako od njih 177, 125 ima funkcionalne internetske stranice. Od tih 125 knjižnica njih 66 imalo je stranice dostupne i na engleskom jeziku od kojih je samo 28 imalo i implementirane alate weba 2.0 („RSS“, blogovi, „bookmarking“, društvene mreže, mikroblogiranje, „podcasti“/„vodcasti“, „IM“). Kada se govori o zastupljenosti svake pojedine vrste aplikacija weba 2.0, najzastupljeniji je „RSS“, a zatim slijede društvene mreže i mikroblogiranje koje koristi 16 knjižnica. Samo se 11 knjižnica koristi „bookmarkingom“, a njih 10 koristi „podcaste“ odnosno „vodcaste.“ Blogove kao sredstvo komunikacije koristi 9 nacionalnih knjižnica dok njih 7 kao uslugu nudi „IM“. Promatrane nacionalne knjižnice najčešće se koriste „RSS-om“ kako bi prenijele informacije o novostima i događanjima u knjižnicama. Neke od knjižnica koriste ga i kao nadopunu blogovima. Društvene mreže nacionalnim knjižnicama omogućavaju neformalniji način komunikacije s korisnicima. Najzastupljenija društvena mreža je Facebook. Twitter je aktivno koristilo 13 nacionalnih knjižnica za brzo informiranje te prenošenje općih informacija o knjižnicama. Što se tiče blogova, knjižnice su ih koristile kako bi korisnike obavijestile o novostima i događanjima, o novoj građi, a neke knjižnice na njima su postavile dokumente vezane uz poduku iz informacijske pismenosti. S obzirom na predstavljene rezultate, autori su opravdano zaključili kako je korištenje aplikacija weba 2.0 u nacionalnim knjižnicama tek u povojima te su, u konačnici istraživanja dali i preporuke koje bi nacionalne knjižnice trebale primijeniti kako bi razvile ili poboljšale usluge pomoću navedenih aplikacija.

4.4.2. Knjižnice i društvene mreže – istraživanja u Hrvatskoj

²³² Walia, Paramjeet K.; Monika Gupta. Application of web 2.0 tool by national libraries // Webology 9, 2(2012). [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:<http://www.webology.org/2012/v9n2/a99.html>

Tema knjižnica na društvenim mrežama sve je zanimljivija i u Hrvatskoj stoga su i istraživanja stanja u od 2009. do 2013. godine sve češća. Od ovdje predstavljenih objavljenih istraživanja četiri se istraživanja bave svim vrstama knjižnica, tri se bave samo narodnim knjižnicama na društvenim mrežama, a dva se bave studentima i visokoškolskim knjižnicama.

Jedno od prvih istraživanja²³³ napravljenih u Hrvatskoj na temu knjižnica, korisnika i društvenih mreža datira s početka 2009. Bavi se poglavito studentima i visokoškolskim knjižnicama, ali u jednom dijelu obuhvaća i narodne knjižnice. Provedeno je u obliku tri zasebna manja istraživanja, a njegovi rezultati dali su prvu naznaku tadašnjeg stanja i moguć smjer kojim bi hrvatske knjižnice mogle krenuti. Prvi dio istraživanja obuhvatio je uzorak od 285 studenata zagrebačkog Sveučilišta te je pokazao kako su studenti upoznati s popularnim alatima kao što su wikiji, YouTube, blogovi i društvene mreže, ali alati kao što su Flickr ili Delicious manje su im poznati. Specilizirane alate (npr. JotForm za stvaranje web formata ili Veotag za „tagiranje“ video i audio zapisa) poznaje vrlo malo studenata. Drugi dio istraživanja bavio se knjižničarima visokoškolskih knjižnica i njihovom računalnom pismenošću. Za uzorak od 51 knjižničara rezultati su bili sljedeći: svi knjižničari smatrali su kako imaju višu ili visoku računalnu pismenost za korištenje MS Windows operativnog sustava i programa Word, ali ih manje od polovice zna kreirati web stranicu ili blogirati. Tek 20-25% knjižničara barem se jednom do dva puta tjedno koristilo IM-om, Skypom ili nekom društvenom mrežom. Zadnji dio istraživanja pokrio je narodne knjižnice i prisutnost alata weba 2.0 na njihovim internetskim stranicama. Od 44 knjižnice, koje su imale internetsku stranicu (pri tome se mislilo na one internetske stranice koje su se sastojale od glavne stranice s pod stranicama), niti jedna nije na sebi imala uputu na bilo koji od alata weba 2.0. Na temelju dobivenih rezultata autori su zaključili kako knjižničarska zajednica još nije prihvatila promjene koji za knjižnice donosi web 2.0 u odnosu na web 1.0 te kako je to moguće postići samo obrazovanjem knjižničara, što je i jedini način da se knjižničarska zajednica uključi u promjene omogućene alatima weba 2.0.

²³³ Lasić-Lazić, Jadranka; Mihaela Banek Zorica; Goran Bubaš. Potential use of web 2.0 tools for library client communication and relationship development // QQML2009: Qualitative and Quantitative Methods in Libraries, International Conference, Chania, Crete, Greece, 26-29 May 2009. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.isast.org/proceedingsQQML2009/PAPERS_PDF/Lasic-Lazic_Zorica_Bubas-Potential_uses_of_Web_2_tools_for_library_PAPER-QQML2009.pdf

Pažur Vojvodić u svom je istraživanju „Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook“²³⁴ iz 2009. napravila prvi pregled prisutnosti svih vrsta hrvatskih knjižnica na društvenim mrežama, poglavito Facebooku, koji je i bio fokus ovog istraživanja. Istraživanje je pokazalo kako je, u vrijeme kada je rađeno prvi puta (rujan 2009.), razvijanje usluga na društvenim mrežama bilo tek u začecima jer je pretraživanje profila/grupa/stranica na Facebooku korištenjem različitih inačica riječi „knjižnica“ pokazalo kako se knjižnice pojavljuju u tek 28 slučajeva od kojih su 20 pokrenule same knjižnice, a 8 su pokrenuli korisnici. Ponovljeni pregled u prosincu 2009. pokazao je trend rasta prisutnosti knjižnica na Facebooku kada je, istom metodom, pronađeno 37 Facebook pojavnosti knjižnica, a porastao je i broj pojavnosti koje su pokrenule same knjižnice i to sa prvotnih 20 na 28. Za potrebe istraživanja analiziran je sadržaj objava, broj prijatelja/poklonika/članova grupa, vrijeme pokretanja profila/grupa/stranica, ažurnost objava te dodatna ponuđena građa, a prikazan je i primjer jedne knjižničarske Facebook stranice. Kao zaključak autorica navodi kako se tek mali broj hrvatskih knjižnica odvažio na eksperimentiranje s Facebookom te kako niti oni koji se njime koriste većinom nisu ažurni u objavljivanju sadržaja ili korištenju mogućih ponuđenih aplikacija. Autorica smatra kako je to promidžbeno oruđe koje stječe sve više poklonika te kako bi ga knjižnice, posebice one manje, mogle iskoristiti kao odličan način za promidžbu službi, usluga te predstavljanje svojih zbirki.

„Knjižnice, studenti i društvene mreže – ispitivanje informacijskih navika studenata“²³⁵ istraživanje je provedeno 2010. na uzorku od 107 studenata Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Prema riječima samih autora „Ispitivane su navike i učestalost korištenja različitih alata i Web 2.0 servisa poput društvenih mreža, IM/chat servisa, društvenog označivanja, RSS-a, blogova, wikija i dr. Uz navike korištenja novih alata i servisa, ispitani su i učestalost i razlozi korištenja tradicionalnih usluga knjižnice, kao i studentska percepcija uloge knjižnice u društvenim mrežama poput Facebooka.“²³⁶

²³⁴ Pažur Vojvodić, Ivana. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook // 13. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 260-277.

²³⁵ Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko. Knjižnice, studenti i društvene mreže – ispitivanje informacijskih navika studenata // Zbornik radova 4. međunarodne konferencije BAM 2010 - Evropske smjernice za saradnju biblioteka arhiva i muzeja : informacijske ustanove za 21. stoljeće. Sarajevo : Asocijacija informacijskih stručnjaka - bibliotekara, arhivista i muzeologa , 2012. 135-143. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:file:///D:/CEEOL%20Article.PDF

²³⁶ Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko. Nav. dj. Str. 135.

Samo istraživanje provedeno je pomoću online ankete sa 14 pitanja dok su rezultati predstavljeni kroz dvije kategorije: mrežne navike i navike pri korištenju društvenih mreža i knjižnice. Kao najzastupljeniji mrežni servis koji studenti koriste pokazala se elektronička pošta dok su društvene mreže na trećem mjestu sa više od 50% odgovora. Čak 69% ispitanika odgovorilo je kako nisu članovi Facebook grupe knjižnice i to, većinom, jer nisu znali da postoji. Od onih koji se koriste Facebook njih većina željela bi putem Facebooka dobivati obavijesti o novim knjigama i aktivnostima u knjižnici. Kao najpoželjnija aplikacija, koju bi knjižnica mogla staviti na Facebook grupu, zabilježen je knjižnični katalog, a zatim i chat ili IM sa knjižničarima, a njih čak 73% smatra kako bi knjižnica trebala koristiti društvenu mrežu za svoje studente.

Najopsežnije istraživanje provedeno u Hrvatskoj do sada bilo je za potrebe izrade diplomskog rada.²³⁷ Istraživanje je bilo primarno koncentrirano na Facebook te prisutnost svih vrsta knjižnica na njemu. Provedeno tijekom svibnja, lipnja i srpnja 2011. u dvije faze, uključivalo je pretragu Facebooka, bilježenje aktivnosti knjižnica te bilježenje dodatnih podataka o pronađenim knjižnicama, a autorica je tako dobila uzorak od 93 knjižnice koje su bile prisutne sa 99 pojavnosti. Daljnjom selekcijom na temelju aktivnosti, uzorak je smanjen na konačne 64 promatrane knjižnice. Rezultati istraživanja pokazali su kako je u tom uzorku bio najveći broj narodnih knjižnica (54%) iza kojih su slijedile školske knjižnice. Što se tiče sveučilišnih knjižnica, broj sveučilišnih knjižnica tada prisutnih na Facebooku u odnosu na njihov ukupan broj općenito je bio 5 od 6 dok je broj visokoškolskih, znanstvenih i specijalnih knjižnica prisutnih na Facebooku u odnosu na njihov ukupan broj općenito zapravo bio zanemariv. Zatim, prema pojavnosti, istraživanje je pokazalo kako je više od polovice knjižnica bilo na Facebooku prisutno preko profila te kako su knjižnice bile vrlo neažurne ili neaktivne u objavljivanju sadržaja. Vezano uz sadržaje objava, istraživanje je pokazalo kako je 20% knjižnica bilo odgovorno za 50% ukupnog broja objava, a 13% svih objava kategorizirano je kao „spam“. U konačnici autorica kao zaključak navodi kako knjižnice najčešće objavljuju sadržaje vezane uz svoje aktivnosti ili aktivnosti svoje institucije čime Facebook koriste kao sredstvo marketinga. Ovo je istraživanje

²³⁷ Benčec, Maja. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook : diplomski rad. Zagreb. Maja Benčec, 2011. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/4243/1/1064BIBL.pdf>

predstavljeno i na dva međunarodna znanstvena skupa te su, sukladno tome, u 2012. godini objavljena dva istraživačka članka^{238,239} temeljena na ovom radu.

Hebrang Grgić i Mučnjak²⁴⁰ usporedile su korištenje Facebooka u hrvatskim i irskim narodnim knjižnicama odlučujući se upravo na tu usporedbu zbog sličnosti u broju stanovnika ove dvije zemlje. Istraživanje je provedeno 1. prosinca 2011. Nakon inicijalnog pregleda, utvrđeno je postojanje 64 hrvatske narodne knjižnice na Facebooku, od kojih je 29 imalo otvorene stranice, zbog čega su samo one uvrštene u konačan uzorak. Što se tiče irskih narodnih knjižnica, na Facebooku je pronađeno njih 32. Od njih, 21 knjižnica imala je otvorenu Facebook stranicu, zbog čega su uvrštene u istraživanje. Dakle, konačan promatrani uzorak sastojao se od 50 narodnih knjižnica. Prikupljeni podaci odnosili su se na tri kategorije: metričke podatke, aktivnost korisnika i aktivnost knjižnica. Podaci koje autorice iznose u dijelu istraživanja koje se bavi analizom prikupljenih podataka pokazuju kako hrvatske narodne knjižnice imaju veći broj „fanova“ koji i u većem broju bilježe podatak da su bili u knjižnici („were here“) i podatak da „govore“ o sadržajima koje su knjižnice podijelile („talking about this“). S druge pak strane, irske narodne knjižnice imaju veći broj sadržaja objavljenih od strane „fanova“ iako hrvatske knjižnice češće „otvaraju“ svoje stranice za objave „fanova“. Sve knjižnice iz obrađenog uzorka koriste „tabove“ za dodavanje sadržaja na „zidove“ i fotografije, a često je i korištenje info „taba“ koji omogućuju stavljanje osnovnih informacija kao što su adresa i radno vrijeme, ali hrvatske knjižnice češće najavljuju događanja korištenjem „event taba“ dok se „tab“ za bilješke koristi podjednako. Autorice zaključuju kako je broj aktivnosti u obje zemlje sličan, ali kako je način komunikacije nešto drugačiji, što smatraju pozitivnim, jer to daje mogućnost administratorima stranica da sami odluče kakav je način komunikacije najbolji.

²³⁸ Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko; Maja Benčec. Croatian libraries on Facebook – content analysis. // 35th International Convention MIPRO 2012: Computers in Education. Rijeka : Croatian Society for Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics , 2012. Str. 1316-1320.

²³⁹ Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko; Maja Benčec. Social networking and libraries. // Proceedings of the IADIS international conference e-Society 2012. Berlin : IADIS , 2012. Str. 511-515.

²⁴⁰ Hebrang Grgić, Ivana.; Dorja Mučnjak. Croatian and Irish public libraries on Facebook. // Qualitative and Quantitative Methods in Libraries 3, 2012. 267-275. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:http://www.qqml.net/papers/December_2012_Issue/5QQML_Journal_2012_Hebrang_Grgic-Mucnjak_3_267-275.pdf

Mučnjak i Hebrang Grgić²⁴¹ provele su istraživanje i u siječnju 2012. I ovo istraživanje bilo je koncentrirano na narodne knjižnice, ali je za cilj imalo utvrditi koliko narodne knjižnice poznaju razliku između privatnog i poslovnog ponašanja na Facebooku te kakvo je stvarno stanje. Uzorak su predstavljale 64 narodne knjižnice raspoređene u dvije grupe – grupa A (knjižnice koje imaju otvorene Facebook stranice) i grupa B (knjižnice koje imaju otvorene profile) nad kojima je provedena kvantitativna analiza broja „fanova“ i „prijatelja“ te ukupnog broja interesa izraženog od strane knjižnica. Kvalitativna analiza bila je usmjerena na promatranje sadržaja onoga za što su knjižnice pokazale interes „lajkanjem“ različitih sadržaja na Facebooku. Kako bi se različiti sadržaji mogli pratiti bili su raspoređeni u 8 kategorija – knjižnice, zabava, promocija knjige, profitne organizacije, kultura-znanost-obrazovanje, neprofitne organizacije, portali za vijesti, osobni stavovi. Jedan od značajnijih rezultata proizašlih iz ovog istraživanja je činjenica kako su knjižnice koje se koriste stranicama više okrenute prema knjižničarskim sadržajima, kao i sadržajima koji promoviraju kulturu, znanost i obrazovanje, za razliku od knjižnica s otvorenim profilima koje su više orijentirane prema zabavnim sadržajima i profitnim ustanovama. Neprofitne ustanove zanimljive su i jednoj i drugoj kategoriji podjednako. Također je značajno kako nije zabilježeno, niti kod jedne niti kod druge grupe knjižnica, da često izražavaju svoje osobne stavove (odnosno stavove administratora) što pokazuje kako je većina administratora svjesna da njihovi osobni stavovi ne smiju biti izraženi kada administriraju sadržaje u ime ustanove. S obzirom na to da Facebook profili imaju mogućnost dodavanja podataka o spolu ili statusu veze i sl., za razliku od stranica na kojima te mogućnosti nema, autorice su zabilježile i informacije koje su vrlo privatne i nije im mjesto na profilu koji službeno predstavlja jednu ustanovu (npr. knjižnice su zainteresirane za oba spola, knjižnice su išle u školu, knjižnice imaju djeda, knjižnice imaju kompliciranu vezu i sl.). Kao zaključke ovog istraživanja autorice navode nekoliko uočenih problema: gotovo polovina narodnih knjižnica na Facebooku imaju otvorene profile koje administratori koriste i za izražavanje osobnih stavova što pokazuje kako su manje informirani o pravilima korištenja Facebooka od onih koji se koriste stranicama. Nadalje autorice zaključuju kako, suprotno očekivanju, narodne

²⁴¹ Mučnjak, Dorja; Ivana Hebrang Grgić. Libraries and librarians on Facebook – professional vs personal involvement. // Proceedings of the IADIS international conference : Web Based Communities and Social Media 2012 : Colaborative technologies 2012. Lisbon : International Association for Development of the Information Society, 2012. Str. 160-164.

knjižnice ipak ne izražavaju svoje osobne stavove u velikoj mjeri, pretpostavljaju kako je nepridržavanje Facebook pravila i etičkog ponašanja na webu posljedica jednostranih odluka djelatnika knjižnica, bez konzultacija sa ustanovom, da otvore profile knjižnica na Facebooku te na kraju izražavaju potrebu za dodatnom edukacijom knjižničara za korištenje Facebooka, ali i u smislu upoznavanja etičkih pravila knjižničarske zajednice.

Istraživanje²⁴² provedeno 1. srpnja 2012. za ciljeve je imalo utvrditi broj narodnih knjižnica u Hrvatskoj prisutnih na Facebooku, utvrditi načine na koje su prisutne, količinu njihovih aktivnosti i postaviti temelje za buduća takva istraživanja. Istraživanjem su obuhvaćene sve hrvatske narodne knjižnice koje su 1. srpnja 2012. godine na bile prisutne na Facebooku bez obzira da li su imale otvorene stranice, profile i grupe, a provedena je i analiza svih pronađenih pojavnosti. Analizirani elementi su se razlikovali s obzirom na pojavnosti, ali neki od analiziranih elementa bili su istovrsni, primjerice broj korištenih aplikacija, podaci o ukupnom broju postavljenih fotografija, događaja, video snimki i bilješki i objava tijekom svibnja i lipnja 2012. te broju „lajkova“, „prijatelja“ i „članova“ grupa. Za sve su pojavnosti pregledani i zabilježeni i datumi kada su počele s djelovanjem. Rezultati su pokazali kako je 1. srpnja 2012. na Facebooku bilo prisutno ukupno 87 narodnih knjižnica zastupljenih sa 41 stranicom, 38 profila i 8 grupa. Prema tim rezultatima autorice su zaključile kako velik broj hrvatskih narodnih knjižnica čini pogrešku koristeći se profilom kao načinom pojavnosti te kako korištenje grupe kao Facebook pojavnost nije pogrešna, ali bi bilo bolje zamijeniti ju stranicom dok bi se grupe trebale koristiti za okupljanje „fanova“ s obzirom na zajedničke interese oko neke teme. Autorice su također zaključile da bi knjižničari trebali pažljivo planirati korištenje Facebook stranica i grupa te redovito provoditi aktivnosti na njima, pri čemu moraju obratiti pažnju i uzeti u obzir sva ona pravila koja za knjižnice vrijede i u stvarnom svijetu (poslanje knjižnice, poštivanje pravnih propisa, knjižničarskog etičkog kodeksa i slično), ali i pravila koja su postavljena na samom Facebooku i svim drugim društvenim mrežama na kojima su prisutne pojavnosti hrvatskih narodnih knjižnica.

²⁴² 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. 1, 17(2015), str. 217-241.

U srpnju 2012. Hebrang Grgić²⁴³ napravila je još jedno istraživanje o knjižnicama i društvenim mrežama, obuhvaćajući sve vrste knjižnica. Rezultati su predstavljeni za sveukupno prikupljene podatke te za svaku vrstu knjižnica zasebno. Što se tiče narodnih knjižnica, rezultati istraživanja pokazali su kako postoji trend rasta prisutnosti narodnih knjižnica na Facebooku kada se usporede podaci unazad nekoliko godina, a i dalje je prisutan problem nepravilnog korištenja Facebooka te nepoznavanja Facebook pravila. Kako su tome slični i rezultati koji se odnose na druge vrste knjižnica autorica zaključuje kako je potrebno poraditi na informiranju i edukaciji „Facebook knjižničara“ kako bi se usluge na društvenim mrežama razvijale u skladu sa zakonima, pravilima i normama.

Pšenica, Šalamon-Cindori, Vlahov²⁴⁴ proveli su istraživanje tijekom studenog 2012. putem online anketa koje su slane elektroničkom poštom onim knjižnicama za koje je prethodno utvrđeno da se koriste društvenim mrežama. U uzorku su zastupljene sve vrste knjižnica, njih ukupno 74, ali ono što ovo istraživanje razlikuje od sličnih jest činjenica da su autori u obzir uzeli i druge društvene mreže te dobili podatak o tome koliko se one koriste pri komunikaciji s javnošću. Rezultati istraživanja pokazali su da je Facebook daleko najzastupljenija društvena mreža dok Twitter sa 17% knjižnica koje ga koriste, YouTube sa 15% i Pinterest sa tek 4% daleko zaostaju. Prema rezultatima, ostale društvene mreže su zanemarivo prisutne. Nadalje, i ovo istraživanje je potvrdilo kako je veliki udio „profila“ kao pojavnih oblika na Facebooku, kako su knjižnice neažurne prilikom objavljivanja sadržaja te kako su sadržaji objava najčešće vezani uz informacije o knjižničnim aktivnostima, novostima i knjižničnim zbirka. Kako je ovo istraživanje, za razliku od ranije navedenih, rađeno putem ankete na koju su odgovarali sami knjižničari, autori su dobili uvid u njihovo stajalište o važnosti prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama koje je u velikoj većini bilo vrlo pozitivno.

Pored radova koji su u potpunosti posvećeni istraživanju odnosa knjižnica - web 2.0, neki su se hrvatski autori kroz druge istraživačke teme dotaknuli i gore navedenog odnosa.

²⁴³ Hebrang Grgić, Ivana. „Facebook knjižničar“: umijeće komuniciranja na društvenim mrežama // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 33-46.

²⁴⁴ Davorka Pšenica; Breza Šalamon-Cindori; Darjan Vlahov. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 24-32.

Vrana i Kovačević²⁴⁵ u svom su radu, koji se ticao istraživanja korisnika Knjižnice i čitaonice Bogdana Ogrizovića u Zagrebu, između ostalog dobili i rezultat koji ukazuje na to kako se gotovo polovina korisnika koristi internetskim izvorima kako bi došli do informacija o aktivnostima u knjižnici te kako ih više od 50% smatra da internet može utjecati na društveni status knjižnica.

Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Zadar²⁴⁶ u dijelu koji se ticao korištenja mrežnih stranica knjižnice, pokazalo je da korisnici, posebice oni mlađi, žele i usluge preko različitih mrežnih aplikacija.

U istraživanju „Lokalna zajednica i knjižnice: komunikacija za obostranu korist“²⁴⁷ autorica je istraživala načine komunikacije narodnih knjižnica Sisačko-moslavačke županije s javnošću. Istraživanje je pokazalo kako manje od 30% narodnih knjižnica te županije koristi mogućnosti društvenih mreža za komunikaciju s lokalnom zajednicom.

Lokalno orijentirana istraživanja na temu društvenih mreža provele su i Zović²⁴⁸ i Miškić²⁴⁹. Oba su istraživanja pokazala kako su aktivnosti knjižnica na društvenim mrežama u istraživanim hrvatskim regijama (Istarska županija i područje na kojem djeluje Društvo knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog Prigorja) slabe i nerazvijene.

4.5. Zaključno o poglavlju

Pregled literature dostupne na temu društvenih mreža u uslugama knjižnica, posebno narodnih knjižnica, ukazuju na to da su alati weba 2.0 već postali zastupljeni u knjižničnim uslugama te da knjižničari o njima promišljaju, pokušavajući ih implementirati i dalje razvijati za potrebe djelatnosti.

²⁴⁵ Vrana, Radovan; Jasna Kovačević. Položaj knjižnice u umreženom društvu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), 25-41.

²⁴⁶ Novak, Helena. Anketno istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Zadar. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), 140-157.

²⁴⁷ Holcer, Dunja. Lokalna zajednica i knjižnice : komunikacija na obostranu korist. // Knjižnica, komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova, Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2012. Str. 63-70.

²⁴⁸ Zović, Irides. Glas za Facebook: društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 73-83.

²⁴⁹ Miškić, Lucija. Biti ili ne biti na društvenim mrežama – to je pitanje! // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja, 15(2013), 12-13.

Pregled istraživanja i njihovih rezultata pokazuje da se prisutnost društvenih mreža, ali i drugih web 2.0 alata, u uslugama knjižnica kontinuirano povećava čime se mijenja percepcija knjižničnih usluga u javnosti te odnos knjižnica-korisnik-knjižnica, a primjeri iz prakse, „kako radovi“ te osvrti odnosno pregledni radovi pružaju mogućnost knjižničarima koji su tek počeli razmišljati o implementaciji web 2.0 usluga u knjižnice da dobiju konkretnu predodžbu o načinima korištenja i mogućnostima koje im pružaju različite društvene mreže.

Istraživanja provedena u Hrvatskoj ukazuju da se pomak knjižničnih usluga na društvene mreže dogodio i u hrvatskim knjižnicama zbog čega će rezultati prikazanih istraživanja provedenih u Hrvatskoj biti dovedeni u korelaciju s istraživanjem provedenim za potrebe ovog rada kako bi se ustanovilo postoje li sličnosti i razlike u rezultatima i stanju u odnosu na korištenje društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama u periodu od 2009. do 2013. godine.

5. HRVATSKE NARODNE KNJIŽNICE I DRUŠTVENE MREŽE– ISTRAŽIVANJE

5.1. Uvod

Narodne su knjižnice u svijetu i Hrvatskoj prisutne su na društvenim mrežama. Kako bi se to potvrdilo, potrebno je samo upisati riječ „knjižnica“ na hrvatskom ili nekom drugom jeziku, na nekoj od društvenih mreža i odmah je vidljivo kako su one redovni korisnici koji imaju otvorene stranice, profile ili grupe preko kojih komuniciraju s javnošću, dijele multimedijalne sadržaje, fotografije, zanimljive poveznice, organiziraju događanja, promoviraju novu građu i slično.

Brojna su pitanja koja je potrebno razmotriti kad se govori o društvenim mrežama i narodnim knjižnicama, a ona, između ostalog uključuju i pitanja etičnog ponašanja knjižničara/administratora, zaštite privatnosti korisnika na društvenim mrežama kojima se knjižnice koriste, zaštite podataka, zaštite djece i tako dalje. Upravo se iz tog razloga nameće pitanje jesu li hrvatske narodne knjižnice prihvatile i analizirale komunikaciju putem društvenih mreža te se društvenim mrežama koriste svjesno, odgovorno i planski, poštujući knjižničarska etička načela te pravila vlasnika društvenih mreža. Stoga je važno utvrditi stanje na tom području, posebno u narodnim knjižnicama jer upravo one okupljaju daleko najveći broj korisnika i imaju utjecaj na cijelu zajednicu.

Do sada rađena istraživanja o korištenju društvenih mreža u narodnim knjižnicama u Hrvatskoj ukazuju na trend rasta prisutnosti društvenih mreža kao komunikacijskog alata koji koriste narodne knjižnice. Provedena istraživanja koja se bave korištenjem društvenih mreža isključivo u hrvatskim narodnim knjižnicama (Hebrang Grgić i Mučnjak,²⁵⁰ Mučnjak i Hebrang Grgić,²⁵¹ Hebrang Grgić i Mučnjak,²⁵²), a detaljnije su predstavljena u prethodnom poglavlju, rađena su promatranjem ponašanja narodnih knjižnica na društvenim mrežama te prikupljanjem podataka o vrstama pojavnosti kojima su knjižnice predstavljene, o broju objavljenih sadržaja i vrstama tih sadržaja, o broju „prijatelja“, broju „lajkova“ koje su davali korisnici i tako dalje. Rezultati ovih

²⁵⁰ Hebrang Grgić, Ivana.; Dorja Mučnjak. Nav. dj.

²⁵¹ Mučnjak, Dorja; Ivana Hebrang Grgić. Nav. dj.

²⁵² Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Nav. dj. (2015.)

istraživanja su polazište za dobivanje cjelovite slike stanja u tom području. Istraživanje provedeno za potrebe ovog rada, osim promatranja aktivnosti narodnih knjižnica na društvenim mrežama, uključilo i pregledavanje službenih internetskih stranica narodnih knjižnica radi utvrđivanja razine integriranosti društvenih mreža u mrežne usluge, utvrđivanje razlikuju li se hrvatske narodne knjižnice po tome kako koriste društvene mreže i jesu li te razlike u korelaciji s veličinom knjižnice, brojem zaposlenih te njihovom dobnom i obrazovnom strukturom, kakav je stav hrvatskih narodnih knjižnica prema društvenim mrežama i njihova percepcija društvenih mreža kao novog komunikacijskog pomagala, ali i stav korisnika prema društvenim mrežama kao jednoj od usluga narodnih knjižnica i njihovo zadovoljstvo tom vrstom komunikacije, te utvrđivanje mogućih razlika između knjižničara i korisnika u percepciji knjižničnih usluga na društvenim mrežama, čime se ono razlikuje u odnosu na gore spomenuta istraživanja.

5.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Ciljevi istraživanja bili su:

- utvrditi suvremenost komunikacijskih alata kojom se knjižničari koriste za komunikaciju s korisnicima i javnošću uključujući službene internetske stranice hrvatskih narodnih knjižnica i integraciju društvenih mreža kao njihovu nadogradnju,
- utvrditi i analizirati razlike u korištenju društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama,
- utvrditi stav hrvatskih narodnih knjižničara prema društvenim mrežama i percepciju društvenih mreža kao komunikacijskog alata,
- utvrditi stav korisnika prema društvenim mrežama u uslugama narodnih knjižnica uz zadovoljstvo tom vrstom komunikacije,
- utvrditi razlike između knjižnica i korisnika u percepciji knjižničnih usluga na društvenim mrežama
- utvrditi komunikaciju na relaciji knjižnica-korisnik-knjižnica.

Prema ovim ciljevima postavljene su četiri hipoteze koje će biti potvrđene rezultatima dobivenih istraživanjem.

Prva hipoteza – hrvatske narodne knjižnice nemaju aktivne službene internetske stranice putem kojih komuniciraju s javnošću služeći se suvremenim komunikacijskim alatima weba 2.0 kao nadogradnjom na postojeće mrežne usluge, te se društvenim mrežama koriste kao povremenim sredstvom za komunikaciju s korisnicima jer prate trendove, ali ne shvaćaju u potpunosti pravila korištenja, potencijalne mogućnosti razvoja i promicanja službi i usluga na društvenim mrežama te važnost aktivnog ispitivanja korisničkog mišljenja.

Druga hipoteza – korištenje društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama svodi se na samo jednu društvenu mrežu (Facebook), što znači da se ne koriste sve mogućnosti koje pružaju web 2.0 i društvene mreže, niti se one koriste na najbolji mogući način.

Treća hipoteza – knjižničari u hrvatskim narodnim knjižnicama nemaju dovoljnu razinu informacijske pismenosti koja bi im osigurala korištenje društvenih mreža prema pravilima osnivača društvenih mreža i dovoljnu osviještenost o zaštiti privatnosti i podataka korisnika, posebice djece.

Četvrta hipoteza – korisnici hrvatskih narodnih knjižnica nisu upoznati s uslugama narodnih knjižnica na društvenim mrežama.

5.3. Metodologija i uzorak istraživanja

Istraživanje je provedeno u tri dijela i obrađeno kao kvantitativno istraživanje koje je izvršeno pomoću metode anketiranja i metode promatranja uz svakodnevno bilježenje aktivnosti. Dobiveni rezultati obrađeni su postupcima inferencijalne statističke analize, sintezom, apstrakcijom, konkretizacijom, generalizacijom i specijalizacijom dobivenih rezultata te prikazani deskripcijom i statističkom metodom na metodi uzoraka (slučajni i apsolutni uzorci).

5.3.1. Narodne knjižnice – anketno istraživanje

Narodne knjižnice u Hrvatskoj, ovisno o tome tko ih je osnovao, mogu biti općinske i gradske. Međutim, gradske knjižnice mogu biti i matične županijske knjižnice. Taj im status dodjeljuje Ministarstvo kulture. Kako je važno, za potrebe ovog istraživanja,

utvrditi da li postoje razlike u ponašanju i aktivnostima na društvenim mrežama i službenim internetskim stranicama knjižnica između županijskih matičnih knjižnica, kao najvećih, s najviše zaposlenih stručnih djelatnika i najbolje opremljenih u odnosu na ostale narodne knjižnice, za potrebe ovog rada narodne knjižnice promatrat će se prema statusu odnosno osnivaču te će biti podijeljene na tri statusa – matične, gradske i općinske. Matične, gradske i općinske djeluju kao samostalne ili u sastavu neke druge organizacije, obično domova kulture.

Neke narodne knjižnice ne čini samo jedna knjižnica nego je veći broj narodnih knjižnica i ogranaka organiziran u mrežu knjižnica (npr. Knjižnice grada Zagreba). Takve knjižnicu u ovom su istraživanju predstavljene kao jedna knjižnica jer one imaju zajedničko financiranje, centraliziranu ili koordiniranu nabavu, zajedničku upravu te na društvenim mrežama djeluju kao jedna cjelina.

Dio narodnih knjižnica su ogranci većih knjižnica, ali djeluju kao samostalne općinske knjižnice jer se i financiraju od strane općina. Takve knjižnice u ovom su istraživanju izuzete iz veće knjižnice te su predstavljene samostalno, budući da se tako i same predstavljaju (npr. Knjižnica i čitaonica Martinska Ves).

S obzirom da je Upisnik knjižnica pri Ministarstvu kulture nepotpun i netočan, podaci o narodnim knjižnicama preuzeti su iz popisa županijskih matičnih knjižnica²⁵³ dostupnog na internetskoj stranici Zavoda za knjižničarstvo pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu i podataka koji su dobiveni izravno od strane voditelja županijskih matičnih službi. Od 198 narodnih knjižnica u Hrvatskoj, 20 (10%) je županijskih matičnih knjižnica, 103 (52%) su gradske i 75 (38%) je općinskih narodnih knjižnica.

Metoda istraživanja bila je online anketa (Prilog 1.), provedena pomoću SurveyMonkey softvera. Anketni upitnik sastojao se od 21 pitanja, podijeljenih u tri cjeline.

Prvu cjelinu sačinjavala su pitanja koja su se odnosila na ime knjižnice, vrstu, županiju, broj zaposlenih, njihovu dobnu starost i stručnu spremu. Druga cjelina

²⁵³ Županijske matične narodne knjižnice. Rujan 2011. [citirano: 2013-09-10]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/01/UserFiles_File_Popis-%C5%BEupanijskih-mati%C4%8Dnih-narodnih-knji%C5%BEnica-za-web1.pdf

odnosila se na komunikacijske alate, a treća cjelina na korištenje društvenih mreža u komunikaciji s korisnicima.

Dio pitanja bio je otvorenog tipa te su ispitanici slobodno odgovarali na pitanja, dio pitanja bio je zatvorenog tipa s ponuđenim odgovorima, od kojih se mogao izabrati samo jedan, dok je dio pitanja bio zatvorenog tipa s ponuđenim odgovorima, ali se moglo izabrati nekoliko odgovora.

Anketni upitnik poslan je elektroničkom poštom ravnateljima i voditeljima svih narodnih knjižnica u Hrvatskoj (198 knjižnica). Adrese elektroničke pošte ravnatelja i voditelja narodnih knjižnica prethodno su prikupljene od voditelja županijskih matičnih službi.

Iako je prvotno bilo planirano da istraživanje traje 30 dana, zbog slabog odaziva ono je trajalo od 6. listopada 2012. – 13. veljače 2013. godine te se moralo pristupiti telefoniranju ravnateljima i voditeljima kako bi ispunili anketu.

Na anketu je odgovorilo njih 121 što čini 61% svih narodnih knjižnica u Hrvatskoj, odnosno 65% (13) matičnih, 63% (65) gradskih i 57% (43) općinskih knjižnica u odnosu na sve narodne knjižnice u Hrvatskoj.

Uzorak od 121 knjižnice koje su odgovorile na anketu sačinjava 13 matičnih knjižnica (10,7%), 65 gradskih (53,7%) i 43 općinske (35,5%).

5.3.2. *Korisnici narodnih knjižnica – anketno istraživanje*

Drugi dio istraživanja bavio se samim korisnicima. Obuhvatio je slučajno odabrane korisnike županijskih matičnih knjižnica i Gradske knjižnice Velika Gorica kao predstavnika Zagrebačke županije.

Za ovaj dio istraživanja korišteni su anketni upitnici (Prilog 2.) koji su se sastojali od 13 pitanja vezanih uz informiranja korisnika o uslugama, događanjima i novostima u knjižnici, je li knjižnica koristi društvene mreže, komuniciraju li s knjižnicom putem društvenih mreža, što misle o takvom načinu komunikacije i sl.

Dio pitanja bio je zatvorenog tipa, s unaprijed ponuđenim odgovorima, a dio pitanja bio je otvorenog tipa te se očekivalo da ispitanici na njih odgovore svojim riječima.

Prije samog provođenja istraživanja kontaktirani su ravnatelji županijskih matičnih knjižnica, voditelji županijskih matičnih službi i ravnateljica Gradske knjižnice Velika Gorica kako bi ih se zamolilo za dopuštenje da se u njihovim knjižnicama provede anketiranje korisnika te za suradnju oko postavljanja upitnika na posudbenim pultovima i vraćanja ispunjenih upitnika poštom. U svaku knjižnicu poštom je poslano 80 otisnutih upitnika.

Iako su prvotno sve knjižnice pristale na suradnju, naknadno je jedna županijska matična knjižnica odbila sudjelovanje, ali tek nakon što su joj već bili poslani upitnici, uz obrazloženje kako se u vremenu krize ne mogu provoditi istraživanja bilo kakve vrste te da oni odbijaju na bilo koji način sudjelovati u svim istraživanjima koja im stižu te su u istraživanju sudjelovali korisnici 19 matičnih knjižnica te Gradske knjižnice Velika Gorica kao predstavnici Zagrebačke županije.

Istraživanje je provedeno istovremeno u svim knjižnicama, tijekom 5 radnih dana i to od 21. do 25. siječnja 2013. godine. Odabir ispitanika bio je nasumičan, a prema analizi dobivenih podataka, anketu su ispunila 843 korisnika.

Međutim, ograničavajući problemi ovog dijela bili su to što zbog toga što nije bilo kontrole nad ispunjavanjem anketnog upitnika, dio ispitanika odabrao je ne odgovoriti na sva pitanja, te to što u svakoj knjižnici nije bio jednak broj ispitanika.

5.3.3. Aktivnosti narodnih knjižnica na najzastupljenijoj društvenoj mreži – priprema, praćenje i bilježenje

Treći dio istraživanja bilo je praćenje aktivnosti (pojavnosti, broj i sadržaj objava, komunikacija s korisnicima, dodatne informacije) narodnih knjižnica na društvenoj mreži koja se kroz prvi dio istraživanja pokazala kao najzastupljenija (Facebook²⁵⁴) i pregleda aktivnosti hrvatskih narodnih knjižnica (apsolutni uzorak) na službenim internetskim stranicama, te implementacije alata weba 2.0 na njima.

Ovaj dio istraživanja bio je proveden u nekoliko koraka: analiziranjem pojavnosti svih hrvatskih narodnih knjižnica na Facebooku i izdvajanjem narodnih knjižnica koje su sudjelovale u prvom dijelu istraživanja te tada odgovorile kako se najčešće koriste

²⁵⁴ Prvi dio istraživanja pokazao je kako je Facebook društvena mreža kojom se koristi najveći broj ispitivanih narodnih knjižnica.

Facebookom, slanjem zahtjeva za „prijateljstvo“ i „učlanjivanje“ u Facebook grupe te „lajkanjem“ njihovih Facebook stranica, praćenjem aktivnosti knjižnica iz uzorka te pregledavanjem njihovih službenih internetskih stranica. Treći dio istraživanja započeo je 30. travnja, a završio je 30. svibnja 2013. godine.

Od 30. travnja do 12. svibnja 2013., u pripremnom dijelu trećeg dijela istraživanja, analizirane su pojavnosti svih hrvatskih narodnih knjižnica na Facebooku i izdvojene su narodne knjižnica koje su sudjelovale u prvom dijelu istraživanja te tada odgovorile kako se najčešće koriste Facebookom. Tim je narodnim knjižnicama poslan zahtjev za „prijateljstvo“ i „učlanjivanje“ u Facebook grupe te „lajkanjem“ njihovih Facebook stranica.

Od 198 narodnih knjižnica u Hrvatskoj, njih 98 (49,5% svih narodnih knjižnica u Hrvatskoj) je 12. svibnja 2013. imalo neki pojavni oblik na Facebooku. Od toga je 75 onih koje su sudjelovale i u prvom dijelu istraživanja. To je 76,5% ukupnog broja narodnih knjižnica tada prisutnih na Facebooku odnosno 37,9% svih hrvatskih narodnih knjižnica.

Što se tiče pojava oblika (profil/stranica/grupa), narodne knjižnice pojavljivale su se u 103 pojava oblika (60 stranica, 39 profila, 4 grupe) jer su neke od knjižnica imale više pojava oblika istovremeno.

Knjižnice, koje su sudjelovale u prvom dijelu istraživanja, imale su 80 pojava oblika (47 stranica, 29 profila, 4 grupe), što također znači da se neke od njih koriste s dvije ili više pojavnosti.

U pripreмноj fazi utvrđeno kako od 68 knjižnica koje su odgovorile da se najčešće služe Facebookom, za njih 5 nije pronađena nikakva potvrda da se doista njime i koriste. Za 16 knjižnica utvrđeno je kako se koriste drugačijom pojavnošću od one koju su same navele, 11 knjižnica imalo je 2 ili više pojava oblika (najaktivnija pojava uvrštena u praćeni uzorak), a 36 knjižnica pojavljivalo se onako kako su navele i u prvom dijelu istraživanja. Tako je stvarno praćena aktivnost 63 narodne knjižnice ili 64,3% svih narodnih knjižnica prisutnih na Facebooku.

Praćenje aktivnosti pojavnosti narodnih knjižnica iz uzorka započelo je 13. svibnja 2013. i trajalo je do 26. svibnja 2013. (14 dana). Tijekom tog perioda zabilježene su sve objave, broj „lajkova“ na objave, a objave su razvrstane prema vrstama objava i to:

- a) opće obavijesti – objave koje se tiču radnog vremena, članarina itd.,
- b) novosti o uslugama knjižnice – objave koje se tiču novih usluga ili razvoja već postojećih usluga, npr. uvođenje pričaonica na bebe uz već postojeće pričaonice za predškolce i sl.,
- c) informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje, slušanje,
- d) promotivni materijali – objave letaka i plakata o uslugama knjižnice ili događanjima u knjižnici,
- e) pozivi na događanja – stvaranje „događanja“ („evenata“) ili jednostavne objave uz poziv za sudjelovanje ili posjet,
- f) fotografije s događanja održanih u knjižnici i obavijesti o održanim događanjima bez fotografija,
- g) neobavezno čavrljanje s korisnicima – objave tipa „Danas se osjećamo odlično. A vi?“
- h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva – objave vezane uz održavanje skupština regionalnih knjižničarskih društava, fotografije knjižničnih zgrada u svijetu, popise najljepših knjižnica, dobitnike strukovnih knjižničarskih nagrada itd.,
- i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta, citati, zanimljivosti općenito,
- j) lokalne vijesti i obavijesti – objave koje se tiču događanja u lokalnoj zajednici, a nisu vezane uz samu knjižnicu.

Bilježenje je vršeno svakodnevno, ručno, u za to pripremljene tablice (Prilog 3.) u kojima su knjižnice bile obilježene brojevanim šiframa. Zabilježeni podaci su zatim pregledani te ručno upisani u tablice za praćenje sveukupne aktivnosti narodnih knjižnica iz uzorka na Facebooku (Prilog 4. i Prilog 5.). Praćenje aktivnosti odnosilo samo na one knjižnice koje su u prvom dijelu istraživanja odgovorile kako se najčešće, od svih društvenih mreža, služe Facebookom, a praćene su njihove aktivnosti i objave na Facebooku kako bi se mogle ustvrditi sličnosti i razlike u odgovorima dobivenim anketnim ispitivanjem u odnosu na doista objavljivane sadržaje.

Od 27. do 30. svibnja 2013. još su pregledani i dodatni podaci o knjižnicama (kategorija, kontakt podaci, poveznice na službene internetske stranice knjižnica i kataloge knjižnica, učlanjenost profila knjižnica u različite Facebook grupe i tako dalje) koje su djelatnici knjižnica stavili na Facebook pojavnosti knjižnica i postojanje

dokumenta o zaštiti privatnosti i objavljivanju fotografija na svakom praćenom profilu/grupi/stranici i službenoj internetskoj stranici knjižnice.

Pregledane su i službene internetske stranice praćenih knjižnica kako bi se utvrdilo postoji li na njima poveznica na Facebook profil/stranicu/grupu. Svi su podaci bilježeni ručno u za to izrađene tablice (Prilog 6. i Prilog 7.)

Rezultati bilježenja postojanja i stanja službenih internetskih stranica svih narodnih knjižnica u Hrvatskoj uspoređeni su sa stanjem narodnih knjižnica u Srbiji i Sloveniji (apsolutni uzorak) za koje su podaci prikupljeni ručno, u za to pripremljene tablice (Prilog 8.) te s rezultatima istraživanja koja su na temu društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama privedena prije ovog istraživanja.

5.4. Rezultati istraživanja

5.4.1. Rezultati istraživanja provedenog anketiranjem ravnatelja i voditelja hrvatskih narodnih knjižnica

Prema podacima dobivenim analiziranjem anketnih upitnika, kao što je već ranije navedeno, uzorak knjižnica koje odgovorile na anketni upitnik je 13 matičnih, 65 gradskih i 43 općinske knjižnice (Tablica 1.).

Tablica 1.		
Status knjižnice	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) županijska matična knjižnica	11	13
b) gradska knjižnica	54	65
c) općinska knjižnica	35	43
Ukupno:	100	121

Prema provedenom istraživanju, zaposlenih stručnih djelatnika u narodnim knjižnicama²⁵⁵ koje su sudjelovale u istraživanju je 1058. U taj zbir uključeni su stručni

²⁵⁵ Stručnim djelatnicima u knjižnicama, za potrebe ovog istraživanja, smatraju se, uz knjižničare i informatičari.

djelatnici Knjižnica grada Zagreba kojih je ukupno 435. Prema tome, ukupan prosjek zaposlenih po knjižnici je 9. Međutim, izuzmu li se iz ovog prosjeka Knjižnice grada Zagreba, jer njihov udio od 41% u ukupnom zbiru zaposlenih daje nerealnu sliku stanja o prosječnom broju zaposlenih u knjižnicama, prosječan broj zaposlenih u narodnim knjižnicama je 5. Prosjek zaposlenih stručnih djelatnika u matičnim knjižnicama (bez Knjižnica grada Zagreba) je 26, u gradskima je to 4, a u općinskim taj je broj 1,3.

Županijske matične knjižnice najveće su među narodnim knjižnicama. Prema dobivenim podacima u 13 matičnih knjižnica radi ukupno 750 stručnih djelatnika od čega je 266 srednje stručne spreme, 62 više stručne spreme i prvostupnika, 405 visoke stručne spreme i magistara struke, 13 je magistara znanosti te su 4 doktora znanosti. U prosjeku u matičnim knjižnicama radi 58 djelatnika, a prosječna dobna starost je 39,9 godina. Međutim, iz ovih podataka treba izuzeti Knjižnice grada Zagreba koje sa svojih 435 djelatnika čine 58% svih zaposlenih u matičnim knjižnicama. Izuzimanje njihovog broja iz ukupnog broja djelatnika daje potpuno drugačiju sliku o matičnim knjižnicama, počevši od prosječnog broja zaposlenih. Bez Knjižnica grada Zagreba prema stručnoj spremi stručnih djelatnika situacija je sljedeća: 110 srednje stručne spreme, 42 više stručne spreme i prvostupnika, 158 visoke stručne spreme ili magistara struke, 3 magistra znanosti i 2 doktora znanosti. Prosječan broj zaposlenih u matičnim knjižnicama je 26.

Prema dobivenim podacima u 65 gradskih knjižnica rade ukupno 252 stručna djelatnika od čega je djelatnika 74 srednje stručne spreme, 40 više stručne spreme i prvostupnika, 133 visoke stručne spreme i magistara struke, 2 su magistara znanosti te su 3 doktora znanosti. U prosjeku u gradskim knjižnicama radi 3,8 djelatnika, a prosječna dobna starost je 41 godina. U čak 41,5% gradskih knjižnica rade do 2 stručna djelatnika, dok ih u samo jednoj knjižnici ima 10 ili više.

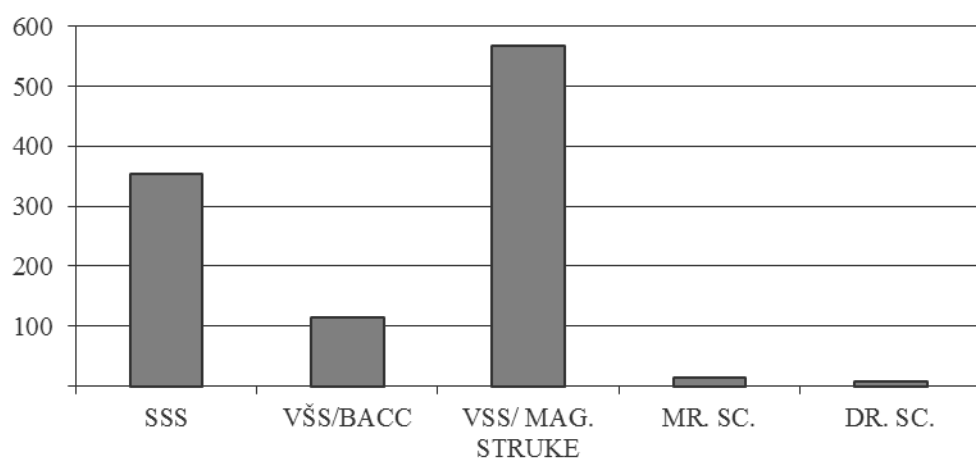
Istraživanje je pokazalo kako u 43 općinske knjižnici radi ukupno 58 stručnih djelatnika, od čega je 16 djelatnika sa srednjom stručnom spremom, 13 je djelatnika s višom stručnom spremom ili prvostupnika te 29 sa visokom stručnom spremom ili magisterijem struke. U ovim knjižnicama nema magistara i doktora znanosti. U prosjeku u općinskim knjižnicama radi 1,3 djelatnika. Prosječna dobna starost je 41,1 godina. U čak 95,3% općinskih knjižnica rade do 2 stručna djelatnika, a u samo 4,7% radi od 3 do 9 djelatnika.

Analizira li se dalje broj stručnih djelatnika po narodnim knjižnicama dolazi se do stvarnog stanja (Tablica 2.). U 86% knjižnica radi manje od 10 stručnih djelatnika. Od toga je čak 56% knjižnica sa do 2 stručna djelatnika, a tek 14% ima 10 i više stručnih djelatnika (uglavnom su to županijske matične knjižnice).

Tablica 2.		
Broj stručnih djelatnika, uključujući informatičare	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) do 2	56	68
b) 3 do 9	30	36
c) 10 i više	14	17
Ukupno:	100	121

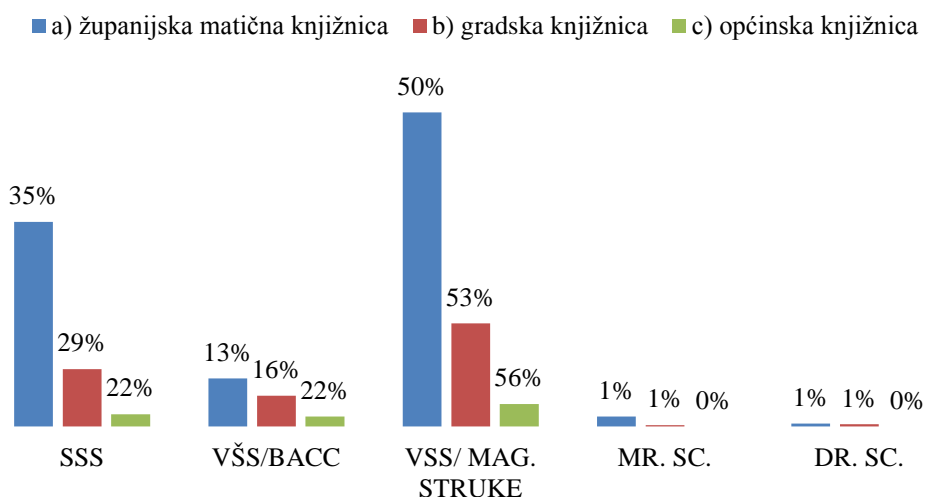
Prosječna dobna starost stručnih djelatnika je 40,9 godina. Prema vrstama knjižnica prosječna starost u matičnim knjižnicama je 39,9, u gradskima 41, a u općinskim 41,1 godinu.

Istraživanje je pokazalo kako je, prema obrazovnoj strukturi, najveći udio visokoobrazovanih stručnih djelatnika, 54% odnosno 567 knjižničara s visokom stručnom spremom (Grafikon 4.).



Grafikon 4. Obrazovna struktura stručnih djelatnika, uključujući informatičare

Zasebna analiza općinskih, gradskih i matičnih knjižnica pokazuje kako je postotak visoke stručne spreme u svakoj od njih 50% ili više, više stručne spreme 13% (matične), 16% (gradske) i 22% (općinske), srednje stručne spreme 35% (matične), 29% (gradske) i 28% (općinske), magistri i doktori znanosti čine po 1% u matičnim i u gradskim knjižnicama dok ih u općinskim knjižnicama nema (Grafikon 5.).



Grafikon 5. Obrazovna struktura stručnih djelatnika, uključujući informatičare, prema statusu narodnih knjižnica

Informatičari su zaposleni u samo 16 knjižnica (13%). Od toga je 9 matičnih, 6 gradskih i 1 općinska (Tablica 3.).

Informatičar zaposlen u knjižnici	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) da	13	16
b) ne	87	105
Ukupno:	100	121

Na pitanje „Kojim se alatima najčešće služi Vaša za komunikaciju s korisnicima?“ odgovorili su svi sudionici ankete. Mogli su odabrati nekoliko odgovora.

Analiza odgovora (Tablica 4.) pokazuje kako je najzastupljeniji oblik komunikacije postavljanje plakata na vidljivim mjestima u knjižnici (95%), zatim slijede usmena komunikacija (89,3%) i komunikacija putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti (80,2%). Komunikacija putem društvenih mreža zastupljena je sa 51,2%. SMS poruke

kao sredstvo komunikacije s korisnicima daleko je najslabije zastupljeno te ga se koristi u samo 23,1% knjižnica.

Tablica 4.		
Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	52,1	63
b) objave na lokalnim internetskim portalima	61,2	74
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	80,2	97
d) usmeno	89,3	108
e) elektronička pošta	57,9	70
f) promotivni letci	64,5	78
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	95,0	115
h) članci u lokalnom tisku	59,5	72
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	51,2	62
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	22,3	27
k) objave na lokalnim radio postajama	59,5	72
l) SMS poruke	23,1	28
Ukupno:		121

Gotovo u 100% knjižnica s korisnicima se komunicira kako bi ih obavijestili o događanjima, 92% obavještava korisnike o novostima kao što su radno vrijeme, članarina i slično, 57% knjižničari žele čuti ideje, prijedloge, primjedbe i komentare, a samo u 25,6% knjižnica provode se ankete među korisnicima (Tablica 5.).

Tablica 5.		
Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) obavijesti o događanjima	99,2	120
b) obavijesti o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)	91,7	111
c) provođenje ankete među korisnicima	25,6	31
d) knjižničare zanimaju ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika	57,0	69
Ukupno:		121

Na pitanje „Vaša knjižnica je korisnik društvenih mreža:“ bila su ponuđena samo dva odgovora, „da“ i „ne“. Svih 121 sudionika ankete odgovorilo je na ovo pitanje (Tablica 6.). U gotovo 60% knjižnica koriste se društvene mreže.

Tablica 6.		
Knjižnica, korisnik društvenih mreža	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) da	59,5	72
b) ne	40,5	49
Ukupno:	100	121

Iako je 49 sudionika ankete odgovorilo da se u njihovim knjižnicama ne koriste društvenim mrežama, 32 sudionika ankete su odgovorila i zašto je tako. Pa tako 21 sudionik ankete smatra kako nisu obučeni za rad s takvim alatima, 10 sudionika ankete smatra korištenje društvenih mreža nepotrebnim, a u jednoj je knjižnici, od strane osnivača zabranjeno korištenje društvenih (Tablica 7.).

Tablica 7.		
Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	Postotak odgovora	Broj odgovora N=32
a) smatraju to nepotrebnim	31,3	10
b) nisu obučeni za rad s takvim alatima	65,6	21
c) lokalna vlast ne dozvoljava javnim ustanovama grada/općine korištenje društvenih mreža	3,1	1
Ukupno:	100	32

Iduće pitanje odnosilo se na to kojim se društvenim mrežama u knjižnicama koriste. Ponuđena je mogućnost višestrukih odgovora, jer neke od knjižnica koriste više društvenih mreža za različite potrebe (npr. YouTube za postavljanje filmova ili Flickr za objavljivanje fotografija). Gotovo sve knjižnice koje se koriste društvenim mrežama, koriste se Facebookom (97%) dok su sve ostale društvene mreže (osim Twittera i Flickr) zastupljene s manje od 5% (Tablica 8.).

Tablica 8.		
Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) Facebook	97	70
b) Twitter	11	8
c) Google+	4	3
d) Pinterest	1	1
e) Blog	1	1
f) Youtube	1	1
g) Flickr	6	4
Ukupno:		72

S obzirom na to da je moguće korištenje više društvenih mreža, postavljeno je i pitanje „Kojom se društvenom mrežom knjižnica najčešće koristi?“ (Tablica 9.). Odgovori su pokazali kako je to Facebook (94,4%). Twitterom, Google+ ili Flickr

najčešće se koristi manje od 3% knjižnica (Twitterom samo jedna, kao i Flickrom dok Google+ najčešće koriste dvije knjižnice).

Tablica 9.		
Najčešće korištena društvena mreža	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) Facebook	94,4	68
b) Twitter	1,4	1
c) Google+	2,8	2
f) Flickr	1,4	1
Ukupno:	100	72

Profil na društvenoj mreži ima čak 55,6% knjižnica, otvorenu grupu 6,9% dok su stranice zastupljene kod samo 37,5% knjižnica (Tablica 10.).

Tablica 10.		
Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) profil	55,6	40
b) grupa	6,9	5
c) stranica	37,5	27
Ukupno:	100	72

Na društvenim mrežama knjižničari najviše objavljuju pozive na događanja (94,4%). Zatim slijede opće obavijesti (91,7%), novosti o uslugama knjižnice (88,9%) i fotografije s događanja u knjižnici (84,7%). Najmanje se objavljuju javne rasprave na zadanu temu (4,2%) i ankete (9,7%) (Tablica 11.).

Tablica 11.		
Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) opće obavijesti	91,7	66
b) novosti o uslugama knjižnice	88,9	64
c) informacije o novoj građi	65,3	47
d) promotivni materijali	50,0	36
e) pozivi na događanja u knjižnici	94,4	68
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	84,7	61
g) neobavezan razgovor s korisnicima	22,2	16
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	33,3	24
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	38,9	28
j) ankete	9,7	7
k) javne rasprave na zadanu temu	4,2	3
Ukupno:		72

Na pitanje „Ima li Vaša knjižnica osobu zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža?“ (Tablica 12.) sudionika ankete su odgovorili na slijedeći način: u 28% knjižnica za te je poslove zadužen jedan od knjižničara, u 29% knjižnica radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove pa tako i komunikaciju s korisnicima na društvenim mrežama, u 19% knjižnica postoji cijeli tim koji se bavi komunikacijom na društvenim mrežama, u 17% knjižnica tko prvi vidi komentar korisnika, na njega i odgovara.

Ispod 5% su knjižnice gdje je za komunikaciju zadužen informatičar ili knjižnice u kojima nitko od knjižničara ne komunicira s korisnicima.

Tablica 12.		
Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) da, informatičar	4	3
b) da, jedan od knjižničara	28	20
c) da, cijeli tim	19	14
d) ne, komuniciraju svi djelatnici, tko prvi vidi komentar ili objavu korisnika, odgovara korisniku	17	12
e) ne, u knjižnici radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove	29	21
f) ne	3	2
Ukupno:	100	72

Što se tiče dvosmjernosti komunikacije s korisnicima 46 sudionika ankete je odgovorilo kako uvijek odgovaraju na korisničke komentare, 20 sudionika ankete odgovorilo je da se to radi povremeno dok je 6 sudionika ankete odgovorilo da dvosmjerna komunikacija ne postoji (Tablica 13.).

Tablica 13.		
Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=72
a) da, uvijek odgovaraju na komentare korisnika	64	46
b) povremeno odgovaraju na komentare korisnika	28	20
c) ne	8	6
Ukupno:	100	72

U knjižnicama se u velikoj većini nisu provodile ankete o zadovoljstvu uslugama na društvenim mrežama (85,1%). Iako su 72 knjižnice u ovom istraživanju korisnici društvenih mreža, na to pitanje odgovorila su 74 sudionika ankete (Tablica 14.).

Tablica 14.		
Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=74
a) da	14,9	11
b) ne	85,1	63
Ukupno:	100	74

Rezultati anketa su, prema odgovorima 11 sudionika ankete koji su anketu proveli, da su korisnici zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama 72,7% slučajeva, da su djelomično zadovoljni u 18,2% slučajeva, dok su u 9,1% slučajeva korisnici nezadovoljni te se u knjižnicama počelo raditi na poboljšanjima (Tablica 15.).

Tablica 15.		
Rezultati provedenih anketa	Postotak odgovora	Broj odgovora N=11
a) korisnicu su vrlo zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama	72,7	8
b) korisnici su djelomično zadovoljni te je knjižnica dobila prijedloge za poboljšanje komunikacije i usluga	18,2	2
c) korisnici su nezadovoljni te knjižnica radi na poboljšanjima	9,1	1
Ukupno:	100	11

Pitanje je bilo i zašto u knjižnicama nisu provedene ankete (Tablica 16.). Na to pitanje odgovorilo je 55 sudionika ankete, a odgovori su kako slijedi: jedan sudionika ankete ne vidi potrebu za tim, četiri sudionika ankete znaju da su korisnici zadovoljni, 3 sudionika ankete ne znaju kako provesti anketu, dok 47 sudionika ankete do sada nije imalo vremena, ali je anketa u planu.

Tablica 16.		
Razlozi za neprovođenje anketa	Postotak odgovora	Broj odgovora N=55
a) ne vide potrebu za tim	1,8	1
b) znaju da su korisnici zadovoljni	7,3	4
c) ne znaju kako ju provesti	5,4	3
d) nije bilo vremena, ali je anketa u planu	85,5	47
Ukupno:	100	55

Zadnje pitanje provedenog istraživanja odnosilo se na stav sudionika ankete prema društvenim mrežama (Tablica 17.). Tako 64% sudionika ankete smatra kako je to još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima, 33% sudionika ankete smatra kako je to odličan način za komunikaciju s korisnicima i trebalo bi ga koristiti u punom potencijalu, a 3% sudionika ankete drži da su društvene mreže nužno zlo koje su prisiljeni koristiti. Svih 121 knjižnica odgovorilo je na ovo pitanje.

Tablica 17.		
Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=121
a) odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga koji treba koristiti u punom potencijalu	33	40
b) još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga	64	77
c) pomodarstvo bez budućnosti	0	0
d) nužno zlo koje smo prisiljeni koristiti	3	4
Ukupno:	100	121

Za dobivanje cjelovite i jasne slike o načinima korištenja društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama potrebno je utvrditi postoje li razlike u korištenju društvenih mreža s obzirom status narodnih knjižnica, broj zaposlenih stručnih djelatnika (uključujući informatičare) te s obzirom na to da li su informatičari zaposleni u knjižnicama.

5.4.1.1. Analiza rezultata ankete s obzirom na status narodnih knjižnica

Informatičari su zaposleni (Tablica 18.) u više od polovine matičnih knjižnica, točnije dok u 4 matične knjižnice nema informatičara. Za razliku od matičnih knjižnica u kojima u gotovo 2/3 knjižnica rade informatičari, u 90,8% gradskih knjižnica informatičara nema dok čak 97,7% općinskih knjižnica ne zapošljava informatičara.

Tablica 18.				
Informatičar zaposlen u knjižnici	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)	Ukupno:
a) da	69,2% (9)	9,2% (6)	2,3% (1)	16
b) ne	30,8% (4)	90,8% (59)	97,7% (42)	105
Ukupno:	13	65	43	121

Što se tiče komunikacije s korisnicima (Tablica 19.), sve matične knjižnice služe se plakatima na vidljivim mjestima u knjižnicama, zatim slijede objave na internetskim stranicama knjižnica, promotivni letci i objave na lokalnim radio postajama. Komunikaciju putem društvenih mreža koristi se u većini matičnih knjižnica. Najmanje je zastupljena komunikacija putem SMS poruka (manje od 1/3).

Među alatima za komunikaciju s korisnicima kojima se gradske knjižnice najčešće koriste, na prvom su mjestu plakati na vidljivim mjestima u knjižnici (93,8%), usmena komunikacija (90,8%), plakati na vidljivim mjestima u javnosti (86,2%). Najslabije je zastupljena komunikacija putem lokalnih televizijskih postaja (13,8%) i SMS poruke (24,6%). Komunikacijom putem društvenih mreža koristi se u 52,3% gradskih knjižnica.

Plakati na vidljivima mjestima u knjižnici (95,3%) i usmena komunikacija (90,7%) najčešći su alati za komunikaciju u općinskim knjižnicama. Društvenim mrežama i drugim alatima weba 2.0 koristi se u 39,5% općinskih knjižnica.

Općenito u svim knjižnicama najmanje zastupljeni alati za komunikaciju su SMS poruke, a u gradskim i općinskim i objave na lokalnim televizijskim postajama.

Tablica 19.

Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)	Ukupno:
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	92,3% (12)	60,0% (39)	27,9% (12)	63
b) objave na lokalnim internetskim portalima	61,5% (8)	67,7% (44)	51,2% (22)	74
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	53,8% (7)	86,2% (56)	79,1% (34)	97
d) usmeno	76,9% (10)	90,8% (59)	90,7% (39)	108
e) elektronička pošta	84,6% (11)	63,1% (41)	41,9% (18)	70
f) promotivni letci	92,3% (12)	70,8% (46)	46,5% (20)	78
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	100,0% (13)	93,8% (61)	95,3% (41)	115
h) članci u lokalnom tisku	84,6% (11)	66,2% (43)	41,9% (18)	72
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	84,6% (11)	52,3% (34)	39,5% (17)	62
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	76,9% (10)	13,8% (9)	18,6% (8)	27
k) objave na lokalnim radio postajama	92,3% (12)	66,2% (43)	39,5% (17)	72
l) SMS poruke	30,8% (4)	24,6% (16)	18,6% (8)	28
Ukupno:	121	491	254	866

U svim se matičnim knjižnicama djelatnici koriste alatima za komunikaciju kako bi korisnike obavijestili o događanjima te novostima kao što su radno vrijeme ili članarina. Mišljenje korisnika zanima djelatnike 8 knjižnica dok su ankete među korisnicima provedene u 6 knjižnica.

U gradskim knjižnicama alatima za komunikaciju djelatnici prenose prvenstveno događanja u knjižnici (100%) i novosti o uslugama, članarinama i sl. (90,8%). Ankete među korisnicima provedene su u 30,8% knjižnica.

Obavijesti o događanjima (97,7%) i obavijesti o novostima (90,7%) su informacije koje se najčešće prenose korisnicima općinskih knjižnica. Ankete su zastupljene u samo 11,6% knjižnica (Tablica 20.).

Tablica 20.				
Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)	Ukupno:
a) obavijest o događanjima	100,0% (13)	100,0% (65)	97,7% (42)	120
b) obavijesti o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)	100,0% (13)	90,8% (59)	90,7% (39)	111
c) provođenje anketa među korisnicima	46,2% (6)	30,8% (20)	11,6% (5)	31
d) knjižničare zanimaju ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika	61,5% (8)	60,0% (39)	51,2% (22)	69
e) ne komuniciraju s korisnicima	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	0
Ukupno:	40	183	108	331

Društvenim mrežama za komunikaciju služe se u više od 2/3 matičnih knjižnica (Tablica 21.). Više od polovine gradskih knjižnica, točnije 60%, koristi se društvenim mrežama. I općinske se knjižnice koriste društvenim mrežama, a taj je omjer u korist društvenih mreža 51,2%. Društvenim mrežama ne koristi se 48,8% općinskih knjižnica.

Tablica 21.				
Knjižnica, korisnik društvenih mreža	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)	Ukupno:
a) da	84,6% (11)	60,0% (39)	51,2% (22)	72
b) ne	15,4% (2)	40,0% (26)	48,8% (21)	49
Ukupno:	13	65	43	121

Iako se društvenim mrežama ne koristi 26 gradskih knjižnica (Tablica 22.), 16 sudionika ankete je odgovorilo na pitanje zašto se ne koriste društvenim mrežama. Tako se u 11 knjižnica smatra kako nisu obučeni za rad s takvim alatima, a u 5 takvu vrstu komunikacije smatra nepotrebno.

Kao razlog za nekorištenje društvenih mreža, sudionici ankete iz općinskih knjižnica navode kako nisu obučeni za rad s takvim alatima (9) dok dio sudionika ankete (5) smatra takvu komunikaciju nepotrebno. Niti svi sudionici ankete iz općinskih knjižnica u kojima se ne koriste društvenim mrežama nisu odgovorili na pitanje zašto se njima ne koriste.

Sudionik ankete iz jedne matične knjižnice odgovorio je da se ne koriste društvenim mrežama jer smatraju kako nisu obučeni za rad s takvim alatima, a jednoj je matičnoj knjižnici osnivač zabranio korištenje društvenih mreža.

Tablica 22.				
Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	Matične (N=2)	Gradske (N=26)	Općinske (N=21)	Ukupno:
a) smatraju to nepotrebnim		19,2% (5)	23,8% (5)	10
b) nisu obučeni za rad s takvim alatima	50,0% (1)	42,3% (11)	42,9% (9)	21
c) lokalna vlast ne dozvoljava javnim ustanovama grada/općine korištenje društvenih mreža	50,0% (1)			1
NIJE ODGOVORILO		38,5% (10)	33,3% (7)	17
Ukupno:	2	26	21	49

Sve matične knjižnice koje se koriste društvenim mrežama (Tablica 23.), koriste se Facebookom. Pet knjižnica koristi i Twitter, tri koriste Flickr te po jedna koristi Pinterest, YouTube i Blog. Ostale društvene mreže nisu zastupljene.

U 21 općinskoj knjižnici se koriste Facebookom, a u po jednoj Google+-om i Flickrom. Ostale društvene mreže se ne koriste.

Gradske se knjižnice Facebookom koriste u 38 (97,4%) slučajeva, tri se koriste Twitterom i dvije Google+-om. Ostale društvene mreže nisu zastupljene.

Tablica 23.

Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) Facebook	100,0% (11)	97,4% (38)	95,5% (21)	70
b) Twitter	45,5% (5)	7,7% (3)		8
c) Google+		5,1% (2)	4,5% (1)	3
d) MySpace				0
e) LinkedIn				0
f) Flickr	27,3% (3)		4,5% (1)	4
g) Pinterest	9,1% (1)			1
h) Youtube	9,1% (1)			1
i) Blog	9,1% (1)			1
Ukupno:	22	43	23	88

Od društvenih mreža kojima se služe, matične se knjižnice najčešće koriste Facebookom (10), a samo jedna knjižnica najčešće se koristi Twitterom. Facebook je, kao i kod matičnih knjižnica, društvena mreža koja se najčešće koriste i gradske (37) i općinske (21) knjižnice (Tablica 24.).

Tablica 24.

Najčešće korištena društvena mreža	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) Facebook	90,9% (10)	94,9% (37)	95,5% (21)	68
b) Twitter	9,1% (1)			1
c) Google+		5,1% (2)		2
d) MySpace				0
e) LinkedIn				0
f) Flickr			4,5% (1)	1
Ukupno:	11	39	22	72

U više od 2/3, na društvenoj mreži kojom se koriste, matične knjižnice imaju otvorenu stranicu, a ne profil ili grupu. Od gradskih knjižnica koje se koriste društvenim mrežama njih čak više od polovice ima otvoren profil na društvenoj mreži dok in 12 ima otvorenu stranicu. Otvorenu grupu imaju 3 gradske knjižnice. Profile na društvenom mreži ima otvoreno čak 14 općinskih knjižnica. Grupu imaju otvorene 2 knjižnice dok 6 knjižnica ima otvorene stranice (Tablica 25.).

Tablica 25.				
Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) profil	18,2% (2)	61,5% (24)	63,6% (14)	40
b) grupa		7,7% (3)	9,1% (2)	5
c) stranica	81,8% (9)	30,8% (12)	27,3% (6)	27
Ukupno:	11	39	22	72

Na društvenim mrežama u matičnim se knjižnicama najčešće objavljuju (Tablica 26.) opće obavijesti, novosti o uslugama, informacije o novoj građi i pozive na događanja u knjižnici. Objavljuju se i fotografije s događanja, a zatim i zanimljivosti iz kulture te promotivni materijali.

Što se tiče gradskih knjižnica, djelatnici na društvenim mrežama najčešće objavljuju pozive na događanja, novosti o uslugama i opće obavijesti. Također, često se objavljuju i fotografije s događanja, a nešto rjeđe informacije o novoj građi. Javne rasprave na zadanu temu i ankete najslabije su zastupljene među objavama.

Općinske knjižnice na društvenim mrežama objavljuju opće obavijesti i pozive na događanja. Također se objavljuju i fotografije s događanja, a zatim i novosti o uslugama knjižnice te informacije o novoj građi.

Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) opće obavijesti	90,9% (10)	92,3% (36)	90,9% (20)	66
b) novosti o uslugama knjižnice	90,9% (10)	94,9% (37)	77,3% (17)	64
c) informacije o novoj građi	90,9% (10)	61,5% (24)	59,1% (13)	47
d) promotivni materijali	54,5% (6)	48,7% (19)	50,0% (11)	36
e) pozivi na događanja u knjižnici	90,9% (10)	97,4% (38)	90,9% (20)	68
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	81,8% (9)	87,2% (34)	81,8% (18)	61
g) neobavezan razgovor s korisnicima	45,5% (5)	20,5% (8)	13,6% (3)	16
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	45,5% (5)	28,2% (11)	36,4% (8)	24
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	63,6% (7)	33,3% (13)	36,4% (8)	28
j) ankete	9,1% (1)	10,3% (4)	9,1% (2)	7
k) javne rasprave na zadanu temu		2,6% (1)	9,1% (2)	3
Ukupno:	73	225	122	420

Više od polovine matičnih knjižnica ima cijeli tim zadužen za komunikaciju putem društvenih mreža. U gradskim knjižnicama za komunikaciju putem društvenih mreža najčešće je zadužen jedan od knjižničara (13). U općinskim knjižnicama uglavnom radi samo jedna osoba, ta osoba i komunicira putem društvenih mreža (15) (Tablica 27.).

Tablica 27.

Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) da, informatičar	9,1% (1)	5,1% (2)		3
b) da, jedan od knjižničara	27,3% (3)	33,3% (13)	18,2% (4)	20
c) da, cijeli tim	54,5% (6)	17,9% (7)	4,5% (1)	14
d) ne, komuniciraju svi djelatnici, tko prvi vidi komentar ili objavu korisnika, odgovara korisniku	9,1% (1)	25,6% (10)	4,5% (1)	12
c) ne, u knjižnici radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove		15,4% (6)	68,2% (15)	21
d) ne		2,6% (1)	4,5% (1)	2
Ukupno:	11	39	22	72

U velikoj većini knjižnica komunikacija je dvosmjerna (Tablica 28.). U 9 matičnih knjižnica na komentare korisnika odgovaraju uvijek, kao i u više od 60% gradskih također. U općinskim knjižnicama komunikacija je u više od dvije trećine knjižnica dvosmjerna – redovita ili povremena.

Tablica 28.

Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) da, uvijek odgovaraju na komentare korisnika	81,8% (9)	66,7% (26)	50,0% (11)	46
b) povremeno odgovaraju na komentare korisnika	18,2% (2)	25,6% (10)	36,4% (8)	20
c) ne		7,7% (3)	13,6% (3)	6
Ukupno:	11	39	22	72

Ankete o zadovoljstvu uslugama na društvenim mrežama provedene su u dvije matične knjižnice, u 8 gradskih i jednoj općinskoj knjižnici (Tablica 29.).

Tablica 29.				
Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Ukupno:
a) da	18,2% (2)	19,5% (8)	4,5% (1)	11
b) ne	81,8% (9)	80,5% (31)	95,5% (21)	61
Ukupno:	11	39	22	72

Polovica sudionika ankete iz matičnih knjižnica navelo je kako su rezultati anketa pokazali kako su korisnici zadovoljni, ili djelomično zadovoljni (Tablica 30.). Rezultati provedenih anketa u gradskim knjižnicama pokazuju kako su korisnici u 6 slučajeva zadovoljni komunikacijom i uslugama, u jednom slučaju su zadovoljni djelomično te u jednom slučaju nisu zadovoljni i knjižnica radi na poboljšanjima. Sudionik ankete iz jedine općinske knjižnice u kojoj je provedena anketa naveo je kako su prema njenim rezultatima, korisnici zadovoljni uslugama knjižnice na društvenim mrežama.

Tablica 30.				
Rezultati provedenih anketa	Matične (N=2)	Gradske (N=8)	Općinske (N=1)	Ukupno:
a) korisnicu su vrlo zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama	50,0% (1)	75,0% (6)	100,0% (1)	8
b) korisnici su djelomično zadovoljni te je knjižnica dobila prijedloge za poboljšanje komunikacije i usluga	50,0% (1)	12,5% (1)		2
c) korisnici su nezadovoljni te knjižnica radi na poboljšanjima		12,5% (1)		1
Ukupno:	2	8	1	11

Sudionici ankete iz matičnih knjižnica, koje nisu provodile ankete, kao razlog su naveli kako nije bilo vremena, ali je anketa u planu. Od 33 gradske knjižnice u kojima nije provedena anketa jer 72,7% još nije imalo vremena, anketu imaju u planu kao što je u planu i u 16 općinskih knjižnica (Tablica 31.).

Tablica 31.				
Razlozi za neprovođenje anketa	Matične (N=9)	Gradske (N=33)	Općinske (N=21)	Ukupno:
a) ne vide potrebu za tim	11,1% (1)			1
b) znaju da su korisnici zadovoljni		9,1% (3)	4,8% (1)	4
c) ne znaju kako ju provesti		6,1% (2)	4,8% (1)	3
d) nije bilo vremena, ali je anketa u planu	77,8% (7)	72,7% (24)	76,2% (16)	47
NIJE ODGOVORILO	11,1% (1)	12,1%(4)	14,2% (3)	8
Ukupno:	9	33	21	63

Većinski stav sudionika ankete iz matičnih knjižnica prema prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama je kako je to još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju te promicanje službi i usluga (8), a zatim i kako je to odličan način za komunikaciju koji treba koristiti u punom potencijalu (5). Stav sudionika ankete iz gradskih knjižnica o komunikaciji putem društvenih mreža je da je to odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje službi i usluga u 38,5%, da je to još jedna u nizu mogućnosti u 60,%, a 1,5% smatra kako je to nužno zlo koje su prisiljeni koristiti. Sudionici ankete iz općinskih knjižnica smatraju da su društvene mreže još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima (69,8%). Tri knjižnice društvene mreže vide kao nužno zlo koje su prisiljene koristiti (Tablica 32.).

Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)	Ukupno:
a) odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga koji treba koristiti u punom potencijalu	38,5% (5)	38,5% (25)	23,2% (10)	40
b) još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga	61,5% (8)	60,0% (39)	69,8% (30)	77
c) pomodarstvo bez budućnosti				0
d) nužno zlo koje smo prisiljeni koristiti		1,5% (1)	7,0% (3)	4
Ukupno:	13	65	43	121

5.4.1.2. Analiza rezultata ankete s obzirom na broj stručnih djelatnika uključujući i zaposlene informatičare

Među knjižnicama koje su sudjelovale u anketnom istraživanju, u preko polovice slučajeva, informatičari su zaposleni u knjižnicama koje imaju 10 i više djelatnika, dok 97% knjižnica koje imaju do 2 zaposlena nemaju informatičara. Situacija je približno ista i u knjižnicama koje imaju 3 do 9 zaposlenih (Tablica 33.).

Informatičar zaposlen u knjižnici	a) do 2 (N=68)	b) 3 do 9 (N=36)	c) 10 i više (N=17)	Ukupno
a) da	2,9% (2)	13,9% (5)	52,9% (9)	16
b) ne	97,1% (66)	86,1% (31)	47,1% (8)	105
Ukupno:	68	36	17	121

Usmena komunikacija najzastupljenija je u knjižnicama s do 2 stručna djelatnika (94,1%) dok se sve ili gotovo sve knjižnice s 10 i više stručnih djelatnika koriste objavama na internetskim stranicama knjižnice, plakatima na vidljivim mjestima u knjižnici, elektroničkom poštom, promotivnim lecima, člancima u lokalnom tisku i

objavama na lokalnim radio postajama. U korištenju društvenih mreža velika je razlika između knjižnicama sa 10 i više stručnih djelatnika i onih sa do 2 djelatnika, kao i razlika u korištenju internetskih stranica knjižnica (Tablica 34.).

Tablica 34.				
Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	a) do 2 (N=68)	b) 3 do 9 (N=36)	c) 10 i više (N=17)	Ukupno
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	32,4% (22)	66,7% (24)	100,0% (17)	63
b) objave na lokalnim internetskim portalima	54,4% (37)	66,7% (24)	76,5% (13)	74
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	83,8% (57)	83,3% (30)	58,8% (10)	97
d) usmeno	94,1% (64)	86,1% (31)	76,5% (13)	108
e) elektronička pošta	42,6% (29)	69,4% (25)	94,1% (16)	70
f) promotivni letci	50,0% (34)	77,8% (28)	94,1% (16)	78
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	97,1% (66)	88,9% (32)	100,0% (17)	115
h) članci u lokalnom tisku	47,1% (32)	66,7% (24)	94,1% (16)	72
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	39,7% (27)	55,6% (20)	88,2% (15)	62
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	11,8% (8)	19,4% (7)	70,6% (12)	27
k) objave na lokalnim radio postajama	41,2% (28)	77,8% (28)	94,1% (16)	72
l) SMS poruke	22,1% (15)	22,2% (8)	29,4% (5)	28
Ukupno:	419	281	166	866

Obavijesti o događanjima su podjednako zastupljene u komunikaciji s korisnicima, bez obzira na broj zaposlenih djelatnika, dok se razlike pokazuju kod komuniciranja novosti, te posebno anketa i prijedloga, komentara ili primjedbi korisnika. Na to se više pažnje polaže u knjižnicama koje imaju 10 i više zaposlenih (Tablica 35.).

Tablica 35.				
Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	a) do 2 (N=68)	b) 3 do 9 (N=36)	c) 10 i više (N=17)	Ukupno
a) obavještavanje o događanjima	98,5% (67)	100,0% (36)	100,0% (17)	120
b) obavještavanje o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)	91,2% (62)	88,9% (32)	100,0% (17)	111
c) provođenje anketa među korisnicima	16,2% (11)	30,6% (11)	52,9% (9)	31
d) knjižničare zanimaju ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika	52,9% (36)	61,1% (22)	64,7% (11)	69
Ukupno:	176	101	54	331

Društvene mreže ne koriste se u svim narodnim knjižnicama što zorno pokazuju podaci iz Tablice 36.

Tablica 36.				
Knjižnica, korisnik društvenih mreža	a) do 2 (N=68)	b) 3 do 9 (N=36)	c) 10 i više (N=17)	Ukupno
a) da	51,5% (35)	61,1% (22)	88,2% (15)	72
b) ne	48,5% (33)	38,9% (14)	11,8% (2)	49
Ukupno:	68	36	17	121

Kao razloge za nekorištenje društvenih mreža sudionici ankete iz knjižnica sa do 2 zaposlena najčešće navode činjenicu da nisu obučeni za rad s takvim alatima (15) kao i knjižnica sa 3 do 9 zaposlenih (6) dok sudionici ankete iz knjižnica sa 10 i više zaposlenih kao razloge navode nepotrebnost takvih usluga, ali i zabranu korištenja od strane osnivača (Tablica 37.).

Tablica 37.				
Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	a) do 2 (N=21²⁵⁶)	b) 3 do 9 (N=9²⁵⁷)	c) 10 i više (N=2)	Ukupno:
a) smatraju to nepotrebnim	28,6% (6)	33,3% (3)	50,0% (1)	10
b) nisu obučeni za rad s takvim alatima	71,4% (15)	66,7% (6)		21
c) lokalna vlast ne dozvoljava javnim ustanovama grada/općine korištenje društvenih mreža			50,0% (1)	1
Ukupno:	21	9	2	32

Gotovo sve knjižnice koje koriste društvene mreže, koriste se Facebookom dok su druge društvene mreže zastupljene u značajno manjem postotku. Twitterom kao sredstvom komunikacije više se koriste knjižnice sa 10 i više zaposlenih kao i Flickr, YouTubeom i Pinterestom. Knjižnice sa 3 do 9 zaposlenih, osim Facebooka koriste i Twitter i Google+, kao i knjižnice sa do 2 zaposlena, ali one koriste i Flickr (Tablica 38.).

²⁵⁶ Iako su 33 knjižnice odgovorile da ne koriste društvene mreže, nisu sve odgovorile na ovo pitanje te je N=21

²⁵⁷ Iako je na prethodno pitanje odgovorom NE odgovorilo 14 knjižnica, nisu sve odgovorile na ovo pitanje pa je N=9

Tablica 38.

Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) Facebook	97,1% (34)	95,5% (21)	100,0 % (15)	70
b) Twitter	2,9% (1)	9,1% (2)	45,5% (5)	8
c) Google+	5,7% (2)	4,5% (1)		3
d) MySpace				0
e) LinkedIn				0
f) Flickr	2,9% (1)		27,3% (3)	4
g) Pinterest			9,1% (1)	1
h) YouTube			9,1% (1)	1
i) Blog			9,1% (1)	1
Ukupno:	38	24	26	88

Facebook je najčešće korištena društvena mreža u svim knjižnicama (Tablica 39.), bez obzira na to koliko ima zaposlenih te je tu postotak približno isti za sve. Postotak korištenja ostalih društvenih mreža, koje su knjižnice navele kao najčešće korištene, je gotovo zanemariv u odnosu na Facebook.

Tablica 39.

Najčešće korištena društvena mreža	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) Facebook	94,3% (33)	95,5% (21)	93,3% (14)	68
b) Twitter			6,7% (1)	1
c) Google+	2,9% (1)	4,5% (1)		2
d) MySpace				0
e) LinkedIn				0
f) Flickr	2,9% (1)			1
g) Pinterest				0
h) YouTube				0
i) Blog				0
Ukupno:	35	22	15	72

Unatoč tome što su knjižnice javne ustanove koje bi svoju pojavnost na Facebooku kao najčešće korištenoj društvenoj mreži trebale posredovati kroz stranice, čak 23 knjižnice s do 2 zaposlena i 13 knjižnica s 3 do 9 zaposlenih koristi se profilima. Čine to i knjižnice s 10 i više zaposlenih i to u njih 4. Značajno je manji broj onih koji se koriste grupama, dok se ispravnim pojavnim oblikom, stranicom, koristi tek 9 knjižnica s do 2 zaposlena i 7 knjižnica sa 3 do 9 zaposlenih. Velike knjižnice, one sa 10 i više zaposlenih, u više 2/3 slučajeva koriste se stranicama (Tablica 40.).

Tablica 40.

Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) profil	65,7% (23)	59,1% (13)	26,7% (4)	40
b) grupa	8,6% (3)	9,1% (2)		5
c) stranica	25,7% (9)	31,8% (7)	73,3% (11)	27
Ukupno:	35	22	15	72

Društvene mreže u svim se knjižnicama, bez obzira na broj zaposlenih, najčešće koriste za objavljivanje obavijesti, novosti o uslugama knjižnice i poziva na događanja. U knjižnicama s 10 i više zaposlenih djelatnici su nešto aktivniji što se tiče neobaveznog razgovora s korisnicima, objavljivanja zanimljivosti iz područja knjižničarstva, hrvatske i svjetske kulture te objave promotivnih materijala (Tablica 41.).

Tablica 41.				
Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) opće obavijesti	94,3% (33)	86,4% (19)	93,3% (14)	66
b) novosti o uslugama knjižnice	82,9% (29)	95,5% (21)	93,3% (14)	64
c) informacije o novoj građi	54,3% (19)	68,2% (15)	86,7% (13)	47
d) promotivni materijali	42,9% (15)	54,5% (12)	60,0% (9)	36
e) pozivi na događanja u knjižnici	94,3% (33)	95,5% (21)	93,3% (14)	68
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	80,0% (28)	90,9% (20)	86,7% (13)	61
g) neobavan razgovor s korisnicima	14,3% (5)	22,7% (5)	40,0% (6)	16
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	28,6% (10)	27,3% (6)	53,3% (8)	24
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	28,6% (10)	40,9% (9)	60,0% (9)	28
j) ankete	11,4% (4)	9,1% (2)	6,7% (1)	7
k) javne rasprave na zadanu temu	8,6% (3)			3
Ukupno:	189	130	101	420

Za komunikaciju s korisnicima na društvenim mrežama u knjižnicama s 10 i više zaposlenih uglavnom postoje timovi zaduženi za to (8). U knjižnicama s 3 do 9 zaposlenih najčešće je to jedan od knjižničara dok u knjižnicama s do 2 zaposlena radi samo jedna osoba pa ona obavlja i komunikaciju na društvenim mrežama (Tablica 42.).

Tablica 42.				
Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) da, informatičar	2,9% (1)	4,5% (1)	6,7% (1)	3
b) da, jedan od knjižničara	20,0% (7)	40,9% (9)	26,7% (4)	20
c) da, cijeli tim	5,7% (2)	18,2% (4)	53,3% (8)	14
d) ne, komuniciraju svi djelatnici, tko prvi vidi komentar ili objavu korisnika, odgovara korisniku	8,6% (3)	31,8% (7)	13,3% (2)	12
c) ne, u knjižnici radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove	57,1% (20)	4,5% (1)		21
d) ne	5,7% (2)			2
Ukupno:	35	22	15	72

Komunikacija s korisnicima je uglavnom dvosmjerna bez obzira na broj zaposlenih djelatnika. Većina knjižnica uvijek odgovara na komentare korisnika dok se povremeno odgovaranje kreće između 20% i 30%, ovisno o broju djelatnika. Knjižnice s do 2 djelatnika u 11,4% nemaju dvosmjernu komunikaciju, kao i 9,1% knjižnica sa 3 do 9 zaposlenih (Tablica 43.).

Tablica 43.				
Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	a) do 2 (N=35)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) da, uvijek odgovaraju na komentare korisnika	60,0% (21)	59,1% (13)	80,0% (12)	46
b) povremeno odgovaraju na komentare korisnika	28,6% (10)	31,8% (7)	20,0% (3)	20
c) ne	11,4% (4)	9,1% (2)		6
Ukupno:	35	22	15	72

Bez obzira na to koliko je zaposlenih u knjižnici, u preko 80% knjižnica nije provedena anketa o zadovoljstvu korisnika uslugama knjižnica na društvenim mrežama (Tablica 44.).

Tablica 44.				
Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	a) do 2 (N=37²⁵⁸)	b) 3 do 9 (N=22)	c) 10 i više (N=15)	Ukupno:
a) da	13,5% (5)	13,6% (3)	20,0% (3)	11
b) ne	86,5% (32)	86,4% (19)	80,0% (12)	63
Ukupno:	37	22	15	74

Rezultati anketa, u knjižnicama u kojima su ankete provedene su u 3 knjižnice korisnici su zadovoljni, u jednoj su djelomično zadovoljni i u jednoj su nezadovoljni u knjižnicama s do 2 djelatnika. U svim knjižnicama sa 3 do 9 zaposlenih rezultati prevedenih anketa pokazali su da su korisnici zadovoljni dok su rezultati provedenih anketa u knjižnicama sa 10 i više zaposlenih pokazali da su korisnici zadovoljni u dvije knjižnice (Tablica 45.).

²⁵⁸ Na ovo pitanje odgovorilo je i nekoliko knjižnica koje se ne koriste društvenim mrežama te je N=37.

Tablica 45.

Rezultati provedenih anketa	a) do 2 (N=5)	b) 3 do 9 (N=3)	c) 10 i više (N=3)	Ukupno:
a) korisnicu su vrlo zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama	60,0% (3)	100,0% (3)	66,7% (2)	8
b) korisnici su djelomično zadovoljni te je knjižnica dobila prijedloge za poboljšanje komunikacije i usluga	20,0% (1)		33,3% (1)	2
c) korisnici su nezadovoljni te knjižnica radi na poboljšanjima	20,0% (1)			1
Ukupno:	5	3	3	11

Kao razlog za neprovođenje ankete o zadovoljstvu korisnika uslugama knjižnica na društvenim mrežama, više od 80% sudionika ankete, bez obzira na broj djelatnika zaposlenih u knjižnicama, navelo je kako nije bilo vremena za provođenje ankete, ali je ona u planu (Tablica 46.).

Tablica 46.

Razlozi za neprovođenje anketa	a) do 2 (N=26²⁵⁹)	b) 3 do 9 (N=18²⁶⁰)	c) 10 i više (N=11²⁶¹)	Ukupno:
a) ne vide potrebu za tim			9,1% (1)	1
b) znaju da su korisnici zadovoljni	7,7% (2)	11,1% (2)		4
c) ne znaju kako ju provesti	3,8% (1)	5,6% (1)	9,1% (1)	3
d) nije bilo vremena, ali je anketa u planu	88,5% (23)	83,3% (15)	81,8% (9)	47
Ukupno:	26	18	11	55

Stav sudionika ankete prema društvenim mrežama, s obzirom na broj zaposlenih u knjižnici, je prilično ujednačen što je vidljivo iz podataka u Tablici 47.

²⁵⁹ Na ovo pitanje nisu odgovorile sve knjižnice koje su ranije navele kako nisu provodile anketu o zadovoljstvu korisnika uslugama knjižnice na društvenim mrežama te je N=26.

²⁶⁰ Na ovo je pitanje nisu odgovorile sve knjižnice te je N=18.

²⁶¹ Na ovo je pitanje nisu odgovorile sve knjižnice te je N=11.

Tablica 47.

Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	a) do 2 (N=68)	b) 3 do 9 (N=36)	c) 10 i više (N=17)	Ukupno:
a) odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga koji treba koristiti u punom potencijalu	30,9% (21)	36,1% (13)	35,3% (6)	40
b) još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga	64,7% (44)	61,1% (22)	64,7% (11)	77
c) pomodarstvo bez budućnosti				0
d) nužno zlo koje smo prisiljeni koristiti	4,4% (3)	2,8% (1)		4
Ukupno:	68	36	17	121

5.4.1.3. *Analiza rezultata ankete s obzirom na to jesu li u knjižnicama zaposleni informatičari*

Analiziraju li se podaci dobiveni kroz istraživanje prema parametru imaju li knjižnice zaposlenog informatičara ili ne, rezultati su sljedeći: ukupan broj knjižnica koje imaju informatičare je 16, a od toga je 9 matičnih, 6 gradskih i 1 općinska (Tablica 48.). Ukupan broj knjižnica koje nemaju informatičare je 105 od čega je 56,2% gradskih, 40% općinskih i samo 3,8% matičnih.

Tablica 48.

Status knjižnice	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) županijska matična knjižnica	56,3% (9)	3,8% (4)	13
b) gradska knjižnica	37,5% (6)	56,2% (59)	65
c) općinska knjižnica	6,3% (1)	40% (42)	43
Ukupno:	16	105	121

Prema broju zaposlenih u knjižnicama, knjižnica sa 10 i više zaposlenih imaju i informatičara u 9 knjižnica dok u 66 knjižnica sa do 2 zaposlena nema zaposlenog informatičara (Tablica 49.).

Tablica 49.			
Broj stručnih djelatnika, uključujući informatičare	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) do 2	12,5% (2)	62,9% (66)	68
b) 3 do 9	31,3% (5)	29,5% (31)	36
c) 10 i više	56,3% (9)	7,6% (8)	17
Ukupno:	16	105	121

Ako se pitanje kojim se alatima knjižnica služi za komunikaciju s korisnicima analizira s gledišta imaju li knjižnice zaposlenog informatičara ili ne (Tablica 50.), rezultati pokazuju kako se knjižnice koje imaju zaposlene informatičare u većoj mjeri služe raspoloživim alatima za komunikaciju, posebice alatima koji su dio novih komunikacijskih tehnologija kao što su objave na internetskim stranicama knjižnica (14), elektronička pošta (13), društvene mreže i drugi alati weba 2.0 (14). SMS poruke kao sredstvo komunikacije s korisnicima daleko je najslabije zastupljeno te ga koriste samo 4 knjižnice koje imaju informatičare i 24 knjižnice koje nemaju.

Tablica 50.			
Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	87,5% (14)	46,7% (49)	63
b) objave na lokalnim internetskim portalima	56,3% (9)	61,9% (65)	74
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	75,0% (12)	81,0% (85)	97
d) usmeno	81,3% (13)	90,5% (95)	108
e) elektronička pošta	81,3% (13)	54,3% (57)	70
f) promotivni leci	87,5% (14)	61,0% (64)	78
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	100,0% (16)	94,3% (99)	115
h) članci u lokalnom tisku	81,3% (13)	56,2% (59)	72
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	87,5% (14)	45,7% (48)	62
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	43,8% (7)	19,0% (20)	27
k) objave na lokalnim radio postajama	87,5% (14)	55,2% (58)	72
l) SMS poruke	25,0% (4)	22,9% (24)	28
Ukupno:	143	723	866

U svim knjižnicama u kojima su zaposleni informatičari s korisnicima sa komunicira kako bi ih se obavijestilo o događanjima i novostima. U nešto više od pola knjižnica koje imaju zaposlene informatičare zanimaju i ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika, dok ankete među korisnicima provodi manje od pola knjižnica tih knjižnica. U knjižnicama u kojima nemaju zaposlene informatičare u 99% slučajeva s korisnicima se komunicira kako bi ih se obavijestilo o događanjima, a obavještavanje o novostima zastupljeno je u nešto manjem postotku. Anketiranje korisnika zastupljeno je u 22,9% knjižnica dok je zanimanje za korisničke ideje, komentare, primjedbe i prijedloge korisnika zastupljeno u 57,1% knjižnica (Tablica 51.).

Tablica 51.			
Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) obavijesti o događanjima	100,0% (16)	99,0% (104)	120
b) obavijesti o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)	100,0% (16)	90,5% (95)	111
c) provođenje ankete među korisnicima	43,8% (7)	22,9% (24)	31
d) knjižničare zanimaju ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika	56,3% (9)	57,1% (60)	69
Ukupno:	48	283	331

Društvenim mrežama više se koriste u knjižnicama koje imaju zaposlene informatičare. Dakle, 15 od 16 tih knjižnica koristi društvene mreže. Knjižnice koje nemaju zaposlene informatičare društvenim mrežama se koriste u 54,3% slučajeva (Tablica 52.).

Tablica 52.			
Knjižnica, korisnik društvenih mreža	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) da	93,8% (15)	54,3% (57)	72
b) ne	6,3% (1)	45,7% (48)	49
Ukupno:	16	105	121

Knjižnice u kojima se ne koriste društvenim mrežama u 67,7% slučajeva (knjižnice bez informatičara) kao razlog navode kako nisu obučeni za rad s takvim alatima, dok 32,3% (knjižnice bez informatičara) knjižnica smatra kako im to nije potrebno (tablica 53.).

Tablica 53.			
Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	Informatičar da (N=1)	Informatičar ne (N=31²⁶²)	Ukupno:
a) smatraju to nepotrebnim		32,3% (10)	10
b) nisu obučeni za rad s takvim alatima		67,7% (21)	21
c) lokalna vlast ne dozvoljava javnim ustanovama grada/općine korištenje društvenih mreža	100,0% (1)		1
Ukupno:	1	21	32

Svi sudionici ankete iz knjižnica koje imaju zaposlene informatičare kao jednu od društvenih mreža kojom se koriste navode Facebook, dok se Twitterom koristi 5 knjižnica, Flickrom 3 knjižnice, a Pineterstom, YouTubeom i Blogom tek po jedna. Ostale društvene mreže se ne koriste. Sudionici ankete iz knjižnica koje nemaju zaposlenog informatičara naveli su da se Facebookom se koriste u 96,5% slučajeva, a kao korištene društvene mreže navode još Twitter (3), Google+(3) i Flickr (1). Ostale društvene mreže se ne koriste (Tablica 54.).

²⁶² Dio knjižnica koje su odgovorile da se ne služe društvenim mrežama, nisu odgovorile na ovo pitanje zbog čega je N=31.

Tablica 54.			
Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) Facebook	100,0% (15)	96,5% (54)	69
b) Twitter	33,3% (5)	5,3% (3)	8
c) Google+		5,3% (3)	3
d) MySpace			0
e) LinkedIn			0
f) Flickr	20,0% (3)	1,8% (1)	4
g) Pinterest	6,7% (1)		1
h) YouTube	6,7% (1)		1
i) Blog	6,7% (1)		1
Ukupno:	26	61	87

Facebook je društvena mreža kojom se najveći broj knjižnica (Tablica 55.) najčešće koristi. Twitterom se najčešće koristi jedna knjižnica koja ima informatičara, dok 3 knjižnice koje nemaju informatičare, kao najkorišteniju društvenu mrežu navode Google+ (2) i Flickr (1).

Tablica 55.			
Najčešće korištena društvena mreža	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) Facebook	93,3% (14)	94,7% (54)	68
b) Twitter	6,7% (1)		1
c) Google+		3,5% (2)	2
d) MySpace			0
e) LinkedIn			0
f) Flickr		1,8% (1)	1
g) Pinterest			0
h) YouTube			0
i) Blog			0
Ukupno:	15	57	72

U odnosu na pojavni oblik na društvenim mrežama (Tablica 56.), čak 35 knjižnica koje nemaju informatičara te 5 knjižnica koje imaju informatičara koriste profile kao pojavni oblik. Grupu kao pojavni oblik koristi 1 knjižnica koja ima informatičara i 4 knjižnice koje nemaju. Stranicom kao pojavnim oblikom koriste se u 9 knjižnica koje imaju i u 18 knjižnica koje nemaju zaposlenog informatičara.

Tablica 56.			
Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) profil	33,3% (5)	61,4% (35)	40
b) grupa	6,7% (1)	7,0% (4)	5
c) stranica	60,0% (9)	31,6% (18)	27
Ukupno:	15	57	72

Opće obavijesti, novosti o uslugama knjižnice, pozivi na događanja u knjižnici te fotografije s događanja podjednako su zastupljeni među objavama na društvenim mrežama, bez obzira na to ima li knjižnica informatičara ili nema. Nešto rjeđe se objavljuju informacije o novoj građi, promotivni materijali i zanimljivosti iz kulture u Hrvatskoj i svijetu. Najrjeđe se objavljuju zanimljivosti iz knjižničarstva, ankete te rasprave na zadanu temu (Tablica 57.).

Tablica 57.			
Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) opće obavijesti	86,7% (13)	93,0% (53)	66
b) novosti o uslugama knjižnice	93,3% (14)	87,7% (50)	64
c) informacije o novoj građi	66,7% (10)	64,9% (37)	47
d) promotivni materijali	60,0% (9)	47,4% (27)	36
e) pozivi na događanja u knjižnici	100,0% (15)	93,0% (53)	68
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	93,3% (14)	82,5% (47)	61
g) neobavezan razgovor s korisnicima	33,3% (5)	19,3% (11)	16
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	46,7% (7)	29,8% (17)	24
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	60,0% (9)	33,3% (19)	28
j) ankete	6,7% (1)	10,5% (6)	7
k) javne rasprave na zadanu temu		5,3% (3)	3
Ukupno:	97	323	420

U knjižnicama koje imaju zaposlenog informatičara, za komunikaciju na društvenim mrežama često imaju zaduženog jednog od knjižničara (6), dok ih cijele timove ima 5. U 3 knjižnice to obavlja informatičar dok u jednoj knjižnici tko prvi vidi komentar, na komentar i odgovara. U knjižnicama koje nemaju zaposlenog informatičara komunikaciju najčešće obavlja samo jedna osoba koja je jedina i zaposlena u knjižnici (21), zatim to čini jedan od knjižničara (14), tko prvi vidi odgovara na komentar korisnika u 11 knjižnica, a cijeli tim ima 9 knjižnica. Samo 2 knjižnice nemaju nikoga

tko bi komunicirao s korisnicima na društvenoj mreži kojom se knjižnica koristi (Tablica 58.).

Tablica 58.			
Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) da, informatičar	20,0% (3)		3
b) da, jedan od knjižničara	40,0% (6)	24,6% (14)	20
c) da, cijeli tim	33,3% (5)	15,8% (9)	14
d) ne, komuniciraju svi djelatnici, tko prvi vidi komentar ili objavu korisnika, odgovara korisniku	6,7% (1)	19,3% (11)	12
e) ne, u knjižnici radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove		36,8% (21)	21
d) ne		3,5% (2)	2
Ukupno:	15	57	72

Da je komunikacija dvosmjerna i redovita smatra podjednak postotak sudionika ankete bez obzira na to imaju li knjižnice informatičara ili ne. Postotak knjižnica koje povremeno odgovaraju na komentare korisnika također je podjednak. S korisnicima ne komunicira jedna knjižnica koja ima informatičara i 5 knjižnica koje ga nemaju (Tablica 59.).

Tablica 59.			
Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=57)	Ukupno:
a) da, uvijek odgovaraju na komentare korisnika	66,7% (10)	63,2% (36)	46
b) povremeno odgovaraju na komentare korisnika	26,7% (4)	28,1% (16)	20
c) ne	6,7% (1)	8,8% (5)	6
Ukupno:	15	57	72

Anketa o zadovoljstvu uslugama na društvenim mrežama provedena je u 3 knjižnice koje imaju informatičara i 8 u knjižnica koje ga nemaju (Tablica 60.).

Tablica 60.			
Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	Informatičar da (N=15)	Informatičar ne (N=59²⁶³)	Ukupno:
a) da	20,0% (3)	13,6% (8)	11
b) ne	80,0% (12)	86,4% (51)	63
Ukupno:	15	59	74

Rezultati anketa (Tablica 61.) u knjižnicama u kojima su bile provedene su da su korisnici većinom zadovoljni.

²⁶³ Na ovo pitanje odgovorile su i dvije knjižnice koje nisu korisnici društvenih mreža zbog čega je N=51.

Tablica 61.			
Rezultati provedenih anketa	Informatičar da (N=3)	Informatičar ne (N=8)	Ukupno:
a) korisnicu su vrlo zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama	100,0% (3)	62,5% (5)	8
b) korisnici su djelomično zadovoljni te je knjižnica dobila prijedloge za poboljšanje komunikacije i usluga		25,0% (2)	2
c) korisnici su nezadovoljni te knjižnica radi na poboljšanjima		12,5% (1)	1
Ukupno:	3	8	11

Najčešći razlog za neprovođenje ankete (Tablica 62.) je to što nije bilo vremena, ali je anketa u planu. Postotak odgovora u tom je smislu ne razlikuje se puno između knjižnica koje imaju informatičara i onih koje nemaju.

Tablica 62.			
Razlozi za neprovođenje anketa	Informatičar da (N=12)	Informatičar ne (N=45²⁶⁴)	Ukupno:
a) ne vidimo potrebu za tim	10,0% (1)		1
b) znaju da su korisnici zadovoljni		8,9% (4)	4
c) ne znaju kako ju provesti		6,7% (3)	3
d) nije bilo vremena, ali je anketa u planu	90,0% (11)	84,4% (38)	49
Ukupno:	12	45	57

Stav knjižnica o prisutnosti na društvenim mrežama je relativno pozitivan, bez obzira na to imaju li informatičara ili ne pa tako sudionici ankete iz 5 knjižnica s informatičarom i 35 bez odgovorili kako su društvene mreže odličan način za komunikaciju s korisnicima koji treba koristiti u punom potencijalu, a 11 sudionika ankete iz knjižnica s informatičarom i 66 bez smatra kako je to još jedna u niz

²⁶⁴ Na ovo pitanje nisu odgovorile sve knjižnice koje su odgovorile da nisu provele anketu o zadovoljstvu korisnika uslugama knjižnice na društvenim mrežama zbog čega je N=45.

mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje službi i usluga. Da su društvene mreže nužno zlo koje su prisiljeni koristiti smatraju 4 sudionika ankete iz knjižnica koje nemaju zaposlenog informatičara (Tablica 63.).

Tablica 63.			
Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	Informatičar da (N=16)	Informatičar ne (N=105)	Ukupno:
a) odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga koji treba koristiti u punom potencijalu	31,3% (5)	33,3% (35)	40
b) još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga	68,8% (11)	62,9% (66)	77
c) pomodarstvo bez budućnosti			0
d) nužno zlo koje smo prisiljeni koristiti		3,8% (4)	4
Ukupno:	16	105	121

5.4.1.4. Analiza rezultata ankete s obzirom na status narodnih knjižnica, broj stručnih djelatnika, uključujući i informatičare te jesu li u knjižnicama zaposleni informatičari

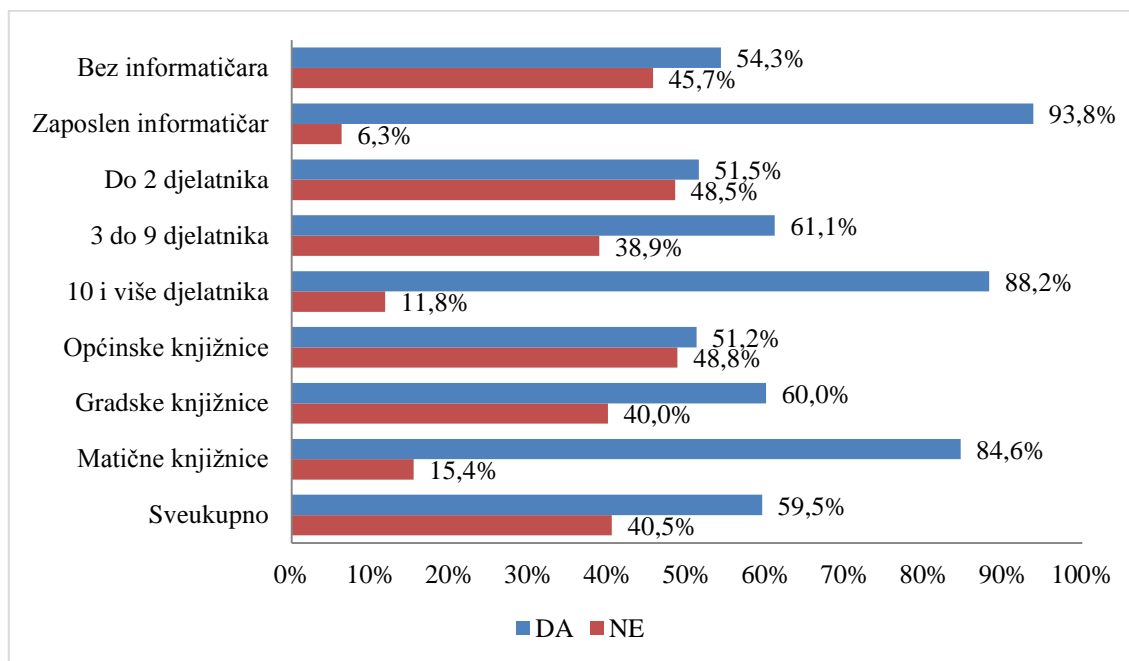
Okupljanjem dobivenih podataka u usporedne tablice (Tablica 64-A i Tablica 64-B) vidljivo je kako su tradicionalni alati za komunikaciju s korisnicima i dalje najzastupljeniji, ali i kako knjižnice u kojima se koriste društvenim mrežama, u većoj mjeri koriste i druge alate nego one knjižnice u kojima se ne koriste društvenim mrežama.

Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Društvene mreže DA (N=72)	Društvene mreže NE (N=49)	Matične (N=13)	Gradske (N=65)	Općinske (N=43)
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	69,4%	26,5%	92,3%	60%	27,9%
b) objave na lokalnim internetskim portalima	76,4%	38,8%	61,5%	67,7%	51,2%
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	83,3%	75,5%	53,8%	86,2%	79,1%
d) usmeno	88,9%	89,8%	76,9%	90,8%	90,7%
e) elektronička pošta	70,8%	38,8%	84,6%	63,1%	41,9%
f) promotivni leci	76,4%	46,9%	92,3%	70,8%	46,5%
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	95,8%	93,9%	100%	93,8%	95,3%
h) članci u lokalnom tisku	61,1%	57,1%	84,6%	66,2%	41,9%
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	86,1%	0%	84,6%	52,3%	39,5%
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	27,8%	14,3%	76,9%	13,8%	18,6%
k) objave na lokalnim radio postajama	72,2%	40,8%	92,3%	66,2%	39,5%
l) SMS poruke	26,4%	18,4%	30,8%	24,6%	18,6%

U matičnim su knjižnicama djelatnici skloniji korištenju suvremenijih alata kao što su društvene mreže, elektronička pošta i objave na službenim internetskim stranicama knjižnica, a isto je zamjetno i kad se isti podaci gledaju iz perspektive broja stručnih djelatnika odnosno podatka o tome imaju li knjižnice zaposlene informatičare ili ne.

Tablica 64-B					
Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	Do 2 dj. (N=68)	3 do 9 dj. (N=36)	10 i više dj. (N=17)	Inform. DA (N=16)	Inform. NE (N=105)
a) objave na internetskoj stranici knjižnice	32,4%	66,7%	100%	87,5%	46,7%
b) objave na lokalnim internetskim portalima	54,4%	66,7%	76,5%	56,3%	61,9%
c) plakati na vidljivim mjestima u javnosti	83,8%	83,3%	58,8%	75%	81%
d) usmeno	94,1%	86,1%	76,5%	81,3%	90,5%
e) elektronička pošta	42,6%	69,4%	94,1%	81,3%	54,3%
f) promotivni leci	50%	77,8%	94,1%	87,5%	61%
g) plakati na vidljivim mjestima u knjižnici	97,1%	88,9%	100%	100%	94,3%
h) članci u lokalnom tisku	47,1%	66,7%	94,1%	81,3%	56,2%
i) društvene mreže i drugi alati weba 2.0	39,7%	55,6%	88,2%	87,5%	45,7%
j) objave na lokalnim televizijskim postajama	11,8%	19,4%	70,6%	43,8%	19,0%
k) objave na lokalnim radio postajama	41,2%	77,8%	94,1%	87,5%	55,2%
l) SMS poruke	22,1%	22,2%	29,4%	25%	22,9%

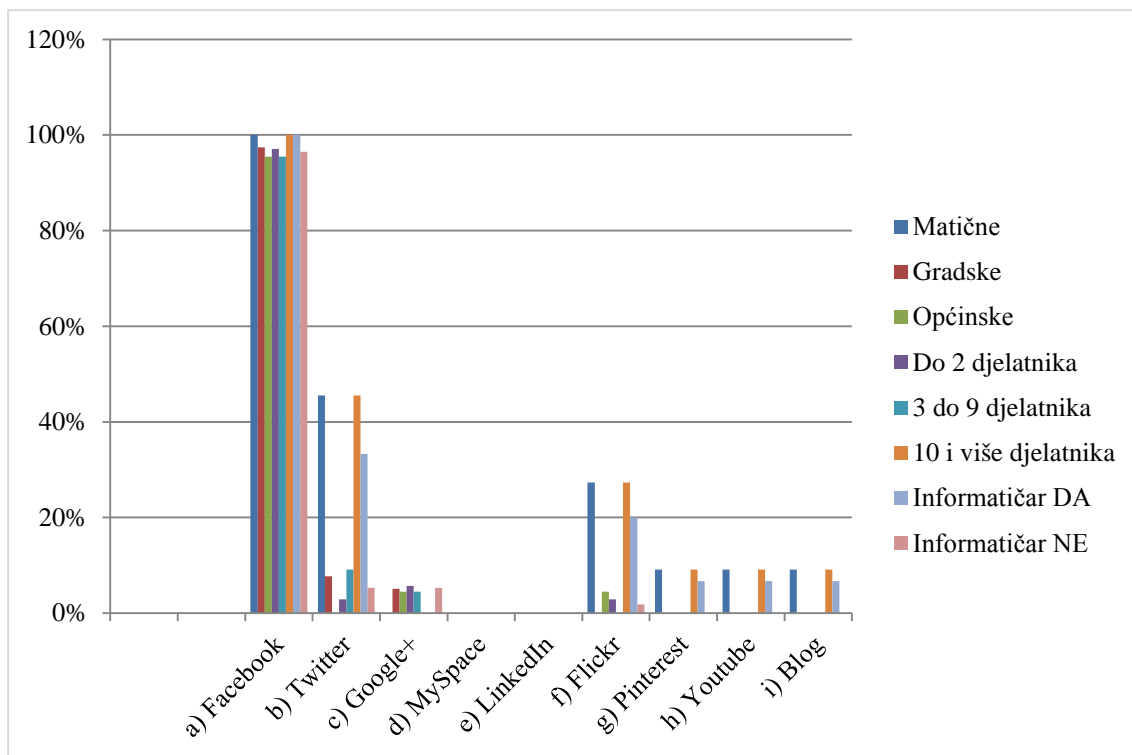
Grafikon 6. pokazuje silaznu putanju u korištenju društvenih mreža. Tako je vidljivo kako među zastupljenim matičnim knjižnicama njih, u postotku najviše koristi društvene mreže. Knjižnice s više stručnih djelatnika također češće koriste društvene mreže nego knjižnice s manje stručnih djelatnika. Kada se situacija sagleda iz perspektive zaposlenih informatičara vidljivo kako upravo takve knjižnice u puno većem omjeru koriste društvene mreže nego one koje informatičare nemaju.



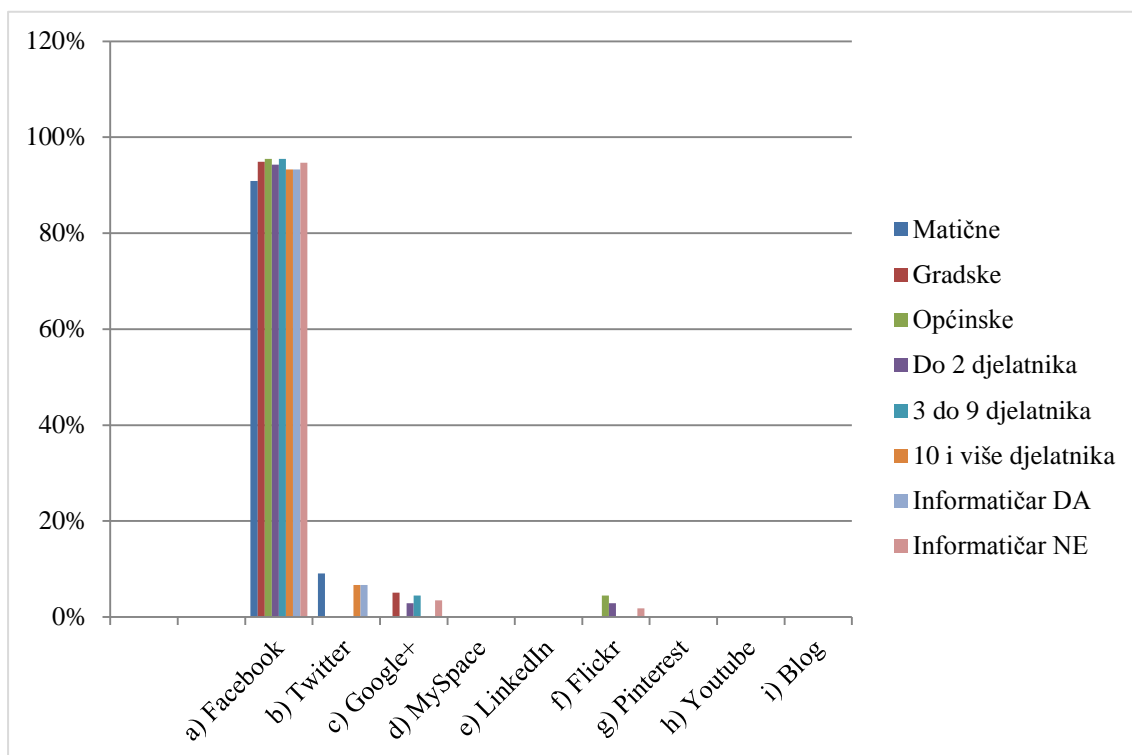
Grafikon 6. Narodne knjižnice i korištenje društvenih mreža

Iako su društvene mreže vrlo brojne, a mnoge od njih su i specijalizirane (npr. MySpace profilirao se kao društvena mreža za ljubitelje glazbe, Flickr je društvena mreža za dijeljenje fotografija, a YouTube se koristi isključivo za dijeljenje video sadržaja) Facebook je u narodnim knjižnicama daleko najzastupljenija društvena mreža.

Na to ne utječe niti vrsta narodne knjižnice, niti broj zaposlenih djelatnika niti činjenica imaju li one zaposlenog informatičara ili ne. Iako je u zastupljenosti svih ukupno korištenih društvenih mreža udio drugih društvenih mreža nešto veći, u zastupljenosti najčešće korištenih društvenih mreža u knjižnicama ipak je on zapravo zanemariv (Grafikon 7. i Grafikon 8.).

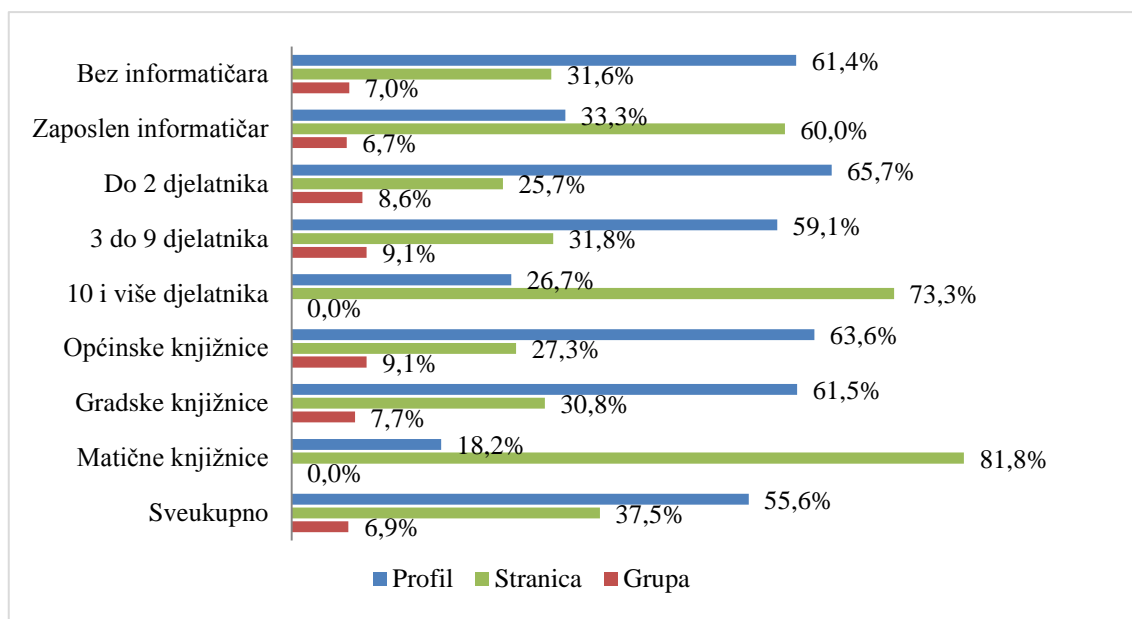


Grafikon 7. Društvene mreže korištene u narodnim knjižnicama



Grafikon 8. Najčešće korištene društvene mreže u narodnim knjižnicama

Iz Grafikona 9. vidi se kako djelatnici knjižnica za većinu Facebook pojavnosti koriste profile. I ovom slučaju postoji silazni uzorak - što su knjižnice manje, što imaju manje zaposlenih stručnih djelatnika, sve je veći postotak korištenja profila umjesto stranica. Knjižnice koje imaju zaposlene informatičare koriste profile u čak 33,3%. Isto to čini 26,7% knjižnica s više od deset zaposlenih stručnih djelatnika i 18,2% matičnih knjižnica.



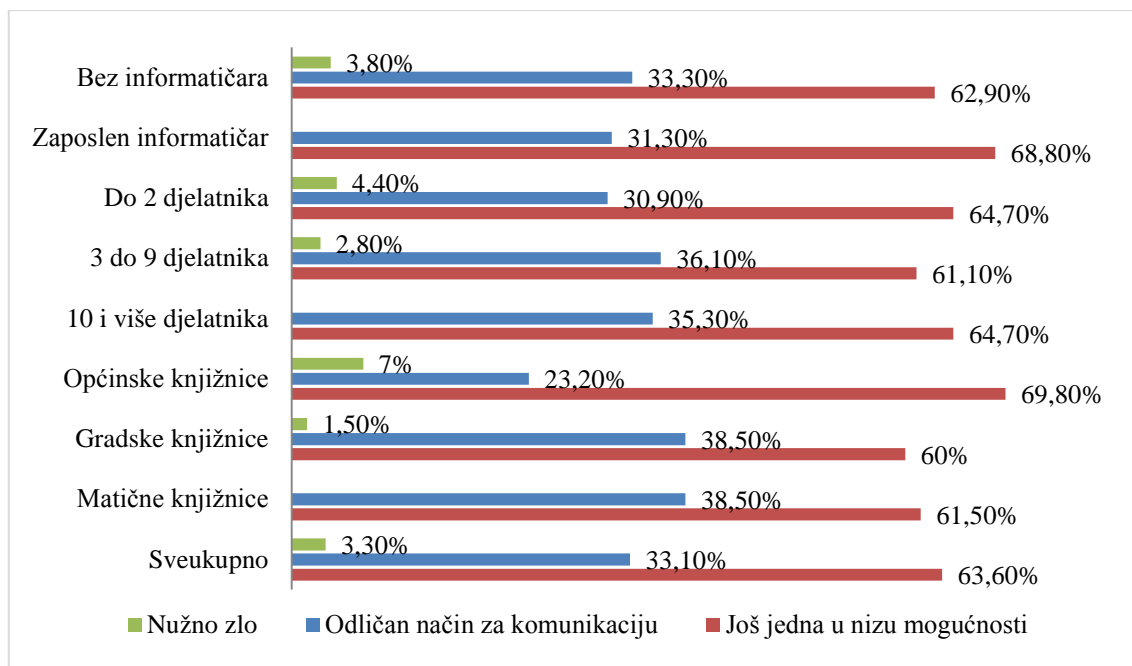
Grafikon 9. Facebook pojavnosti narodnih knjižnica

Sadržaji objava na društvenim mrežama ne razlikuju se značajno među knjižnicama bez obzira na način kako su analizirani podaci (Tablica 65-A i Tablica 65-B).

Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (N=11)	Gradske (N=39)	Općinske (N=22)	Do 2 dj. (N=35)
a) opće obavijesti	90,9%	92,3%	90,9%	94,3%
b) novosti o uslugama knjižnice	90,9%	94,9%	77,3%	82,9%
c) informacije o novoj građi	90,9%	61,5%	59,1%	54,3%
d) promotivni materijali	54,5%	48,7%	50%	42,9%
e) pozivi na događanja u knjižnici	90,9%	97,4%	90,9%	94,3%
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	81,8%	87,2%	81,8%	80%
g) neobavezan razgovor s korisnicima	45,5%	20,5%	13,6%	14,3%
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	45,5%	28,2%	36,4%	28,6%
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	63,6%	33,3%	36,4%	28,6%
j) ankete	9,1%	10,3%	9,1%	11,4%
k) javne rasprave na zadanu temu		2,6%	9,1%	8,6%

Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	3 do 9 dj. (N=22)	10 i više dj. (N=15)	Inform. NE (N=57)	Inform. DA (N=15)
a) opće obavijesti	86,4%	93,3%	86,7%	93%
b) novosti o uslugama knjižnice	95,5%	93,3%	93,3%	87,7%
c) informacije o novoj građi	68,2%	86,7%	66,7%	64,9%
d) promotivni materijali	54,5%	60%	60%	47,4%
e) pozivi na događanja u knjižnici	95,5%	93,3%	100%	93%
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici	90,9%	86,7%	93,3%	82,5%
g) neobavezan razgovor s korisnicima	22,7%	40%	33,3%	19,3%
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	27,3%	53,3%	46,7%	29,8%
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	40,9%	60%	60%	33,3%
j) ankete	9,1%	6,7%	6,7%	10,5%
k) javne rasprave na zadanu temu				5,3%

Stav sudionika ankete prema društvenim mrežama pozitivan je ili neutralan u velikoj većini slučajeva (Grafikon 10.). Ovi podaci ne odstupaju bez obzira na to iz koje se perspektive analiziralo podatke. Više od 60% sudionika ankete korištenje društvenih mreža vidi kao samo još jednu od mogućnosti. Niti jedan sudionik ankete njihovo korištenje ne smatra pomodarstvom. Nužnim zlom društvene mreže smatra tek nekolicina sudionika ankete (gradske i općinske knjižnice, knjižnice bez zaposlenih informatičara te knjižnice s 9 i manje stručnih djelatnika).



Grafikon 10. Stav sudionika ankete o prisutnosti narodnih knjižnica na društvenim mrežama

5.4.2. Rezultati istraživanja provedenog anketiranjem korisnika hrvatskih narodnih knjižnica

Iako je svaka od knjižnica koje su pristale pomoći oko ovog dijela istraživanja dobila 80 otisnutih anketnih upitnika za korisnike, njih su u prosjeku ispunila 42 ispitanika po knjižnici. Međutim Tablica 66. pokazuje kako je ispunjavanje ankete po knjižnicama bilo vrlo neravnomjerno. Najviše anketnih upitnika ispunili su korisnici u Puli (87) i Rijeci (80), a zatim u Koprivnici (73) te Čakovcu (72), Osijeku (63), Vinkovcima (61) i Splitu (52). U ostalim knjižnicama ispunjeno je manje od po 50 anketnih upitnika što je, u prosjeku 27 anketnih upitnika po knjižnici odnosno 355 anketa u 13 knjižnica.

Tablica 66.		
Knjižnica u kojoj je anketa ispunjena	Postotak odgovora	Broj odgovora N=843
Bjelovar	5,1	43
Slavonski Brod	2,7	23
Dubrovnik	1,6	13
Pula	10,3	87
Karlovac	4,5	38
Koprivnica	8,7	73
Krapina	1,4	12
Gospić	3,2	27
Čakovec	8,6	72
Osijek	7,5	63
Požega	1,4	12
Rijeka	9,5	80
Sisak	4,6	39
Split	6,2	52
Šibenik	3	25
Varaždin	3,2	27
Vinkovci	7,2	61
Zadar	5,3	45
Zagreb	2,7	23
Velika Gorica	3,3	28
Ukupno:	100	843

Među sudionicima anketnog istraživanja bilo je najviše osoba između 21 i 30 godina starosti (36,3%), zatim slijede osobe između 15 i 20 godina (27,5%) te, na posljetku osobe stare između 31 i 40 godina (18,7%). U uzorku su najmanje zastupljene osobe stare između 61 i 65 godina (0,8%) te osobe starije od 65 godina (Tablica 67.).

Iako knjižnice, čiji su korisnici sudjelovali u istraživanju, nisu dobile upute da anketu ponude mlađim osobama, pretpostavka je da su one to učinile nesvjesno, s obzirom na temu istraživanja. Podatak o starosti nisu navela 24 ispitanika.

Tablica 67.		
Dob ispitanika	Postotak odgovora	Broj odgovora N=819
mlađi od 15	2,2	18
15-20	27,5	225
21-30	36,3	297
31-40	18,7	153
41-50	8,8	72
51-60	3,8	31
61-65	0,8	7
stariji od 65	1,9	16
Ukupno:	100	819

S obzirom na spol ispitanika (Tablica 68.), među ispitanicima veći je broj ženskih osoba (74,3%).

Tablica 68.		
Spol ispitanika	Postotak odgovora	Broj odgovora N=825
Žensko	74,3	613
Muško	25,7	212
Ukupno:	100	825

Među ispitanicima, koji su stavili podatak o stručnoj spremi, najviše je bilo osoba sa završenom srednjom stručnom spremom (42,9%), a zatim i osoba sa završenom visokom stručnom spremom odnosno magistara struka (35,6%). Najmanje je magistara i doktora znanosti, ukupno 8 odnosno 1,1% (Tablica 69.).

Tablica 69.		
Stručna sprema ispitanika	Postotak odgovora	Broj odgovora N=707
a) UČENIK	7,5	53
b) STUDENT	6,4	45
c) SSS	42,9	303
d) VŠS/BACC	6,5	46
e) VSS/MAG	35,6	252
f) MR. SC.	0,8	6
g) DR. SC.	0,3	2
Ukupno:	100	707

Nakon podataka o spolu, starosti i obrazovanju uslijedilo je pitanje o načinima informiranja o događanjima, novostima i uslugama knjižnica (Tablica 22.). Na to pitanje ponuđena je mogućnost višestrukih odgovora.

S obzirom na to da su prethodni odgovori pokazali kako je više od 80% obuhvaćenih ispitanika mlađe od 40 godina, ne iznenađuje da se njih 54,3% informira putem internetske stranice knjižnice.

Ostali suvremeni načini informiranja zastupljeni su u puno manjem postotku te su tradicionalniji načini informiranja i dalje među najzastupljenijima. Tako se 45,1% ispitanika informira usmeno, 40,8% putem plakata knjižnice na vidljivim mjestima u javnosti i 36,5% se informira putem plakata na vidljivim mjestima u knjižnici. Samo 13% ispitanika informira se putem društvenih mreža, 5,3% se informira putem elektroničke pošte, a 0,5% putem SMS poruka. Na ovo pitanje nije odgovorilo 10 ispitanika, ali to ne može bitno utjecati na rezultate.

Tablica 70.		
Na koje se načine korisnici informiraju o uslugama i aktivnostima u knjižnici (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=833
a) putem objava na internetskoj stranici knjižnice	54,3	452
b) putem objava na lokalnim internetskim portalima	12,5	104
c) putem plakata knjižnice na vidljivim mjestima u javnosti	40,8	340
d) usmeno	45,1	376
e) putem elektroničke pošte	5,3	44
f) putem promotivnih letaka	12,1	101
g) putem plakata na vidljivim mjestima u knjižnici	36,5	304
h) putem članaka u lokalnom tisku	14,4	120
i) putem društvenih mreža i drugih alata weba 2.0	13	108
j) putem objava na lokalnim televizijskim postajama	7,2	60
k) putem objava na lokalnim radio postajama	9,6	80
l) putem SMS poruka	0,5	4
Ukupno:		2093

Na pitanje ima li knjižnica profil/grupu/stranicu na nekoj od društvenih mreža, čak 56,2% ispitanika nije znalo. Pozitivno je odgovorilo 37% ispitanika, a 6,8% smatra da njihova knjižnica nije prisutna niti na jednoj društvenoj mreži (Tablica 71.).

Tablica 71.		
Ima li Vaša knjižnica profil/grupu/stranicu na nekoj od društvenih mreža?	Postotak odgovora	Broj odgovora N=837
a) da	37	310
b) ne	6,8	57
c) ne znam	56,2	470
Ukupno:	100	837

Ispitanici su zatim trebali napisati na kojoj društvenoj mreži njihova knjižnica ima otvoren profil/grupu/stranicu. Ovo pitanje nije imalo unaprijed ponuđene odgovore, a rezultati su sljedeći: 477 ispitanika nije odgovorilo na ovo pitanje, 260 ispitanika napisalo je da je to Facebook, 18 ispitanika napisalo je Twitter, 76 ispitanika napisalo je da ne zna, a 9 ispitanika navelo je kako je to internetska stranica knjižnice (Tablica 72.).

Tablica 72.		
Na kojoj društvenoj mreži knjižnica ima profil/grupu/stranicu (pitanje otvorenog tipa)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=366
a) Facebook	71	260
b) Twitter	4,9	18
c) Flickr	0,3	1
d) Google+	0,5	2
e) ne znam	20,7	76
f) internetska stranica knjižnice	2,6	9
Ukupno:	100	366

Na pitanje „Jeste li 'prijatelj' s vašom knjižnicom ili ju pratite na nekoj od društvenih mreža?“ 70,4% ispitanika odgovorilo je negativno, a samo 29,6% ispitanika odgovorilo je „da“ (Tablica 73.). Ovo pitanje preskočilo je 39 ispitanika, ali to ne utječe bitno na rezultat.

Tablica 73.		
Praćenje pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=804
a) da	29,6	238
b) ne	70,4	566
Ukupno:	100	804

Ispitanici su zatim trebali obrazložiti odgovor na prethodno pitanje. Ovdje nije bilo ponuđenih odgovora već su se ispitanici izražavali vlastitim riječima.

Nakon analize odgovora na ovo pitanje, odgovori, njih 540, su svrstani u nekoliko kategorija, a rezultati su slijedeći: 153 ispitanika zanimaju novosti, informacije i slično te stoga prate knjižnicu na društvenoj mreži, 144 ispitanika ne znaju da je knjižnica korisnik društvenih mreža, 12 ispitanika smatra kako knjižnica nije korisnik društvenih mreža, 41 korisnik informira se na drugačiji način pa stoga ne prate knjižnicu na društvenim mrežama, 39 ispitanika to ne zanima ili nisu imali potrebu za takvim načinom komuniciranja. Od preostalih 58 ispitanika nekoliko njih ne posjeduje računalo ili nema pristup internetu, a 43 ih se knjižnicom koristi vrlo rijetko. Dio odgovora (njih 50) potpuno je nerazumljiv te nije kategoriziran.

Idućih pet pitanja bilo je namijenjeno samo onim ispitanicima koji se koriste uslugama knjižnica na društvenim mrežama.

Tablica 74. prikazuje odgovore na pitanje je li knjižnica komunicira na društvenim mrežama. Da knjižnica redovito komunicira odgovorilo je 52,2% ispitanika, da je knjižnica slabo aktivna na društvenim mrežama kaže 12,9% ispitanika, a da je komunikacija povremena kaže 34,9% ispitanika.

Tablica 74.		
Komunikacija knjižnica-korisnik na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=232
a) da, redovito	52,2	121
b) ne, knjižnica vrlo rijetko objavljuje novosti na svom profilu/grupi/stranici	12,9	30
c) povremeno	34,9	81
Ukupno:	100	232

Od sadržaja koje knjižnice najčešće objavljuju na društvenim mrežama (Tablica 75.) korisnici su naveli da su to pozivi i obavijesti o događanjima (70,1%), te obavijesti o novostima kao što su radno vrijeme, članarine i nove usluge (70,1%), a zatim i informacije o novoj građi (40,1%) i fotografije s događanja održanih u knjižnicama (45,7%).

Tablica 75.		
Što korisnici misle da knjižnica najčešće objavljuje na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak odgovora	Broj odgovora N=254
a) obavijesti i pozive na događanja	70,1	178
b) obavijesti o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)	70,1	178
c) ankete među korisnicima	16,5	42
d) zanimaju ih ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika	27,2	69
e) informacije o novoj građi	40,1	102
f) promotivni materijali	24,4	62
g) fotografije s događanja održanih u knjižnici	45,7	116
h) neobavezno razgovara s korisnicima	11,8	30
i) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	28,7	73
j) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta	23,6	60
k) organizira javne rasprave na zadanu temu na društvenoj mreži	5,1	13
Ukupno:		923

Da je komunikacija između knjižnice i ispitanika uvijek dvosmjerna odgovorilo je 41,4% ispitanika, da je povremena odgovorilo je 24,2% ispitanika, a da komunikacije nema odgovorilo je 34,4% ispitanika (Tablica 76.).

Tablica 76.		
Dvosmjernost komunikacije	Postotak odgovora	Broj odgovora N=244
a) da, uvijek odgovaraju na komentare	41,4	101
b) povremeno odgovaraju na komentare	24,2	59
c) ne	34,4	84
Ukupno:	100	244

Zadovoljstvo komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama izrazilo je 78,2% ispitanika koji su odgovorili na ovo pitanje. Njih 14,5% je djelomično zadovoljno, dok ih je samo 7,3% nezadovoljnih (Tablica 77.).

Tablica 77.		
Zadovoljstvo komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=248
a) da	78,2	194
b) djelomično	14,5	36
c) ne	7,3	18
Ukupno:	100	248

Svoje zadovoljstvo, odnosno nezadovoljstvo ispitanici su trebali obrazložiti svojim riječima. Njihovi odgovori su analizirani i svrstani prema najizraženijim kategorijama.

Kratko obrazloženje dao je 271 ispitanik, od toga njih 82 su zadovoljna komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama, 57 ih smatra kako je potrebno poraditi na komunikaciji i ažurnije objavljivati sadržaje, 49 ispitanika navelo je kako nisu korisnici društvenih mreža odnosno usluga knjižnice na društvenim mrežama, 26 ih ne zna što misli ili o tome nemaju mišljenje, a 32 ispitanika smatraju kako knjižnice ili trebaju napraviti profile/grupe/stranice ili postojeće bolje promovirati kako bi što više ljudi za njih saznalo.

Ostalih 25 odgovora ne može se svrstati niti u jednu kategoriju i nemaju veze sa postavljenim pitanjem.

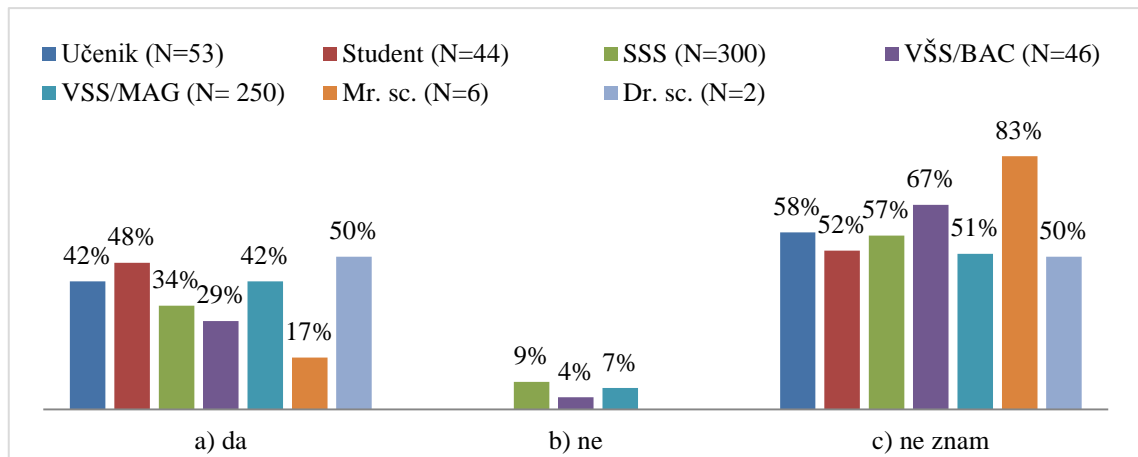
Predzadnje pitanje u anketi odnosilo se na to je li ispitanici smatraju dobrim ili lošim ako knjižnica nije korisnik društvenih mreža. Na ovo pitanje odgovorio je 691 ispitanik što je 82% svih ispitanika. Analiza odgovora na ovo pitanje (Tablica 78.) pokazala je kako njih 5,5% smatra dobrim ako knjižnica nije korisnik društvenih mreža, njih gotovo polovica (49,1%) nema o tome mišljenje, a 45,4% ispitanika to smatra lošim.

Tablica 78.		
Mišljenje korisnika o prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama	Postotak odgovora	Broj odgovora N=691
a) smatraju dobrim što knjižnica nije prisutna na društvenim mrežama	5,5	38
b) nemaju mišljenje o tome	49,1	339
c) smatraju lošim što knjižnica nije prisutna na društvenim mrežama	45,4	314
Ukupno:	100	691

Zadnje pitanje bilo je kratko obrazloženje prethodno navedenog odgovora. Na ovo pitanje nisu bili unaprijed ponuđeni odgovori već se očekivalo da ispitanici sami obrazlože prethodni odgovor. Obrazloženje je dalo 390 ispitanika što čini 46% ukupnog broja ispitanika. Od toga je njih 264 odnosno 68% kao obrazloženje navelo kako korištenje društvenih mreža u knjižnicama osigurava dostupnost informacija odnosno da knjižnice trebaju ići ukorak s vremenom. Ostala obrazloženja većinom se odnose na prezir ispitanika prema društvenim mrežama općenito ili na činjenicu da ne vide smisao u tome jer im se više sviđa tradicionalnija (osobna) komunikacija s knjižnicom.

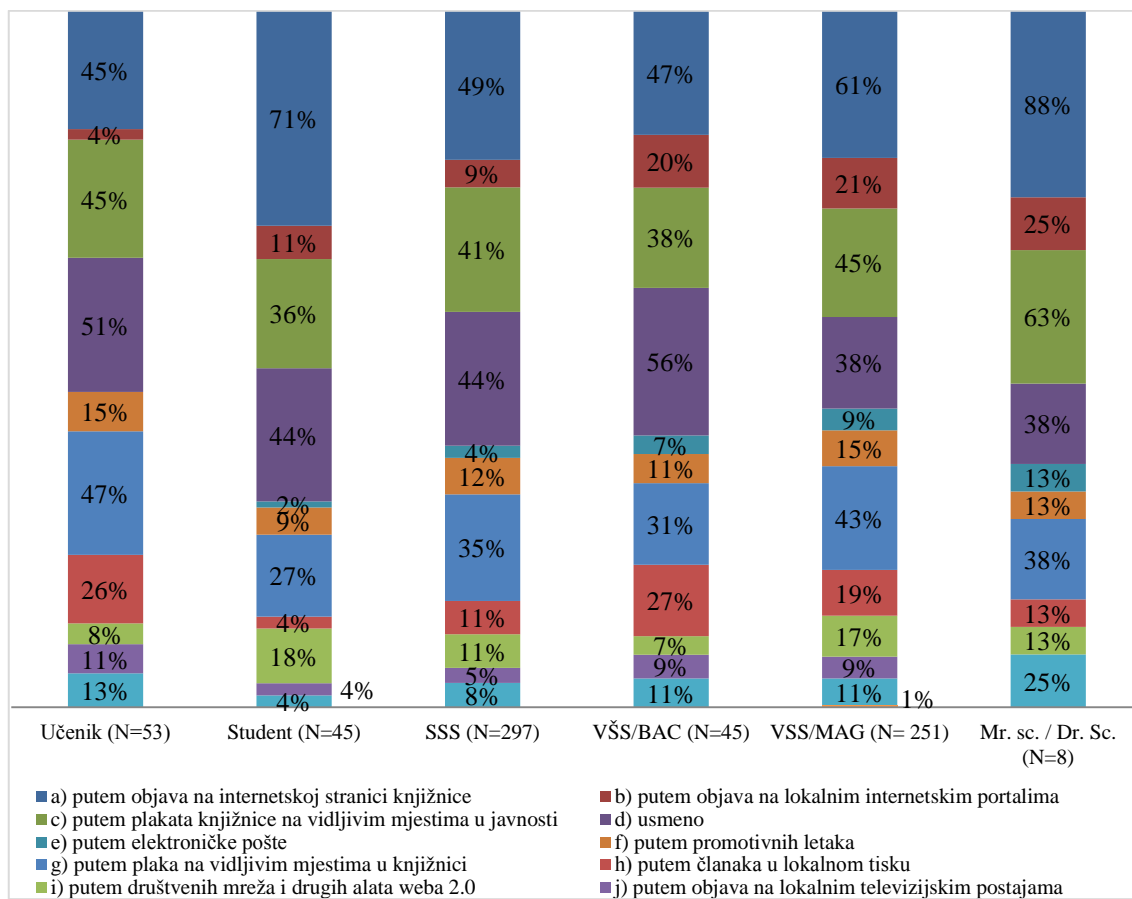
5.4.2.1. Analiza rezultata s obzirom na stručnu spremu anketiranih korisnika

Analiza ankete korisnika pokazuje da kada se rezultati gledaju prema stručnoj spremi ispitanika nema značajnije razlike u tome znaju li anketirani postoje li pojavnosti narodnih knjižnica na društvenim mrežama ili ne (Grafikon 11.)



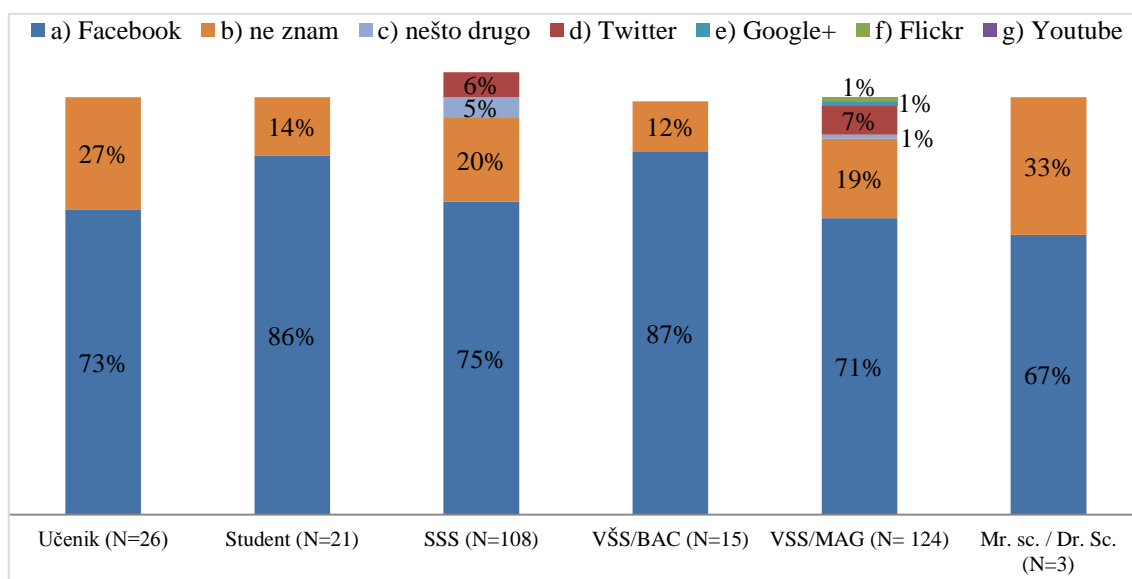
Grafikon 11. Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža

Prema Grafikonu 12., ispitanici se, bez obzira o kojoj se stručnoj spremi radi, o događanjima u knjižnici, u najvećoj mjeri, informiraju putem službenih internetskih stranica knjižnice, a zatim putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti, usmeno i putem plakata na vidljivim mjestima u knjižnici. Informiranje putem pojavnosti knjižnica na društvenim mrežama podjednako je zastupljeno kod svih stručnih sprema, a najviše ga koriste osobe visoke stručne spreme, odnosno magistri struke i studenti. Informiranje putem elektroničke pošte izuzetno je slabo zastupljeno, dok je informiranje SMS porukama gotovo nepostojeće i koristi ga samo 1% osoba visoke stručne spreme odnosno magistara struke.



Grafikon 12. Načini na koje se ispitanici informiraju o uslugama i novostima u knjižnici

Većina ispitanika odgovorila je kako se pojavnost knjižnice na društvenoj mreži nalazi na Facebooku, a iznad 10% su odgovori onih koji ne znaju na kojoj društvenoj mreži knjižnica ima pojavnost. Razlike u odgovorila gotovo da i nema bez obzira na stručnu spremu ispitanika. Ovo je vidljivo u Grafikonu 13.

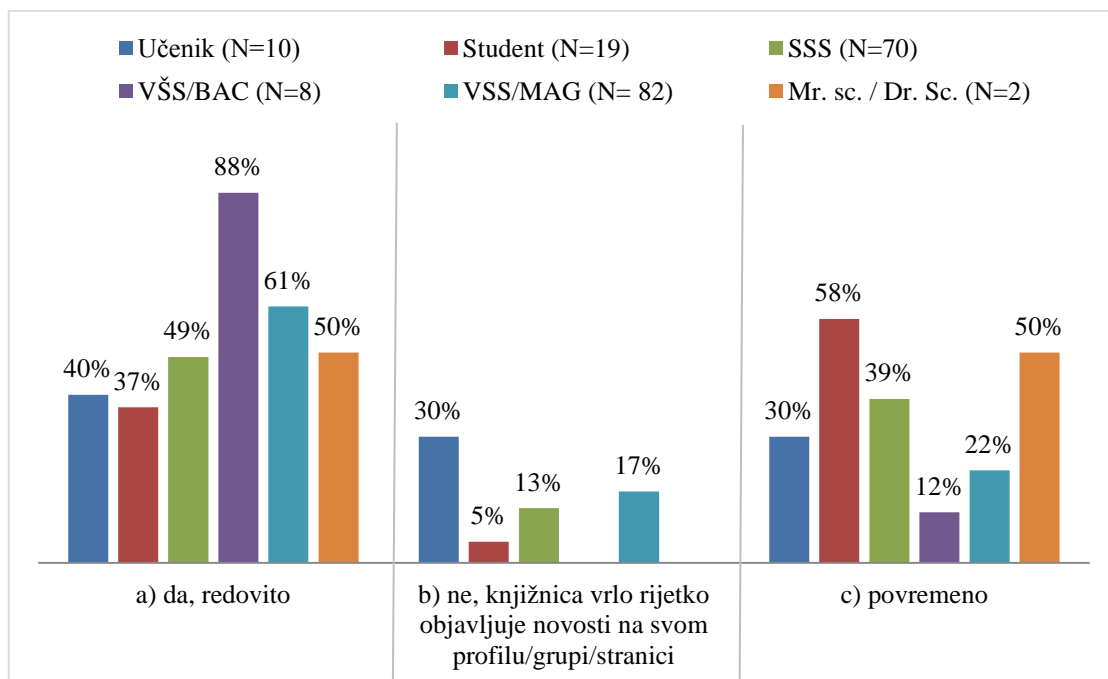


Grafikon 13. Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti

Tablica 79. prikazuje odgovore ispitanika o tome prate li pojavnost knjižnice na društvenim mrežama. Bez obzira na stručnu spremu, u više od 50% slučajeva odgovor je da ne prate, a najveći postotak odgovora „ne“ je kod učenika te osoba s višom stručnom spremom odnosno prvostupnika.

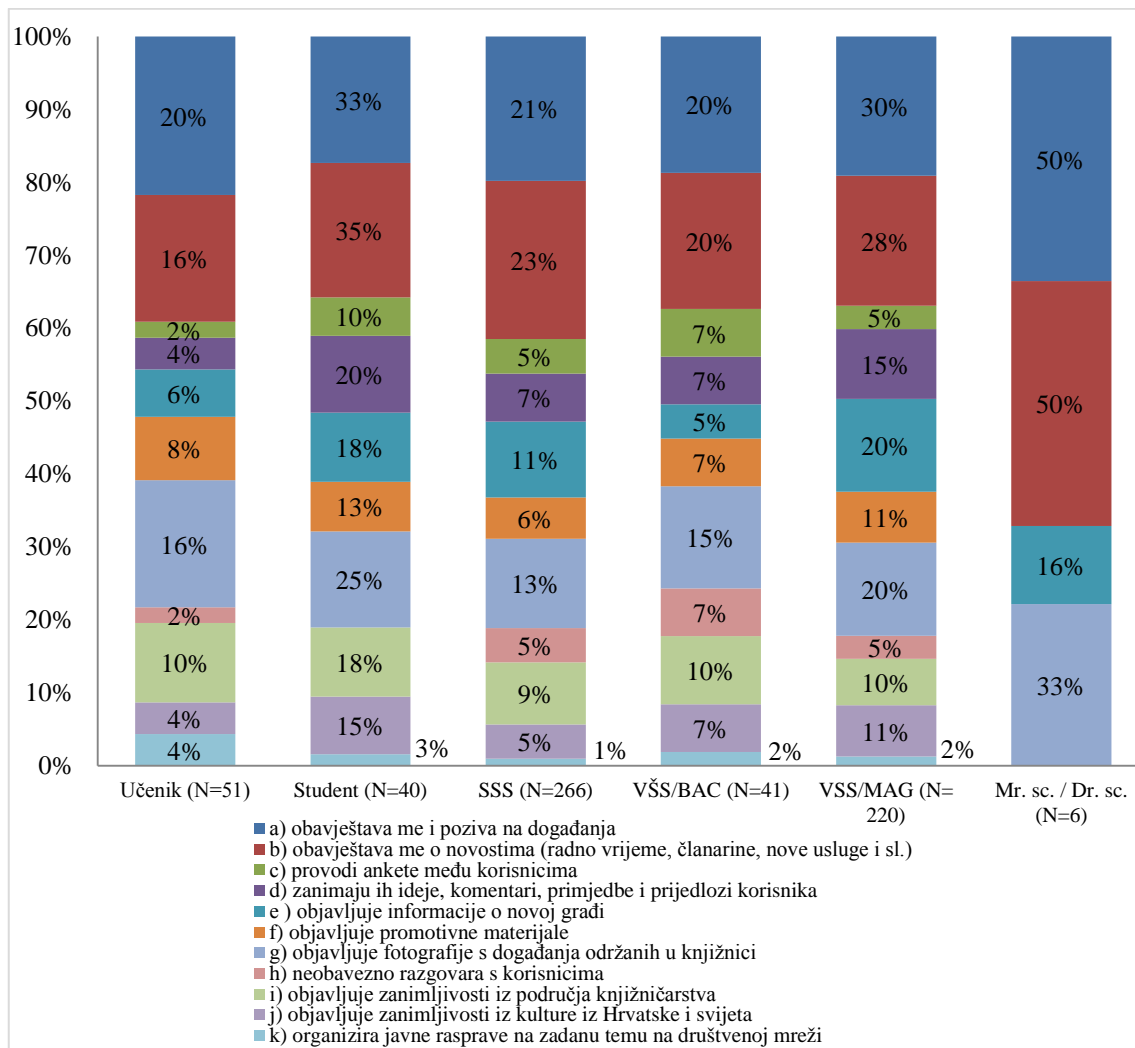
Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama	Učenik (N=52)	Student (N=42)	SSS (N=287)	VŠS/BA C (N=45)	VSS/MAG (N= 237)	Mr. sc. / Dr. Sc. (N=8)	Ukupno
a) da	9 (17%)	18 (43%)	81 (28%)	10 (22%)	75 (32%)	2 (25%)	195
b) ne	43 (83%)	24 (57%)	206 (72%)	35 (78%)	162 (68%)	6 (75%)	476
Ukupno	52	42	287	45	237	8	671

Da knjižnice redovito objavljuju sadržaje na društvenim mrežama smatra 88% ispitanika više stručne spreme / prvostupnika te 61% ispitanika s visokom stručnom spremom / magistara struke. Ostali ispitanici podjednako su podijeljeni između redovitih objava i povremenih objava, a najmanje ih smatra kako se na pojavnostima knjižnica sadržaji objavljuju vrlo rijetko (Grafikon 14.).



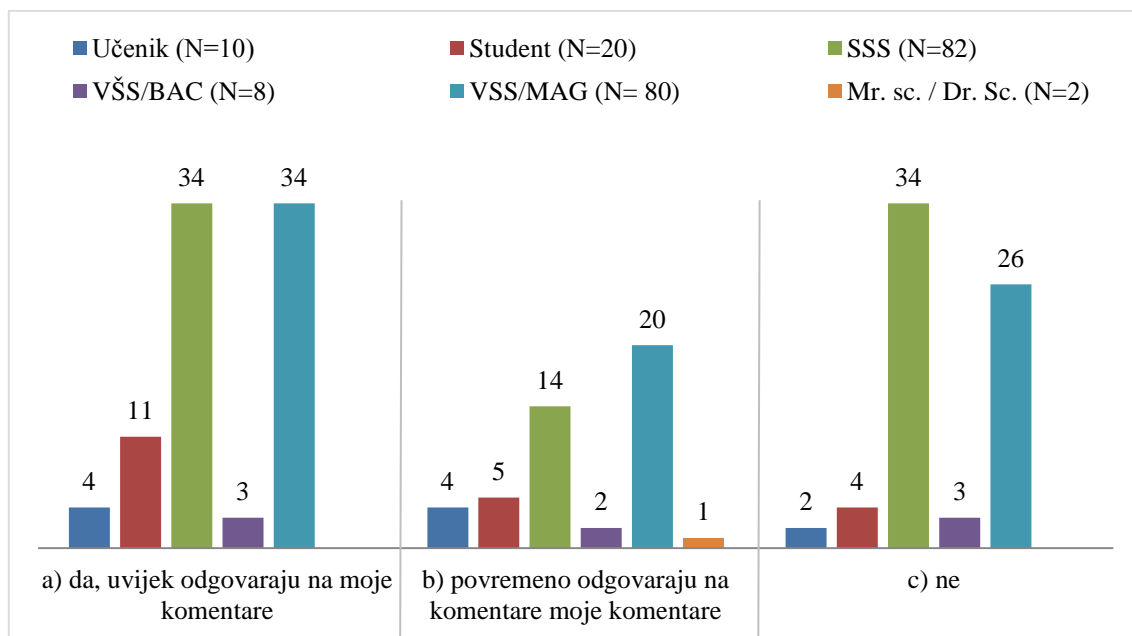
Grafikon 14. Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama

Ispitanici, bez obzira na stručnu spremu, smatraju kako se na pojavnostima knjižnica najčešće objavljuju obavijesti i pozivi na događanja, novosti te fotografije s održanih događanja. Rezultati o ostalim vrstama objava vrlo se razlikuju prema stručnoj spremi ispitanika (Grafikon 15.).



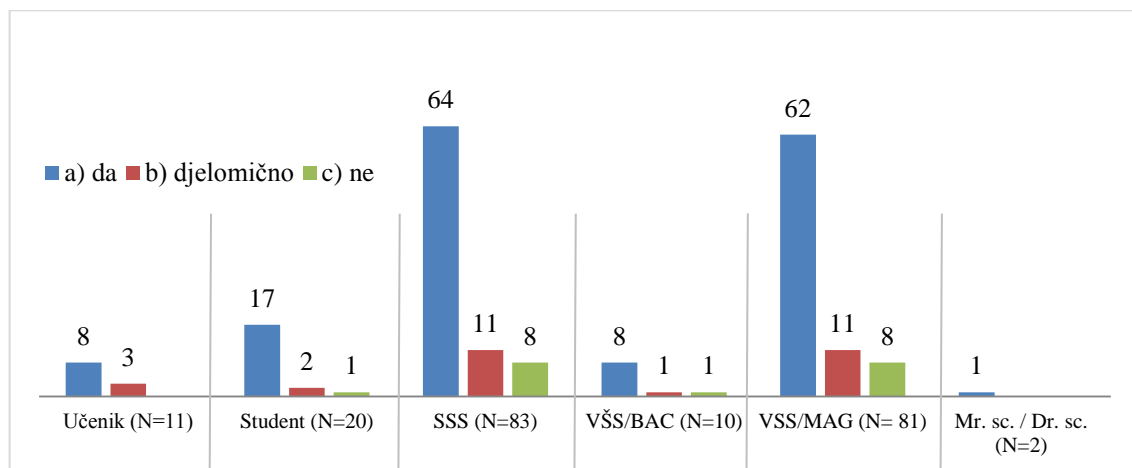
Grafikon 15. Odgovori korisnika o sadržajima objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama

O dvosmjernosti komunikacije odgovori ispitanika podjednako su raspoređeni između „da“ i „ne“ bez obzira na stručnu spremu (Grafikon 16.).



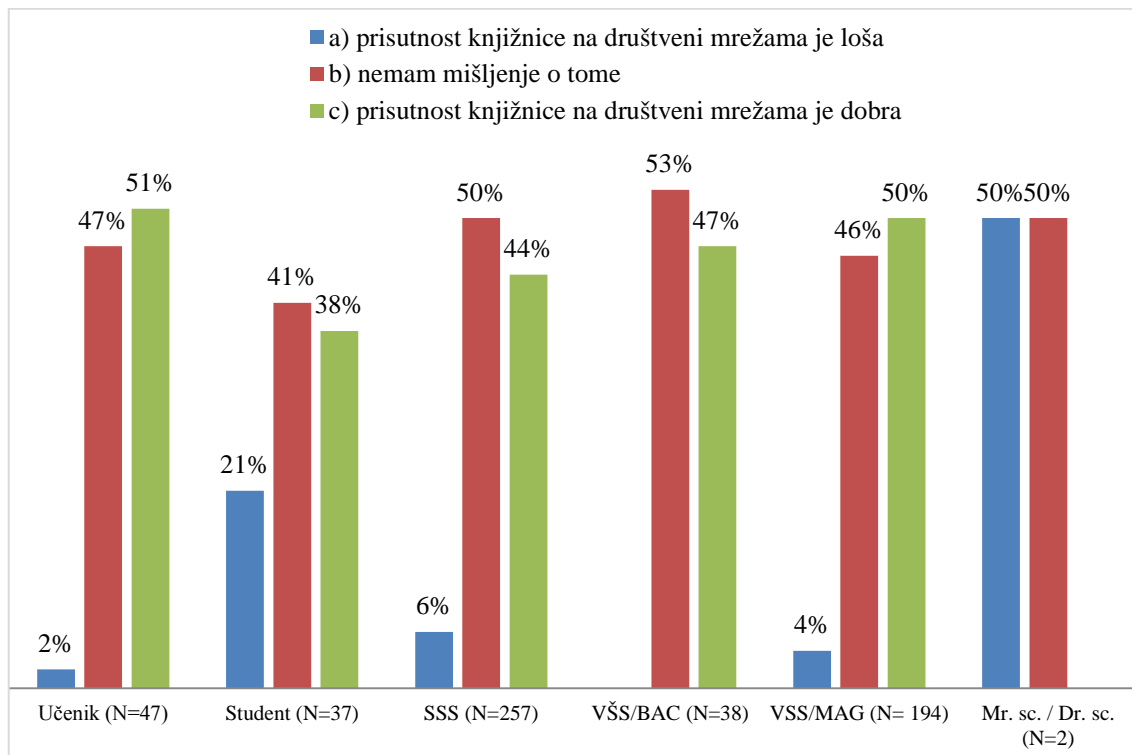
Grafikon 16. Mišljenje ispitanika o dvosmjernosti komunikacije na društvenim mrežama

Ispitanici su, bez obzira na stručnu spremu, većinom zadovoljni komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama što je vidljivo iz Grafikona 17.



Grafikon 17. Zadovoljstvo ispitanika komunikacijom i uslugama knjižnica na društvenim mrežama

Ispitanici su podjednako podijeljeni u tome da je prisutnost knjižnice na društvenim mrežama dobra odnosno da o tome nemaju mišljenje. Samo magistri i doktori znanosti u velikom postotku smatraju kako je prisutnost knjižnice na društvenim mrežama loša (50%), ali njih je u promatranom u uzorku samo dvoje pa to ne utječe bitno na konačne rezultate (Grafikon 18.).



Grafikon 18. Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama

5.4.2.2. Analiza rezultata s obzirom na spol anketiranih korisnika

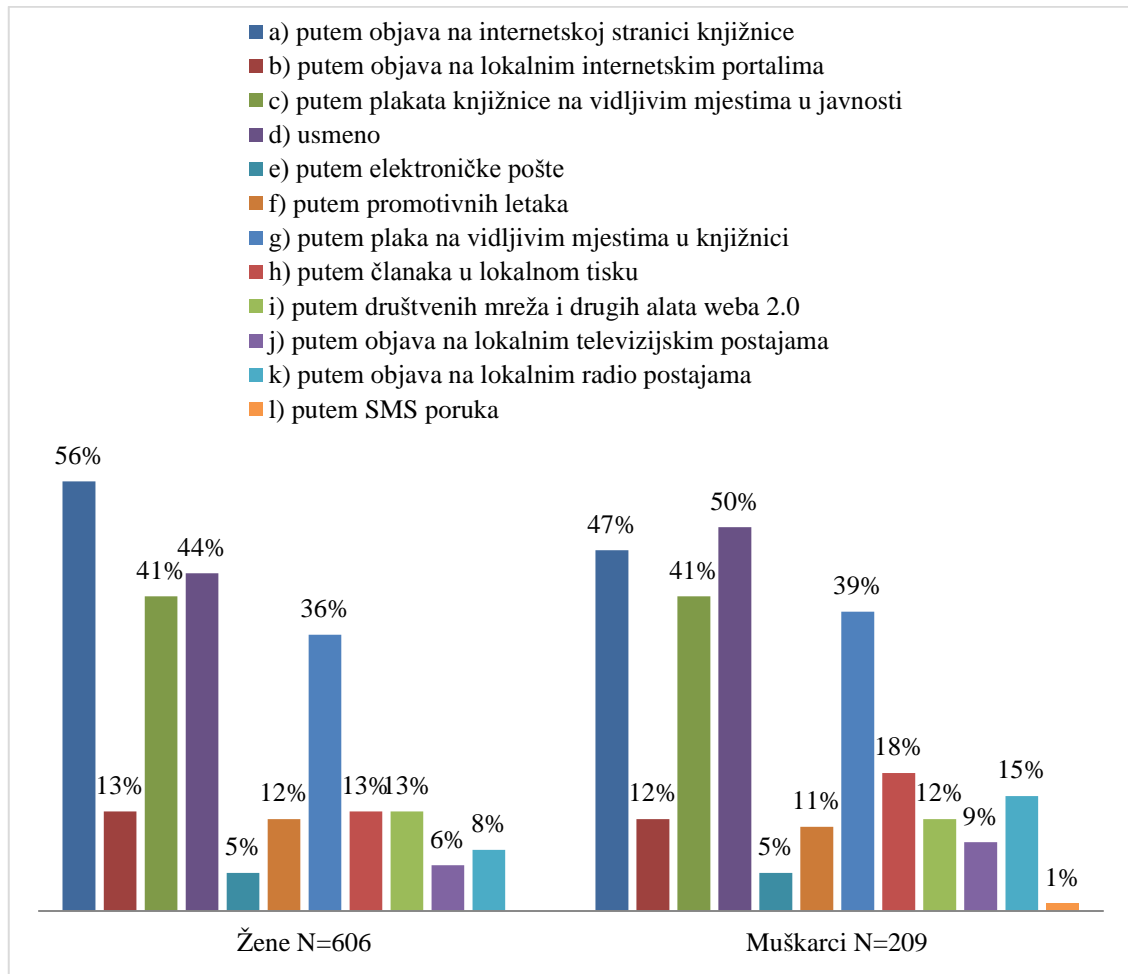
Među osobama obuhvaćenim anketnim istraživanjem prevladavaju žene. Od njih je 40% osoba srednje stručne spreme i 36% osoba visoke stručne spreme / magistara struke. Među muškarcima je više od polovine osoba srednje stručne spreme i 32% osoba visoke stručne spreme / magistara struke (Tablica 80.).

Tablica 80.			
Stručna sprema ispitanika	Žene N= 520	Muškarci N=180	Ukupno
a) učenik	8% (42)	6% (11)	53
b) student	8% (43)	1% (2)	45
c) SSS	40% (206)	52% (94)	300
d) VŠS/BAC	7% (34)	7% (12)	46
e) VSS/MAG	36% (190)	32% (58)	248
f) mr. sc.	0,6% (3)	2% (3)	6
g) dr. sc.	0,4% (2)	0% (0)	2
Ukupno	520	180	700

S obzirom na spol ispitanika više od polovice i muškaraca i žena na znaju da li knjižnica ima neki oblik pojavnosti na društvenim mrežama (Tablica 81.).

Tablica 81.			
Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža	Žene N=610	Muškarci N=209	Ukupno
a) da	36 % (220)	40% (84)	304
b) ne	6% (36)	9% (18)	54
c) ne znam	58% (354)	51% (107)	461
Ukupno	610	209	819

Prema Grafikonu 19. žene se o aktivnostima knjižnice najčešće informiraju putem objava na internetskim stranicama knjižnice, usmeno, putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti i putem plakata na vidljivim mjestima u knjižnici. Muškarci ne najčešće informiraju usmeno, putem objava na internetskim stranicama knjižnice, putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti i putem plakata na vidljivim mjestima u knjižnici. Ostali oblici informiranja kod oba spola su podjednaki. Informiranje putem društvenih mreža i drugih alata weba 2.0 podjednako je slabo zastupljeno i kod žena i kod muškaraca.

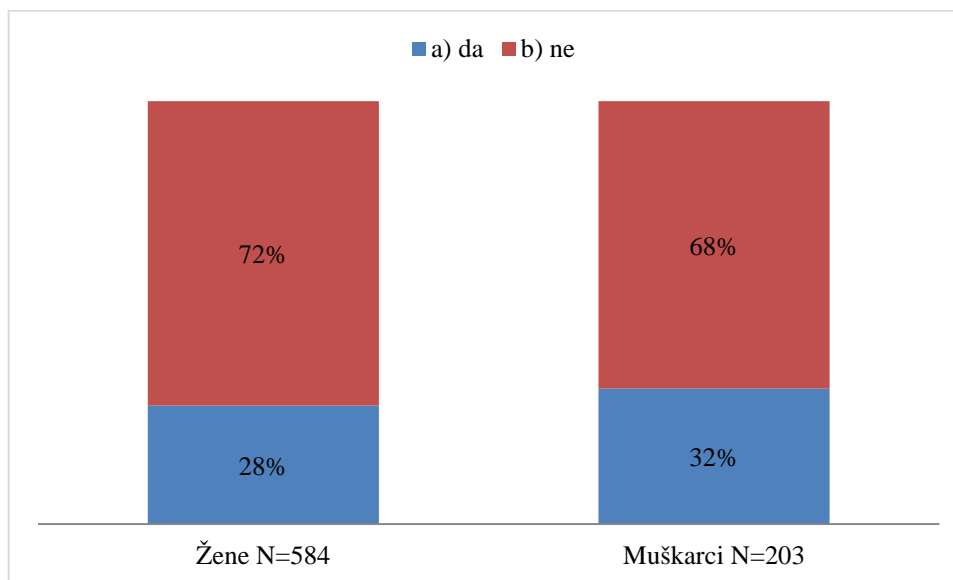


Grafikon 19. Načini informiranja ispitanika o događanjima i aktivnostima u knjižnici

Što se tiče društvene mreže na kojoj knjižnica ima neki oblik pojavnosti, 71% žena i 70% muškaraca smatra da je to Facebook dok 21% žena i 22% muškaraca ne zna da li je knjižnica prisutna na nekoj od društvenih mreža. I ostali odgovori na ovo pitanje su gotovo podjednaki (Tablica 82.).

Tablica 82.			
Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti	Žene N=259	Muškarci N=101	Ukupno
a) Facebook	183 (71%)	71 (70%)	254
b) Twitter	14 (5%)	4 (4%)	18
c) Flickr	1 (0,4%)	0 (0%)	1
d) Youtube	0 (0%)	0 (0%)	0
e) Google+	1 (0,4%)	1 (1%)	2
f) ne znam	54 (21%)	22 (22%)	76
g) nešto drugo	6 (2%)	3(3%)	9
Ukupno	259	101	360

Knjižnice na društvenim mrežama ne prati podjednak postotak muškaraca i žena iz uzorka i to 72% žena i 68% muškaraca što znači da knjižnice na društvenim mrežama prati 1/3 ispitanika (Grafikon 20.).



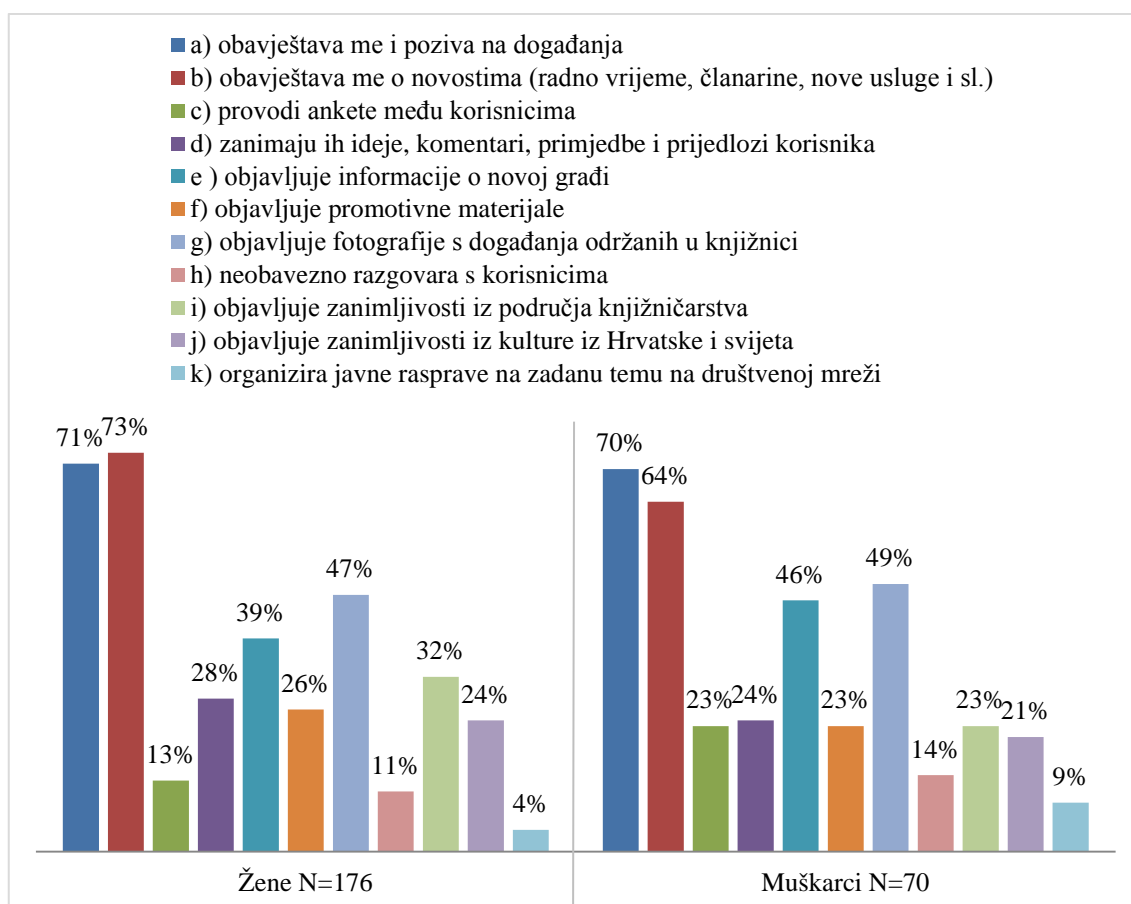
Grafikon 20. Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama

Što se tiče učestalosti objava na društvenim mrežama, i muškarci i žene u podjednakom postotku smatraju da je ono redovito (Tablica 83.).

Tablica 83.

Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama	Žene N=164	Muškarci N=62	Ukupno
a) da, redovito	86 (52%)	31 (50%)	117
b) ne, knjižnica vrlo rijetko objavljuje novosti na svom profilu/grupi/stranici	18 (11%)	11 (18%)	29
c) povremeno	60 (37%)	20 (32%)	80
Ukupno	164	62	226

Jednako tako, bez obzira na spol ispitanika, podjednaki su i odgovori o najčešćim sadržajima objava knjižnica na društvenim mrežama (Grafikon 21.)



Grafikon 21. Odgovori korisnika o sadržajima objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama

Da je komunikacija na društvenim mrežama dvosmjerna smatra više žena nego muškaraca od kojih nešto malo manje od jedne trećine smatra da je dvosmjerna, jedna

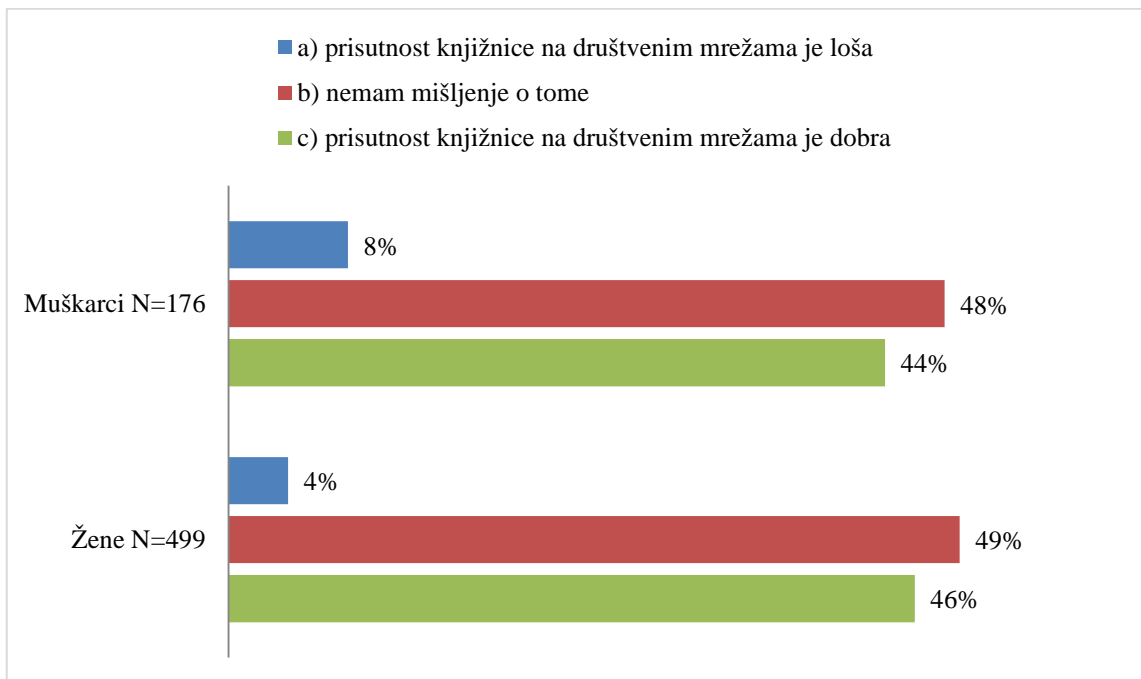
trećina smatra da je povremena dok nešto malo više od jedne trećine smatra kako nema dvosmjerne komunikacije (Tablica 84.).

Tablica 84.			
Dvosmjernost komunikacije	Žene N=173	Muškarci N=65	Ukupno
a) da, uvijek odgovaraju na komentare	78 (45%)	19 (29%)	97
b) povremeno odgovaraju na komentare	38 (22%)	20 (31%)	58
c) ne	57 (33%)	26 (40%)	83
Ukupno	173	65	238

Što se tiče zadovoljstva uslugama i aktivnostima knjižnica na društvenim mrežama, ono je podjednako kod žena i kod muškaraca, a tek 7% i jednih i drugih nije zadovoljno (Tablica 85.)

Tablica 85.			
Zadovoljstvo ispitanika uslugama knjižnice na društvenim mrežama	Žene N=176	Muškarci N=67	Ukupno
a) da	136 (77%)	54 (81%)	190
b) djelomično	27 (15%)	8 (12%)	35
c) ne	13 (7%)	5 (7%)	18
Ukupno	176	67	243

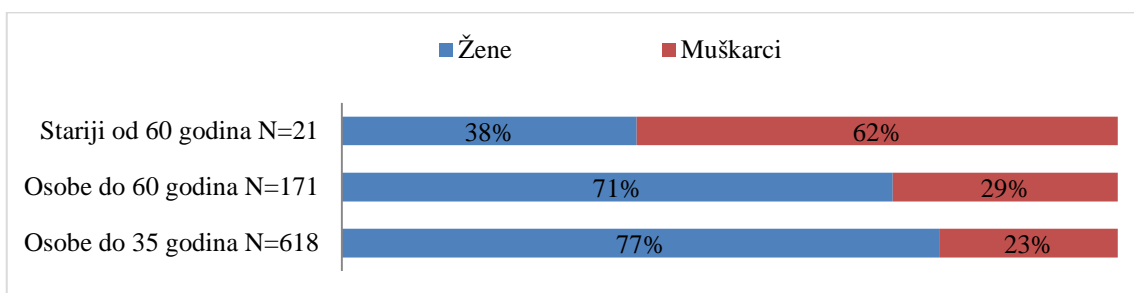
Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama je gotovo jednako kod oba spola. Prema Grafikonu 22., 48% muškaraca i 49% žena o tome nema mišljenje dok 44% muškaraca i 46% žena prisutnost knjižnica na društvenim mrežama vidi kao nešto dobro.



Grafikon 22. Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama

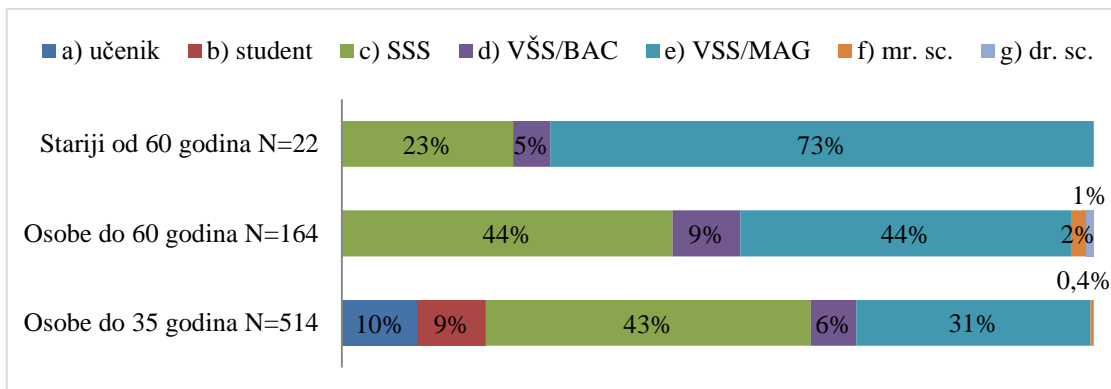
5.4.2.3. Analiza rezultata s obzirom na starosnu dob anketiranih korisnika

Kada se kao parametar za usporedbu uzme starosna dob, vidljivo je da među ispitanicima prevladavaju osobe mlađe životne dobi. Prema spolu, više je žena među osobama mlađe životne dobi i osobama srednje životne dobi dok muškarci prevladavaju među osobama starije životne dobi (Grafikon 23.)



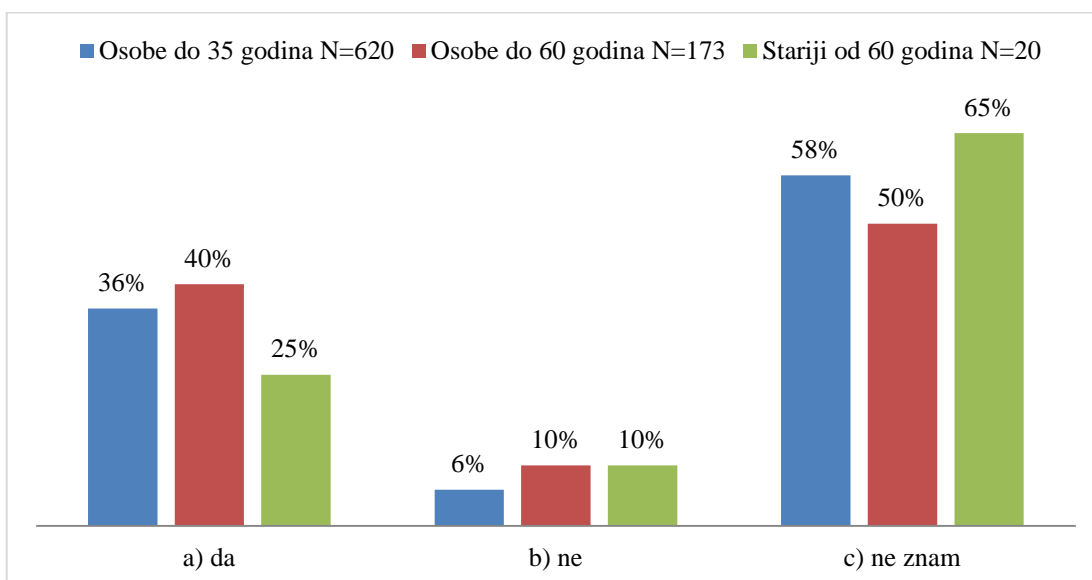
Grafikon 23. Udio muškaraca i žena prema starosnoj dobi

Što se tiče stručne spreme, među osobama mlađe i srednje životne dobi prevladavaju osobe srednje stručne spreme, a visok je i postotak osoba visoke stručne spreme / magistara struke. Među osobama starije životne dobi najviše je osoba visoke stručne spreme / magistara struke (Grafikon 24.).



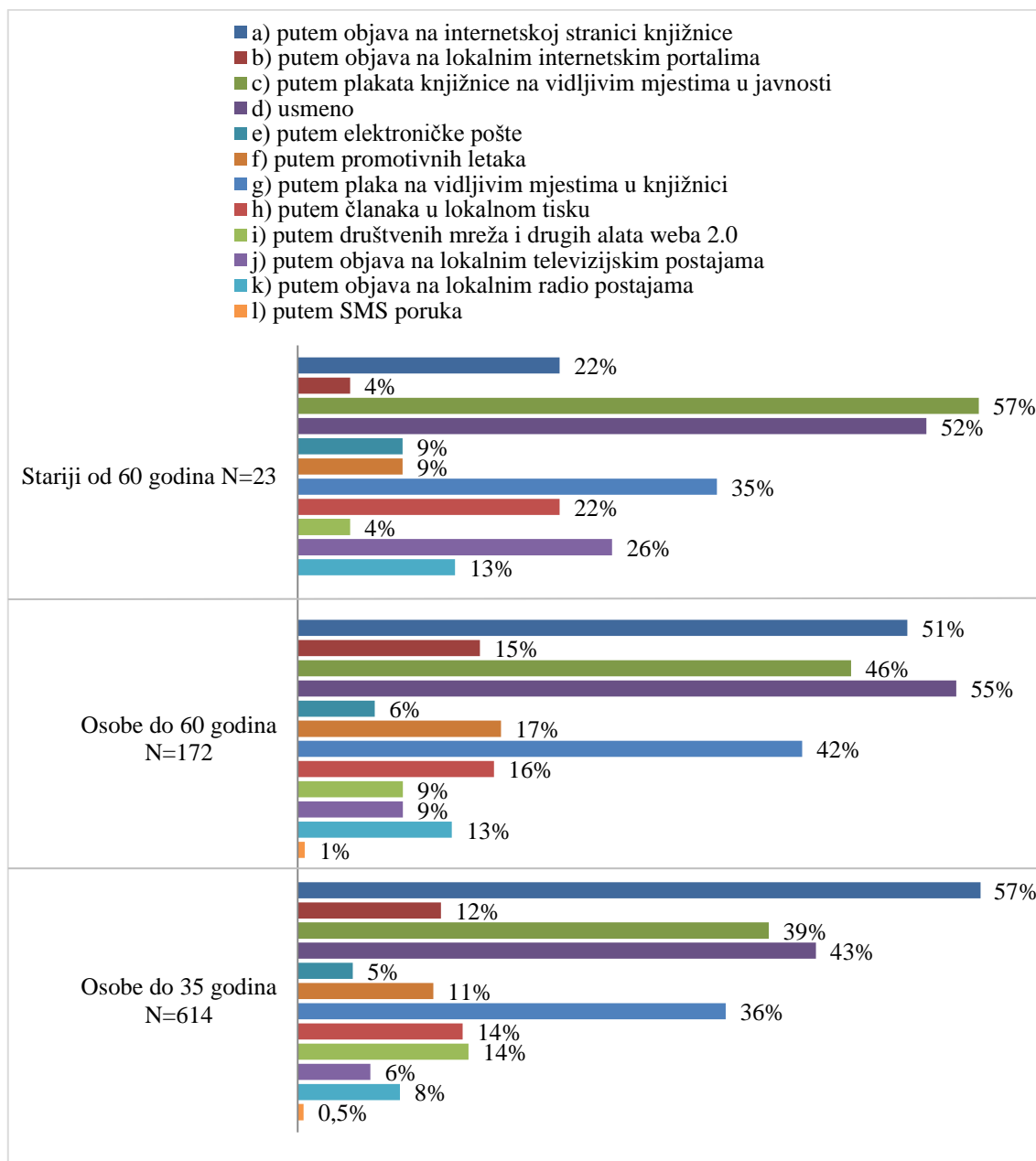
Grafikon 24. Stručna sprema ispitanika prema starosnoj dobi

Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža podjednako je raspoređena bez obzira na starosnu dob ispitanika (Grafikon 25.).



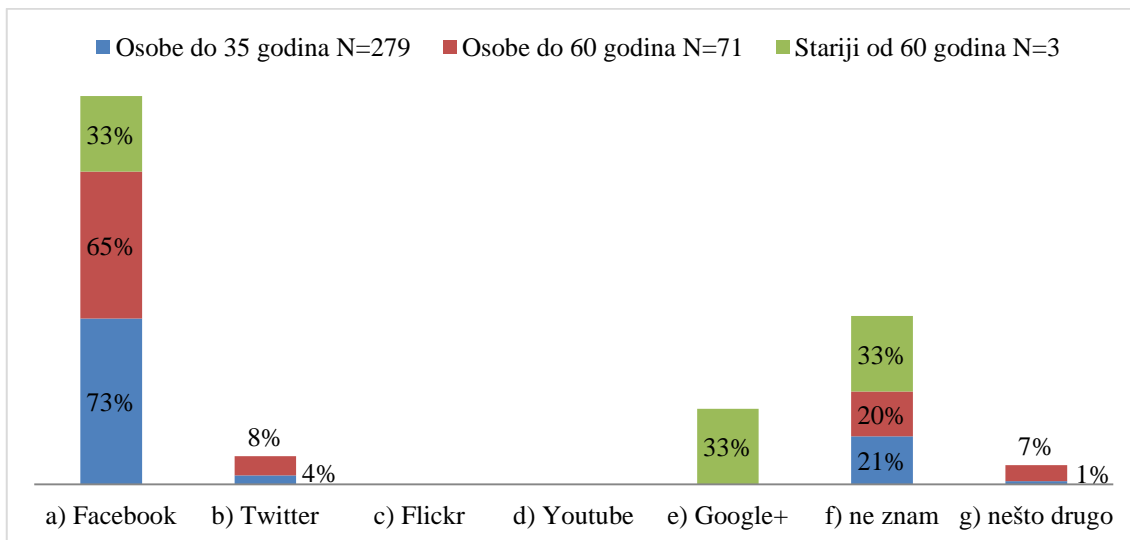
Grafikon 25. Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža prema starosnoj dobi

Načini na koje se ispitanici informiraju o aktivnostima knjižnice razlikuju se prema starosnoj dobi što je vidljivo iz Grafikona 26. Osobe starije životne dobi najčešće se informiraju putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti. Osobe srednje životne dobi najčešće se informiraju usmeno, a osobe mlađe životne dobi najčešće se informiraju putem internetske stranice knjižnice. One se i češće od ostalih koriste društvenim mrežama i alatima weba 2.0 za informiranje o aktivnostima u knjižnici.



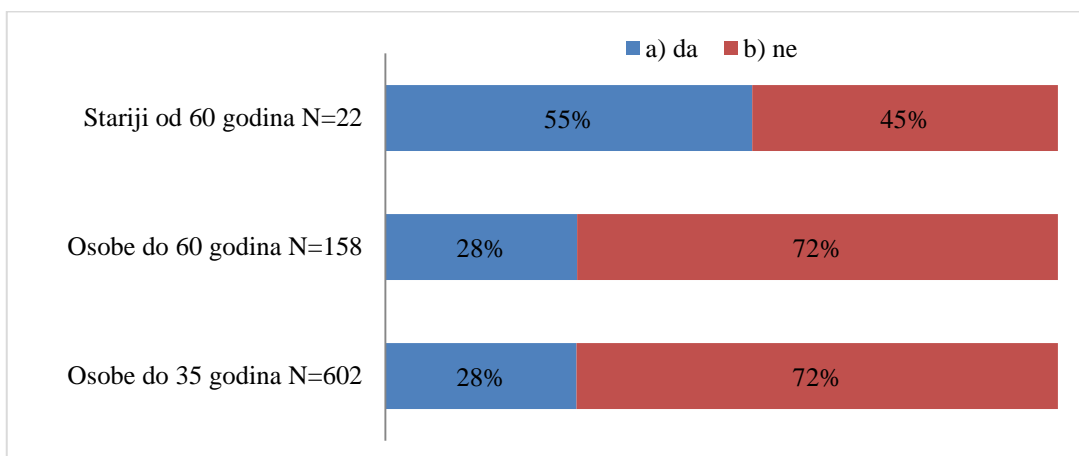
Grafikon 26. Načini informiranja ispitanika o događanjima u knjižnici prema starosnoj dobi

Više od 60% osoba mlađe i srednje životne dobi smatra kako knjižnica ima pojavnost na Facebooku dok nekolicina njih smatra kako je to na Twitteru. Jedna petina i jednih i drugih ne zna na kojoj društvenoj mreži knjižnica ima neki oblik prisutnosti. Jedna trećina osoba starije životne dobi smatra da knjižnica ima prisutnost na Facebooku, 1/3 smatra da je to na Google+, a jedna trećina ne zna (Grafikon 27.).



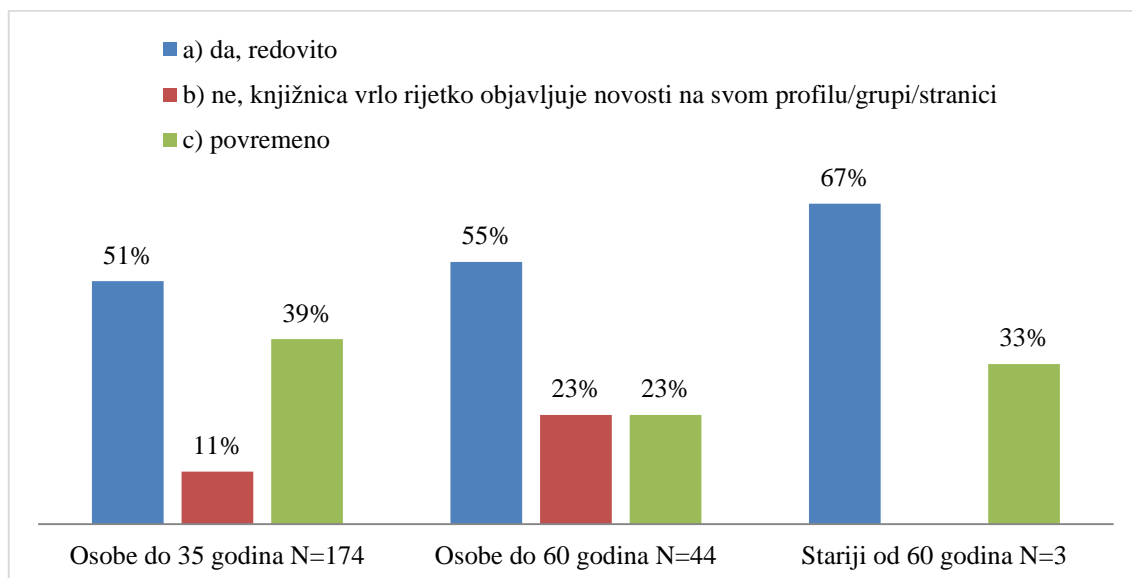
Grafikon 27. Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti prema starosnoj dobi

Osobe mlađe i srednje životne dobi u jednakoj mjeri ne prate knjižnice na društvenim mrežama (72%), za razliku od osoba starije životne dobi kojih više od pola prati knjižnice na društvenim mrežama (Grafikon 28.).



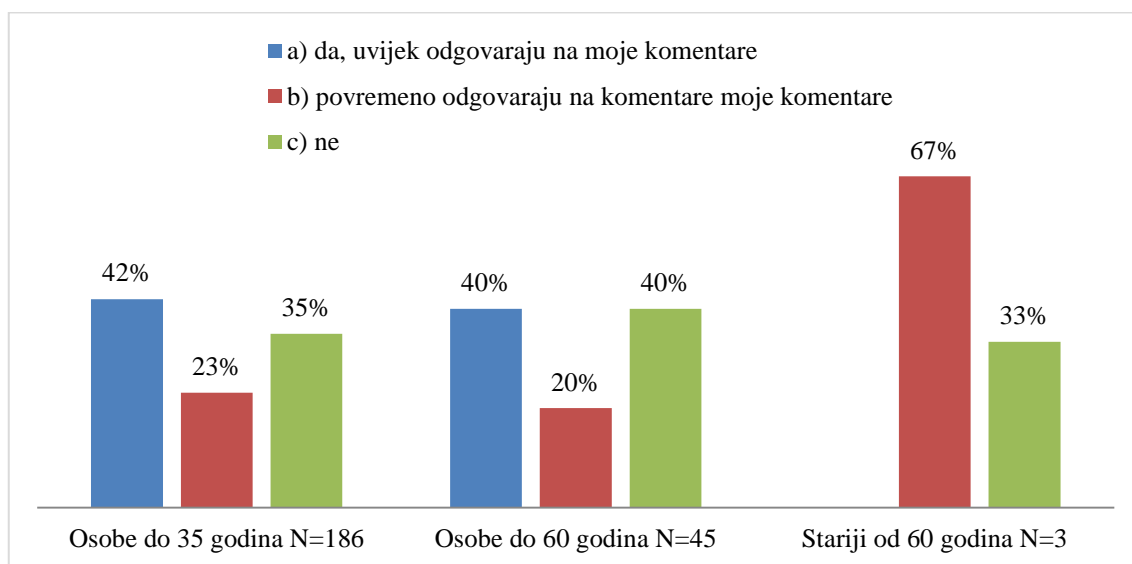
Grafikon 28. Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama prema starosnoj dobi

Da knjižnice redovito objavljuju sadržaje na društvenim mrežama smatra više od polovine ispitanika bez obzira na starosnu dob. Da povremeno objavljuju smatra 39% osoba mlađe, 23% srednje i 33% starije životne dobi. Osobe srednje životne dobi, njih 23% i 11% osoba mlađe životne dobi smatraju kako knjižnica vrlo rijetko objavljuje sadržaje na društvenoj mreži na kojoj ima neki oblik pojavnosti (Grafikon 29.).



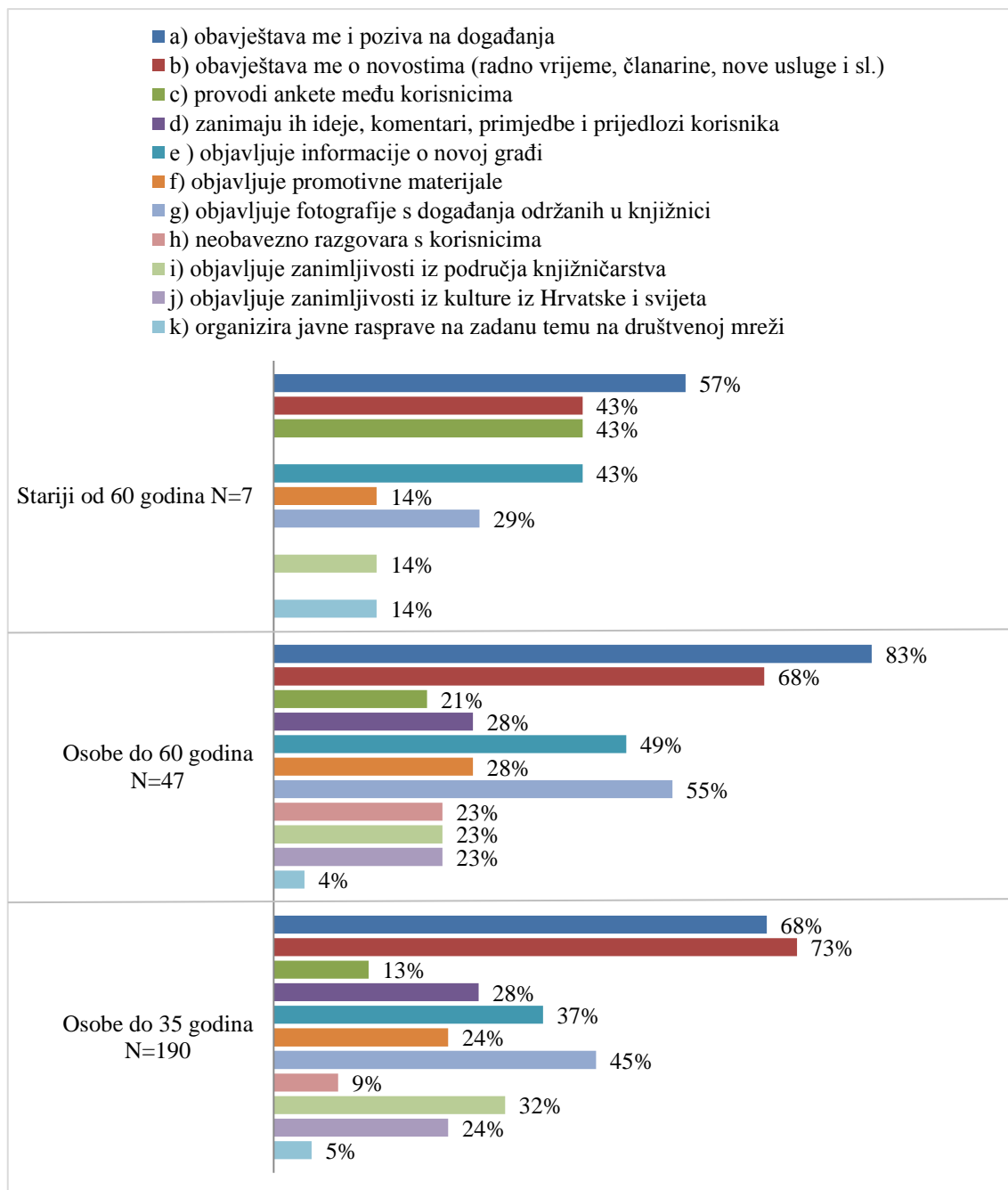
Grafikon 29. Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama prema starosnoj dobi

Među osobama starije životne dobi najzastupljenije je mišljenje kako knjižnica povremeno dvosmjerno komunicira. Što se tiče ostalih ponuđenih odgovora oni su podjednako distribuirani (Grafikon 30.).



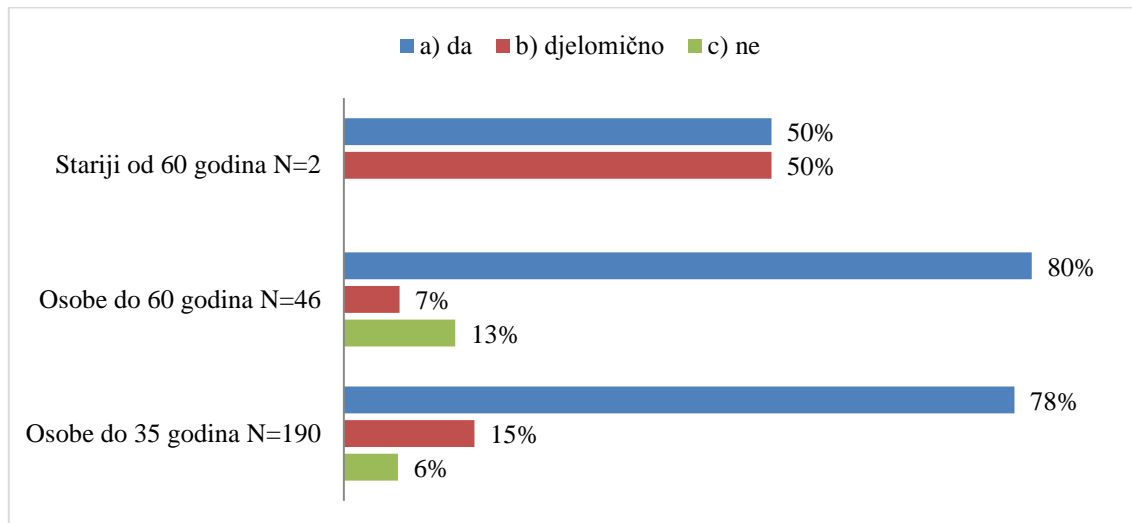
Grafikon 30. Mišljenje ispitanika o dvosmjernosti komunikacije na društvenim mrežama prema starosnoj dobi

Što se tiče sadržaja objava knjižnica na društvenim mrežama, kod svih dobnih skupina najzastupljenije su obavijesti i pozivi na događanja i obavijesti o novostima. Ostali sadržaji dosta se značajno razlikuju s obzirom na dob ispitanika. Odgovori se više podudaraju kod osoba mlađe i srednje životne dobi u odnosu na osobe starije životne dobi. (Grafikon 31.).



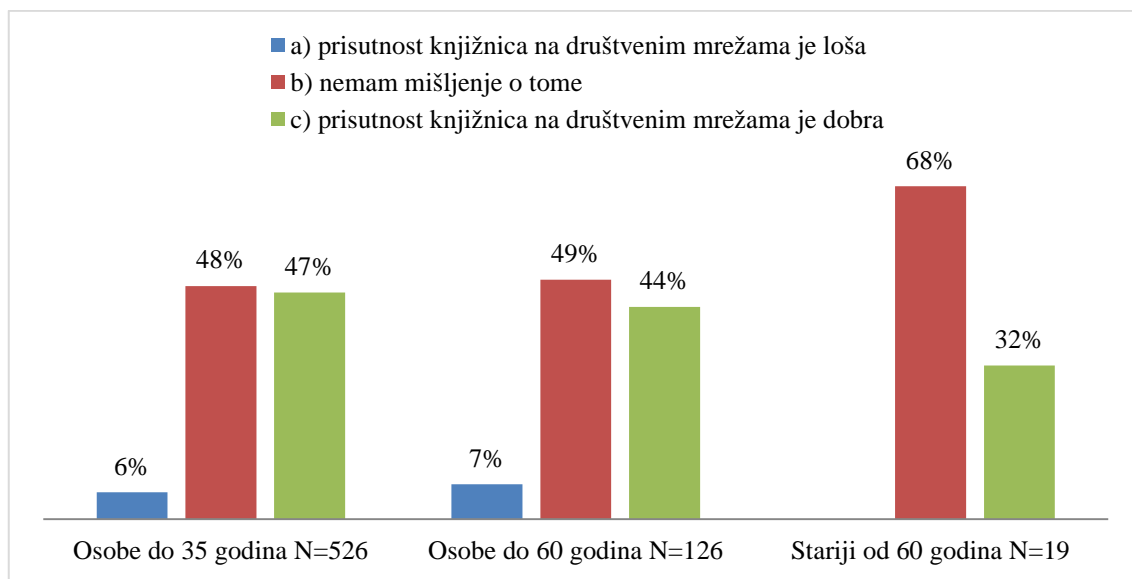
Grafikon 31. Mišljenje ispitanika o sadržajima objava knjižnica na pojavnostima na društvenim mrežama prema starosnoj dobi

Bez obzira na životnu dob, ispitanici su zadovoljni aktivnostima knjižnice na društvenim mrežama (Grafikon 32.)



Grafikon 32. Zadovoljstvo ispitanika aktivnostima knjižnica na društveni mrežama - prema starosnoj dobi

Da je prisutnost knjižnice na društveni mrežama dobra smatra 47% osoba mlađe, 44% osoba srednje i 32% osoba starije životne dobi. Mišljenje o tome nema 48% osoba mlađe, 49% osoba srednje i više od polovine osoba starije životne dobi. Samo 6% osoba mlađe i 7% osoba srednje životne dobi smatra lošim prisustvo knjižnica na društveni mrežama (Grafikon 33.).



Grafikon 33. Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama – prema starosnoj dobi

5.4.3. Rezultati istraživanja provedenog praćenjem aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku, najzastupljenijoj društvenoj mreži

Analizom sveukupnih podataka dobivenih u pripreмноj fazi praćenja te tijekom samog praćenja aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku pokazalo se da su praćene knjižnice na Facebooku prisutne u 86% hrvatskih županija. Detaljnije je to vidljivo u Tablici 86.

Tablica 86.		
Prisutnost narodnih knjižnica na Facebooku prema županijama:²⁶⁵	Postotak	N=63
Zagrebačka	7,9	5
Krapinsko-zagorska	3,2	2
Sisačko-moslavačka	11,1	7
Karlovačka	4,8	3
Varaždinska	1,6	1
Koprivničko-križevačka	6,3	4
Bjelovarsko-bilogorska	4,8	3
Primorsko-goranska	4,8	3
Ličko-senjska	1,6	1
Požeško-slavonska	1,6	1
Zadarska	4,8	3
Osječko-baranjska	6,3	4
Vukovarsko-srijemska	6,3	4
Splitsko-dalmatinska	12,7	8
Istarska	11,1	7
Dubrovačko-neretvanska	6,3	4
Međimurska	3,2	2
Grad Zagreb	1,6	1
Ukupno:	100	63

²⁶⁵ U promatranom uzorku nedostaju 3 županije jer narodne knjižnice s tih područja ili nisu sudjelovale u prvom dijelu istraživanja ili nisu prisutne na Facebooku.

Promatrani uzorak (Tablica 87.) sačinjavalo je 36 gradskih knjižnica (57,1%), 18 općinskih (28,6%) i 9 matičnih knjižnica (14,3%).

Tablica 87.		
Status knjižnica u promatranom uzorku	Postotak	N=63
Matična	14,3	9
Gradska	57,1	36
Općinska	28,6	18
Ukupno:	100	63

Što se tiče vrste pojavnosti (Tablica 88.), za narodne knjižnice najčešće su korištene stranice kao oblik pojavnosti na Facebooku i to u 60,3%, ali velik je postotak i onih za koje su korišteni profili (34,9%).

Tablica 88.		
Prisutnost narodnih knjižnica na Facebooku prema pojavnosti	Postotak	N=63
Stranica	60,3	38
Profil	34,9	22
Grupa	4,8	3
Ukupno:	100	63

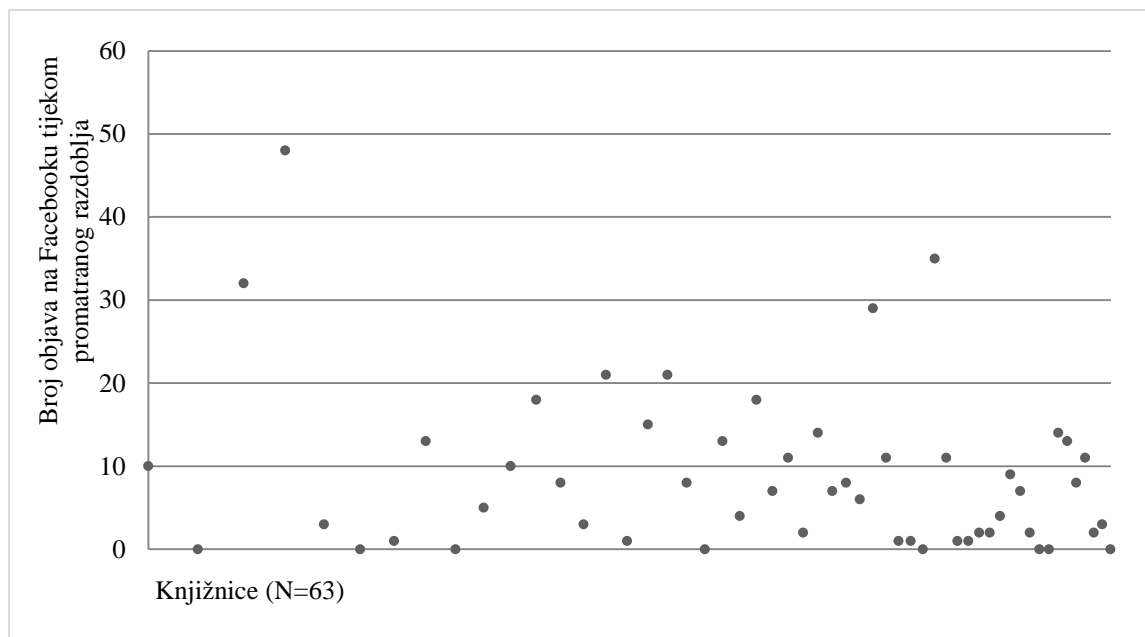
Tijekom 14 dana praćenja aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku, zabilježeno je 500 objava koje su djelatnici knjižnica postavili na stranice/profile/grupe knjižnica. To znači da je svakog dana napravljeno 35,7 objava odnosno da svaka knjižnica, u prosjeku, imala 7,9 objava u 14 dana što je 0,6 objava po danu, po knjižnici.

Detaljnom analizom aktivnosti vezani uz objavljivanje sadržaja (Tablica 89.), utvrđeno je kako je čak 68% pojavnosti knjižnica neaktivno ili slabo aktivno. Neaktivne pojavnosti knjižnice nisu imale niti jednu objavu u promatranom razdoblju dok su slabo aktivne pojavnosti knjižnica imale 1 do 9 objava tijekom promatranog razdoblja.

Izuzetno aktivne pojavnosti knjižnica čine 5% ukupno promatranog uzorka, kao i vrlo aktivne pojavnosti knjižnica.

Tablica 89.		
Aktivnost na pojavnostima narodnih knjižnica na Facebooku tijekom 14 dana	Postotak	N=63
Neaktivne (0 objava)	19	12
Slabo aktivne (1 do 9 objava)	49	31
Aktivne (10 do 19 objava)	22	14
Vrlo aktivne (20 do 29 objava)	5	3
Izuzetno aktivne (30 i više objava)	5	3
Ukupno:	100	63

Ova je situacija zornije prikazana pogleda li se raspršenost objava tijekom promatranog razdoblja, gdje je vidljivo kako je većina knjižnica imala je manje 10 objava u 14 dana (Grafikon 34.).



Grafikon 34. Raspršenost objavljivanih sadržaja na Facebooku tijekom promatranog razdoblja

Izuzetno aktivne i vrlo aktivne pojavnosti knjižnica (6 knjižnica) imale su ukupno 177 objava. Aktivne pojavnosti knjižnica imale su ukupno 190 objava (14 knjižnica), a slabo aktivne pojavnosti knjižnice (30) imale su ukupno 133 objave. To znači da je na 32% od ukupnog broja promatranih pojavnosti knjižnica postavljeno čak 73% svih objava. Gledaju li se samo vrlo i izuzetno pojavnosti aktivnih knjižnica dolazi se do podatka da je na 10% od ukupnog broja promatranih pojavnosti knjižnica postavljeno 35% svih objava (Tablica 90.).

Tablica 90.		
Broj objava djelatnika narodnih knjižnica na pojavnostima knjižnica na Facebooku tijekom 14 dana	Postotak	N=500
Neaktivne (12 knjižnica)	0	0
Slabo aktivne (31 knjižnica)	27	133
Aktivne (14 knjižnica)	38	190
Vrlo aktivne (3 knjižnice)	14	69
Izuzetno aktivne (3 knjižnice)	21	108
Ukupno:	100	500

Među pojavnostima knjižnica koje su izuzetno aktivne nalaze se dvije matične i jedna gradska knjižnica, a među vrlo aktivnim pojavnostima knjižnica nalazi se jedna matična i dvije gradske knjižnice. Njihovi pojavni oblici su četiri stranice, jedan profil (gradska knjižnica) i jedna grupa (gradska knjižnica).

Uz sadržaje koje su postavili djelatnici knjižnica, postoje i sadržaji koje su postavili sami korisnici na stranice/profile/grupe knjižnica, a njih je ukupno bilo 43 pa je, prema tome, ukupna aktivnost zabilježena na profilima/stranicama/grupama bila 543. Tih 543 objava „lajkano“ je 3705 puta te je bilo ukupno 250 korisničkih komentara koji su se uglavnom odnosili na sadržaje koje su objavili djelatnici knjižnica. Pojavnosti knjižnica obuhvaćenih istraživanjem imale su, 52 450 „prijatelja“/„pratitelja“ na Facebooku.

Što se tiče učestalosti objavljivanja po danima u tjednu, pokazalo se kako je četvrtak dan kada je aktivnost najveća te je tijekom dva promatrana četvrtka napravljeno 125

objava, tijekom srijeda napravljeno je 106, a tijekom dva petka 102 objave (Tablica 91.).

Tablica 91.		
Broj objava prema danima u tjednu	Postotak	N=543
Ponedjeljak	16,6	90
Utorak	17,1	93
Srijeda	19,5	106
Četvrtak	23	125
Petak	18,8	102
Subota	3,5	19
Nedjelja	1,5	8
Ukupno:	100	543

Pored toga što je na Facebooku brojčano praćena aktivnost na pojavnostima narodnih knjižnica iz uzorka, bilježen je i sadržaj objava koji je podijeljen u nekoliko značajnijih kategorija. Analizom sadržaja objava (Tablica 92.) vidljivo je kako su zanimljivosti iz kulture, citati i zanimljivosti općenito najzastupljeniji sadržaji (27,4%). Zatim slijede pozivi na događanja (15,6%), fotografije s događanja i obavijesti o održanim događanjima (15,6%) te informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje i slušanje (11,8%).

Tablica 92.		
Sadržaji koje su djelatnici knjižnica objavljivali na pojavnostima knjižnica na Facebooku	Postotak	N=500²⁶⁶
a) opće obavijesti (radno vrijeme i sl.)	5	25
b) novosti o uslugama knjižnice	1,2	6
c) informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje, slušanje	11,8	59
d) promotivni materijali	0,2	1
e) pozivi na događanja u knjižnici	25,8	129
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici, o održanim događanjima – bez fotografija	15,6	78
g) neobavezno čavrljanje s korisnicima	2	10
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	7	35
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta, citati, zanimljivosti općenito	27,4	137
j) lokalne vijesti i obavijesti	4	20
Ukupno:	100	500

Gledajući aktivnost pojavnosti knjižnica prema sadržaju objava (Tablica 93.), na 34 pojavnosti knjižnica objavljeni su pozivi na događanja, na 29 pojavnosti knjižnica objavljene su zanimljivosti iz kulture, citati i zanimljivosti općenito, na 28 pojavnosti knjižnica objavljene su fotografije s događanja i obavijest o održanom događanju, na 22 pojavnosti knjižnica objavljene su informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje i slušanje i na 21 pojavnosti knjižnica objavljene su zanimljivosti iz područja knjižničarstva. S korisnicima su djelatnici knjižnica neobavezno čavrljali na 8 pojavnosti knjižnica, dok su lokalne vijesti i obavijesti objavljene na 10 pojavnosti knjižnica.

²⁶⁶ Odnosi se na sadržaje koje su objavljivale isključivo knjižnice na svojim profilima/stranicama/grupama, ne i na one koje su postavljali korisnici na profile/stranice/grupe narodnih knjižnica

Tablica 93.		
Aktivnost pojavnosti knjižnica prema sadržaju objava (mogućnost višestrukih odgovora)	Postotak	N=63
a) opće obavijesti (radno vrijeme i sl.)	25,4	16
b) novosti o uslugama knjižnice	6,3	4
c) informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje, slušanje	34,9	22
d) promotivni materijali	1,6	1
e) pozivi na događanja u knjižnici	54	34
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici, o održanim događanjima – bez fotografija	44,4	28
g) neobavezno čavrljanje s korisnicima	12,7	8
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	33,3	21
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta, citati, zanimljivosti općenito	46	29
j) lokalne vijesti i obavijesti	15,9	10
Ukupno:		173

Svaka Facebook stranica ima i mogućnost pobližeg opisa djelatnosti kroz odabiranje kategorija. Od 38 Facebook stranica narodnih knjižnica (Tablica 94.), njih 32 (84,2%) u dijelu „Category“ imale su navedeno „Library“, 4 knjižnice imale su navedeno „Education“, jedna knjižnica imala je navedeno „Community“ i jedna je imala navedeno „Local business.“

Tablica 94.		
Facebook kategorija stranica narodnih knjižnica	Postotak	N=38²⁶⁷
Library	84,2	32
Education	10,6	4
Community	2,6	1
Local business	2,6	1
Ukupno:	100	38

Osim navođenja kategorije, djelatnici knjižnica koji se brinu o pojavnostima knjižnica, iskoristili su i mogućnost dodavanja osnovnih informacija o knjižnici. Tako je na 81% pojavnosti knjižnica navedena poštanska adresa, na 84,1% pojavnosti stavljen je broj telefona, na 63,5% pojavnosti navedeno je radno vrijeme knjižnice, a na 60,3% pojavnosti postavljena je poveznica na službenu internetsku stranicu knjižnice. Ostale osnovne informacije o knjižnicama, kao npr. adresa službene elektroničke pošte, pravila posudbe, informacije o članarini itd. zastupljene su sa manje od 50% (Tablica 95.).

²⁶⁷ Odnosi se samo na knjižnice koje imaju Facebook stranice.

Tablica 95.		
Dodatne informacije o knjižnici na Facebooku	Postotak	N=63
a) adresa	81	51
b) broj telefona	84,1	53
c) radno vrijeme	63,5	40
d) pravila posudbe	3,2	2
e) članarina	3,2	2
f) službena adresa elektroničke pošte	47,6	30
g) poveznica na službene internetske stranice knjižnice	60,3	38
h) ukratko o knjižnici	25,4	16
i) djelatnici	1,6	1
j) ravnatelj	1,6	1
k) poveznica na OPAC katalog knjižnice	6,3	4
l) nema dodatnih informacija o knjižnici	7,9	5
Ukupno:		243

Facebook stranice imaju mogućnost dodavanja različitih aplikacija ili izdvojenih „kartica“ („tabova“) pomoću kojih administratori mogu sistematizirati i na jednom mjestu objaviti sadržaje istih vrsta koje objavljuju, staviti dodatne informacije i sl. Standardno, aplikacija „Photos“ pojavljuje se čim se otvori stranica, a ostale je aplikacije potrebno zasebno dodavati, prema potrebi. Promatrane knjižnice koje se služe stranicama ovu mogućnost nisu iskoristile. Pregledom svake Facebook stranice utvrđeno je da osim aplikacije „Photos“ koju imaju sve stranice, ostale mogućnosti kao što su „Maps“ (32%), „Notes“ (32%) ili „Videos“ (13%) nisu zastupljene kod većine knjižnica. Aplikacija „Events“ je najčešće korištena aplikacija i pojavljuje se na 74% stranica. Dvije knjižnice imaju izdvojenu „karticu“ za e-katalog, a dvije fotografije objavljuju putem aplikacije „Flickr“. Uz ovdje navedene aplikacije i „kartice“

pojavljaju se još i „Usluge“, „Mapa knjižnica“, „Favorite pages“, „Pravila ponašanja“ i „Novi naslovi“.

Facebook profili napravljeni su za osobne potrebe te su i podaci koje se na njih može dodati osobne prirode. Tijekom pregledavanja Facebook profila narodnih knjižnica iz uzorka primijećeno je da administratori profila navode primjerice privatne podatke (npr. naziv završene škole, datum rođenja, seksualnu orijentaciju i sl.) umjesto službenih podataka o ustanovi, privatni glazbeni ukus prateći odnosno „lajkajući“ stranice popularnih izvođača, da prate stranice i grupe koje se ni na koji način ne mogu dovesti u vezu s poslanjem narodnih knjižnica, npr. grupe „Rezat se zbog ljubavi, ne pada mi na pamet“ ili grupe „On: Nisi mi jedina, Ona: E pa jesam.“ i sl. ili igraju mrežne igre, objavljujući pri tom objave koje se mogu svrstati u tzv. „spam“. Takvi podaci su primijećeni, ali nisu brojčano zabilježeni i detaljnije analizirani.

Kako bi se moglo utvrditi imaju li knjižnice poveznicu na svoje Facebook profile/stranice/grupe sa službenih internetskih stranica bilo je potrebno utvrditi koliko knjižnica u uzorku ima aktivne internetske stranice. Istraživanjem je utvrđeno kako 42 knjižnice (66,7%) iz promatranog uzorka imaju aktivne službene internetske stranice (Tablica 96.).

Tablica 96.		
Aktivna web stranica:	Postotak	N=63
Da	66,7	42
Ne	33,3	21
Ukupno:	100	63

Od njih 42, 27 (64,3%) ima poveznicu na Facebook profil/stranicu/grupu na početnoj stranici internetskih stranica knjižnica, a 35,7% knjižnica nema nikakvu poveznicu na Facebook unatoč tome što se njime koriste (Tablica 97.). Tih 27 knjižnica čini samo 43% knjižnica iz promatranog uzorka.

Tablica 97.		
Uputa s web stranice na Facebook:	Postotak	N=42²⁶⁸
da, na početnoj stranici	64,3	27
ne	35,7	15
Ukupno:	100	42

Na pojavnostima narodnih knjižnica te na službenim stranicama narodnih knjižnica objavljeni su dokumenti o privatnosti, fotografijama, ponašanju na Facebooku i to za dvije knjižnice objavljeni su dokumenti samo na pojavnosti na Facebooku, za dvije knjižnice objavljeni su dokumenti i na službenoj stranici knjižnice i na Facebooku, za jednu knjižnicu takav je dokument objavljen samo na službenoj internetskoj stranici knjižnice dok za 58 knjižnici takav dokument nije pronađen niti na službenoj stranici knjižnici niti na Facebook pojavnostima (Tablica 98.)

Tablica 98.		
Dokumenti o privatnosti, fotografijama, ponašanju na Facebooku	Postotak	N=63
da, na Facebooku	3,2	2
da, na Facebooku i web stranici	3,2	2
da, na web stranici	1,5	1
Ne	92,1	58
Ukupno:	100	63

²⁶⁸ Odnosi se samo na knjižnice koje imaju aktivne službene internetske stranice.

5.4.3.1. Analiza rezultata stvarne aktivnosti²⁶⁹ knjižnica na Facebooku

Stvarna aktivnost knjižnica na Facebooku (Tablica 99.) jedan je od najvažnijih promatranih parametara zbog čega su knjižnice, po završetku promatranja, podijeljene prema utvrđenoj aktivnosti na neaktivne, slabo aktivne, aktivne, vrlo aktivne i izuzetno aktivne.

Tablica 99.	Neaktivne N=12	Slabo aktivne N=31	Aktivne N=14	Vrlo i izuzetno aktivne N=6
a) vrsta knjižnice	gradske 9	gradske 18	gradske 6	matične 3 gradske 3
b) Facebook pojavnost	profil 7	stranica 18	stranica 10	stranica 4
c) zaposlen informatičar	ne 10	ne 25	ne 10	Ne 4
d) zadužen za objave	jedan od knjižn. 6	jedan od knjižn. 8 tko prvi vidi 8	cijeli tim 5	cijeli tim 3
e) Facebook kategorija	education 3	library 16	library 10	library 4
f) dodatni podaci i knjižnici				
- adresa	7	25	13	5
- broj telefona	7	28	13	5
- radno vrijeme	5	23	8	4
- adresa internetske stranice	5	17	11	4
- adresa elektroničke pošte	0	17	8	0
g) dokumenti o zaštiti privatnosti, fotografijama i ponašanju na Facebooku	ne 12	da 3	da 2	ne 6
h) aktivna internetska stranica	da 8	da 18	da 11	da 5
i) poveznica sa stranice na Facebook ²⁷⁰	da 5 (N=8)	da 9 (N=18)	da 8 (N=11)	da 5 (N=5)

²⁶⁹ Izraz „stvarna aktivnost“ može sugrirati da postoji i „nestvarna aktivnost“ knjižnica na Facebooku što je zapravo i točno uzme li se u obzir da su se u istraživanju uspoređuju podaci o aktivnostima na Facebooku koje su dali sami knjižničari tijekom anketnog ispitivanja i podaci koji su dobiveni svakodnevnim praćenjem aktivnosti knjižničara na pojavnostima knjižnica na Facebooku. Prema tome se „stvarnom aktivnošću“ smatra ono što su knjižničari doista i radili na pojavnostima knjižnica na Facebooku, za razliku od onoga što su rekli da rade kada su ispunjavali anketu, a promatranjem je utvrđeno da ne rade.

²⁷⁰ Odnosi se samo na knjižnice koje imaju aktivne službene internetske stranice.

5.4.5.1.1. Neaktivne knjižnice

Neaktivne knjižnice (N=12) su one knjižnice koje tijekom promatranog razdoblja nisu imale niti jednu objavu na svom Facebook profilu/stranici/grupi. Među njima je najviše gradskih knjižnica, odnosno 9, a najzastupljeniji oblik njihove pojavnosti na Facebooku je profil (7). U većini (10) one nemaju zaposlene informatičare, a o objavama bi se (prema prvom dijelu istraživanja) trebao brinuti jedan od knjižničara.

Kao Facebook kategoriju, neaktivne knjižnice su u 3 slučaja navele „education“ dok se ostale kategorije pojavljuju u manjim omjerima.

Dodatni podaci koje su neaktivne knjižnice mogle navesti na profilima/stranicama/grupama u najvećoj mjeri uključuju adresu knjižnice i broj telefona (oba podatka su zastupljena na 7 profila/stranica/grupa), a zatim slijede podatak o radnom vremenu te poveznica na službenu internetsku stranicu knjižnice. Ostali mogući podaci navedeni su u puno manjem postotku.

Aktivnu službenu internetsku stranicu ima 8 neaktivnih knjižnica, a od tog broja njih 5 ima poveznicu s internetske stranice na Facebook profil/stranicu/grupu knjižnice. U svim se slučajevima poveznica nalazi na početnoj stranici internetske stranice.

Što se tiče dokumenata odnosno obavijesti za korisnike koji se tiču zaštite privatnosti i objave fotografija, niti jedna od neaktivnih knjižnici nema objavljen takav dokument, niti na Facebooku, niti na službenoj internetskoj stranici knjižnice.

5.4.5.1.2. Slabo aktivne knjižnice

Među slabo aktivne knjižnice (N=31) spadaju one knjižnice koje su tijekom promatranog razdoblja imale 1 do 9 objava na svojim Facebook profilima/stranicama/grupama. Kao i kod neaktivnih i među slabo aktivnim knjižnicama najzastupljenije su gradske knjižnice (18). Kao Facebook pojavnost kod slabo aktivnih knjižnica najčešća je stranica (18).

Što se tiče zaposlenih informatičara, broj knjižnica koje nemaju zaposlene informatičare je 25.

Za objave je u slabo aktivnim knjižnicama zadužen jedan od knjižničara (8) te je u istom omjeru i situacija „tko prvi vidi, odgovara korisniku“ (prema prvom dijelu istraživanja). Kao Facebook kategorija ovdje je najzastupljenija „library“ (16).

Najčešće zastupljen dodatni podatak o knjižnici na profilu/stranici/grupi ovih knjižnica je broj telefona (28), zatim slijede, adresa knjižnice (25), radno vrijeme (23), a na koncu i poveznica na službenu internetsku stranicu knjižnice te adresa elektroničke pošte knjižnice (oba su podatka pronađena na 17 profila/grupa/stranica slabo aktivnih knjižnica).

Slabo aktivne knjižnice imaju aktivne službene internetske stranice u 18 slučajeva, a na njima se u 9 slučajeva nalazi poveznica na Facebook profil/stranicu/grupu knjižnice. Ona se uvijek nalazi na početnoj stranici.

Samo 3 slabo aktivne knjižnice imaju objavljen dokument, odnosno obavijest o zaštiti privatnosti i objavljivanju fotografija na Facebooku.

5.4.5.1.3. Aktivne knjižnice

Među aktivne knjižnice (N=14) spadaju one koje su tijekom promatranog razdoblja imale 10 do 19 objava na svojim profilima/stranicama/grupama. U ovoj su grupi gradske knjižnice najzastupljenije (6).

Aktivne knjižnice najčešće kao Facebook pojavnost imaju stranice (10) te je u ovoj grupi broj knjižnica koje nemaju zaposlenog informatičara 10.

Kod aktivnih knjižnica najčešće se o profilima/grupama/stranicama brinu cijeli timovi (prema prvom dijelu istraživanja taj je omjer 5), a sve su stranice kategorizirane kao „library“.

Među dodatnim podacima objavljenim na profilu/grupi/stranici 13 knjižnica ima podatke o adresi knjižnice i broju telefona, 11 knjižnica ima stavljenju poveznicu na službenu internetsku stranicu knjižnice i 8 knjižnica ima objavljene podatke o radnom vremenu te adresu elektroničke pošte.

Aktivne internetske stranice ima 11 knjižnica i na njima se u 8 slučajeva nalazi i poveznica na Facebook profil/stranicu/grupu koja se u svim slučajevima nalazi na početnoj stranici internetske stranice.

Aktivne knjižnice imaju i objavljene dokumente koji se tiču zaštite privatnosti i objavljivanja fotografija na Facebooku (2).

5.4.5.1.4. Vrlo aktivne i izuzetno aktivne knjižnice

Vrlo aktivne i izuzetno aktivne knjižnice (N=6) su gradske (3) i matične knjižnice (3), većinom koriste Facebook stranice (4), ali većinom nemaju zaposlene informatičare. U 3 slučaja za objave su zaduženi timovi. Sve vrlo aktivne i izuzetno aktivne knjižnice kao Facebook kategoriju navele su „Library“, a od dodatnih podataka dostupnih na Facebooku većina ih ima adresu knjižnice (5), broj telefona (5), radno vrijeme (4) i poveznicu na službenu internetsku stranicu knjižnice (4). Niti jedna od njih nije navela adresu elektroničke pošte.

Aktivnu internetsku stranicu ima 5 vrlo i izuzetno aktivnih knjižnica i na svima njima se nalazi poveznica na Facebook pojavnost knjižnice.

Što se tiče dokumenata o zaštiti privatnosti, korištenju fotografija ili ponašanju na Facebooku, niti jedna vrlo i izuzetno aktivna knjižnica takav dokument nema.

5.4.3.2. *Analiza podataka o aktivnosti knjižnica na Facebooku s obzirom na status narodnih knjižnica*

Analiza podataka o aktivnosti knjižnica na Facebooku prema vrstama narodnih knjižnica (Tablica 100.) pokazuje kako, što se tiče Facebook pojavnosti, 8 matičnih, 21 gradska knjižnica i 9 općinskih knjižnica kao pojavnost imaju stranice.

Među matičnim knjižnicama koje su bile dio promatranog uzorka njih 7 ima zaposlenog informatičara, 30 promatranih gradskih i 17 promatranih općinskih narodnih knjižnica nemaju zaposlene informatičare.

U matičnim knjižnicama, u najviše slučajeva, za objavljivanje sadržaja na Facebooku zadužen je cijeli tim (4), u 13 gradskih knjižnica za to je zadužen jedan od knjižničara dok u 11 promatranih općinskih knjižnica zaposlen je samo jedan djelatnik koji obavlja sve poslove pa tako objavljuje i sadržaje na Facebooku.

Kao Facebook kategoriju sve matične knjižnice u uzorku navele su „library“. To isto su navele i 32 gradske knjižnice te 10 općinskih.

Što se tiče dodatnih podataka o knjižnici koje je moguće navesti kao informaciju na Facebooku sve su matične knjižnice navele adresu, broj telefona i poveznicu na internetsku stranicu knjižnice. Nadalje, kod matičnih se knjižnica u velikom broju pojavljuju i podaci o radnom vremenu (7) te adresa elektroničke pošte (5). Niti jedna matična knjižnica nema poveznicu na OPAC katalog knjižnice.

Gradske knjižnice kao dodatne informacije navele su adresu (30) i broj telefona (30), poveznicu na internetsku stranicu knjižnice i adresu elektroničke pošte (oba podatka 23), a 4 gradske knjižnice na Facebooku imaju i poveznicu na OPAC katalog.

Tablica 100.	Matične N=9	Gradske N=36	Općinske N=18
a) Facebook pojavnost	stranica 8	stranica 21	stranica 9
b) zaposlen informatičar	da 7	ne 30	ne 17
c) zadužen za objave	cijeli tim 4	jedan od knjižn. 13	samo je jedan djelatnik 11
d) Facebook kategorija	library 9	library 32	library 10
e) dodatni podaci o knjižnici			
- adresa	9	30	12
- broj telefona	9	30	14
- radno vrijeme	7	23	10
- adresa internetske stranice	9	23	6
- adresa elektroničke pošte	5	15	10
- poveznica na OPAC	0	4	0
f) dokumenti o zaštiti privatnosti, fotografijama i ponašanju na Facebooku	da 2	da 2	da 1
g) aktivna internetska stranica	da 9	da 28	ne 13
h) poveznica sa stranice na Facebook ²⁷¹	da 8	da 20	da 11
i) aktivnost na Facebooku			
- neaktivne	1	9	3
- slabo aktivne	2	18	10
- aktivne	3	6	5
- vrlo i izuzetno aktivne	3	3	0

Općinske knjižnice najčešće su kao dodatnu informaciju navele broj telefona (14), adresu (12 radno vrijeme i adresu elektroničke pošte (10). Tek je 6 knjižnica stavilo

²⁷¹ Odnosi se samo na knjižnice koje imaju aktivne službene internetske stranice.

poveznicu na internetsku stranicu knjižnice, a niti jedna nije stavila poveznicu na OPAC katalog.

Što se tiče dokumenata o privatnosti, fotografijama ili ponašanju na Facebooku objavljenih na Facebooku ili internetskim stranicama knjižnica, samo 2 matične knjižnice imaju takav dokument, a uz njih još 2 gradske i 1 općinska knjižnica.

Aktivne internetske stranice imaju sve matičnih knjižnica u promatranom uzorku te 28 gradskih dok čak 13 općinskih knjižnica nema aktivne internetske stranice.

Od knjižnica koje imaju aktivne internetske stranice, 8 matičnih ima jasno istaknutu poveznicu s internetske stranice na Facebook knjižnice. Takvu poveznicu ima i 20 gradskih knjižnica te 11 općinskih knjižnica koje imaju aktivne internetske stranice. U svim se slučajevima te poveznice nalaze na početnoj stranici internetskih stranica knjižnica.

Prema aktivnosti na Facebooku, samo su 3 matične knjižnice u praćenom uzorku vrlo i izuzetno aktivne, neaktivna matična knjižnica je 1, slabo aktivne su 2 i aktivnih je 3.

Što se tiče aktivnosti gradskih knjižnica, njih 18 je slabo aktivnih, neaktivnih je 9, aktivnih je 6, dok je vrlo i izuzetno aktivnih 3.

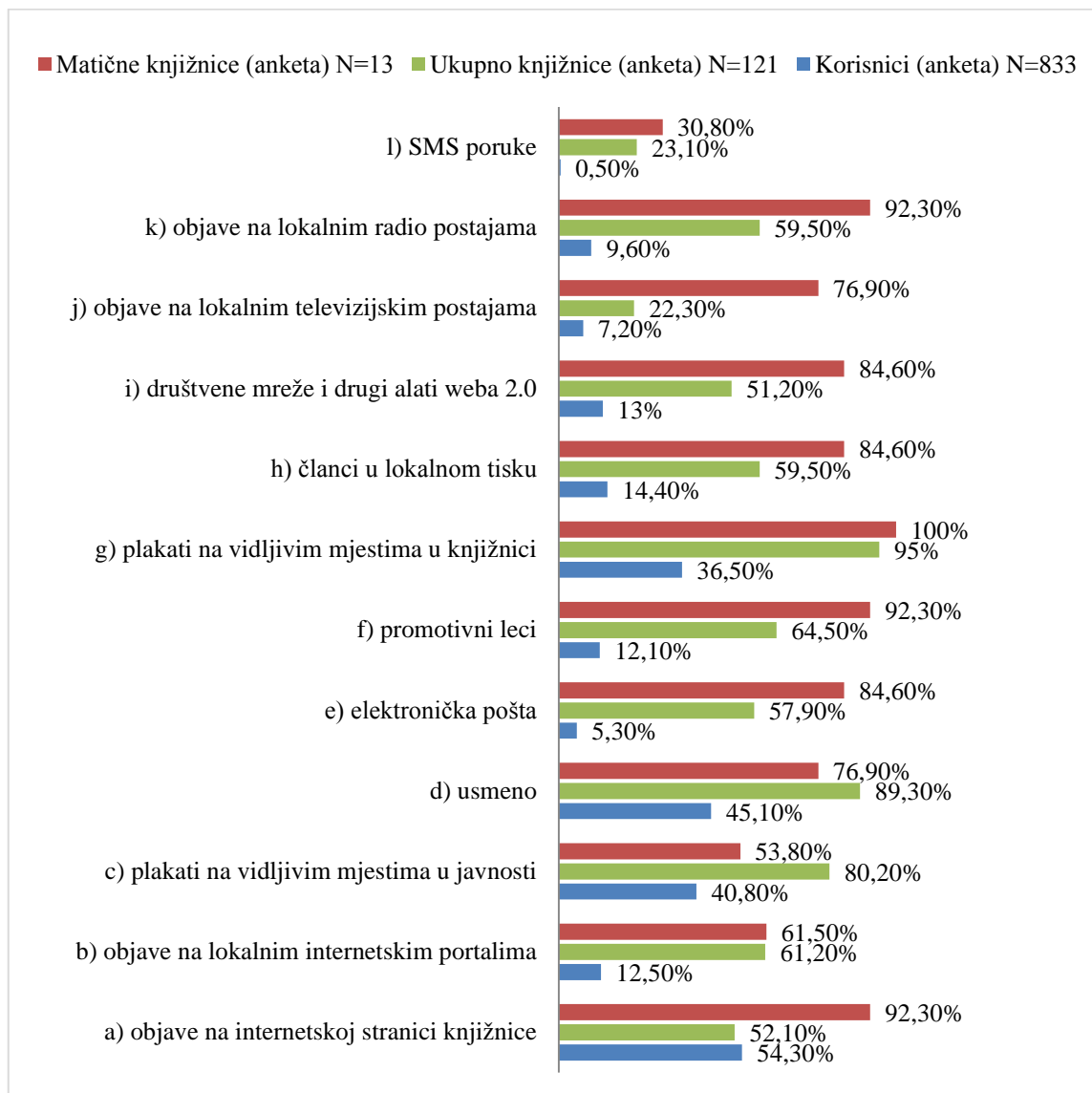
Općinske knjižnice u promatranom uzorku nisu zastupljene među vrlo i izuzetno aktivnim knjižnicama, aktivnih je 5, neaktivnih je 3, dok je slabo aktivnih 10.

5.4.4. Analiza rezultata stvarne aktivnosti knjižnica na Facebooku i rezultata dobivenih anketnim istraživanjem knjižnica i korisnika

Kako bi se utvrdilo podudaraju li se razmišljanja i odgovori korisnika i knjižnica te onoga što je utvrđeno promatranjem, napravljena je usporedba dobivenih rezultata s izdvojenim matičnim knjižnicama i ukupnim odgovorima korisnika i svih knjižnica koje su sudjelovale u istraživanju u onom dijelu koji se tiče komunikacijskih alata između knjižnica i korisnika, a zatim i u onom dijelu koji se odnosi na komunikaciju na društvenim mrežama, te zadovoljstvo korisnika i stavove o društvenim mrežama u knjižnicama.

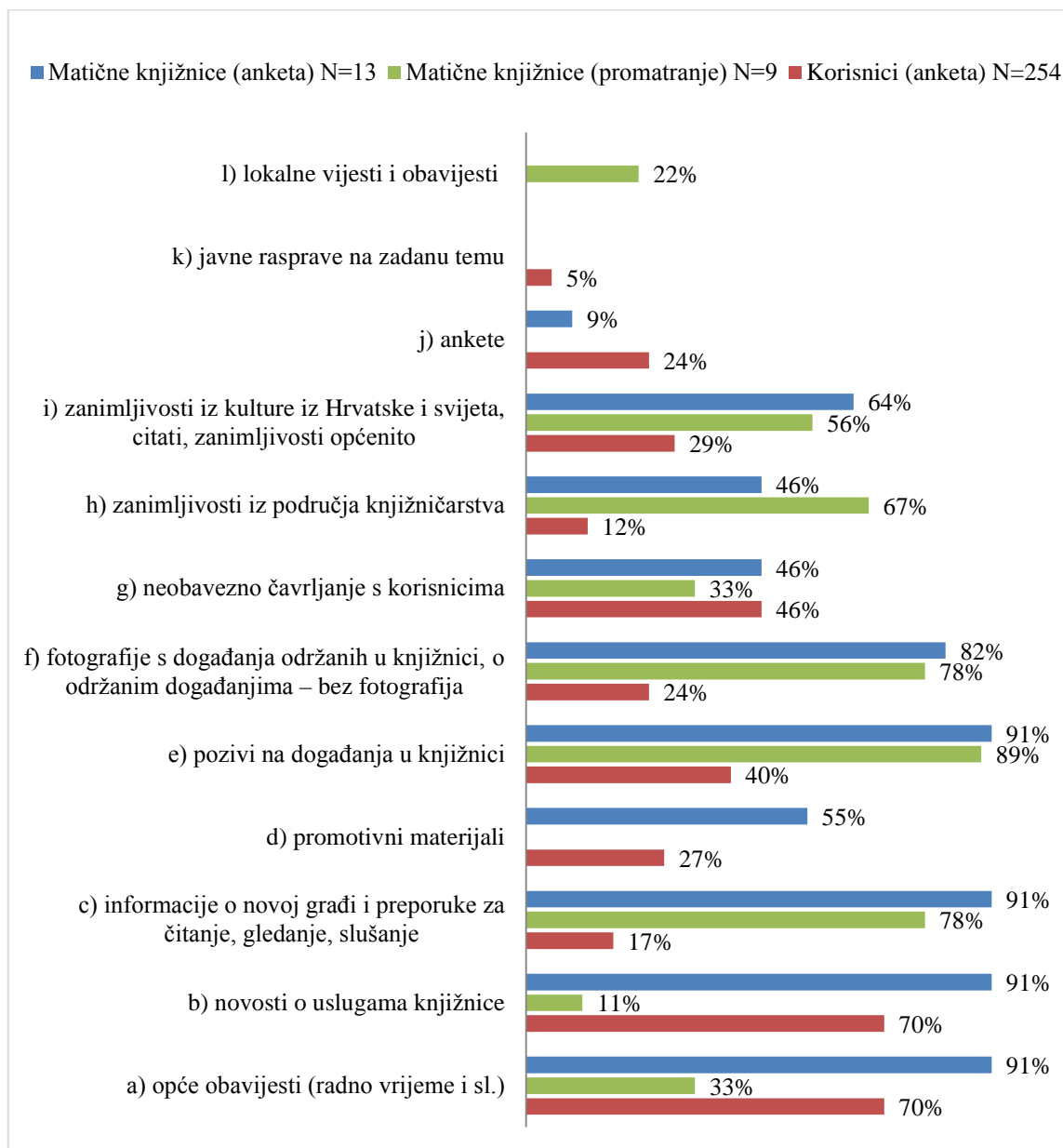
Grafikon 35. prikazuje usporedne odgovore na pitanje kojim se alatima knjižnice odnosno korisnici najčešće služe kako bi prosljedili tj. dobili informacije.

Tradicionalni oblici posredovanja informacija još uvijek su najzastupljeniji bez obzira što matične knjižnice nude i koriste i druge, suvremenije mogućnosti, a uočljiva je i razlika u odgovorima anketiranih skupina.



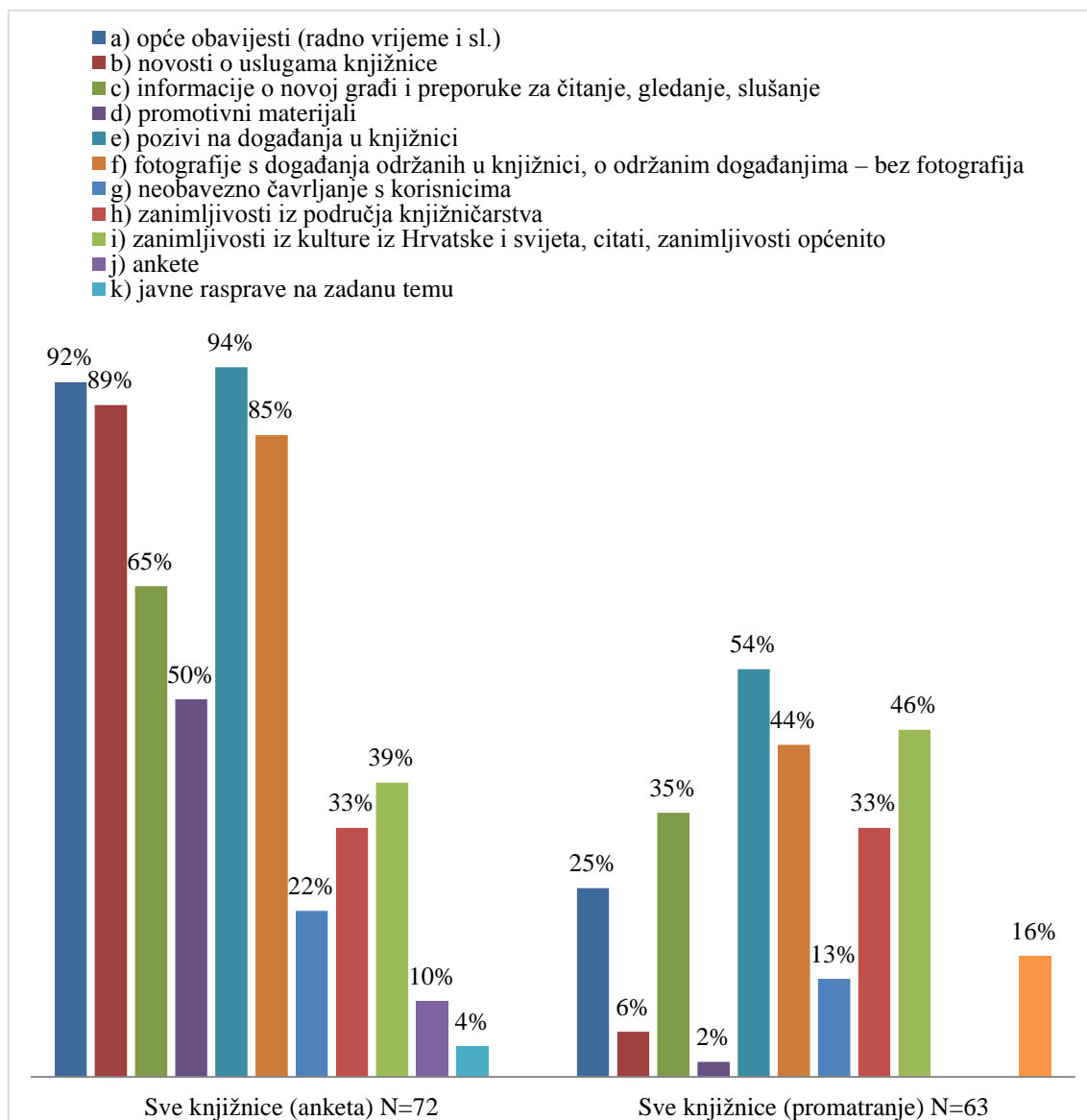
Grafikon 35. Usporedni podaci o načinima informiranja o aktivnostima i događanjima u narodnim knjižnicama

Razlika postoji i kada se pogleda sadržaj objava na društvenim mrežama, što prikazuje Grafikon 36.



Grafikon 36. Usporedba sadržaja objavljenih na pojavnostima matičnih knjižnica na Facebooku između anketiranih korisnika, anketiranih matičnih knjižnica i promatranih matičnih knjižnica

Usporedba sadržaja objava na pojavnostima knjižnica na Facebooku između promatranih i anketiranih narodnih knjižnica pokazuje značajnu razliku između onoga što su sudionici ankete odgovorili i promatranja stvarne aktivnosti na pojavnostima narodnih knjižnica na Facebooku (Grafikon 37.)



Grafikon 37. Usporedba sadržaja objava na pojavnostima knjižnica na Facebooku između promatranih i anketiranih narodnih knjižnica

Tablica 101. prikazuje usporedno prikazuje podatke prikupljene anketiranjem i promatranjem prema statusima narodnih knjižnica. Uspoređene su matične knjižnice čiji su ravnatelji/voditelji sudjelovali u anketiranju s promatranjem matičnih knjižnica na Facebooku. Na isti su način uspoređeni i podaci za gradske i općinske knjižnice kako bi se utvrdilo postoji li razlika koja se može povezati s veličinom knjižnice ili veličina knjižnice (pri tom se misli na broj zaposlenih, tehničke uvijete, zaposlene informatičare) ne utječe na stvarne sadržaje objava knjižnica na Facebooku.

Tablica 101.

Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	Matične (anketa) N=11	Matične (prom.) N=9	Gradske (anketa) N=39	Gradske (prom.) N=36	Općinske (anketa) N=22	Općinske (prom.) N=18
a) opće obavijesti (radno vrijeme i sl.)	10	3	36	8	20	5
b) novosti o uslugama knjižnice	10	1	37	2	17	1
c) informacije o novoj građi i preporuke za čitanje, gledanje, slušanje	10	7	24	9	13	6
d) promotivni materijali	6		19	1	11	
e) pozivi na događanja u knjižnici	10	8	38	17	20	1
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici, o održanim događanjima – bez fotografija	9	7	34	16	18	5
g) neobavezno čavrljanje s korisnicima	5	3	8	4	3	1
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva	5	6	11	11	8	4
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta, citati, zanimljivosti općenito	7	5	13	14	8	10
j) ankete	1		4		2	
k) javne rasprave na zadanu temu			1		2	
l) lokalne vijesti i obavijesti		2		4		4

5.4.5. Službene internetske stranice hrvatskih narodnih knjižnica

Službene internetske stranice narodnih knjižnica već su dugi niz godina prisutne kao sredstvo komunikacije između knjižnica i korisnika. Društvene mreže i drugi alati weba 2.0 trebali bi biti nadogradnja na tu, već postojeću komunikaciju. Stoga je važno utvrditi koliko hrvatskih narodnih knjižnica zapravo ima stvarno aktivne internetske stranice. Za potrebe ovog rada aktivne su službene internetske stranice narodnih knjižnica na kojima su sadržaji objavljeni unazad 6 mjeseci.

Kao što je ranije objašnjeno, promatranje aktivnosti administratora knjižnica na Facebooku kao najzastupljenijoj mreži obuhvatilo je i pregledavanje službenih internetskih stranica svih narodnih knjižnica, a rezultati su prikazani u Tablici 96.

Iz Tablice 102. vidljivo je kako se u hrvatskim narodnim knjižnicama ne koriste mogućnosti koje ima pruža komunikacija putem internetskih stranica jer više od 60% svih hrvatskih narodnih knjižnica nema aktivne internetske stranice, a među knjižnicama koje su sudjelovale u anketnom istraživanju njih 54% nema aktivne internetske stranice.

Knjižnice koje su sudjelovale u anketnom istraživanju, a koriste se Facebookom, aktivnije su i u korištenju službenih internetski stranica, a situacija je potpuno obrnuta kada se pogledaju knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju, ali se ne koriste Facebookom. Njih 77% nema aktivne internetske stranice.

Tijekom anketnog istraživanja 63 knjižnice odgovorile su kako se za komunikaciju s korisnicima koriste i službenim internetskim stranicama knjižnica. Prilikom pregleda službenih internetskih stranica utvrđeno je da ih je aktivno 56.

Tablica 102.			
Aktivne internetske stranice knjižnica	DA	NE	Ukupno
Sve narodne knjižnice u Hrvatskoj (N=198)	37,4% (74)	62,6% (124)	198
Narodne knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju (N=121)	46% (56)	54% (65)	121
Narodne knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju i koriste Facebook (N=63)	66,7% (42)	33,3% (21)	63
Narodne knjižnice koje su sudjelovale u istraživanju, ali ne koriste Facebook (N=58)	22,6% (13)	77,4% (45)	58

Kada se sve hrvatske narodne knjižnice usporede sa svim narodnim knjižnicama Slovenije i Srbije s kojima hrvatsko knjižničarstvo ima zajedničku povijest te slično uspostavljenu mrežu narodnih knjižnica dobivaju se sljedeći rezultati (Tablica 103.) - hrvatske narodne knjižnice zaostaju u korištenju internetskih stranica i za Slovenijom i za Srbijom, kao što zaostaju i u korištenju Facebooka. Korištenje ispravne Facebook

pojavnosti (stranica) nešto više zastupljeno u Hrvatskoj nego u Srbiji. Slovenija i u tome prednjači.

Tablica 103.			
Usporedba stanja u narodnim knjižnicama regije	Hrvatska	Slovenija	Srbija
Aktivna internetska stranica	N=198	N=58	N=147
Da	37,4% (74)	98% (57)	46,3% (68)
Ne	62,6% (124)	2% (81)	53,7% (79)
Ukupno	198	58	147
Pojavnost na Facebooku	N=198	N=58	N=147
Da	49,5% (98)	96,6% (56)	57,1% (84)
Ne	50,5% (100)	3,4% (2)	42,9% (63)
Ukupno	198	58	147
Facebook pojavaost	N=98	N=56	N=84
Stranica	58,3% (57)	75% (42)	51,2% (43)
Profil	37,9% (37)	25% (14)	46,4% (39)
Grupa	4% (4)	-	2,4% (2)
Ukupno	98	56	84

5.4.6. Inferencijalna statistička analiza

5.4.6.1. Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere prve hipoteze

Prva se hipoteza sastoji od tri tvrdnje odnosno tri pomoćne hipoteze:

H1a: hrvatske narodne knjižnice nemaju aktivne službene internetske stranice putem kojih komuniciraju s javnošću služeći se suvremenim komunikacijskim alatima weba 2.0 kao nadogradnjom na postojeće mrežne usluge,

H1b: hrvatske narodne knjižnice društvene mreže koriste kao povremeno sredstvo za komunikaciju s korisnicima,

H1c: u knjižnicama ne shvaćaju u potpunosti pravila korištenja i potencijalne mogućnosti razvoja i promicanja službi i usluga na društvenim mrežama.

Kako bi se provjerila **prva pomoćna hipoteza** analizirana je metodom hi-kvadrat testa razlika u proporcijama županijskih, gradskih i općinskih knjižnica koje koriste objave na internetskim stranicama knjižnice (pitanje 9a u upitniku za ravnatelje/voditelje narodnih knjižnica – Prilog 1.), objave na lokalnim internetskim portalima (pitanje 9b u upitniku za ravnatelje/voditelje narodnih knjižnica – Prilog 1), elektroničku poštu (9e u upitniku za ravnatelje/voditelje narodnih knjižnica – Prilog 1) te društvene mreže i druge alate weba 2.0. Prema tome, u ovoj je analizi obuhvaćen ne samo opseg korištenja internetskih stranica knjižnica nego i drugi suvremeni načini komunikacije putem računala. Podaci sa kojima su provedeni testovi kao i rezultati tih testova prikazani su u Tablici 104.

Tablica 104. Podaci i rezultati hi-kvadrat testova razlike između proporcija (N = 121)

R b	Varijabla	Grupa knjiž-nica	N ₁ N ₂ N ₃	Proporcija knjiž-nica	χ^2	N	df	p	Stat. znač
1.	Korištenje objava na internetskoj stranici knjižnice (pitanje 9a u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	12/13 = 0,923 39/65 = 0,600 12/43 = 0,279	9,649	121	2	0,008	**
2.	Korištenje objava na lokalnim internetskim portalima (pitanje 9b u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	8/13 = 0,615 44/65 = 0,677 22/43 = 0,512	1,157	121	2	0,561	
3.	Korištenje elektroničke pošte (pitanje 9e u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	11/13 = 0,846 41/65 = 0,631 18/43 = 0,419	3,817	121	2	0,148	
4.	Korištenje društvenih mreža (pitanje 9i u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	11/13 = 0,846 34/65 = 0,523 17/43 = 0,395	3,990	121	2	0,136	
5.	Korištenje sva 4 navedena načina komuniciranja s korisnicima (pitanja 9a, 9b, 9e i 9i u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	7/13 = 0,538 19/65 = 0,292 2/43 = 0,047	12,691	121	2	0,002	**

Napomena: * statistička značajnost do 5%; ** statistička značajnost do 1%; *** statistička značajnost do 0,1%

1. Objave na internetskim stranicama koristi polovinu anketiranih knjižnica (**52%** njih). Dakle, internetskih stranica nema 48% knjižnica. Međutim, ovaj se način komunikacije znatno razlikuje po vrstama knjižnica (kreće se od 28% u općinskim do 92% u županijskim knjižnicama). Navedena razlika u opsegu korištenja objava na internetskim stranicama knjižnica nije slučajna već je **statistički značajna** kao što to

pokazuju rezultati navedeni u Tablici 104. pod rednim brojem 1 ($\chi^2 = 9,649$ $df = 2$ $N = 121$ $\phi = 0,28$ $C = 0,27$ $p = 0,008$).

2. Objave na lokalnim internetskim portalima koristi preko polovinu anketiranih knjižnica (**61%** njih). I taj se način komunikacije razlikuje po vrstama knjižnica ali manje (kreće se od 51% u općinskim do 68% u gradskim knjižnicama). Navedena razlika u opsegu korištenja objava na lokalnim internetskim stranicama knjižnica je slučajna kao što to pokazuju rezultati navedeni u Tablici 104. pod rednim brojem 2 ($p = 0,561$).

3. Elektroničku poštu koristi također preko polovinu anketiranih knjižnica (**58%** njih). I taj se način komunikacije razlikuje po vrstama knjižnica (kreće se od 42% u općinskim do 85% u županijskim knjižnicama). Navedena razlika u opsegu korištenja elektroničke pošte je slučajna kao što to pokazuju rezultati navedeni u Tablici 104. pod rednim brojem 3 ($p = 0,148$).

4. Društvene mreže i druge alate weba 2.0 koristi polovinu anketiranih knjižnica (**51%** njih). I ovaj se način komunikacije razlikuje po vrstama knjižnica (kreće se od 40% u općinskim do 85% u županijskim knjižnicama). Navedena razlika u opsegu korištenja društvenih mreža je slučajna kao što to pokazuju rezultati navedeni u Tablici 104. pod rednim brojem 4 ($p = 0,136$).

5. Sva četiri prethodno navedena načina komunikacije koristi četvrtina anketiranih knjižnica (**23%** njih). Međutim, korištenje svih tih načina komunikacije znatno se razlikuje po vrstama knjižnica (kreće se od 5% u općinskim do 54% u županijskim knjižnicama). Navedena razlika u opsegu korištenja svih četiriju načina komunikacije s korisnicima nije slučajna već je **statistički značajna** kao što to pokazuju rezultati navedeni u Tablici 104. pod rednim brojem 5 ($\chi^2 = 12,691$ $df = 2$ $N = 121$ $\phi = 0,32$ $C = 0,31$ $p = 0,002$).

Druga pomoćna hipoteza H1b glasi: hrvatske narodne knjižnice društvene mreže koriste kao povremeno sredstvo za komunikaciju s korisnicima. Kako bi se ona provjerila napravljeno je također pet hi-kvadrat testova. Podaci sa kojima su provedena prva četiri testa kao i rezultati tih testova prikazani su u Tablici 105. Od 121 anketirane knjižnice njih 73 koristi se društvenim mrežama (60%).

Tablica 105. Podaci i rezultati hi-kvadrat testova razlike između proporcija (N = 121)

R b	Varijabla	Grupa knjiž- nica	N ₁ N ₂ N ₃	Proporcija knjižnica	χ^2	N	df	p	Stat. znač
1.	Korištenje društvenih mreža (pitanje 11 u upitniku)	županijske gradske općinske	13 65 43	11/13 = 0,846 40/65 = 0,615 22/43 = 0,512	1,186	121	2	0,390	
2.	Zaduženost određene osobe u knjižnici za komunikaciju s korisnicima putem društ. mreža (pitanje 17 u upitniku)	županijske gradske općinske	11 40 22	10/11 = 0,909 22/40 = 0,550 5/22 = 0,227	7,051	73	2	0,029	*
3.	Smjer komunikacije s korisnicima knjižnice na društvenim mrežama (pitanje 18 u upitniku)	županijske gradske općinske	11 40 22	9/11 = 0,818 26/40 = 0,650 18/22 = 0,500	1,234	73	2	0,540	
4.	Mišljenje knjižničara da je prisutnost knjižnica na društvenim mrežama odličan način komunik. (pitanje 22a u upitniku)	županijske gradske općinske	11 40 22	5/11 = 0,455 25/40 = 0,625 10/22 = 0,455	0,959	73	2	0,619	

Napomena: * statistička značajnost do 5%; ** statistička značajnost do 1%; *** statistička značajnost do 0,1%

1. Od ukupnog broja anketiranih knjižnica njih **60%** koristi društvene mreže. Najmanje ih koriste općinske knjižnice (njih 51%), a najviše županijske knjižnice (njih 85%). Navedena razlika u korištenju društvenih mreža je slučajna odnosno nije statistički značajna ($p = 0,390$) – Tablica 105., redni broj 1.

2. Od 73 knjižnice koje koriste društvene mreže za očekivati je da imaju određenu zaduženu osobu za komunikaciju s korisnicima putem društvene mreže. Od navedene 73 knjižnice njih 37 ima zaduženu takvu osobu (njih **51%**). No, taj se postotak dosta razlikuje po pojedinim vrstama knjižnice i kreće se od 23% u općinskim knjižnicama do 91% u županijskim knjižnicama. Ova razlika u postocima po pojedinim vrstama knjižnica nije slučajna već **statistički značajna** kako to pokazuju rezultati testa navedeni u Tablici 105. pod rednim brojem 2 ($\chi^2 = 7,051$ df = 2 N = 73 $\phi = 0,31$ C = 0,30 p = 0,029).

3. Od 73 knjižnice koje koriste društvene mreže za očekivati je da imaju pretežno dvosmjerni način komunikacije s korisnicima putem društvene mreže. Ta je pretpostavka istinita budući da ih takav način komunikacije ostvaruje 46 knjižnica od njih 73 što je **63%**. Međutim, taj se postotak razlikuje po pojedinim vrstama knjižnice i kreće se od 50% u općinskim knjižnicama do 82% u županijskim knjižnicama. Ova razlika u postocima po pojedinim vrstama knjižnica je slučajna kako to pokazuju rezultati testa navedeni u Tablici 105. pod rednim brojem 3 (p = 0,540).

4. Od 73 knjižnice koje koriste društvene mreže može za očekivati da njih pretežan broj smatra da je prisutnost knjižnica na društvenim mrežama odličan način komunikacije. Takav stav ima 40 knjižnica od njih 73 (**55%**) Međutim, taj se postotak razlikuje po pojedinim vrstama knjižnice i kreće se od 46% u općinskim knjižnicama do 63% u gradskim knjižnicama. Ova je razlika u postocima po pojedinim vrstama knjižnica slučajna kako to pokazuju rezultati testa navedeni u Tablici 105. pod rednim brojem 4 (p = 0,619).

5. Posljednji test u vezi spomenute pomoćne hipoteze H1b je proveden u kontingencijskoj Tablici 106. u kojoj su navedene dvije varijable: koristi li knjižnica društvene mreže (da, ne) i ima li knjižnica zaposlenog informatičara (da, ne). Ovakva najmanja kontingencijska tablica formata 2 x 2 dala je sljedeće rezultate u hi-kvadrat testu: $\chi^2 = 8,604$ df = 1 N = 121 p = 0,003. Prema tome, zaključuje se da postoji **statistički značajna** povezanost navedenih varijabli u kontingencijskoj tablici. O kakvoj se prirodi te povezanost radi može se zaključiti na osnovu relativnih frekvencija koje se mogu izračunati na osnovu te tablice. Naime, od ukupno 73 knjižnice koje koriste društvene mreže, njih 21% ima zaposlenog informatičara. Nasuprot njima, od 48 knjižnica koje ne koriste društvene mreže, njih tek 2% ima zaposlenog informatičara.

Dakle, informatičar je, očigledno, ona osoba koja komunikaciju putem društvenih mreža inicira, organizira ili ju održava aktivnom.

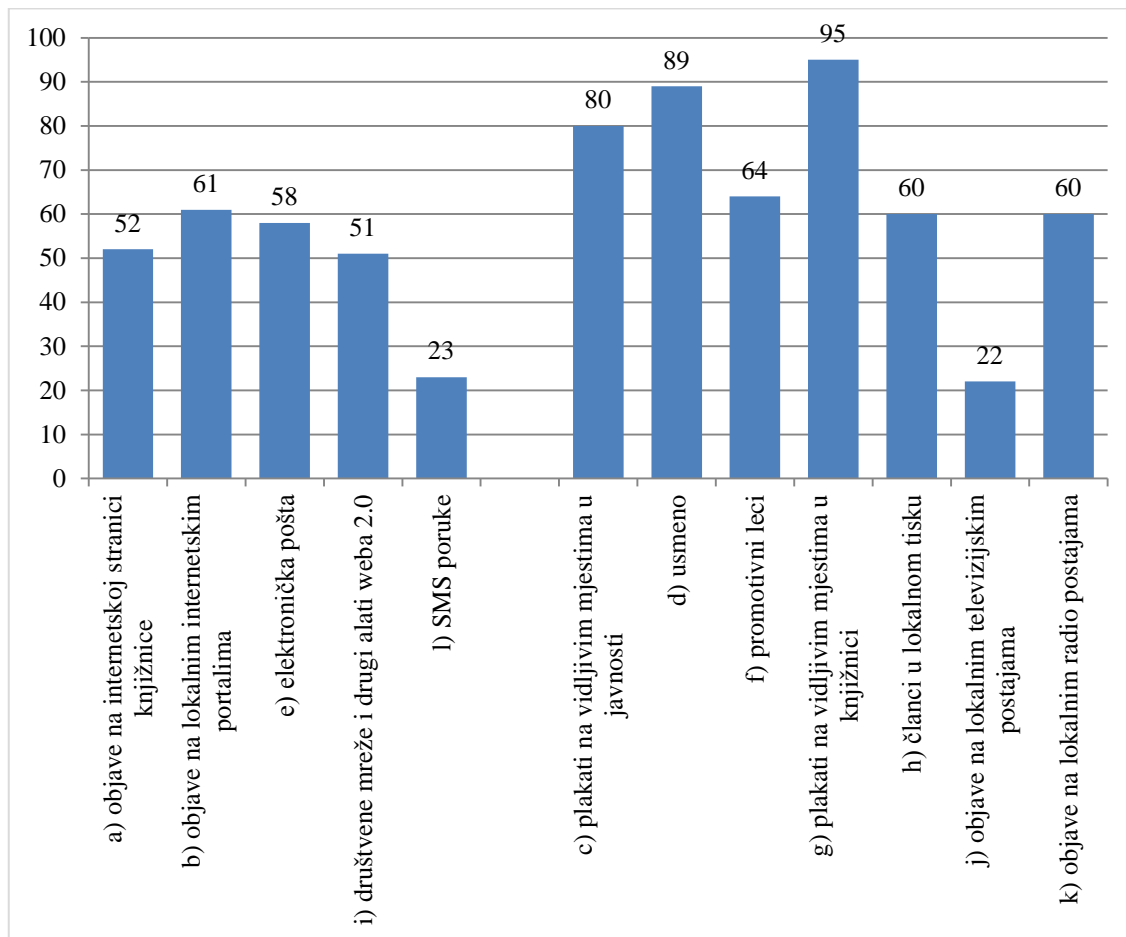
Tablica 106.			
Komunikacija knjižnica s korisnicima putem društvenih mreža	Informatičar da	Informatičar ne	Ukupno
a) da	15	58	73
b) ne	1	47	48
Ukupno	16	105	121

Treća pomoćna hipoteza H1c glasi: u knjižnicama ne shvaćaju u potpunosti pravila korištenja i potencijalne mogućnosti razvoja i promicanja službi i usluga na društvenim mrežama. Kako bi se ona provjerila napravljeno je nekoliko analiza. Za potrebe prve od tih analiza, t-testa razlike između dviju proporcija, podaci iz Tablice 19. (u kojoj su podaci o korištenju pojedinih načina komunikacije knjižnice s korisnicima) svrstani su u dvije grupe prema načinu komunikacije:

- suvremeni načini komunikacije (objave na internetskim stranicama knjižnice, objave na lokalnim internetskim portalima, elektronička pošta, društvene mreže i SMS poruke),
- klasični načini komunikacije (plakati na vidljivim mjestima u javnosti, usmeni način, promotivni leci, plakati na vidljivim mjestima u knjižnici, članci u lokalnom tisku, objave na lokalnim televizijskim postajama i objave na lokalnim radio stanicama).

Suvremeni način komunikacije koristilo je **49% knjižnica**, dok je klasični način komunikacije koristilo **67% knjižnica** (izračunato na osnovu apsolutnih frekvencija u Tablici 19.). Kraće rečeno, polovina knjižnica koristi suvremene načine komunikacije, dok njih 2/3 koristi klasične načine komunikacije. Pomoću t-testa razlike između proporcija izračunati rezultati ($t = 2,86$ $p = 0,005$) pokazuju da ta razlika nije slučajna već **statistički značajna** ($p < 0,05$). Dakle, knjižnice značajno manje koriste suvremene načine komunikacije s korisnicima u odnosu na klasične načine komunikacije. Na Grafikonu 38. prikazano je pomoću jednostavnih stupaca postotak knjižnica koje koriste

svaki pojedini način komunikacije s korisnicima (najprije pet suvremenih načina komunikacije, a zatim sedam klasičnih načina komunikacije).



Grafikon 38. Postoci knjižnica koje koriste pojedine načine komunikacije s korisnicima (N = 121)

Iz ankete nisu vidljivi razlozi nekorištenja pojedinih načina komunikacije s korisnicima. Izuzetak su samo društvene mreže za koje su ispitanici naveli razlog njihovog nekorištenja (Tablica 22.). Najčešći razlog su neobučenost knjižničara (21 odgovor od njih 49), a potom neprihvatanje takvog medija komunikacije (10 odgovora od njih 49).

Na osnovu odgovora o korištenju pojedinih načina komunikacije sačinjena je distribucija frekvencija koja prikazuje kolika je zastupljenost načina komuniciranja (Tablica 107.) što je i grafički prikazano poligonom frekvencija (Grafikon 39.).

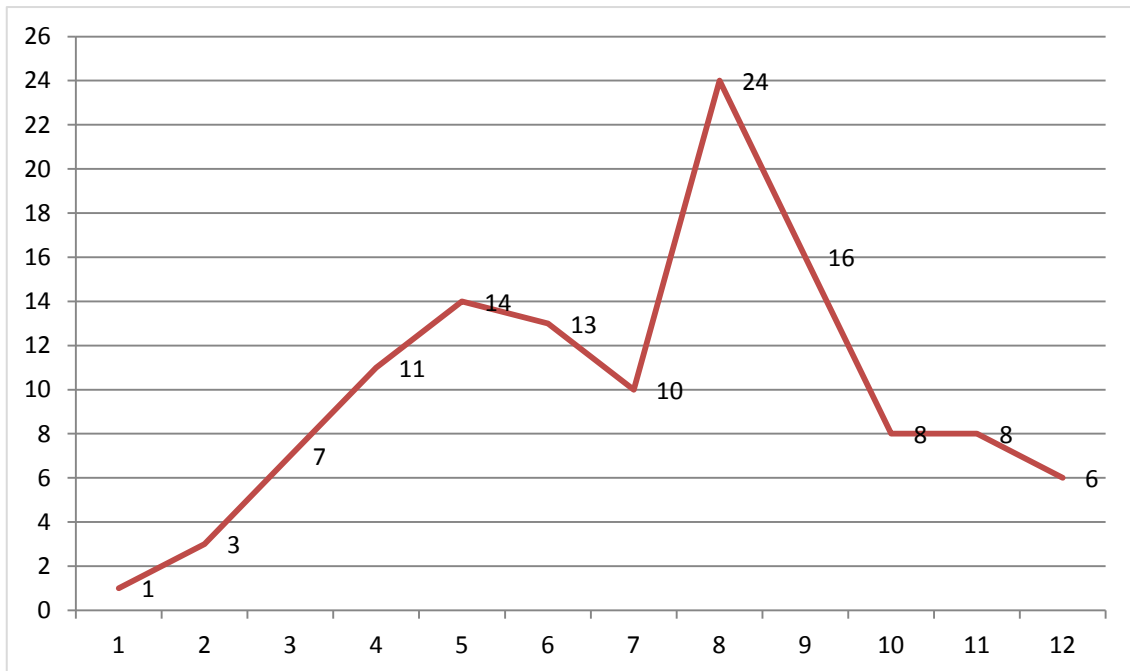
Tablica 107. Distribucija frekvencija zastupljenosti načina komuniciranja	
Broj korištenih načina komunikacija knjižnica s korisnicima	Broj knjižnica
1	1
2	3
3	7
4	11
5	14
6	13
7	10
8	24
9	16
10	8
11	8
12	6
Ukupno	121

Na osnovu distribucije frekvencija u Tablici 107. mogu se izračunati sljedeći deskriptivni pokazatelji:

- aritmetička sredina = 7,2
- medijan = 8
- mod = 8
- standardna devijacija = 2,62

Prema tome, prosječno knjižnice realiziraju po 7,2 načina komunikacije s korisnicima. Nadalje, polovina knjižnica ostvaruje osam i manje načina komunikacije, a druga polovina knjižnica ostvaruje osam i više načina komunikacije. Najčešće knjižnice koriste po osam načina komunikacije s korisnicima. Prosječno odstupanje od prosjeka iznosi 2,62 ($7,2 \pm 2,62$) što znači da je disperzija u ovoj distribuciji frekvencija osrednja (koeficijent varijacije je 36%). Kao što Grafikon 36. pokazuje distribucija knjižnica

prema broju načina komunikacije s korisnicima lijevostrano je asimetrična, tj. prevladavaju veći brojevi načina komunikacije.



Grafikon 39. Knjižnice (na okomitoj osi) prema broju načina komunikacije sa korisnicima (na vodoravnoj osi) N = 121

Na Grafikonu 38. knjižnice su prema ostvarenim načinima komunikacije s korisnicima podijeljene u dvije grupe:

- suvremeni načini komunikacije s korisnicima (njih 5)
- klasični načini komunikacije s korisnicima (njih 7).

Svakako su knjižnice uspješnije ukoliko ostvaruju više i jednih i drugih načina komunikacije. Kako bi se ta učinkovitost knjižnica bolje upoznala odnosno analizirala, sačinjena je Tablica 108. sa dvije distribucije:

- sa brojem korištenih suvremenih načina komunikacije s korisnicima;
- sa brojem korištenih klasičnih načina komunikacije s korisnicima.

Tablica 108. Učinkovitost knjižnica u komunikaciji		
Broj korištenih načina komunikacija knjižnica s korisnicima	Broj knjižnica sa suvremenim načinima komunikacije	Broj knjižnica sa klasičnim načinima komunikacije
0	19	-
1	14	2
2	26	6
3	27	19
4	25	27
5	10	26
6	-	27
7	-	14
Ukupno	121	121

Iz Tablice 108. se vidi da knjižnice najčešće ostvaruju po tri suvremena načina komunikacije s korisnicima te po četiri do šest klasičnih načina komunikacije s korisnicima.

Manja ili veća učinkovitost knjižnica s obzirom na broj podržavanih načina komunikacije s korisnicima svakako omogućuju zaposlenici u tim knjižnicama. Stoga je sačinjena tablica kontingencije (Tablica 109.) u kojoj su knjižnice razvrstane prema dvije varijable: prema broju zaposlenih i prema broju ostvarenih načina komunikacije (suvremenih i klasičnih zajedno). Na osnovu te tablice treba provjeriti pretpostavku o povezanosti navedenih kvantitativnih varijabli pomoću hi-kvadrat testa.

Tablica 109. Knjižnice prema broju zaposlenih i broju ostvarenih načina komunikacije				
Grupe knjižnica prema broju zaposlenih	Grupe knjižnica prema broju korištenih načina komunikacije s korisnicima			Ukupno
	1-4 načina komunikacije	5-9 načina komunikacije	10--12 načina komunikacije	
0 – 2	16	50	3	69
3 - 9	6	19	10	35
10 i više	-	8	9	17
Ukupno	22	77	22	121

Rezultati hi-kvadrat testa ($\chi^2 = 26,760$ df = 4 N = 121 p < 0,001) pokazuju postojanje **statistički značajne povezanosti** (p < 0,05). Frekvencije ispod dijagonale u Tablici 109. (frekvencije na dijagonali su deblje otisnute) se odnose na manje učinkovite knjižnice, jer sa više zaposlenih ostvaruju manji broj načina komunikacije s korisnicima (frekvencije 6 i 8). Knjižnice iznad dijagonale su više učinkovite, jer sa manje zaposlenih ostvaruju veći broj načina komunikacije s korisnicima (osobito navedenih 3 i 10 knjižnica).

Budući da je broj zaposlenih kvantitativna varijabla kao što je i broj korištenih načina komunikacije s korisnicima, to je te podatke moguće koristiti za izračun Spearmanovog koeficijenta korelacije. On iznosi svega 0,11 (N = 121 p = 0,234), a znači postojanje vrlo slabe pozitivne korelacije koja nije statistički značajna (p > 0,05).

5.4.6.2. Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere druge hipoteze

Druga hipoteza H2 glasi: korištenje društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama svodi se na samo jednu društvenu mrežu (Facebook), što znači da se ne koriste sve mogućnosti koje pružaju web 2.0 i društvene mreže, niti se one koriste na najbolji mogući način. Kako bi se ona provjerila pitanje 14. (kojom se društvenom mrežom knjižnice najčešće koriste – Prilog 1.) stavljano je u odnos sa odgovorima na pitanja 2., 15., 16. i 18. Dakle, ukupno je razmatrano četiri kombinirane tablice metodama deskriptivne statistike ili nekim od parametrijskih ili neparametrijskih testova. U svim tim tablicama knjižnice su prema odgovorima na pitanje 14. svrstane u tri grupe:

- 67 knjižnica koje koriste isključivo Facebook,
- 1 knjižnica koja koristi Facebook i druge društvene mreže,
- 8 knjižnica koje koriste isključivo neke druge društvene mreže,

dok je 36 knjižnica koje uopće ne koriste društvene mreže isključeno iz ovih analiza. Dakle, broj knjižnica koje koriste Facebook je dominantan. Naime, 68 knjižnica od njih 76 koje su aktivne na društvenim mrežama, koristi Facebook, što znači njih **89%**. Od ukupnog broja anketiranih knjižnica Facebook koristi **56%** knjižnica ($68/121 = 0,56$). **Ova dva postotka direktan su i potvrđan odgovor o prihvatljivosti druge hipoteze kao istinite.**

Knjižnice koje su aktivne na društvenim mrežama najčešće imaju otvoren profil (njih polovinu), zatim stranicu (njih nešto manje od polovine), dok preostale knjižnice imaju na društvenim mrežama otvorene grupe.

Zanimljivo je pogledati koje vrste komunikacije na društvenim mrežama podržavaju knjižnice (dvosmjerne ili jednosmjerne). Pretežni broj ih je uvijek dvosmjernih (njih 2/3), povremeno dvosmjernih je četvrtinu, dok su ostale jednosmjerne.

Na kraju ovih razmatranja o aktivnostima knjižnica na društvenim mrežama potrebno je još promotriti koje vrste objava knjižnice provode putem tih mreža. Od 11 različitih vrsti objava (opće obavijesti, novosti o uslugama knjižnice, informacije o novoj građi itd.) koje su ponuđene kod pitanja 16. u upitniku (Prilog 1.) mogući su višestruki odgovori. Od 74 knjižnica koje su odgovorile na ovo pitanje (jer komuniciraju putem društvenih mreža) dobiveno je ukupno 432 odgovora što je prosječno 5,8 različitih vrsti objava po jednoj knjižnici. Distribucija knjižnica prema broju različitih vrsti objava navedena je u Tablici 110.

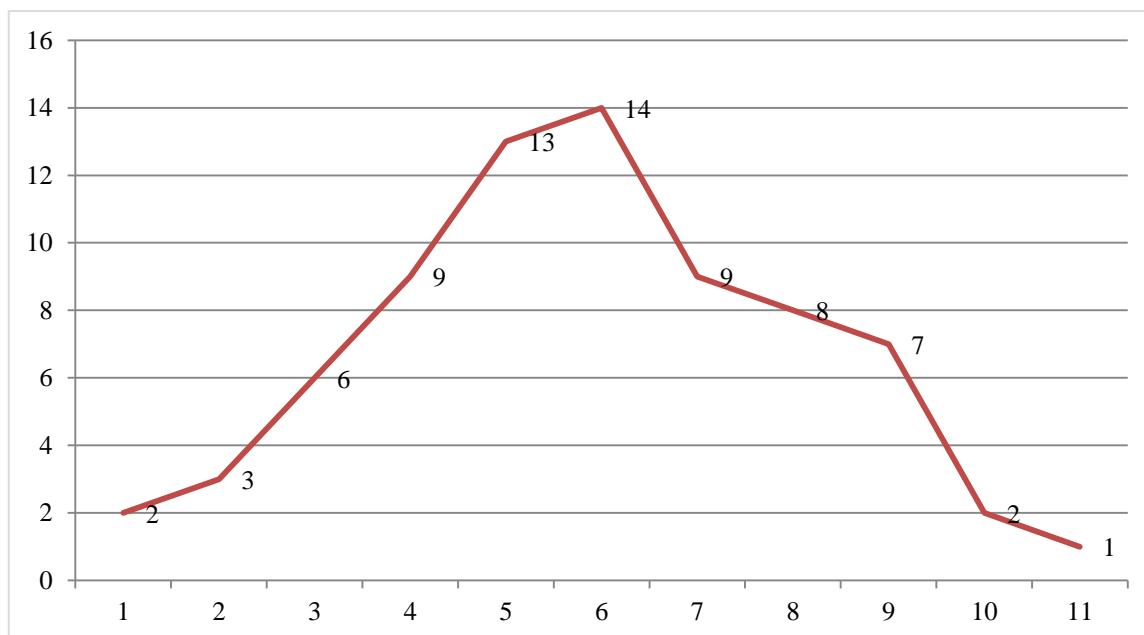
Tablica 110. Distribucija knjižnica prema broju različitih vrsti objava	
Broj korištenih vrsti objava putem društvenih mreža	Broj knjižnica
1	2
2	3
3	6
4	9
5	13
6	14
7	9
8	8
9	7
10	2
11	1
Ukupno	74

Na osnovu distribucije frekvencija u tablici 108 mogu se izračunati sljedeći deskriptivni pokazatelji:

- aritmetička sredina = 5,8
- medijan = 6
- mod = 6
- standardna devijacija = 2,22

Prema tome, prosječno knjižnice realiziraju po 5,8 objava na društvenim mrežama. Nadalje, polovina knjižnica ostvaruje šest i manje objava, a druga polovina knjižnica ostvaruje šest i više objava. Najčešće knjižnice imaju po šest objava. Prosječno odstupanje od prosjeka iznosi 2,22 ($5,8 \pm 2,22$) što znači da je disperzija u ovoj distribuciji frekvencija osrednja (koeficijent varijacije je 38%). Kao što Grafikon 40. pokazuje distribucija knjižnica prema broju objava na društvenim mrežama je približno

simetrična. Pomoću Kolmogorov-Smirnov testa je dokazano da se ona statistički značajno ne razlikuje od normalne distribucije ($z = 0,961$ $p = 0,315$)



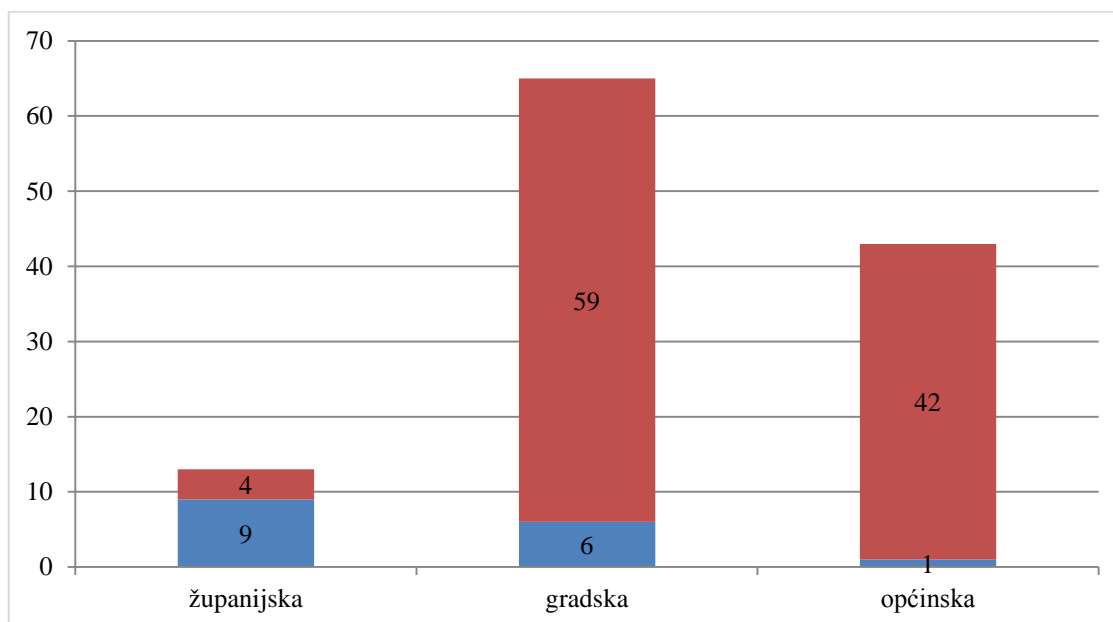
Grafikon 40. Knjižnice (na okomitoj osi) koje komuniciraju putem društvenih mreža (N = 74) prema broju vrsti objava (na vodoravnoj osi)

5.4.6.3. Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere treće hipoteze

Treća hipoteza H3 glasi: knjižničari u hrvatskim narodnim knjižnicama nemaju dovoljnu razinu informacijske pismenosti koja bi im osigurala korištenje društvenih mreža prema pravilima osnivača društvenih mreža i dovoljnu osviještenost o zaštiti privatnosti i podataka korisnika, posebice djece. Kako ni na ovu hipotezu nema direktnog odgovora iz upitnika na osnovu kojeg bi se ona mogla prihvatiti kao točna ili odbaciti kao netočna, to je i ovdje trebalo takav zaključak donijeti indirektnim putem na osnovu nekoliko pitanja u upitniku.

Jedan od važnijih podataka u vezi s trećom hipotezom je koliko knjižnica zapošljava informatičara. U cjelini gledano samo **13% knjižnica** (Tablica 18.) zapošljava informatičara (16 knjižnica od njih 121). No i taj je postotak vrlo različit po statusima knjižnica. Stoga je na osnovu navedene kontingencijske tablice 18 izveden hi-kvadrat test koji je svojim rezultatima ($\chi^2 = 40,892$ $df = 2$ $N = 121$ $C = 0,50$ $p < 0,001$) pokazao da postoji **statistički visokoznačajna povezanost** između statusa knjižnica i činjenice zapošljavaju li knjižnice informatičara ili ne. Tako se može izračunati da 2/3

županijskih knjižnica zapošljava informatičara, zatim svaka jedanaesta gradska knjižnica i samo jedna općinska knjižnica od njih 43 što prikazuje i Grafikon 41. razdijeljenim stupcima.



Grafikon 41. Broj knjižnica koje zapošljavaju informatičara (donji dio stupaca) u odnosu na broj knjižnica koje ga nemaju (gornji dio stupaca) - N = 121

Prosječna dob zaposlenih u knjižnicama je približno $40,9 \pm 7,95$ godina. Ta prosječna dob se kreće u knjižnicama između 25 godina i 60 godina što je vrlo velik raspon. Najčešće prosječna dob iznosi 40 godina. Za očekivati je da će veću informacijsku pismenost imati mlađi zaposlenici knjižnica odnosno knjižnice koje zapošljavaju osobe mlađe dobi. Stoga je pomoću t-testa provjereno razlikuje li se slučajno ili statistički značajno prosječna dob u 16 knjižnica koje zapošljavaju informatičara od prosječne dobi u 105 knjižnica koje ne zapošljavaju informatičara. Premda je prosječna dob u prvoj podgrupi knjižnica niža (iznosi 39,2 godine) u odnosu na drugu podgrupu knjižnica (kod njih je prosjek 41,2 godine) ta je razlika slučajna odnosno nije statistički značajna ($t = 1,229$ $N = 121$ $p = 0,230$).

Knjižnice koje zapošljavaju informatičara koriste prosječno 3 do 4 suvremena načina komunikacije s korisnicima (maksimalno je moguće koristiti pet takvih načina komunikacije). Knjižnice koje ne zapošljavaju informatičara koriste prosječno 2 do 3 suvremena načina komunikacije s korisnicima. Pomoću t-testa razlike između ovih dviju aritmetičkih sredina utvrđeno je ($t = 3,564$ $p = 0,001$) da je ova **razlika u**

prosječnom broju korištenih suvremenih načina komunikacije knjižnica s korisnicima statistički značajna.

U vezi treće hipoteze može se ovdje ponoviti rezultat jednog testa koji je već naveden kod hipoteze H1b. Radi se o hi-kvadrat testu provedenom u kontingencijskoj Tablici 106. u kojoj su navedene dvije varijable: koristi li knjižnica društvene mreže (da, ne) i ima li knjižnica zaposlenog informatičara (da, ne). Ovakva kontingencijska tablica dala je sljedeće rezultate u hi-kvadrat testu: $\chi^2 = 8,604$ $df = 1$ $N = 121$ $p = 0,003$. Prema tome, zaključuje se da **postoji statistički značajna povezanost navedenih varijabli u kontingencijskoj tablici**. O kakvoj se prirodi te povezanost radi može se zaključiti na osnovu relativnih frekvencija koje se mogu izračunati na osnovu te tablice. Naime, od ukupno 73 knjižnice koje koriste društvene mreže, njih 21% ima zaposleno informatičara. Nasuprot njima, od 48 knjižnica koje ne koriste društvene mreže, njih tek 2% ima zaposleno informatičara. Dakle, zaključuje se da je informatičar ona osoba koja komunikaciju putem društvenih mreža pokreće, organizira ili ju održava aktivnom.

Iz Tablice 111. se vidi da 70 knjižnica komunicira s korisnicima putem društvene mreže. Te su knjižnice u tablici razvrstane po dva kriterija: imaju li ili nemaju informatičara, te imaju li ili nemaju osobu zaduženu za komunikaciju putem društvenih mreža. Pretpostavlja se da između tih nominalnih varijabli postoji povezanost.

Tablica 111.			
Ima li knjižnica osobu zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	Informatičar da	Informatičar ne	Ukupno
a) da	14	23	37
b) ne	1	32	33
Ukupno	15	55	70

Stoga je na osnovu navedene kontingencijske tablice 107. izveden hi-kvadrat test koji je svojim rezultatima ($\chi^2 = 12,552$ $df = 1$ $N = 70$ $p < 0,001$) pokazao da **postoji statistički visokoznačajna povezanost između činjenice zapošljavaju li knjižnice informatičara ili ne i postojanja/nepostojanja osobe zadužene za komunikaciju s korisnicima putem društvene mreže**. Tako se može izračunati da od 15 knjižnica koje

imaju informatičara njih 93% imaju osobu zaduženu za komunikaciju putem društvene mreže (to su u 3 knjižnice informatičari). Od 55 knjižnica koje nemaju informatičara njih 42% ima zaduženu osobu za komunikaciju putem društvenih mreža. **Ova razlika (između 93% i 42%) nije slučajna već statistički značajna.**

O informacijskoj pismenosti govore indirektno i podaci dobiveni upitnicima na pitanja 19 – 21 koja se odnose na anketiranje korisnika od strane knjižnica koje koriste društvene mreže (njih 74). Samo 11 knjižnica je anketu provelo najčešće sa rezultatom o velikom zadovoljstvu korisnika (u 8 knjižnica). Od preostale 63 knjižnice koje anketu nisu provele najčešći razlog neprovođenja je „nismo stigli, u planu je“ (odgovor dobiven od 47 knjižnica od njih 63). Svi ostali razlozi su vrlo malo zastupljeni, pa i onaj da anketu ne znaju provesti (u tri knjižnice).

5.4.6.4. Analize povezanosti i razlika provedene u svrhu provjere četvrte hipoteze

Četvrta hipoteza H4 glasi: korisnici hrvatskih narodnih knjižnica nisu upoznati s uslugama narodnih knjižnica na društvenim mrežama. Kako bi se provjerila ta hipoteza analiziran je čitav niz varijabli iz ankete korisnika knjižnice (Prilog 2.), njih **843**.

Na pitanje ima li knjižnica profil/grupu/stranicu na nekoj od društvenih mreža odgovorilo je sa „ne znam“ preko polovinu anketiranih korisnika. Konkretno, od 837 korisnika koji su dali odgovor na ovo pitanje njih 470 odnosno **56%** dalo je takav odgovor. Za pretpostaviti je da onih koji ne znaju ima manje među mlađim korisnicima, a više među starijim korisnicima. Ako njih 459 (isključeno je 30 korisnika koji nisu naveli dob ili nisu odgovorili na navedeno pitanje) podijelimo u tri dobne grupe (do 35, 36 do 55 i 56 i više) tada se postoci onih koji ne znaju razlikuju i iznose:

- 58% među 619 mladih korisnika,
- 54% među 160 korisnika srednje dobi i
- 38% među 34 korisnika starije dobi.

Navedena pretpostavka ne stoji, jer je postotak onih koji ne znaju veći među mlađim korisnicima, a manji među starijim korisnicima. No, ta razlika nije statistički značajna ($\chi^2 = 2,525$ df = 2 N = 813 p = 0,283).

Na pitanje je li anketirani korisnik „prijatelj“ sa svojom knjižnicom ili ju prati na

nekoj od društvenih mreža odgovorilo je 782 korisnika (kada se isključi 61 korisnik koji nije dao odgovor na ovo pitanje ili na pitanje o dobi), od čega je:

- pozitivnih odgovora 29% (228/782), a
- negativnih odgovora 71% (554/782).

Dakle, **velika većina negativnih odgovora (71%) ide u prilog istinitosti hipoteze H4**. Kada bi se i ovdje napravilo raščlanjivanje tih negativnih odgovora prema dobi korisnika dobili bi sljedeće postotke prema spomenutim dobnim grupama (do 35, 36 do 55 i 56 i više godina):

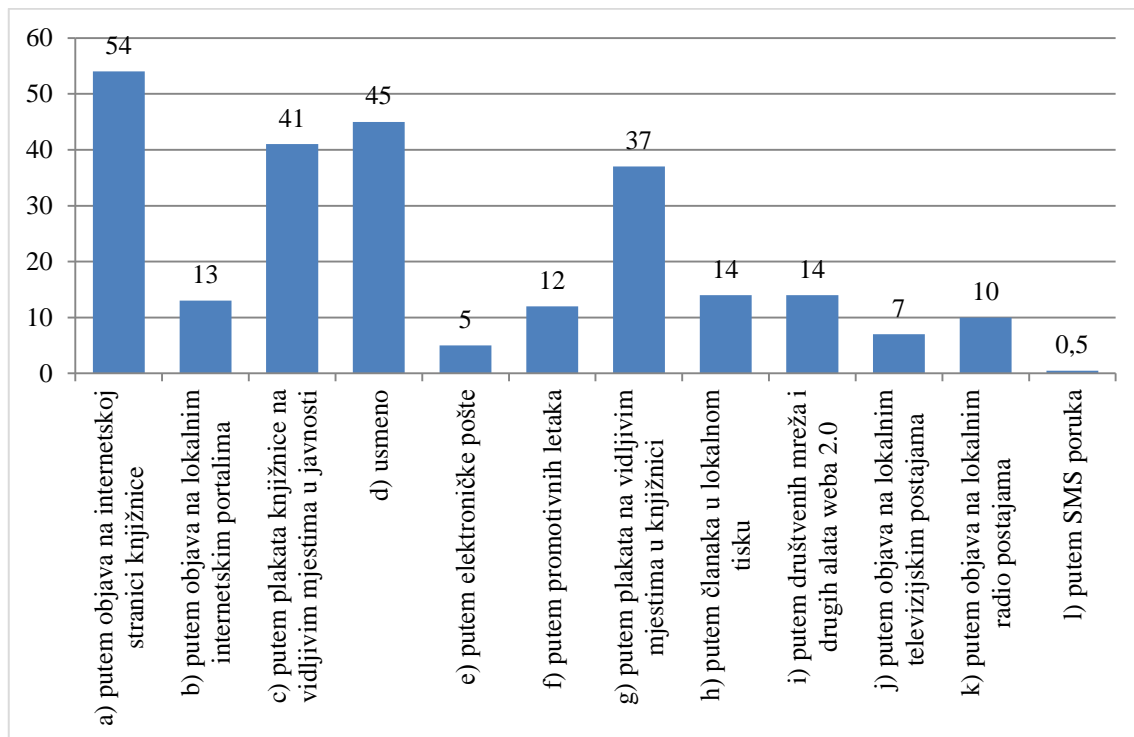
- 71,6% među 602 mlađa korisnika,
- 70,5% među 146 korisnika srednje dobi i
- 58,8% među 34 korisnika starije dobi.

I ovdje bi pretpostavka o povezanosti tih odgovora i dobi bila odbačena, jer navedeni postoci jesu različiti po dobnim grupama, ali ta razlika nije statistički značajna ($\chi^2 = 0,708$ $df = 2$ $N = 782$ $p = 0,690$).

Na Grafikonu 42., koji je sačinjen na osnovu relativnih frekvencija navedenih u Tablici 70., dominiraju četiri načina komunikacije knjižnica s korisnicima:

- | | |
|--|-----|
| a) putem internetskih stranica knjižnice | 54% |
| d) usmenim putem | 45% |
| c) putem plakata u javnosti | 41% |
| g) putem plakata u knjižnici | 37% |

Pretraživanje kataloga knjižnica je najzastupljenije, ali i ostala tri tradicionalna vida komunikacije (usmenim putem i putem plakata) su dosta zastupljena, najmanje kod svakog trećeg korisnika.



Grafikon 42. Zastupljenost pojedinih načina komunikacije knjižnica s korisnicima (postotak od ukupno 833 korisnika koji su odgovorili na pitanje 1 u upitniku)

Zanimljivo je pogledati distribuciju korisnika prema broju korištenih načina komunikacije u Tablici 112.

Tablica 112. Distribucija korisnika prema broju korištenih načina komunikacije	
Broj korištenih načina komunikacije korisnika s knjižnicom	Broj korisnika
0	10
1	269
2	215
3	169
4	94
5	47
6	17
7	13
8	2
9	4
10	2
11	1
12	-
Ukupno	843

Distribucija frekvencija u Tablici 112. izrazito je desnostrana, tj. **prevladava manji broj načina komunikacije** korisnika s knjižnicom (postoji čak 10 korisnika koji ni na koji način ne komuniciraju). Prosječno se koriste **2,5 načina** komunikacije. Polovina korisnika koristi dva načina komunikacije i manje, a druga polovina koristi dva načina komunikacije i više (medijan). Dominantna vrijednost je 1 (mod), ali su dosta velike i frekvencije iza nje. Prosječno odstupanje od prosjeka (standardna devijacija) je 1,6 što je dosta visoko tako da je koeficijent varijacije 64% (veća disperzija). Dakle, korisnici knjižnica dosta se međusobno razlikuju po broju korištenih načina komunikacije s knjižnicom. Ovi rezultati opisuju učestalost i način komunikacije korisnika s knjižnicom jer je veći broj komunikacija preduvjet za bolju informiranost korisnika o uslugama,

događanjima i novostima u njihovoj knjižnici.

Korisnici koji komuniciraju s knjižnicom putem društvene mreže koji su odgovorili na pitanje (10 u upitniku – Prilog 2.) o zadovoljstvu tom komunikacijom prikazani su u kontingencijskoj Tablici 113. Spajanje djelomično zadovoljnih i nezadovoljnih korisnika je bilo nužno zbog premalih frekvencija svake od tih dviju kategorija. Pomoću hi-kvadrat testa se želi provjeriti postoji li između komuniciranja knjižnica putem društvenih mreža (redovnog, povremenog, nikakvog) i zadovoljstva korisnika statistički značajna povezanost.

Tablica 113.			
Komunikacija knjižnice s korisnikom putem društvene mreže	Zadovoljan korisnik	Djelomično zadovoljan korisnik i nezadovoljan korisnik	Ukupno
a) da, redovito	111	60	117
c) da, povremeno	54	22	76
b) ne	5	18	23
Ukupno	170	46	216

Rezultati testa ($\chi^2 = 65,430$ $df = 2$ $N = 216$ $p < 0,001$) pokazuju da **između komuniciranja knjižnica s korisnicima putem društvenih mreža (redovnog, povremenog, nikakvog) i zadovoljstva korisnika postoji statistički značajna povezanost** ($p < 0,001$). Među onima s kojima knjižnica komunicira redovno putem društvene mreže 95% je zadovoljnih. Među onima s kojima knjižnica povremeno komunicira 71% je zadovoljnih. Među onima s kojima knjižnica ne komunicira putem društvene mreže 22% je zadovoljnih.

Prema zadovoljstvu korisnika društvenih mreža komunikacijom s knjižnicom korisnici se mogu podijeliti u tri grupe (pitanje 10. u upitniku): zadovoljni, djelomično zadovoljni i nezadovoljni. Da li pripadnici tih triju grupa ostvaruju podjednaki prosječni broj komunikacija s knjižnicom provjereno je pomoću F-testa odnosno usporedbe aritmetičkih sredina triju nezavisnih uzoraka.

Deskriptivni pokazatelji testa su sljedeći:

	N	Prosjek
zadovoljni	194	3,32
djelomično zadov.	36	3,06
nezadovoljni	18	1,61

Rezultati testa ($F = 6,293$ $p = 0,001$) pokazuju da **postoji statistički značajna razlika u prosječnom broju ostvarenih komunikacija navedenih podgrupa korisnika društvenih mreža**. Oni koji su nezadovoljni realiziraju prosječno najmanje komunikacija s knjižnicom, dok oni koji su zadovoljni ostvaruju prosječno dvostruko više načina komunikacije s knjižnicom.

5.4.6.5. Analiza uspješnosti djelovanja knjižnica prema podacima iz ankete ravnatelja/voditelja narodnih knjižnica

Kako su podaci o djelovanju knjižnica gotovo isključivo izraženi na nominalnoj mjestnoj skali nisu prikladni za klaster analizu. Međutim, u inferencijalnoj statističkoj analizi bilo je formirano nekoliko numeričkih varijabli koje bi uz primjenu određenog sistema bodovanja kvalitativnih (nenumeričkih) varijabli mogle izraziti uspješnost djelovanja knjižnica i prema toj uspješnosti knjižnice klasificirati u nekoliko grupa. Ova je provedeno uz korištenje sljedećih sedam odabranih parametara uspješnosti.

Tablica 114. Sedam odabranih parametara uspješnosti				
R. broj pitanja iz upitn.	Pitanje iz upitnika	Vrsta varij. *)	Min. bod.	Maks. bod.
9	Sa koliko se suvremenih alata najčešće služi knjižnica	N	0	5
9	Sa koliko se klasičnih alata najčešće služi knjižnica	N	0	7
11	Koristi li knjižnica društvene mreže za komunikaciju	K	0	1
15	Ima li knjižnica otvoren profil/stranicu/grupu na nekoj društvenoj mreži	K	0	1
16	Broj vrsti objava na društvenim mrežama	N	0	11
18	Vrsta komunikacije s korisnicima na društvenoj mreži	K	0	2
19	Provođenje ankete od strane knjižnice putem društvene mreže	K	0	1

*) N = kvalitativna varijabla iz ankete knjižnica

K = numerička varijabla formirana na osnovu kvalitativne varijable iz ankete knjižnica

Prema ovom sistemu bodovanja najmanje uspješna knjižnica bi imala 0 bodova, a najuspješnija knjižnica 28 bodova. Taj se raspon može smatrati dovoljno diskriminantnim i prikladnim za klasificiranje knjižnica u barem tri grupe prema uspješnosti djelovanja. Naravno, njemu se može prigovoriti da nije nekim parametrima dao dovoljnu težinu odnosno da je nekim dao prevelik značaj (ponder), ali ponekad i uz takvo zbrajanje može se dobiti neka vrsta pokazatelja uspješnosti. U nastavku je objašnjen detaljnije sistem bodovanja svakog pojedinog parametra uspješnosti.

Tablica 115. Bodovanje svakog pojedinog parametra uspješnosti			
R.b. pit.	Obilježje	Oblik obilježja	Broj bodova
9	Sa koliko se suvremenih alata najčešće služi knjižnica		
		nijednim alatom	0
		jednim alatom	1
		dva alata	2
		tri alata	3
		četiri alata	4
		pet alata	5
9	Sa koliko se klasičnih alata najčešće služi knjižnica		
		nijednim alatom	0
		jednim alatom	1
		dva alata	2
		tri alata	3
		četiri alata	4
		pet alata	5
		šest alata	6
		sedam alata	7
11	Koristi li knjižnica društvene mreže za komunikaciju		
		ne	0
		da	1
15	Ima li knjižnica otvoren profil/stranicu/grupu na nekoj društvenoj mreži		
		ne	0
		da	1
16	Broj vrsti objava na društvenim mrežama		
		nijedna	0
		jedna	1
		dvije . . . itd. do 11	2 - 11
18	Vrsta komunikacije s korisnicima na društvenoj mreži		
		uvijek dvosmjerna	2
		povremeno dvosmjerna	1
		jednosmjerna	0
19	Provođenje ankete od strane knjižnice putem društvene mreže		
		ne	0
		da	1

Nakon primjene opisanog sistema bodovanja dobivena je distribucija 121 knjižnice

prema osvojenom broju bodova za uspješnost djelovanja (Tablica 116.). Broj bodova varira od 1 do 26, prosječno iznosi 13 bodova, dok je medijalna vrijednost 14. Disperzija je povećana ($12,96 \pm 6,937$ odnosno $\pm 53\%$). Naime, prostorni, kadrovski, organizacijski, tehnički i drugi uvjeti limitiraju uspješnost knjižnica, a ti su uvjeti dosta različiti u narodnim knjižnicama.

Tablica 116. Uspješnost djelovanja	
Broj bodova za uspješnost knjižnice	Broj knjižnica
1	1
2	3
3	6
4	9
5	7
6	6
7	2
8	11
9	5
10	-
11	1
12	3
13	5
14	3
15	2
16	8
17	12
18	7

19	4
20	7
21	7
22	1
23	5
24	4
25	1
26	1
Ukupno	121

Na osnovu vrijednosti kvartila ($Q_1 = 6$, $Q_3 = 18,5$) knjižnice su podijeljene u tri grupe prema uspješnosti. U prvoj i trećoj grupi je približno četvrtina knjižnica, dok je u drugoj grupi približno polovina knjižnica (Tablica 117.).

Tablica 117. Uspješnost djelovanja	
Broj bodova za uspješnost knjižnice	Broj knjižnica
1 – 6	32
7 – 18	59
19 - 26	30
Ukupno	121

Ova novostvorena klasifikacija knjižnica na manje uspješne, srednje uspješne i više uspješne knjižnice može biti osnova za detaljniju analizu razlika između tih triju grupa knjižnica. Kvalitetu rezultata klasifikacije knjižnica prema uspješnosti njihovog djelovanja može da potvrditi hi-kvadrat test proveden na sljedećoj kontingencijskoj tablici (Tablica 118.).

Tablica 118. Kvaliteta rezultata klasifikacije knjižnica prema

uspješnosti njihovog djelovanja			
Grupe knjižnica prema uspješnosti djelovanja	Prisutnost knjižnice na društvenim mrežama		
	da	ne	Ukupno
manje uspješne (1-6)	-	32	32
srednje uspješne (7-18)	43	16	59
više uspješne (19-26)	30	-	30
Ukupno	73	48	121

Dobiveni rezultati u hi-kvadrat testu ($\chi^2 = 72,276$ df = 2 N = 121 p < 0,001) **pokazuju statistički značajnu povezanost između prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama (da, ne) i uspješnosti djelovanja knjižnica (manja, srednja veća) budući da je p < 0,001.**

5.5. Rasprava

U Hrvatskoj, narodne knjižnice su prisutne na društvenim mrežama, nudeći korisnicima neformalniju komunikaciju, interaktivnost i nove vrste usluga i sadržaja što je dokazano u nizu ranije provedenih istraživanja (primjerice Benčec,²⁷² Hebrang Grgić i Mučnjak,²⁷³ Mučnjak i Hebrang Grgić,²⁷⁴ Pšenica, Šalamon-Cindori i Vlahov,²⁷⁵ Hebrang Grgić i Mučnjak,²⁷⁶). Rezultati provedenih istraživanja mogu se usporediti s rezultatima istraživanja provedenog za potrebe ovog rada u onom dijelu koji se odnosi na broj narodnih knjižnica prisutnih na društvenim mrežama, ispravnost korištenja društvenih mreža, broj objava u smislu raspršenosti i vrste društvenih mreža koje se koriste. S obzirom na različite parametre i vremensko trajanje istraživanja, sadržaj i broj objava na pojavnostima narodnih knjižnica na društveni mrežama te broj „prijatelja“ odnosno „pratitelja“ pojavnosti narodnih knjižnica nije moguće uspoređivati, ali, u kombinaciji s rezultatima ovog istraživanja, pokazuju pravac u kom se kreću narodne knjižnice kada se razmatra problematika društvenih mreža i njihovog korištenja za potrebe razvoja novih knjižničnih službi, usluga i komunikacije s korisnicima.

²⁷² Benčec, Maja. Nav. dj.

²⁷³ Hebrang Grgić, Ivana.; Dorja Mučnjak. Nav. dj.

²⁷⁴ Mučnjak, Dorja; Ivana Hebrang Grgić. Nav. dj.

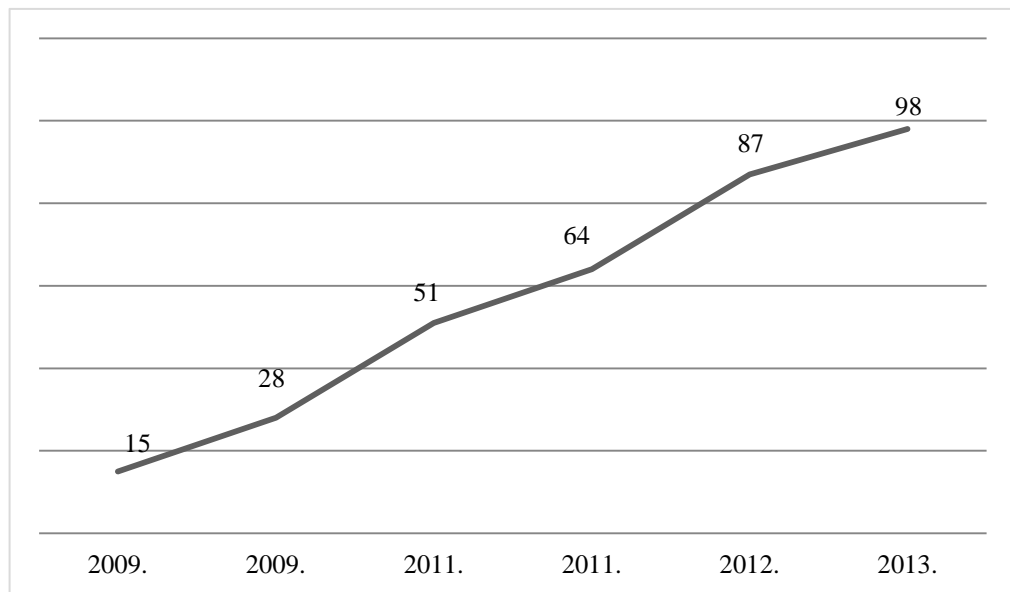
²⁷⁵ Davorka Pšenica; Breza Šalamon-Cindori; Darjan Vlahov. Nav. dj.

²⁷⁶ Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Nav. dj. (2015.)

Smatrajući kako je ovo vrlo važan problem koji je potrebno dublje analizirati, autorica je, nadovezujući se na prethodna istraživanja, istražila ovu problematiku utvrđivanjem suvremenosti komunikacijskih alata kojima se knjižničari koriste za komunikaciju s korisnicima i javnošću, postojanja, suvremenosti i interaktivnosti službenih internetskih stranica hrvatskih narodnih knjižnica, integriranost društvenih mreža na službenim internetskim stranicama, utvrđivanjem i analizom razlika u korištenju društvenih mreža u hrvatskim narodnim knjižnicama s obzirom na niz parametara kao što su status knjižnica, broj zaposlenih, stručna sprema zaposlenih stručnih djelatnika, zaposlenost informatičara, utvrđivanjem stava ravnatelja/voditelja hrvatskih narodnih knjižnica prema društvenim mrežama i njihovu percepciju društvenih mreža kao komunikacijskog alata, utvrđivanjem koliko su korisnici upoznati s uslugama koje im se na ovaj način pružaju odnosno jesu li uopće upoznati s tim da su narodne knjižnice prisutne na društvenim mrežama, kakav je njihov stav u odnosu na takav način komunikacije i virtualne usluge, zadovoljstvo takvom vrstom komunikacije i utvrđivanjem razlika između knjižnica i korisnika u percepciji knjižničnih usluga na društvenim mrežama. Zbog toga je istraživanje provedeno za potrebe ovog rada, osim promatranja stvarne aktivnosti narodnih knjižnica na društvenim mrežama, vrsta i broja objavljenih sadržaja i vrsta pojavnosti, uključilo i analizu službenih internetskih stranica narodnih knjižnica, anketiranje ravnatelja/voditelja narodnih knjižnica i anketiranje korisnika, radi stjecanja dubljeg i potpunijeg uvida u stanje te izrade smjernica za razvoj usluga knjižnica na društvenim mrežama.

Prvi dio istraživanja obuhvatio je 61% svih hrvatskih narodnih knjižnica što predstavlja relevantan uzorak iz kojega su dobiveni valjani zaključci. Drugi dio istraživanja, onaj koji je bio proveden na korisnicima hrvatskih matičnih knjižnica, obuhvatio je 843 osobe. Zbog nemogućnosti kontrole nad ispunjavanjem anketnih listića te relativno nejednakog broja ispitanika u svakoj knjižnici gdje je anketiranje provedeno, dobiveni rezultati ne dopuštaju zaključivanje o cijeloj populaciji, ali ukazuju na stanje koju treba uzeti u obzir. Treći dio istraživanja obuhvatio je, u svom prvom dijelu 76,5% hrvatskih narodnih knjižnica prisutnih na Facebooku dok je u drugom dijelu obuhvatio 100% hrvatskih narodnih knjižnica zbog čega su rezultati dobiveni istraživanjem relevantni te su iz njih dobiveni valjani zaključci.

Prisutnost hrvatskih narodnih knjižnica na društvenim mrežama može se pratiti od 2009. (Grafikon 43.) kada je Pažur Vojvodić²⁷⁷ utvrdila prisutnost narodnih knjižnica na društvenim mrežama (13 pojavnosti narodnih knjižnica na Facebooku i dvije pojavnosti dječjih odjela narodnih knjižnica – 6 stranica, 2 profila, 7 grupa).



Grafikon 43. Rast prisutnosti narodnih knjižnica na Facebooku

Istraživanje iz 2011.²⁷⁸ pokazalo je prisutnost 51 narodne knjižnice sa 56 pojavnosti na Facebooku, što znači da su neke knjižnice imale više pojavnosti. Također, postojala je i neažurnost u objavljivanju sadržaja i velika aktivnost malog broja knjižnica (56% svih objava objavilo je 16% knjižnica, 17 od 51 knjižnice imalo je potpuno neaktivnu pojavnost tijekom promatranog razdoblja). Uspoređujući to sa ovim istraživanjem problemi su slični, za većinu objavljenih sadržaja odgovorna je manjina knjižnica, točnije 10% praćenih knjižnica odgovorno je za 35% objavljenih sadržaja odnosno 32% praćenih knjižnica prisutnih na Facebooku objavilo je čak 73% svih sadržaja, 98 knjižnica bilo je prisutno sa 103 pojavnosti. Sami sadržaji objava raznolikiji su i zastupljeniji sada nego što su bili tada.

²⁷⁷ Pažur Vojvodić, Ivana. Nav. dj.

²⁷⁸ Benčec, Maja. Nav. dj.

Daljnji rast može se pratiti kroz istraživanja koja su rađena krajem 2011.²⁷⁹ i početkom 2012.²⁸⁰ Oba istraživanja bila su usmjerena na narodne knjižnice kojih je tada bilo 64 prisutnih na Facebooku, a istraživanje rađeno početkom 2012. pokazalo je da su narodne knjižnice na Facebooku predstavljene sa 30 stranica, 29 profila i 5 grupa. Prema istraživanju iz srpnja 2012.²⁸¹ na Facebooku je bilo prisutno 87 narodnih knjižnica sa 41 stranicom, 38 profila i 8 grupa. Uspoređujući to sa rezultatima ovog istraživanja (57 stranica, 37 profila, 4 grupe ili 58% stranica, 38% profila, 4% grupa) prisutnost narodnih knjižnica na Facebooku i dalje je u porastu, a stanje se, po pitanju ispravnosti korištenja Facebook pojavnosti popravilo, iako i dalje više od trećine narodnih knjižnica na Facebooku ima otvorene profile što je u neskladu sa Facebookovom „Izjavom o pravima i odgovornostima“.²⁸²

Što se tiče podataka iz ovog istraživanja, koji se ne mogu usporediti s podacima dobivenim ranijim istraživanjima, oni otkrivaju i cijeli niz drugih problema vezanih uz implementaciju suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija u knjižnične usluge hrvatskih narodnih knjižnica.

Analiza podataka dobivenih anketiranjem ravnatelja/voditelja narodnih knjižnica pokazala je da broj stručnih djelatnika u knjižnici utječe na alate kojima se knjižnice koriste za komunikaciju s korisnicima. Veličina knjižnice i broj zaposlenih utječu i na korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama (matične knjižnice sklonije su korištenju suvremenih komunikacijskih alata od gradskih i općinskih knjižnica), isto kao što na to utječe i činjenica imaju li knjižnice zaposlenog informatičara ili ne. Knjižnice koje imaju zaposlenog informatičara aktivnije su na društvenim mrežama, a pored toga se koriste i suvremenijim alatima za komuniciranje, uključujući i mogućnosti koje im pruža korištenje službenih internetskih stranica knjižnice i elektroničke pošte.

Nadalje, što je knjižnica veća (u odnosu na ispravno korištenje profila, stranica ili grupa na društvenim mrežama, gradske i općinske knjižnice zaostaju za matičnim knjižnicama), odnosno što je više zaposlenih i ispravnost korištenja društvenih mreža

²⁷⁹ Hebrang Grgić, Ivana; Dorja Mučnjak. Nav. dj.

²⁸⁰ Mučnjak, Dorja; Ivana Hebrang Grgić. Nav. dj.

²⁸¹ Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Nav. dj. (2015.)

²⁸² Statement of Rights and Responsibilities. [citirano: 2013-05-31]. Dostupno na <https://www.facebook.com/legal/terms>

također je veća. Hoće li knjižnica koristiti društvene mreže na isparavan način, ovisi i o tome da li je u knjižnici zaposlen informatičar ili nije.

Sadržaji koji se objavljuju na društvenim mrežama ne ovise o veličini knjižnice i broju zaposlenih. Isto tako, veličina knjižnice ili broj zaposlenih ne utječu niti na opći stav knjižnica prema društvenim mrežama. Starost stručnih djelatnika i njihova stručna sprema također ne utječu na korištenje i stav prema društvenim mrežama u uslugama hrvatskih narodnih knjižnica.

Nekorištenje drugih društvenih mreža nije u korelaciji s veličinom knjižnice, brojem zaposlenih ili zapošljavanjem informatičara. Zastupljenost drugih društvenih mreža u odnosu na Facebook u svim knjižnicama je zanemariva i ne postoji značajna razlika između gradskih, matičnih i općinskih knjižnica. To pokazuje kako se knjižničari ograničavaju u mogućnostima koje im pružaju specijalizirane društvene mreže kao što su YouTube ili Flickr, svodeći komunikaciju i razvoj virtualnih usluga na samo jednu društvenu mrežu.

S obzirom na nesklonost knjižničara da koriste bilo koju drugu društvenu mrežu osim Facebooka, može se zaključiti da knjižničari pokušavaju pratiti trendove, ali i da ih ne razumiju i ne koriste u punom potencijalu.

Više od 60% sudionika ankete (ravnatelji/voditelji narodnih knjižnica) korištenje društvenih mreža vidi kao samo još jednu od mogućnosti što je s jedne strane pozitivno jer se time pokazuje trezveno razmišljanje o novostima koje ulaze u knjižnice, ali je s druge strane negativno jer ukazuje na određenu pasivnost narodnih knjižnica i njihovu nesklonost prema promjenama. Niti jedan sudionik ankete njihovo korištenje ne smatra pomodarstvom što ukazuje na to da su svjesni da su društvene mreže tehnologija koje će se dalje razvijati, u ovom ili nekom drugom obliku.

Analizom podataka dobivenih anketiranjem korisnika matičnih knjižnica utvrđeno je kako se više od polovine ispitanika za informiranje koristi službenim internetskim stranicama knjižnice, a zatim slijedi usmeno informiranje, informiranje putem plakata na vidljivim mjestima u javnosti i informiranje putem plakata u knjižnici. Na načine informiranja ne utječe stručna sprema ispitanika niti spol ispitanika, međutim dob ispitanika pokazuje da su mlađi ispitanici skloniji suvremenijim načinima komunikacije.

Informiranost ispitanika o prisustvu knjižnice na nekoj društvenoj mreži ne ovisi niti o spolu, niti o dobi, niti o stručnoj spremi. Općenito, ispitanici ne znaju imali li knjižnica neki oblik pojavnosti na društvenim mrežama. Ispitanici koji znaju ili pretpostavljaju da je knjižnica prisutna na društvenim mrežama, smatraju da je ta društvena mreža Facebook i nema značajne razlike s obzirom na stručnu spremu i spol, ali ima s obzirom na starost ispitanika. Mlađi ispitanici i ispitanici srednje dobi u većini slučajeva smatraju da se radi o Facebooku, za razliku od ispitanika starije životne dobi od kojih jedna trećina smatra da se radi o Facebooku, jedna trećina smatra da je to Google+, a jedna trećina ne zna.

Većina ispitanika (više od 70%) ne prati knjižnice na društvenim mrežama i nema razlike ako se taj podatak gleda iz perspektive stručne spreme, spola ili dobne starosti.

Ispitanici su odgovorili kako se najviše objava knjižnica na društvenim mrežama odnosi na obavijesti i pozive na događanja te novosti dok su ostali sadržaji zastupljeni sa manje od 50%. Međutim, kada se odgovori ispitanika analiziraju prema starosti, stručnoj spremi i spolu, vidljiva je velika razlika u odnosu na stručnu spremu gdje su sadržaji potpuno drugačije raspoređeni odnosno, dvije navedene kategorije ne iskaču bitno od ostalih ponuđenih vrsta sadržaja.

Manje od pola ispitanika koji prate knjižnice na društvenim mrežama odgovorilo je kako je komunikacija s knjižnicom na društvenim mrežama uvijek dvosmjerna, ali je više od 70% tih ispitanika odgovorilo i kako je zadovoljno komunikacijom. Analizom podataka prema spolu pokazuje se kako 45% žena smatra da je komunikacije dvosmjerna dok 40% muškaraca smatra da nije. Što se tiče zadovoljstva komunikacijom, ne postoji razlika s obzirom na spol, starost ili stručnu spremu.

Odgovori ispitanika o tome da li je dobro što je knjižnica prisutna na društvenim mrežama podjednako su raspoređeni između odgovora da je to dobro i odgovora da nemaju mišljenje o tome. Razlika postoji kada se ti rezultati sagledaju s obzirom na stručnu spremu pri čemu se pokazuje da su učenici i osobe visoke stručne spreme/magistri struke skloniji mišljenju da je to dobro u odnosu na ostale stručne spreme. S obzirom na starost, osobe starije životne dobi imaju izraženije mišljenje da nemaju mišljenje o tome, u odnosu na ostale ispitanike. Činjenica da 45% ispitanika smatra prisutnost knjižnica na društvenim mrežama dobrim, a da ih pritom 70% ne prati knjižnice na društvenim mrežama odnosno da ih 56% ne zna ima li knjižnica pojavnost

na nekoj od društvenih mreža pokazuje da interes korisnika za takvu vrstu usluga i komunikacije postoji, ali da ju knjižničari nisu iskoristili ili dovoljno promovirali.

Promatranjem stvarne aktivnosti knjižnica iz uzorka utvrđena je izuzetno velika razlika u učestalosti i broju objava među promatranim knjižnicama te neaktivnost ili slaba aktivnost 68% knjižnica iz uzorka. Ne postoji povezanost između veličine knjižnice u smislu broja zaposlenih ili statusa narodne knjižnice i razine aktivnosti na Facebook pojavnostima. Neujednačenost objava pokazuje kako je izrazita manjina knjižnica odgovorna za većinu objavljenih sadržaja.

Pozivi na događanja i zanimljivosti iz kulture, citati i zanimljivosti općenito, najčešće su objavljivani sadržaji, ali broj knjižnica koji je objavljivao sadržaje se u odnosu na vrste sadržaja razlikuje pa je najviše administratora Facebook pojavnosti knjižnica objavljivalo fotografije s događanja ili informacije o događanjima bez fotografija, informacije o novoj građi i preporuke te zanimljivosti iz knjižničarstva.

Na Facebook stranicama, administratori su postavili većinom ispravnu kategoriju „Library“. Takva mogućnost ne postoji za Facebook profile ili grupe. Također, na pojavnostima knjižnica postavljene su i dodatne informacije o knjižnici: adresa, broj telefona, radno vrijeme, adresa elektroničke pošte, pravila posudbe i sl. Međutim, promatrajući ukupan broj takvih podataka vidljivo je da je najviše knjižnica stavilo adresu i broj telefona (više od 80%), a zatim radno vrijeme i poveznicu na službene internetske stranice knjižnice (više od 60%). Ostali podaci o knjižnici, kao što su poslanje/djelatnost knjižnice, pravila posudbe, poveznica na OPAC, službena adresa elektroničke pošte premalo su zastupljeni. Dodatni podaci koji se mogu unijeti razlikuju se za profile, grupe i strance kao što se razlikuju i mjesta gdje se oni mogu unijeti. Problem s profilima je u tome što su dodatni podaci zapravo predviđeni za privatne osobe (primjerice datum rođenja, mjesto stanovanja, podaci o obrazovanju, podaci o obitelji i bračnom statusu, podaci o seksualnoj orijentaciji i tako dalje) pa administratori knjižničnih profila u tom dijelu nerijetko stavljaju osobne podatke kao što je završena škola, datum rođenja i sl. Također, nedovoljno je iskorištena i mogućnost dodavanja aplikacija koja je moguća samo na Facebook stranicama, ali se osim standardne aplikacije „Photos“ koja je zadana već u samim postavkama stranica, javlja jedino aplikacija „Events“ na 74% knjižničnih Facebook stranica. Ostale moguće aplikacije zastupljene su u gotovo zanemarivom postotku. Ako se ovi podaci promatraju prema

tome kolika je aktivnost knjižnica na Facebooku ili prema tome kakav je status knjižnica odnosno jesu li one matične, gradske i li općinske, nema poveznice između tih parametara i broja dodatno postavljenih podataka.

Zaštita privatnosti korisnika trebala bi knjižnicama biti vrlo važna i uobičajena praksa, međutim, pregledom dokumenata koje su knjižničari objavili na Facebooku, a tiču se zaštite privatnosti, objavlivanja fotografija ili ponašanja na Facebooku vidljivo je da su samo 4 knjižnice javno objavile dokument kojim upoznaju javnost za što će se koristiti fotografije slikane u knjižnici i objavljene na Facebooku te u njemu pozivaju sve one koji ne žele da se njihove fotografije ili fotografije njihove djece objavljuju javno obrate knjižnici kako bi se sporne fotografije uklonile s Facebooka. Od njih jedna knjižnica takav dokument ima objavljen samo na službenoj internetskoj stranici knjižnice, ali ne i na samom Facebooku, jedna knjižnica taj je dokument objavila samo na Facebooku, a dvije su ga objavile i na Facebooku i na internetskoj stranici knjižnice. Radi se o dvije matične knjižnice, jednog gradskoj i jednoj općinskoj knjižnici. Jedna gradska knjižnica objavila je dokument o prihvatljivom i neprihvatljivom ponašanju na svojoj Facebook stranici. S druge pak strane, čak su administratori 24 knjižnične pojavnosti na Facebooku objavili fotografije s događanja u knjižnicama. Fotografije su činile 10% od ukupnog broja objava na pojavnostima promatranih knjižnica.

Nedostatak pisanih, javno dostupnih dokumenata o pravilima korištenja Facebook stranica knjižnica, zaštiti privatnosti i objavlivanju fotografija također ukazuje na nerazumijevanje knjižničara spram prednosti i opasnosti koje predstavljaju društvene mreže čime se narušavaju IFLA-in i HKD-ov Etički kodeks²⁸³ koji zagovaraju slobodu protoka informacija, ali i dužnost ravnatelja/voditelja i djelatnika knjižnica da zaštite svoje korisnike, kako svojim ponašanjem tako i razvojem informacijske pismenosti i knjižničara i korisnika. U ovom smislu nema razlike promatraju li se knjižnice prema tome imaju li zaposlenog informatičara, koliki je broj stručnih djelatnika ukupno ili kakav je status knjižnice.

Usporedna analiza odgovora anketiranih sudionika prva dva dijela istraživanja te podataka prikupljenih promatranjem stvarne aktivnosti narodnih knjižnica na Facebooku ukazuje na velike razlike u prikupljeni podacima u onom dijelu koji se može

²⁸³ Etički kodeks Hrvatskoga knjižničarskog društva. [citirano: 2013-05-31.]. Dostupno na http://www.hkdrustvo.hr/hr/eticki_kodeks/

usporediti kao što su načini komunikacije s korisnicima, sadržaji koji se objavljuju na društvenim mrežama, zadovoljstvo korisnika i stav knjižničara prema društvenim mrežama.

U pripremnoj fazi trećeg dijela istraživanja utvrđena je prisutnost samo 98 narodnih knjižnica na Facebooku što je manje od polovine ukupnog broja svih hrvatskih narodnih knjižnica. Kada se tom podatku pridoda i podatak o slaboj aktivnosti knjižničara na postojećim pojavnostima knjižnica na Facebooku jasno je kako se u narodnim knjižnicama ovakve usluge ne planiraju niti se sustavno radi na njihovom razvoju.

Prema Popisu stanovništva,²⁸⁴ Republika Hrvatska imala 4 284 889 osoba od kojih je 948 362 osoba bilo mlađe od 14 godina, a prema podacima preuzetim s internetske stranice „socialbakers.com“ na dan 31. svibnja 2013.²⁸⁵, u Hrvatskoj je bilo 1 633 440 privatnih korisnika Facebooka. To znači da se, ako se izuzmu mlađi od 14 godina²⁸⁶, 49% stanovništva koristilo se Facebookom. Izuzmu li se iz broja stanovništva i stariji od 75 godina, postotak korisnika Facebooka raste na 54,6%. U 2012. narodne knjižnice obuhvaćene ovim istraživanjem imale su ukupno 364 229 članova od kojih je 257 110 bilo starije od 14 godina²⁸⁷ dok je ukupan broj stanovnika u gradovima i općinama obuhvaćenim ovim istraživanjem bio (prema Popisu iz 2011.) 1 844 717 osoba od kojih je 1 569 704 bilo starijih od 14 godina. Facebook pojavnosti praćenih knjižnica imale su 52 450 „prijatelja“/„pratitelja“ na Facebooku, što je u prosjeku 832 osobe po knjižnici. Prema tome, 16% stanovnika s ovih područja bili su članovi narodnih knjižnica, a samo je 20% od ukupnog broja članova knjižnica pratilo je knjižnice na Facebooku (ako se smatra da su svi „prijatelji“ ujedno i članovi knjižnica). Oni su samo 3,3% ukupnog broja stanovništva u Hrvatskoj koje se tada koristilo Facebookom, što je izuzetno nizak postotak. Ako se uzme u obzir gore naveden podatak o 49% stanovništva koji se koriste Facebookom jasno je kako narodne knjižnice propuštaju iskoristiti mogućnosti koje im se pružaju korištenjem novih tehnologija, a koje im mogu omogućiti kontakt i s onim

²⁸⁴ Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine.

<http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/censuslogo.htm> . [citirano: 2013-05-31.]

²⁸⁵ Facebook statistics by country. [citirano: 2013-05-31.]. Dostupno na:

<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> [citirano: 2013-05-31.]

²⁸⁶ Facebook zabranjuje korištenje svojih stranica osobama mlađim od 13 godina. [citirano: 2013-05-31.].

Dostupno na: <https://www.facebook.com/help/345121355559712/>

²⁸⁷ Podaci o broju članova dobiveni su od Zavoda za knjižničarstvo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, a dio su statističkih podataka za 2012. godinu koju su prikupili voditelji županijskih matičnih službi.

osobama koje nisu članovi knjižnica, veću vidljivost u javnosti i pozitivnu sliku o knjižnici kao suvremenom informacijsko-komunikacijskom središtu lokalne zajednice.

Anketirani ravnatelji/voditelji knjižnica odgovorili su kako se 68 knjižnica najčešće koriste Facebookom, ali je promatranjem je utvrđeno da Facebook pojavnost imaju 63 knjižnice. Što se tiče vrste Facebook pojavnosti, samo 36 pojavnosti bilo je jednako navedeno u anketi u odnosu na promatranje. Za ostale pojavnosti utvrđeno je da su u stvarnosti drugačije nego što su navedene u anketi. Dakle, osobe koje su ispunjavale anketu ili nisu imale točne podatke ili nisu znale razliku između profila, grupa i stranica.

Kada se promotre podaci koji se odnose na načine komuniciranja između knjižnica i korisnika vidljivo je kako se ispitani korisnici u puno manjem omjeru koriste svim vrstama ponuđenih alata za komunikaciju nego što to navode sudionici ankete za ravnatelje/voditelje knjižnica te iz te ankete posebno izdvojene matične knjižnice u kojima su anketirani korisnici.

Internetske stranice najzastupljenije su među korisnicima, a ostali suvremeni komunikacijski alati, kao što su društvene mreže i elektronička pošta daleko su ispod očekivanih rezultata iako je mlađa generacija korisnika bila najzastupljenija među ispitanim korisnicima.

S obzirom na to da 56% ispitanih korisnika nije znalo koristi li knjižnica neku od društvenih mreža, a istodobno se u velikoj većini matičnih knjižnica, u kojima je provedeno istraživanje korisnika, društvene mreže koriste, dovodi do zaključka kako knjižničari ne promoviraju takve usluge odnosno ne razumiju da je za postizanje stvarne vrijednosti takvih usluga na njima potrebno i sustavno raditi ili nisu zainteresirani za dodatno promoviranje i razvoj. Ovu tvrdnju potvrđuje i usporedna analiza sadržaja objava knjižnica na Facebooku prema odgovorima anketiranih korisnika, te odgovorima anketiranih voditelja/ravnatelja matičnih knjižnica i promatranja aktivnosti matičnih knjižnica na Facebooku koji se bitno razlikuju jedni od drugih.

Usporedi li se stvarna aktivnost promatranih knjižnica te podaci prikupljeni anketnim ispitivanjem ravnatelja/voditelja narodnih knjižnica, u onom dijelu koji se odnosi na sadržaje objava na Facebooku, pokazuje se značajna razlika koja nema veze s tim da li se radi o matičnoj, gradskoj ili općinskoj knjižnici. Ova razlika ukazuje na to da ili

osoba (ravnatelj/voditelj knjižnice) koja je ispunjavala anketu nije upoznata s onim što se objavljuje na pojavnosti knjižnice na Facebooku ili nije dala točne podatke.

Što se tiče razmišljanja korisnika o prisutnosti društvenih mreža u uslugama knjižnica te mišljenja knjižničara o društvenim mrežama kao potencijalnom komunikacijskom alatu i tu postoji razlika jer 68% korisnika koji su odgovorili na ovo pitanje smatra to dobrim uz obrazloženje da to osigurava dostupnost informacija i pomaže knjižnicama da idu ukorak s vremenom. Zanimljivo je kako su ravnatelji/voditelji odgovarajući na anketu u 64% slučajeva odgovorili kako društvene mreže vide samo kao još jednu u nizu mogućnosti. Na ovo se mogu nadovezati i podaci o tome da u većini knjižnica čiji su ravnatelji/voditelji sudjelovali u istraživanju, nisu provedena istraživanja korisničkog mišljenja o zadovoljstvu uslugama knjižnica na društvenim mrežama što, još jednom, ukazuje na određenu nezainteresiranost knjižničara da takve usluge uvedu i/ili razvijaju.

Službene internetske stranice dio su suvremenih komunikacijskih alata, a postojanje službenih internetskih stranica narodnih knjižnica i prisutnost alata weba 2.0 na njima može se pratiti od 2009. kada su Lasić-Lazić, Banek Zorica i Bubaš²⁸⁸ napravili istraživanje temeljem kojeg je ustanovljeno da 44 narodne knjižnice imaju internetske stranice koje se sastoje od više od jedne stranice, ali niti jedna nije na sebi imala integriran neki od alata weba 2.0. U odnosu na navedene rezultate, situacija je danas²⁸⁹ nešto bolja jer aktivne internetske stranice imaju 74 narodne knjižnice, što je porast od 65%. Međutim, iako sada dio knjižnica na svojim internetskim stranicama ima i alate weba 2.0 kao što su poveznice na Facebook ili Twitter i mogućnost „lajkanja“ nekog objavljenog sadržaja, činjenica da čak 124 narodne knjižnice, odnosno 62,6% svih narodnih knjižnica u Hrvatskoj, uopće nemaju aktivne internetske stranice ukazuje na to da su hrvatske narodne knjižnice nedovoljno okrenute prema suvremenim komunikacijskim alatima.

Što se tiče knjižnica čije su pojavnosti praćene na Facebooku, od 63 knjižnice, 42 imaju aktivne internetske stranice, ali samo ih 27 ima poveznicu sa stranice na Facebook. Nadalje, anketa korisnika pokazala je kako se za informiranje najčešće koriste upravo službenim internetskim stranicama knjižnica. Radilo se o korisnicima

²⁸⁸ Lasić-Lazić, Jadranka; Mihaela Banek Zorica; Goran Bubaš. Nav. dj.

²⁸⁹ Na dan, 30. svibnja 2013. godine

matičnih knjižnica koje, u velikoj većini i imaju aktivne internetske stranice. Međutim, bez obzira na to što su ispitanici bili korisnici matičnih knjižnica, taj podatak pokazuje da su korisnici naučeni informacije koje ih zanimaju tražiti na internetu, a s obzirom na broj korisnika Facebooka u Hrvatskoj, koji su ujedno i korisnici interneta, očito je da situacija u kojoj 124 narodne knjižnice nemaju aktivne internetske stranice nije pozitivna niti održiva za narodne knjižnice jer odražava visoku razinu nedostatka suvremenih komunikacijskih alata i usluga što je za knjižnice, koje bi trebale biti informacijska središta, opremljena novim tehnologijama, u kojima su zaposleni informacijski stručnjaci koji razumiju, koriste i podučavaju korisnike novim informacijsko-komunikacijskim tehnologijama, porazno.

Neaktivnost ili nepostojanje službenih internetskih stranica narodnih knjižnica ukazuje na to kako hrvatske narodne knjižnice nisu usvojile paradigmu weba 2.0, staromodne su u odnosu na primjenu novih komunikacijskih alata i komunikaciju putem njih. Čak i knjižnice koje se koriste Facebookom, a imaju aktivne internetske stranice u velikom dijelu na tim stranicama nemaju poveznicu na Facebook, stranice su statične, bez mogućnosti dodavanja sadržaja koje stvaraju korisnici i integriranih drugih alata weba 2.0. To znači da je smisao weba 2.0, čija je ideja vodilja uzajamna suradnja između „vlasnika“ mrežnog mjesta i korisnika i stvaranje, okupljanje i dijeljenje korisnički stvorenih sadržaja gotovo nepoznata većini hrvatskih narodnih knjižnica.

Usporedbom ovog istraživanja s drugim istraživanjima provedenim nad hrvatskim narodnim knjižnicama pokazuje se da su društvene mreže iz godine u godinu sve prisutnije u uslugama narodnih knjižnica, ali i da su problemi kontinuirano isti – ograničavanje na samo jednu društvenu mrežu²⁹⁰, neažurno objavljivanje, manjina knjižnica odgovorna za većinu objavljenih sadržaja, nepoštivanje Facebookovih pravila u smislu korištenja profila umjesto stranica. Uz navedene probleme koji se ponavljaju, ovim su istraživanjem utvrđeni i drugi problemi: nepostojanje pisanih i javno dostupnih dokumenata o pravilima korištenja i ponašanja te zaštiti osobnih podataka korisnika na pojavnostima knjižnica na Facebooku, uključujući i fotografije, neispitivanje korisničkog mišljenja, nesustavno i neplansko razvijanje suvremenih virtualnih usluga, korisničko nepoznavanje i nekorisćenje usluga knjižnica na Facebooku, nepostojanje ili neaktivnost službenih internetskih stranica narodnih knjižnica i niska razina

²⁹⁰ Davorka Pšenica; Breza Šalamon-Cindori; Darjan Vlahov. Nav. dj.

integriranosti web 2.0 alata na postojećim stranicama. Iz toga se zaključuje da se ovakvoj vrsti usluga ne pristupa s unaprijed promišljenim ciljevima i planom razvoja te se knjižničari ne informiraju o pravilima i uvjetima korištenja društvene mreže koju su odlučili koristiti za potrebe razvoja knjižničnih usluga što ukazuje i na određenu razinu informacijske nepismenosti knjižničara, administratora pojavnosti na Facebooku, ali i onih čije knjižnice takve ili slične usluge niti ne nude.

5.6. Smjernice za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama

Pojavnost knjižnice na društvenoj mreži nadopuna je postojećoj službenoj internetskoj stranici knjižnice. Ukoliko knjižnica nema službenu internetsku stranicu, poavnost knjižnice na promišljeno odabranoj društvenoj mreži može biti dobra, ali privremena alternativa te bi se trebalo usmjeriti i na to da knjižnica ima i službenu internetsku stranicu. Društvene su mreže vrlo nestalne zbog čega su knjižnice koje ih koriste umjesto službenih internetskih stranica u stalnoj opasnosti od ukidanja društvene mreže čime se gube i svi objavljeni sadržaji ili gubitka interesa javnosti jer se pojavila nova društvena mreža ili novi trend u komunikaciji. Društvene mreže u profesionalnom, knjižničarskom smislu pružaju mogućnost za ostvarivanje kontakta i sa onim osobama koje inače ne posjećuju internetske stranice knjižnice ili ne dolaze u knjižnicu i stvaranje interaktivnih usluga u virtualnom svijetu, međutim nisu i ne mogu biti adekvatna i potpuna zamjena za službene internetske stranice.

Kao i za svaku drugu novu aktivnost ili uslugu koja se planira provoditi u knjižnici, tako je i za korištenje društvenih mreža potrebno planiranje i osmišljavanje ciljeva koji će se na taj način ostvariti jer, iako korištenje društvenih mreža neće zahtijevati dodatna financijska sredstva (primjerice, uvođenje zbirke i usluga za slijepe i slabovidne osobe zahtijeva dodatna financijska sredstva za nabavu građe i opreme), korištenje društvenih mreža zahtijevat će trajnu angažiranost jednog ili više djelatnika što treba uzeti u obzir kod planiranja redovne djelatnosti i redovnih aktivnosti knjižnice. Jednako tako potrebno je, nakon nekog vremena od implementacije usluga na društvenim mrežama, napraviti njihovu evaluaciju kako bi se utvrdilo jesu li opravdane, uspješne ili je potrebno promijeniti pristup kako bi se zacrtani ciljevi ostvarili.

Planiranje i provođenje knjižničnih aktivnosti i usluga na društvenim mrežama uključuje nekoliko 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.

Organizacija tima obuhvaća određivanje djelatnika u knjižnici koji će biti zaduženi za uvođenje, razvoj i održavanje aktivnosti knjižnice na društvenim mrežama. Ukoliko u knjižnici ne radi dovoljno djelatnika da bi se organizirao tim, za uvođenje, razvoj i održavanje usluga na društvenim mrežama može biti zadužena i samo jedna osoba. S planiranjem usluga na društvenim mrežama može se započeti u bilo koje doba godine jer usluge na društvenim mrežama ne zahtijevaju financijska sredstva koja je potrebno unaprijed planirati.

Idući korak je **istraživanje**. Istraživanje znači pregledavanje društvenih mreža, upoznavanje s njihovim osnovnim karakteristikama, namjenama i mogućnostima, pregledavanje literature o društvenim mrežama i implementaciji društvenih mreža u knjižnične usluge i kontaktiranje kolega koji su takve usluge već implementirali kako bi se dobile informacije o mogućim poteškoćama, odnosno prikupila pozitivna i negativna iskustva. S obzirom na veliku dostupnost informacija na internetu, službene internetske stranice knjižnica koje su već uspješno implementirale usluge na društvenim mrežama te aktivne „online“ knjižničarske grupe (primjerice International Librarians Network²⁹¹), komunikacija i prikupljanje informacija o iskustvima i „dobroj praksi“ praktična je i jednostavna. Ova faza trebala bi obuhvatiti i anketiranje korisnika odnosno ispitivanje javnog mišljenja o pokretanju nove usluge kako bi se utvrdila razina interesa te populacija koja bi takvom uslugom bila najobuhvaćenija.

²⁹¹ International Librarians Network homepage. <http://interlibnet.org/>. [citirano 2015-07-04]

Prikupljene informacije služe za *detaljnije određivanje ciljeva* koji se žele postići implementacijom društvenih mreža u usluge narodne knjižnice i *aktivnosti* koje bi mogle poslužiti za ostvarivanje tih ciljeva, ali i za identificiranje društvene mreže (ili više njih) koja je pogodna za ostvarivanje zacrtanih ciljeva. Ukoliko je cilj koji se želi postići veća vidljivost u javnosti i lokalnoj zajednici, Facebook i Twitter²⁹² mogu biti društvene mreže koje mogu ispuniti takav cilj jer su obje društvene mreže izuzetno popularne među korisnicima interneta. Također, ukoliko je jedan od ciljeva omogućiti dostupnost video zapisa s događanja koja su održana u knjižnici, YouTube²⁹³ može zadovoljiti takve potrebe i sl. *Identificiranjem* prema zacrtanim ciljevima određuje se koja društvena mreža (ili više njih) po svojim karakteristikama odgovara za ostvarivanje tih ciljeva.

Po odabiru društvene mreže (ili više njih) koja će se koristiti slijedi *faza informiranja o odabranim društvenim mrežama*. Ova faza predstavlja detaljno informiranje o odabranoj društvenoj mreži uključujući i iščitavanje pravila koja je postavio osnivač ili vlasnik društvene mreže kao što su zabrana objavljivanja uvredljivih sadržaja (primjerice sadržaji koji su rasistički, homofobni, pornografski i slično), poštivanje autorskih prava prilikom objave fotografija, umjetničkih reprodukcija, glazbenih i video sadržaja, dijelova književnih tekstova, vrsta pojavnosti namijenjena ustanovama i sl.

Nakon što je odabrana jedna ili više društvenih mreža koje će se koristiti za potrebe implementacije web 2.0 usluga, slijedi i detaljnije *planiranje aktivnosti i usluga* koje može biti utemeljeno na prikupljenim informacijama iz faze istraživanja. Također, određuje se i koja vrsta sadržaja će biti objavljivana na društvenoj mreži što znači da se sadržaji mogu ograničiti samo na promoviranje aktivnosti knjižnice i obavijesti koje je potrebno prosljediti korisnicima, fotografije, pozive na događanja ili se mogu proširiti i na zanimljivosti iz kulture i znanosti, na obavijesti koje se tiču drugih lokanih ustanova, događanja na lokalnoj razini i slično. U ovoj je fazi potrebno utvrditi i pravila ponašanja administratora i urednika društvenih mreža te pravila koja se tiču zaštite privatnosti „pratitelja“ pojavnosti društvenih mreža knjižnice, zaštite autorskih prava, korištenja

²⁹² Iako je Twitter prvenstveno aplikacija za mikroblogiranje, on se ipak zbog dijela svojih karakteristika ubraja i u društvene mreže

²⁹³ YouTube je platforma za objavljivanje i dijeljenje video sadržaja, ali se zbog dijela svojih karakteristika ubraja i u društvene mreže

fotografija i video zapisa nastalih tijekom knjižničnih događanja, ali i pravila ponašanja „pratitelja“ pojavnosti knjižnice na odabranoj društvenoj mreži i slično. Ta se pravila i odluka o sadržajima koji će biti objavljeni, objedinjuju u službeni dokument odnosno pravilnik koji bi trebao biti javno dostupan na službenoj internetskoj stranici knjižnice kao i na pojavnosti knjižnice na odabranoj društvenoj mreži (ako je odlučeno da se koristi više društvenih mreža, pravilnik bi trebao biti dostupan na svakoj od njih)

Sama *provedba pokretanja i razvoj usluga narodne knjižnice na društvenim mrežama* započinje otvaranjem pojavnosti knjižnice na odabranoj društvenoj mreži prema pravilima osnivača/vlasnika društvene mreže. Za neke je društvene mreže potrebno da jedan od članova tima otvori privatan profil preko kojega zatim otvara službenu stranicu knjižnice (npr. Facebook) dok za neke druge društvene mreže to nije potrebno (npr. YouTube). Ostalim članovima tima, preko postavki stranice, dodjeljuju se administratorske ili uredničke ovlasti kako bi i oni mogli objavljevati sadržaje. Nadalje, prilikom otvaranja pojavnosti na odabranoj društvenoj mreži potrebno je upisati i dodatne informacije o knjižnici (adresu, telefonske brojeve, adresu službene mrežne stranice, radno vrijeme knjižnice, kategoriju, kratak opis poslanja knjižnice, godinu osnivanja knjižnice) te staviti poveznicu na računalni katalog knjižnice i odabrati naslovnu sliku ili tzv. profilnu sliku koja će se pojavljivati uz svaki objavljeni sadržaj.

S otvaranjem pojavnosti knjižnice na društvenoj mreži, pristupa se objavljivanju prvih sadržaja te marketingu nove knjižnične usluge. Marketing obuhvaća postavljanje informacije o pojavnosti na društvenoj mreži (ili više njih) na službenu internetsku stranicu knjižnice, usmeno obavještanje korisnika, izradu promotivnih letaka te slanje poziva putem odabrane društvene mreže na adrese elektroničke pošte onih korisnika koji i inače primaju obavijesti iz knjižnice na taj način. Također, moguće je i da administratori i urednici te ostali djelatnici knjižnice pošalju obavijest svojim „prijateljima“ koji se koriste istom društvenom mrežom ili obavijest samo objave na svojim profilima na društvenim mrežama kojima se koriste. Na promoviranju nove usluge potrebno je raditi trajno.

Narodne knjižnice koje imaju odvojene odjele ili ogranke trebale bi imati samo jednu pojavnost na odabranoj društvenoj mreži. Na taj se način izbjegavaju zabune kod korisnika, a knjižnica djeluje kao jedna cjelina. Za specifične potrebe pojedinog

ogranka, kao što je organizacija virtualnog čitateljskog kluba, postoji mogućnost stvaranja grupa otvorenog ili zatvorenog tipa unutar jedinstvene pojavnosti narodne knjižnice. Dječji odjeli narodnih knjižnica također se mogu koristiti grupama za promoviranje i organiziranje posebnih aktivnosti, pazeći pritom na pravila korištenja društvene mreže koja je postavio osnivač/vlasnik društvene mreže (primjerice, Facebookom se ne smiju koristiti djeca mlađa od 13 godina što znači da urednici Facebook grupe nekog dječjeg odjela moraju pripaziti to da su svi članovi grupe stariji od 12 godina).

Narodne knjižnice koje su otvorile pojavnosti koje nisu u skladu s pravilima osnivača/vlasnika društvene mreže, moraju promijeniti vrstu pojavnosti. U protivnom, osnivač/vlasnik ima pravo blokirati neispravnu pojavnost knjižnice čime se gube svi sadržaji objavljeni na društvenoj mreži kao i kredibilitet kod „pratitelja“ knjižnice. Postupak prebacivanja na ispravnu pojavnost nalazi se u postavkama te vodi administratora korak po korak kako ne bi došlo do gubitka podataka i objavljenih sadržaja.

Što se tiče intenziteta objavljivanja i postavljanja sadržaja na pojavnost knjižnice na odabranoj društvenoj mreži (ili na više njih) on treba biti kontinuiran, ali ne i pretjeran. Previše objavljenih sadržaja može odbiti „pratitelje“ jer ih se obasipa informacijama koje ih ne zanimaju. Jedna objava dnevno je maksimum koji bi administratori i urednici trebali poštivati (osim u iznimnim slučajevima). Istovremeno, jedna objava tjedno je minimum jer manje od toga pokazuje da administratori i urednici pa time i sama knjižnica, nisu predani razvoju nove usluge koju su pokrenuli.

Društvene mreže omogućuju neformalniju komunikaciju. Međutim, administratori i urednici pojavnosti narodnih knjižnica na društvenoj mreži ne smiju prijeći granicu profesionalnog ponašanja. Neformalnija komunikacija omogućava približavanje „pratiteljima“ knjižnice te knjižnicu može učiniti „opuštenijom“ u javnosti, ali postoji granica koja je knjižničarima zadana „Etičkim kodeksom“²⁹⁴ koju ne bi trebali preći. Pojavnost knjižnice na društvenoj mreži jednako je službena kao i službena internetska stranica knjižnica i na njoj treba zadržati profesionalan odnos prema javnosti. Opuštenija komunikacija je dozvoljena, ali u granicama zadanim profesionalnim

²⁹⁴ Nav. dj.

pravilima ponašanja. To se također odnosi i na pravopis, gramatiku i stil izražavanja koji treba biti u skladu s hrvatskim jezičnim standardom.

Procjena rezultata usluga na društvenim mrežama, odnosno *evaluacija* važna je radi utvrđivanja uspješnosti nove usluge. Društvene mreže u dijelu koji se tiče postavki imaju mogućnost iskazivanja statističkih pokazatelja broja „pratitelja“ stranica tijekom nekog vremenskog razdoblja, jednako kao i statističkih pokazatelja o popularnosti neke objave. Šire mogućnosti statističkog praćenja se naplaćuju. Međutim, i smo promatranje ponašanja „pratitelja“ pojavnosti knjižnice na društvenoj mreži ukazuje na rast i razvoj takve usluge. Anketa korisnika o zadovoljstvu tom uslugom te ispitivanje javnog mišljenja o interesima lokalne zajednice i prikupljanje prijedloga korisnika mogu dati uvid u uspješnost nove usluge i pozitivno utjecati na njen daljnji razvoj. Evaluaciju bi, nakon pokretanja usluge, trebalo provesti nakon tri mjeseca. Dobiveni rezultati ukazat će na to u kom pravcu je potrebno krenuti da bi usluga bila što uspješnija, ali će pokazati i moguće nedostatke i greške. Nakon eventualnih izmjena u načinu rada na društvenoj mreži, evaluaciju bi ponovno trebalo ponoviti nakon tri mjeseca. Nakon toga dovoljno je redovito pratiti stanje na pojavnosti knjižnice na društvenoj mreži te povremeno napraviti dodatnu evaluaciju.

Nakon što su pokrenuli usluge na društvenoj mreži, administratori i urednici pojavnosti knjižnice trebaju se početi **trajno stručno usavršavati**. Društvene mreže, kao i svi ostali alati weba 2.0, mijenjaju se i razvijaju velikom brzinom što od administratora i urednika pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama zahtijeva da te promjene i razvoj prate u realnom vremenu. Time se otvara i mogućnost za **eksperimentiranje** s novim trendovima, uslugama, načinima komunikacije što pridonosi dinamici posla, ali i pozitivnoj slici u javnosti o knjižnici kao mjestu koje se razvija u skladu s napretkom informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

Društvene mreže dio su alata weba 2.0 stoga su smjernice koje su dane u prethodnom dijelu primjenjive i na primjenu drugih alata weba 2.0, posebno društvenih medija, u uslugama narodnih knjižnica.

6. ZAKLJUČAK

Svijet je danas umrežen, a pitanje je samo na koji će se način ta umreženost razvijati u budućnosti. Pojedinci, tvrtke, nevladine udruge, ustanove, korporacije, interesne skupine – svi oni koriste umreženost za komunikaciju ili promicanje ideja i marketing, a s obzirom na to da im internet omogućava ne samo lokalan nego i globalan doseg, izvjesno je kako će svi oni, bez obzira na smjer u kojem društveno umrežavanje, internet i komunikacija putem interneta krenu, pokušati iskoristiti snagu dostupne informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Glavno obilježje interneta danas su njegova brzina i web 2.0, koji omogućuje umrežavanje, globalni marketing, razmjenu informacija i kreiranje sadržaja koje stvaraju korisnici. Sa svojim alatima, web 2.0 našao je široku primjenu u privatnim životima i brojnim djelatnostima ljudskoga društva, što dokazuju i statistički podaci o protoku informacija te načinima i količini korištenja web 2.0 alata.

Među alatima weba 2.0 društvene su mreže zapravo najkorišteniji alat jer povezujući ljude daju osjećaj prirodnih mreža koje su ljudima urođene. Omogućavajući ljudima da ostanu u stalnom kontaktu s prijateljima i obiteljima, osobama koje su im drage, a žive na velikim udaljenostima, daju privid bliskosti i povezanosti s jedne strane i mogućnost javnog izražavanja stavova i mišljenja s druge strane, uz prividan osjećaj sigurnosti da neće biti posljedica zbog izraženih stavova. Društvene mreže, također, kako privatnim osobama tako javnim ustanovama, tvrtkama ili profesionalnim zajednicama otvaraju mjesto i mogućnost za prezentaciju rada i djelovanja. Bilo da se radi o glazbi, književnosti, znanosti ili likovnoj umjetnosti ili nekom drugom obliku ljudskoga rada, društvene mreže su mjesto koje autorima služe za promociju vlastitih djela uz povratnu informaciju o kvaliteti prikazanog sadržaja.

Društvene mreže treba sagledavati realno – one mogu imati izuzetnu pozitivnu snagu, ali isto tako imaju i svoju negativnu stranu. Zbog toga je obrazovanje, razvoj računalne, medijske i informacijske pismenosti od velike važnosti kako bi „običan“ čovjek, korisnik društvenih mreža, mogao razlučiti stvarnost od fikcije i točno od netočnog. Veliku važnost u tom smislu imaju knjižničari, informacijski stručnjaci koji bi po svojoj definiciji trebali biti oni, koji se u „šumi informacija“ najbolje snalaze te ju

prilagođavaju svojim potrebama i poučavaju druge kako ispravno i legalno koristiti internetsku tehnologiju koja im je dostupna.

Internetska tehnologija i web 2.0 alati promijenili su načine na koje se dolazi do informacija. One su izašle iz fizičkih okvira knjižnica, arhiva ili muzeja. Informacije su u globalnom virtualnom svijetu dostupne većini – besplatno ili uz određenu naknadu. Time se na knjižničare vrši posve novi pritisak i dovodi u pitanje njihov opstanak jer se često postavlja pitanje zašto bi knjižnice sada bile potrebne kada je ionako sve dostupno na internetu.

Knjižničari se stoga već nekoliko godina pokušavaju snaći u web 2.0 okruženju. Knjižnice u kojima su uspješno usvojeni i primijenjeni alati weba 2.0 danas se naziva knjižnicama 2.0 jer one nisu samo fizička mjesta koja osiguravaju pristup znanju i informacijama već i virtualni prostori koji svojim korisnicima mogu ponuditi pristup na daljinu, čije stručne djelatnike zanima korisničko mišljenje i sadržaji koje stvaraju korisnici, i korisnicima nude sudjelovanje u kreiranju zajedničkih programa u virtualnom svijetu. Željeli oni to ili ne, stvarnost ih na neki način prisiljava da se odmaknu od tradicionalnih načina knjižničnog poslovanja, ali im isto tako omogućava i da javnosti, kroz virtualnu prisutnost pokažu kako je knjižnična djelatnost u fizičkom svijetu i dalje izuzetno važna.

U knjižnicama 2.0 rade knjižničari 2.0, stručnjaci sposobni prepoznati legalno od nelegalnog, stvarno od nestvarnog i važno od nevažnog; osobe vješte u korištenju društvenih medija pa tako i društvenih mreža, knjižničari spremni na nove izazove i cjeloživotno učenje te kooperativan rad s korisničkom zajednicom. Njihova znanja i kompetencije ne uključuju samo katalogizaciju, stručnu obradu knjižne i neknjižne građe, knjižnično poslovanje i poslove informatora. Oni su spremni na inovacije i kreativan rad, na „hvatanje u koštac“ sa svakodnevnim tehnološkim novotarijama koje pokušavaju integrirati u knjižnično poslovanje, stručni rad i, primjerice, organizaciju kulturno-animacijskih djelatnosti.

Brojni dostupni stručni i znanstveni radovi, ranije prikazani u ovom radu, bez sumnje dokazuju kako su knjižničari, posebno u posljednjih 5 godina (2009. do 2013.), krenuli prema usvajanju web 2.0 alata. Pri tome su društvene mreže najzastupljeniji alat, prisutan u svim vrstama knjižnica diljem svijeta. Knjižničari putem tih alata, a posebice društvenih mreža pokušavaju ostvariti komunikaciju s korisnicima, promovirati usluge,

pozivati na događanja, organizirati projekte u koje je uključena i javnost, otvoriti zbirke, učiniti kataloge dostupnima sa bilo kojeg mjesta, objediniti knjižnične kataloge i ponuditi interaktivnost u njima koristeći tako snagu sadržaja koje stvaraju korisnici odnosno stvarajući nove sadržaje s dodanom vrijednošću i biti vidljivi u javnosti kako bi promijenili sve glasnije percepciju javnosti o knjižnicama kao mjestima koja postaju nepotrebna. Rad s alatima weba 2.0 odnosno društvenim mrežama je posao koji zahtijeva pažljivo planiranje i strategiju, razumijevanje tehnologije i volju za neprestanim učenjem i korištenjem inovacijama, ali i svijest o mogućim pozitivnim pomacima i potencijalnim problemima.

Hrvatske narodne knjižnice dio su globalne knjižnične mreže pa su ih ove promjene zahvatile na isti način kao i druge. Pitanje je, međutim, kako se hrvatski knjižničari odnose prema ovom problemu odnosno da li su krenuli u implementaciju novih tehnologija u knjižnične usluge, jesu li uspješni u tome ili ne, pokazuju li interes za nove komunikacijske tehnologije i promotivnu djelatnost na društvenim mrežama, posebno u narodnim knjižnicama kao središtima kulturnog i stručnog života lokalnih zajednica i svih generacija stanovništva. Da bi se to moglo utvrditi bilo je potrebno napraviti istraživanje koje će obuhvatiti i knjižničare i korisnike, a na temelju ranije provedenih istraživanja.

S obzirom na rezultate dobivene istraživanjem dolazi se do sljedećih zaključaka:

- razina korištenja suvremenih informacijsko-komunikacijskih tehnologija u hrvatskim narodnim knjižnicama izrazito je niska,
- većina hrvatskih narodnih knjižnica nema aktivne internetske stranice,
- većina aktivnih internetskih stranica hrvatskih narodnih knjižnica su statične i bez mogućnosti interakcije s korisnicima,
- većina hrvatskih narodnih knjižnica nema nikakvu prisutnost na društvenim mrežama,
- hrvatske narodne knjižnice koje imaju pojavnosti na društvenim mrežama koriste ih na nezadovoljavajući način,
- Facebook je najkorištenija društvena mreža, a ostale su društvene mreže izuzetno slabo zastupljene kao i drugi alati weba 2.0,
- većina pojavnosti hrvatskih narodnih knjižnica na Facebooku je neaktivna ili slabo aktivna,

- prije pokretanja usluga na Facebooku, knjižničari se nisu informirali o načinima korištenja društvenih mreža, te nisu osmislili niti planirali moguće aktivnosti i daljnji razvoj,
- korisnici narodnih knjižnica nisu informirani o tome ima li knjižnica prisutnost na nekoj od društvenih mreža,
- korisnici narodnih knjižnica smatraju pozitivnim potencijalnu prisutnost knjižnica na društvenim mrežama.

Ovi zaključci pokazuju kako je stanje u hrvatskim narodnim knjižnicama po pitanju implementacije i korištenja suvremenih informacijsko-komunikacijskih alata vrlo loše i hrvatske narodne knjižnice na tom polju zaostaju. Sama činjenica da većina narodnih knjižnica nema aktivne internetske stranice koje su u privatnom, profesionalnom svijetu dio ustaljenog i uobičajenog načina komuniciranja, neosporan je dokaz lošeg stanja na ovom polju, a bez aktivnih internetskih stranica nije moguće niti razvijati bilo kakve mrežne usluge i implementirati alate weba 2.0.

Zanimljivo je da u hrvatskim narodnim knjižnicama rade knjižničari koji su u prosjeku stari oko 40 godina i većinom visoke stručne spreme. Zato je neobično da je razina njihove informacijske, a može se reći i medijske i računalne pismenosti dosta loša, a razumijevanje potrebe korištenje alata weba 2.0, čak i korištenja samo službenih internetskih stranica, vrlo nisko. Osobe stare oko 40 godina pripadaju generaciji koja je odrastala u vrijeme kada je započeo i jači razvoj računalne opreme i informacijsko-komunikacijskih tehnologija, „svjedočila“ su rođenju globalnog pristupa internetu, među prvima koristila mobilnu tehnologiju, elektroničku poštu, blogove i sl. Zbog toga se nameću dva pitanja: zašto hrvatske narodne knjižnice nemaju aktivne službene internetske stranice pa samim time i zaostaju u primjeni informacijsko-komunikacijskih tehnologija koje mogu omogućiti bolju i kreativniju komunikaciju s korisnicima, veće marketinške mogućnosti i jaču vidljivost u javnosti; zbog čega se alati weba 2.0 i društvene mreže u hrvatskim narodnim knjižnicama vrlo malo koriste.

Sagledavajući cjelokupne rezultate istraživanja, nameće se zaključak da knjižničari nisu obučeni za rad sa suvremenim informacijsko-komunikacijskim alatima koje donosi web 2.0, i jedan dio njih je toga svjestan. Drugi zaključak je kako je ovo stanje odraz nedovoljnog broja stručnih djelatnika, posebice informatičara, a promatrajući samu prisutnost knjižnica na internetu i njihove aktivnosti jasno je kako postoji i određena

razina nezainteresiranosti koja može biti rezultat osjećaja o sigurnosti radnog mjesta koji knjižničari imaju i neshvaćanja pozicije u kojoj se narodne knjižnice nalaze.

Knjižničari se ne trebaju odreći tradicionalnih načina komunikacije s korisnicima i tradicionalnih knjižničnih usluga. Tradicionalne usluge imaju svoju vrijednost i važnost, a i velik dio korisnika i dalje je sklon tradicionalnoj ulozi narodnih knjižnica. Međutim, knjižničari pri tom ne smiju zaboraviti da se ipak moraju mijenjati i ulagati u inovacije, bilo da se radi o novim tehnologijama, novim uslugama, razvoju postojećih usluga ili profesionalnom usavršavanju koje danas, uz stjecanje novih stručnih znanja i vještina, obuhvaća i usvajanje cijelog niza informacijskih, računalnih i medijskih znanja potrebnih za uspješno implementiranje suvremenih informacijsko-komunikacijskih alata, mrežnih usluga i aktivnosti, interaktivnih knjižničnih kataloga i slično.

Alati weba 2.0, a posebno društvene mreže, u situaciji kada knjižničari ne mogu ili ne znaju napraviti ili održavati službene internetske stranice knjižnica, mogu biti alternativno, ali privremeno rješenje koje će pomoći da se ostvari virtualna komunikacija s javnošću jer ne zahtijevaju posebno informatičko znanje ili skupu opremu. Hoće li se njihovo korištenje na knjižnice odraziti pozitivno ili negativno, u prvom redu ovisi o planiranju i knjižničarima/administratorima koji, kad se jednom odluče baviti mrežnom komunikacijom, trebaju biti spremni na stalne promjene, razvoj, napredak, pokušaje, pogreške i cjeloživotno učenje. Iznimno je važno sustavno planiranje i promišljanje o novim uslugama koje ovakvi alati mogu pružiti te njihove implikacije na zaštitu privatnosti korisnika i zaštitu autorskih prava. Prvi korak u tom smjeru svakako može biti komunikacija s onim dijelom knjižničarske zajednice koja je već implementirala ovakve inovacije, bez obzira radi li se o knjižnicama u Hrvatskoj ili izvan nje jer ono što mrežna komunikacija i internet daju upravo je mogućnost komunikacije s kolegama i implementacija dobre prakse, nastale na iskustvima i spoznajama drugih.

Istraživanja koja su prethodila ovome, a zatim i ovo istraživanje ukazuju da je potrebno započeti sa sustavnim radom na uspostavljanju mrežnih usluga knjižnica što uključuje analizu tehničkih uvjeta i mogućnosti za razvoj mrežnih stranica knjižnica te stručno usavršavanje knjižničara u području informacijsko-komunikacijskih tehnologija, informatičke, informacijske i medijske pismenosti te marketinga i razvoja službi i usluga pomoću alata weba 2.0.

U ovom su radu dane smjernice za razvoj službi i u sluga te korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama, ali one mogu poslužiti i za implementaciju drugih alata weba 2.0, uz uvjet da se ipak naglasak stavi na razvoj službenih internetskih stranica narodnih knjižnica koje će onda poslužiti kao platforma za daljnji razvoj virtualnih usluga.

Problemi postoje, to je nedvojbeno dokazano, ali postoje i rješenja kojima je potrebno pristupiti što prije jer daljnje zaostajanje narodnih knjižnica, u situaciji kada se sustavno smanjuju financijska sredstva za knjižničnu djelatnost te se često postavlja pitanje opravdanosti postojanja ili održavanja narodnih knjižnica, nije dopustivo. Narodne knjižnice su središta života lokalnih zajednica, a pomicanje dijela njihovih usluga na internet pridonijet će boljoj vidljivosti u javnosti i uključivanju javnosti u stvaranje usluga knjižnica. Time narodne knjižnice mogu dobiti podršku i interes i onog dijela javnosti koji ih smatra zastarijelima i/ili nepotrebnima jer bi time dokazale da se još jednom uspješno nose s izazovima koje pred njih postavljaju nove tehnologije, te da ih implementiraju i prilagođavaju svojim potrebama i potrebama svojih korisnika, kao što su to činile i nebrojeno puta do sada.

POPIS LITERATURE

1. Abram, Stephen. Web 2.0 – huh?! Library 2.0, librarian 2.0 // *Information Outlook* 9, 12(2005), 44 – 46.
2. Abram, Stephen. Web 2.0, library 2.0 and librarian 2.0: preparing for the 2.0 world. 2007. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.academia.edu/1019473/Web_2.0_Library_2.0_and_Librarian_2.0_Preparing_for_the_2.0_World
3. Abram, Stephen. Web 3.0 and libraries : what is at the heart of libraries? September 10, 2009. [citirano: 2014-01-20]. http://stephenslighthouse.com/files/20090914_SLC.pdf
4. Agosto, Denise E.; June Abbas. Teens and social networking: how public libraries are responding to the latest online trend // *Public Library* 48, 3(2009), 32-37. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.ala.org/pla/sites/ala.org.pla/files/content/publications/publiclibraries/pas_tissues/48n3_mayjun09.pdf
5. Aharony, Noa. Twitter Use in libraries: an exploratory analysis // *Journal of Web Librarianship* 4, 4(2010), 333-350. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19322909.2010.487766#.U-CoEvmSyOA>
6. Ahlqvist, Toni; Asta Bäck; Minna Halonen; Sirkka Heinonen. Social media roadmaps : exploring the futures triggered by social media. // Helsinki : VTT Tiedotteita, 2008. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2008/T2454.pdf>
7. Anderson Paul. All that glisters is not gold // *Journal of Librarianship and Information Science* 39, 4 (2007), [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://lis.sagepub.com/content/41/3/131.full.pdf+html>
8. Anderson, Paul. What is web 2.0? Ideas, technologies and implications for education // *JISC Technology and Standards Watch*, 2007. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>
9. Australian and New Zeland information literacy framework: principles, standards and practice. Second ed. Adelaide : Australian and New Zeland Institute for

- Information Literacy, 2004. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na
<http://www.library.unisa.edu.au/learn/infolit/Infolit-2nd-edition.pdf>
10. Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko. Knjižnice, studenti i društvene mreže – ispitivanje informacijskih navika studenata // Zbornik radova 4. međunarodne konferencije BAM 2010 - Evropske smjernice za saradnju biblioteka arhiva i muzeja : informacijske ustanove za 21. stoljeće. Sarajevo : Asocijacija informacijskih stručnjaka - bibliotekara, arhivista i muzeologa , 2012. Str. 135-143. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <file:///D:/CEEOL%20Article.PDF>
11. Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko; Maja Benčec. Croatian libraries on Facebook – content analysis. // 35th International Convention MIPRO 2012: Computers in Education. Rijeka : Croatian Society for Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics , 2012. Str. 1316-1320.
12. Banek Zorica, Mihaela; Tomislav Ivanjko; Maja Benčec. Social networking and libraries. // Proceedings of the IADIS international conference e-Society 2012. Berlin : IADIS , 2012. Str. 511-515.
13. Barabasi, Albert-Laszlo. U mreži : zašto je sve povezano i kako misliti mrežno u znanosti, poslovanju i svakodnevnom životu. Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, 2006. Str. 159
14. Barriales Quintana, Alvaro; Dilara Adaylar; Domoina Arzal. Social networks report. Annecy : EMBS, 2010.
15. Bawden, David. Information and digital literacies; a review of concepts // Journal of Documentation 57, 2(2001), 218 – 259. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/105803/1/bawden.pdf>
16. Bejune, Matthew; Jana Ronana. SPEC Kit 304 : social software in libraries. Washington: Association of Research Libraries, 2008. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://publications.arl.org/Social-Software-SPEC-Kit-304/3>
17. Belden, Dreanna. Harnesinng social networks to connect with audiences // Internet Reference Services Quarterly 13, 1(2008), 99-111. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J136v13n01_06#.U9-ZxPmSyOA
18. Bell, Mark W. Toward a definition of “virtual worlds” // Journal of Virtual Worlds Research. 1, 1(2008). 2 - 5. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na: <http://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/viewFile/283/237>

19. Belling, Anna; Aimee Rhodes; Janine Smith; Susan Thomson; Bernie Thorn. Exploring library 3.0 and beyond : 2010-2011 Shared Leadership Program State Library of Victoria and Public Libraries Victoria Network. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na http://www.libraries.vic.gov.au/downloads/20102011_Shared_Leadership_Program_Presentation_Day_/exploring_library_3.pdf
20. Benčec, Maja. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook : diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet, 2011. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/4243/1/1064BIBL.pdf>
21. Benson, Amy; Robert Favini. Evolving web, Evolving librarian // Library Hi Tech News 23, 7(2006), 18-21. [citirano 2014-01-12]. Dostupno na: <https://mapule276883.pbworks.com/f/Evolving%20web,%20evolving%20librarian.pdf>
22. Bietila, David; Chris Bloechl; Elizabeth Edwards. Beyond the buzz: planning library Facebook initiatives grounded in user needs // ACRL Fourteen National Conference, March 12-15 2009, Seattle. 135-142. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/conferences/confsandpreconfs/national/seattle/papers/135.pdf>
23. Bordeaux, Abigail; Morag Boyd. Blogs, wikis and podcasts : social software in the library // The Serials Librarian 52, 3/4(2007), 263-269. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J123v52n03_03#.U9-aU_mSyOA
24. Boyd, Danah M. Social network sites: public, private, or what? // Knowledge Tree 13, 2007. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>
25. Boyd, Danah M.; Nicole B. Ellison. Social network sites: definition, history, and scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication 13(2008) , 210 - 230. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf>
26. Breivik, Patricia Senn. Information literacy and lifelong learning: the magical partnership. // Conference papers for the inaugural International Lifelong Learning Conference Yeppoon Queensland Australia, July 17. – 19. 2000. Str. 1 – 6. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na:

- <http://bivir.uacj.mx/dhi/DoctosNacioInter/INFORMATIONLITERACYANDLIFELONGLEARNING.htm>
27. Brenner, Joanna; Aaron Smith. 72% of online adults are social networking site users. August 5, 2013. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2013/PIP_Social_networking_sites_update_PDF.pdf
28. Brevik, Thomas. Library 2.0 = my library? April 12, 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://lib1point5.wordpress.com/2006/04/12/library-20-mylibrary/>
29. Bundy, Alan. Information literacy : the key competency for the 21st century.// Proceedings of the IATUL Conferences. Paper 5, 1998. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1419&context=iatul>
30. Cahill, Kay. Going social at Vancouver Public Library: what the virtul branch did next // Program: electronic library and information systems 45, 3(2011), 259-278. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
31. Casey, Michael. E.; Laura C. Savastinuk. Service for the next-generation libaray. 2010. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://lj.libraryjournal.com/2010/05/technology/library-2-0/>
32. Casey, Michael. Library 2.0, Beta. 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.librarycrunch.com/2005/10/library_20_beta.html
33. Casey, Michael. Working towards a definition of library 2.0. 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html
34. Chad, Ken; Paul Miller. Do libraries matter?: The rise of library 2.0. November, 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://www.capitalibraries.co.uk/downloads/white_papers/DoLibrariesMatter.pdf
35. Christiakis, Nicholas A.; James H. Fowler. Povezani : iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote. Zagreb : Algoritam, 2010.
36. Chua, Alton Y. K.; Dion H. Goh. A study of web 2.0 applications in library websites // Library and Information Science Research 32, 3(2010), 203-211. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818810000307>

37. Danowski, Patrick. Library 2.0 and user-generated content: what can the users do for us? // World Library and Information Congress: 73rd IFLA General Conference and Council, 19-23 August 2007, Durban, South Africa. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/113-Danowski-en.pdf>
38. Dennis, Michael Aaron. Blog. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog>
39. Deschamps, Ryan. Building communities with large group methods and social media // Feliciter 56, 5(2010), 198-200. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
40. developerWorksInterviews: Tim Berners-Lee. 2006. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>
41. Dlesk Vučić, Severina. Informacijska pismenost u narodnim knjižnicama u Hrvatskoj : seminarski rad. Zagreb : Filozofski fakultet, 2009.
42. Doyle, Christina. S. Information literacy in an information society : a concept for the information age. Syracuse : Syracuse University, 1994. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na http://books.google.hr/books?id=Z1IJ6A97WnsC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
43. Dube, Ryan. Characteristics of social networks. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na http://socialnetworking.lovetoknow.com/Characteristics_of_Social_Networks
44. Ellison, Nicole B.; Danah M. Boyd. Sociality through social network sites // The Oxford Handbook of Internet Studies / (ur.) W. H. Dutton . Oxford : Oxford University Press, 2013. 151-172. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.danah.org/papers/2013/SocialityThruSNS-preprint.pdf>
45. Facebook help center. <https://www.facebook.com/help/345121355559712/>. [citirano: 2013-05-31.].
46. Facebook statistics by country. [citirano: 2013-05-31.]. Dostupno na: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> [citirano: 2013-05-31.]
47. Facts about W3C. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.w3.org/Consortium/facts.html>
48. Farkas, Meredith. Web/library 2.0 backlash. December 1, 2005. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://meredith.wolfwater.com/wordpress/2005/12/01/weblibrary-20-backlash/>

49. Gačan, Maja; Ida Indir; Petar Lukačić. Pinterest i knjižnica // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja, 15(2013), 15-16.
50. Global publics embrace social networking. December 15, 2010. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.pewglobal.org/files/2010/12/Pew-Global-Attitudes-Technology-Report-FINAL-December-15-2010.pdf>
51. Golder, Scott A.; Bernardo A. Huberman. The structure of collaborative tagging systems. // *Journal of Information Science*, 32, 2(2006). 198-208. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/tags/tags.pdf>
52. Grossman, Lev. You — yes, you — are TIME's person of the year. // *Time*, December 25, 2006. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>
53. Habib, Michael. Academic library 2.0 concept models (basic v2 and detailed). August 22, 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://mchabib.com/2006/08/22/academic-library-20-concept-models-basic-v2-and-detailed/>
54. Harris, Andrew; Susan Lessick. Libraries get personal: Facebook applications, Google gadgets, and MySpace profiles // *Library Hi Tech News* 24, 8(2007), 30-32. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1630883>
55. Hebrang Grgić, Ivana. „Facebook knjižničar“ : umijeće komuniciranja na društvenim mrežama // *Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova*. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 33-46.
56. Hebrang Grgić, Ivana. Knjižnice i knjižničari na Facebooku: kako iskoristiti prednosti i izbjeći zamke? // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja 15, 2013. 8-11
57. Hebrang Grgić, Ivana.; Dorja Mučnjak. Croatian and Irish public libraries on Facebook. // *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries* 3, 2012. 267-275. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.qqml.net/papers/December_2012_Issue/5QQML_Journal_2012_Hebrang_Grgic-Mucnjak_3_267-275.pdf
58. 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*. 1, 17(2015), str. 217-241.

59. Helgren, Jamie E.; Zeth Lietzau. U. S. public libraries and web technologies: what's happening now? // *Computers in Libraries* 31, 7(2011), 12-16. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.infotoday.com/cilmag/sep11/>
60. High-level colloquium on information literacy and lifelong learning : report of a meeting. // *Bibliotheca Alexandrina, Alexandria, Egypt*. November 6-9, 2005. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/high-level-colloquium-2005.pdf>
61. Holcer, Dunja. Lokalna zajednica i knjižnice : komunikacija na obostranu korist. // *Knjižnica, komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova*. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2012. Str. 63-70.
62. Holley, Rose. Crowdsourcing: How and Why should libraries do it? // *D-Lib Magazine* 16, 3/4(2010). [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://www.dlib.org/dlib/march10/holley/03holley.html>
63. Holmberg, Kim; Isto Huvila; Maria Kronqvist-Berg; Gunilla Widén-Wulff. What is library 2.0? // *Journal of Documentation* 65, 4(2009), 668 - 681. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1805569>
64. Horton, Forest Woody, Jr. Understanding information literacy: a primer: an easy-to-read, non-technical overview explaining what information literacy means, designed for busy public policy-makers, business executives, civil society administrators and practicing professionals. UNESCO, 2008. [citirano: 2015-06-14]. Dostupno na <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf>
65. Hricko, Mary. Using microblogging tools for library services // *Journal of Library Administration*. 50, 5(2010), 684 - 692. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930826.2010.488951#.U9-WKPmSyOA>
66. Huvila, Isto; Kim Holmberg; Maria Kronqvist-Berg; Outi Nivakoski; Gunilla Widén. What is librarian 2.0? – new competencies or interactive relations? Library professional viewpoint // *Journal of Librarianship and Information Science* 45, 2(2013), 198 - 205. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://lis.sagepub.com/content/45/3/198.full.pdf+html>
67. Huvila, Isto. The complete information literacy? Unforgetting creation and organization of information // *Journal of Information Science* 43, 4(2011), 237 -

245. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na:
<http://lis.sagepub.com/content/43/4/237.full.pdf+html>
68. IFLA media and information literacy recommendations. 2011. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/media-info-lit-recommend-en.pdf>
69. Information literacy competency standards for higher education. Chicago, The Association of College and Research Libraries, A division of the American Library Association, 2000. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na
<http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/standards/standards.pdf>
70. Internet users. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na
<http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>
71. Introduction to information literacy. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na
<http://www.ala.org/acrl/issues/infolit/overview/intro>
72. Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // *Business Horizons* 53, 1(2010), 59 - 68.
[citirano: 2014-07-01]. Dostupno na
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>
73. Keen, A. Kult amatera : kako blogovi, MySpace, YouTube i ostali suvremeni mediji koje stvaraju korisnici uništavaju našu ekonomiju, kulturu i vrijednosti. Zagreb: Fraktura, 2010.
74. Kietzmann, Jan H.; Kristopher Hermkens; Ian P. McCarthy; Bruno S. Silvestre. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media // *Business Horizons* 54, 3(2011), 241 – 251. [citirano: 2014-07-01].
Dostupno na: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>
75. Kiyotake, Cynthia. Synergy: Creating a library website with social interaction and collection focus // *Computers in Libraries*, September 2010. 18-22. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
76. Kolarić, Alica; Šimić, Sonja; Štivić, Vjeruška; Žentil Barić, Žozefina. Čitateljski blogovi „Tragači“ i „Knjiški frikovi“ – usluge za djecu i mlade na webu 2.0 // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 56, 3(2013), 91-100.
77. Kuhlthau, Carol Collier. Information skills for an information society : a review of research. An ERIC Information Analysis Product. Syracuse : Syracuse University,

1987. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na
<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED297740.pdf>
78. Kurtović, Dejana; Pađen Pađen Jurišić, Marijana; Vincek, Denis. Grupa Knjižničari na Facebooku // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja, 15(2013), 14-15.
79. Kwanya, Tom; Christine Stilwell; Peter G. Underwood. Intelligent libraries and apomediators: distinguishing between library 3.0 and library 2.0 // Journal of Librarianship and Information Science 45, 3(2013), 187 - 197. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na: <http://lis.sagepub.com/content/45/3/187.full.pdf+html>
80. Lampert, Cory; Su Kim Chung. Strategic planning for sustaining user-generated content in digital collections / Library Innovation 2, 2(2011), 74 - 93. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na <http://www.libraryinnovation.org/article/view/119/242>
81. Landis, Cliff. Social networking sites: getting frendly with our users // College & Research Library News 68, 2007. 709-712. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://crln.acrl.org/content/68/11/709.full.pdf>
82. Lasić-Lazić, Jadranka; Mihaela Banek Zorica; Goran Bubaš. Potential use of web 2.0 tools for library client communication and relationship development // QQML2009: Qualitative and Quantitative Methods in Libraries, International Conference, Chania Crete Greece, 26-29 May 2009. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://www.isast.org/proceedingsQQML2009/PAPERS_PDF/Lasic-Lazic_Zorica_Bubas-Potential_uses_of_Web_2_tools_for_library_PAPER-QQML2009.pdf
83. Lau, Jesús. IFLA guidelines on information literacy for lifelong learning : final draft. 2006. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno:
<http://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-en.pdf>
84. Leiner, Barry M.; Vinton G. Cerf; David D. Clark; Robert E. Kahn; Leonard Kleinrock; Daniel C. Lynch; Jon Postel; Larry G. Roberts; Stephen Wolff. Brief history of the internet. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na
<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet>
85. Library 3.0. September 2, 2009. [citirano: 2014-01-20].
<http://key2information.blogspot.com/search/label/Library%203.0>

86. Library 3.0. August 15, 2008. [citirano: 2014-01-20].
<http://pegasuslibrarian.com/2008/08/library-3-0.html>
87. Library 3.0?. July 20, 2009. [citirano: 2014-01-20].
<http://lonewolf librarian.wordpress.com/category/library-30/>
88. List of social networking websites. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites
89. Machala, Dijana. Knjižničarske kompetencije i trajna izobrazba knjižničara u Hrvatskoj : iz perspektive dionika na tržištu rada (poslodavaca i knjižničara) // Cjeloživotno učenje knjižničara : ishodi učenja i fleksibilnost. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009. Str. 83 – 124.
90. Madden, Mary; Kathryn Zickuhr. 65% of online adults use social networkingsites. August 26, 2011. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na
<http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2011/PIP-SNS-Update-2011.pdf>
91. Maness, Jack M. Library 2.0 theory : Web 2.0 and its implications for libraries. // Webology 3, 2(2006). [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na
<http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>
92. Mathews, Brian. Moving beyond the reference desk: being where users need us // The Reference Librarian, 48, 2(2008), 9-13. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J120v48n02_03#.U9-XDfmSyOA
93. McLuhan, Herbert Marshall. Gutenbergova galaksija : nastajanje tipografskog čoveka. Beograd : Nolit, 1973.
94. McLuhan, Marshall. Razumijevanje medija : mediji kao čovjekovi produžeci. Zagreb : Golden marketing - Tehnička knjiga, 2008.
95. McNally, Michael; Samuel L. Trosow; Lola Wong; Caroline Whippey; Jacquelyn Burkell; Pamela J. McKenzie. User-generated online content 2 : policy implications // First Monday 14, 6(2012). [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na:
<http://firstmonday.org/article/view/3913/3267>
96. Merčun, Tanja. Knjižnice u promjenjivom mrežnom okruženju // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 69 – 81.
97. Miller, Paul. Library 2.0: The challenge of disruptive innovation. February 2006. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na

- http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1211299379745_1806224281_20373/447_Library_2_prf1.pdf
98. Mishra, Champeswar. Social networking technologies (SITs) in digital environment: its possible implications on libraries. NCDDP, 2008. [citirano: 2013-12-20].
Dostupno na:
<http://eprints.rclis.org/16844/1/Social%20networking%20in%20Library.pdf>
99. Miškić, Lucija. Biti ili ne biti na društvenim mrežama – to je pitanje! // Svezak: časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja, 15(2013), 12-13.
100. Mučnjak, Dorja. Društvene mreže i knjižnice: etičko pitanje // Knjižničar/ka : časopis Knjižničarskog društva Rijeka 3, 3(20123), 94-126.
101. Mučnjak, Dorja; Ivana Hebrang Grgić. Libraries and librarians on Facebook – professional vs personal involvment. // Proceedings of the IADIS international conference : Web Based Communities and Social Media 2012 : Colaborative technologies 2012. Lisbon : International Association for Development of the Information Society, 2012. Str. 160-164.
102. Murugesan, Sam. Understanding web 2.0 // IT Professional 9, 4(2007). 34 – 41. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://91-592-722.wiki.uml.edu/file/view/understanding_web_20.pdf
103. Narodna biblioteka Srbije : adresar biblioteka. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na https://www.nb.rs/for_librarians/directory.php
104. Novak, Helena. Anketno istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Zadar. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), 140-157.
105. O'Dell, Sue. Opportunities and obligations for libraries in a social networking age: a survey of web 2.0 networking sites // Journal of Library Administration 50, 2010. 237-251. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930821003634989#.U9-dE_mSyOA
106. Participative web and user-created content: web 2.0, wikis and social networking. OECD Publishing, 2007. [citirano: 21014-07-01]. Dostupno na
<http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>
107. Partridge, Helen; Julie Lee; Carrie Munro. Becoming „librarian 2.0“: the skills, knowledge, and attributes requierd by library and information science

- professionals in Web 2.0 world (and beyond). // *Library trends* 59, 1-2(2010.), 315-335 [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na:
<https://www.mysciencework.com/publication/read/4756051/becoming-librarian-2-0-the-skills-knowledge-and-attributes-required-by-library-and-information-science-professionals-in-a-web-2-#page->
108. Pažur Vojvodić, Ivana. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook // 13. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji : mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 260-277.
109. Petz, Boris. Osnovne statističke metode za nematematičare. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2007.
110. Presidential Committee on Information Literacy : Final Report. 1989. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na
<http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential#importance>
111. Pšenica, Davorka. Društvene mreže – nova komunikacijska paradigma ili samo trend i nova ovisnost. // *Knjižnica, komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice: zbornik radova*. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2012. Str. 89-98.
112. Pšenica, Davorka; Breza Šalamon-Cindori; Darjan Vlahov. Novi oblici komunikacije knjižnica u online okruženju // *Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova*. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 24-32.
113. Rappold, Raychel. J.C.R. Licklider : Biography. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://www.cs.rit.edu/~rpretc/imm/project1/biography.html>
114. Rogers, Curtis R. Social media, libraries, and web 2.0: how American libraries are using new tools for public relations and to attract new users – fourth annual survey November 2011. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na:
http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201012_pr_social_media_survey.pdf
115. Saw, Grace; Heather Todd. Library 3.0: where are our skills? // *World Library And Information Congress: 73rd IFLA General Conference And Council, 19 - 23 August 2007., Durban, South Africa*. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na
http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/151-Saw_Todd-en.pdf
116. Serdar, Vladimir; Ivan Šošić. Uvod u statistiku. Zagreb: Školska knjiga, 1981.

117. Shadbolt, Nigel; Wendy Hall; Tim Berners-Lee. The semantic web revisited // IEEE Intelligent Systems, May/June 2006. 96 - 101. [citirano: 2014-01-20].
Dostupno na: http://eprints.soton.ac.uk/262614/1/Semantic_Web_Revisted.pdf
118. Social networking popular across globe. December 12, 2012. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.pewglobal.org/files/2012/12/Pew-Global-Attitudes-Project-Technology-Report-FINAL-December-12-2012.pdf>
119. Social networking reaches nearly one in four Around the world. // eMarketer, June 18, 2013. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emarketer.com/Article/Social-Networking-Reaches-Nearly-One-Four-Around-World/1009976> Social news. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://en.wikipedia.org/wiki/Social_news
120. Sodt, Jill M; Terry Summey Peersen. Beyond the library's walls: using library 2.0 tools to reach out to all users // Journal of Library Administration 49, 1/2(2009), 97-109. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01930820802312854#.U9-dvPmSyOA>
121. Sofronijević, Adam. Nova paradigma suradnje u bibliotekama: više od Web 2.0 tehnologija // Kultura, 129(2010), 34 – 62.
122. Sofronijević, Adam. Web 2.0 i bibliotekarstvo u Srbiji: šansa za razvoj ili nepoznanica // Glasnik Narodne biblioteke Srbije, 1(2007), 15 - 33. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-8915/2007/1450-89150701015S.pdf>
123. SPEC Kits. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: http://publications.arl.org/SPEC_Kits
124. Sterling, Bruce. Short History of the Internet // The magazine of fantasy and science fiction, February 1993. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/short-history-internet>
125. Springer, Michelle; Beth Dulabahn; Phil Michel; Barbara Natanson; David Reser; David Woodward; Helena Zinkham. For the common good : The Library of Congress : Flickr Pilot Project. October 30, 2008. [citirano: 2014-07-20]. Dostupno na http://www.loc.gov/rr/print/flickr_report_final.pdf

126. Standardi za narodne knjižnice (NN 58/99). [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na <http://narodne-novine.nn.hr/default.aspx>
127. Stanje mreže splošnih knjižnic po općinama u letu 2012. [citirano: 2014-01-20]. Dostupno na http://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/stanje_mreze.php
128. State of media: the social media report 2012. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/social-media-report-2012-social-media-comes-of-age.html>
129. Statement on information literacy for all Australians. 2006. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na <http://www.alia.org.au/about-alia/policies-standards-and-guidelines/statement-information-literacy-all-australians>
130. Summers, Laura L. The value of social software in school library: instruction, communication and collaboration // Knowledge Quest 37, 4(2009), 48-50.
131. Špiranec, Sonja. Knjižnica 2.0 – afirmacija ili napuštanje izvornih načela knjižnica? // Slobodan pristup informacijama : 9. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 59-69.
132. Špiranec, Sonja. Informacijska pismenost – ključ za cjeloživotno učenje // Časopis Edupoint 3, 17(2006), 5 – 15. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: http://edupoint.carnet.hr/casopis/cimages/edupoint/ep_17_1.pdf
133. Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Informacijska pismenost : teorijski okviri i polazišta. Zagreb : Zavod za informacijske studije, 2008.
134. Tiedje, Chris. Social media timeline // Sun Sentinel, August 31, 2011. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na http://articles.sun-sentinel.com/2011-08-31/sports/fl-social-media-timeline-0901-20110830_1_users-google-aol-instant-messenger. [citirano: 2014-07-01]
135. The 2012 state of America's libraries : a report from the American Library Association. // American Libraries : The Magazine of The American Library Association. Special Issue. [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.ala.org/news/sites/ala.org.news/files/content/StateofAmericasLibrariesReport2012Finalwithcover.pdf>
136. Tominac, Andreja; Dunja Holcer. Knjižničari u informacijskom okruženju: poster izlaganje na 12. danima specijalnih i visokoškolskih knjižnica, Opatija, 11.05.2011. - 14.05.2011.

137. Trofimenko, Anna. Društvene mreže u knjižnicama : budite gdje je čitatelj! // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 3-11.
138. Vrana, Radovan; Jasna Kovačević. Položaj knjižnice u umreženom društvu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), 25-41.
139. W3C Mission. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://www.w3.org/Consortium/mission.html>
140. Walia, Paramjeet K.; Monika Gupta. Application of web 2.0 tool by national libraries // Webology 9, 2(2012). [citirano: 2013-12-20]. Dostupno na: <http://www.webology.org/2012/v9n2/a99.html>
141. Warr, Wendy. A. Social software: fun and games, or business tools? // Journal of Information Science 34, 4(2008), 591 - 604. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: <http://jis.sagepub.com/content/34/4/591.full.pdf+html>
142. Web 3.0. [citirano: 2014-01-20]. <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/web3.html>
143. Webber, Sheila; Bill Johnston. Conceptions of information literacy: New perspectives and implications // Journal of Information Science 26, 6(2000), 381 - 397. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na: <http://jis.sagepub.com/content/26/6/381.full.pdf+html>
144. What is wiki. 2002. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na <http://wiki.org/wiki.cgi?WhatIsWiki>
145. Yang, Xinya; Qunyi Wei; Xiaodong Peng. System architecture of library 2.0. // The Electronic Library 27, 2(2009), 283 – 291. [citirano: 2014-07-15]. Dostupno na <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1784829>
146. Zgrabljic Rotar, Nada. Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji // Medijska pismenost i civilno društvo / [uredila Nada Zgrabljic Rotar]. Sarajevo : Mediacentar, 2005. Str. 5. [citirano: 2014-07-01]. Dostupno na: file:///D:/2005_Nada_Zgrablji_Rotar_Medijska_pismenost_i_civilno_drustvo.pdf
147. Zović, Irides. Glas za Facebook: društvene mreže kao medij komunikacije. // Slobodan pristup informacijama : 12. okrugli stol : zbornik radova. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013. Str. 73-83.
148. Zurkowski, Paul G. The information service environment relationships and priorities : related paper No. 5., Washington : National Commission on Libraries

- and Information Science, 1974. [citirano: 2014-01-12]. Dostupno na:
<http://community.eldis.org/?233@@.5b67aa1f/5!enclosure=.5b683007>
149. Živković, Danijela. Usporedba ciljeva knjižničarskih studija u Hrvatskoj // Cjeloživotno učenje knjižničara : ishodi učenja i fleksibilnost. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2009. Str. 69 – 82.
150. Županijske matične narodne knjižnice. Rujan 2011. [citirano: 2013-09-10]. Dostupno na: http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/01/UserFiles_File_Popis-%C5%BEupanijskih-mati%C4%8Dnih-narodnih-knji%C5%BEnica-za-web1.pdf

Mrežne stranice

151. Adult use of social networking sites and Twitter – change over time.
<http://www.pewinternet.org/Reports/2013/social-networking-sites/Findings.aspx>.
[citirano: 2014-07-15]
152. AJAX tutorial. <http://www.w3schools.com/ajax/default.asp>. [citirano: 2014-07-01]
153. Amazon homepage. <http://www.amazon.com/>. [citirano: 2014-07-20]
154. ARPA (Advanced Research Projects Agency) definition
<http://searchnetworking.techtarget.com/definition/ARPA>. [citirano: 2014-07-01]
155. Bayerische Staats Bibliothek homepage. <http://www.bsb-muenchen.de/index.php>.
[citirano: 2014-01-20]
156. Bebo homepage <http://www.bebo.com/>. [citirano: 2014-07-15]
157. Biblioteca Nacional de Espana homepage. <http://www.bne.es/es/Inicio/index.html>.
[citirano: 2014-01-20]
158. Bibliotheque nationale de France homepage
http://www.bnf.fr/fr/la_bnf/sites/a.site_francois-mitterrand.html. [citirano: 2014-01-20]
159. Blogger homepage. <https://www.blogger.com/> [citirano: 2014-07-01].
160. Classmates homepage. <http://www.classmates.com/>. [citirano: 2014-07-15]
161. Delicious homepage. <https://delicious.com/> [citirano: 2014-07-01]
162. Deutsche Nationalbibliothek homepage.
http://www.dnb.de/EN/Home/home_node.html [citirano: 2014-07-20].

163. Digg homepage. <http://digg.com/> [citirano: 2014-07-01]
164. Facebook grupa Knjižničari. <https://www.facebook.com/groups/knjiznica/>. [citirano: 2014-07-20]
165. Facebook homepage. <https://www.facebook.com/>. [citirano: 2014-07-15]
166. Flickr homepage. <https://www.flickr.com/>. [citirano: 2014-07-15]
167. Friendster homepage. <http://www.friendster.com/>. [citirano: 2014-07-15]
168. Global Attitudes Project homepage. <http://www.pewglobal.org/>. [citirano: 2014-07-15]
169. Google+ homepage. <https://plus.google.com/>. [citirano: 2014-07-15]
170. Hari & Fat Sons homepage. <http://www.hariandfatsons.com/>. [citirano: 2014-07-20]
171. International Librarians Network homepage. <http://interlibnet.org/>. [citirano 2015-07-04]
172. Internet Movie Database homepage. <http://www.imdb.com/>. [citirano: 2014-07-20]
173. Internet users. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>. [citirano: 2014-07-01]
174. Internet. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/Internet>. [citirano: 2014-07-01]
175. Library of Congress homepage. <http://www.loc.gov/index.html>. [citirano: 2014-01-20]
176. LibraryCrunch homepage. <http://www.librarycrunch.com/2005/09/>. [citirano: 2014-07-15]
177. LibraryThing homepage. <https://www.librarything.com/>. [citirano: 2014-07-20]
178. LinkedIn homepage. <https://www.linkedin.com/uas/login>. [citirano: 2014-07-15]
179. Mashup (web application hybrid). [http://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_\(web_application_hybrid\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(web_application_hybrid)). [citirano: 2014-07-01]
180. MySpace homepage. <https://myspace.com/>. [citirano: 2014-07-15]
181. Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu homepage. <http://www.nsk.hr/>. [citirano: 2014-01-20]
182. National Library of Australia homepage. <http://www.nla.gov.au/>. [citirano: 2014-07-20]

183. National Library of South Africa homepage. <http://www.nlsa.ac.za/>. [citirano: 2014-01-20]
184. New York Public Library homepage. <http://www.nypl.org/>. [citirano: 2014-07-20]
185. Ning homepage. <http://www.ning.com/>. [citirano: 2014-07-15]
186. Person of the year : you, Dec. 25, 2006.
<http://content.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>. [citirano: 2014-07-01]
187. Pew Research Centre homepage. <http://www.pewinternet.org/>. [citirano: 2014-07-15]
188. Podcast. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/podcast>. [citirano: 2014-07-01]
189. Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine.
<http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/censuslogo.htm>. [citirano: 2013-05-31.]
190. QQ homepage. <http://web2.qq.com/>. [citirano: 2014-07-15]
191. Raspored predavanja. <http://www.nsk.hr/cssu/raspored/raspored.htm>. [citirano: 2014-01-12]
192. Reddit homepage. <https://www.reddit.com/> [citirano: 2014-07-01]
193. RSS. <http://hr.wikipedia.org/wiki/RSS>. [citirano: 2014-07-01]
194. Second Life homepage. <http://secondlife.com/> [citirano: 2014-07-15]
195. Sketchoholic homepage. <http://www.sketchoholic.com/>. [citirano: 2014-07-20]
196. Social media timeline. http://articles.sun-sentinel.com/2011-08-31/sports/fl-social-media-timeline-0901-20110830_1_users-google-aol-instant-messenger. [citirano: 2014-07-01]
197. Social network statistics. <http://www.ethority.net/blog/2013/10/09/social-network-statistics-2013-growth-rates-and-numbers-of-users/>. [citirano: 2014-07-15]
198. Social networking site use by age group , 2005-2012.
<http://www.pewinternet.org/Reports/2013/social-networking-sites/Findings.aspx>. [citirano: 2014-07-15]
199. Social networking site use by age group, 2005-2011.
<http://www.pewinternet.org/Reports/2013/social-networking-sites/Findings.aspx>. [citirano: 2014-07-15]

200. Social networking site use by online adults, 2005-2011.
<http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Social-Networking-Sites/Report.aspx?view=all>. [citirano: 2014-07-15]
201. Statement of Rights and Responsibilities. <https://www.facebook.com/legal/terms>
[citirano: 2013-05-31]
202. Tagging. <http://www.webopedia.com/TERM/T/tagging.html>. [citirano: 2014-07-01]
203. The British Library homepage. <http://www.bl.uk/>. [citirano: 2014-01-20]
204. The Commons. <https://www.flickr.com/commons>. [citirano: 2014-07-20]
205. The Great Gatsby.
http://nypl.bibliocommons.com/item/show/18320314052907_the_great_gatsby.
[citirano: 2014-07-20]
206. The National Library of Israel homepage.
<http://web.nli.org.il/sites/nli/english/Pages/default.aspx>. [citirano: 2014-01-20]
207. The power of social media. https://www.mediabistro.com/alltwitter/power-social-media_b55717. [citirano: 2014-07-15]
208. The Ultimate Timeline Of Social Networks, 1960-2012
https://www.mediabistro.com/alltwitter/social-networks-timeline_b19497.
[citirano: 2014-07-01]
209. Tumblr homepage. <https://www.tumblr.com/> [citirano: 2014-07-01]
210. Twitter homepage. <https://twitter.com/>. [citirano: 2014-07-15]
211. Web 2.0.
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a7/Web_2.0_Map.svg.
[citirano: 2014-07-01]
212. Wikipedia homepage. https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page [citirano: 2014-07-01]
213. WordPress homepage. <https://wordpress.com/> [citirano: 2014-07-01]
214. Worldcat homepage. <https://www.worldcat.org/>. [citirano: 2014-07-20]
215. World of Warcraft homepage. <http://eu.battle.net/wow/en/?-> [citirano: 2014-07-15]
216. YouTube homepage. <https://www.youtube.com/>. [citirano: 2014-07-15]

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1.	Porast broja korisnika interneta od 1993. do 2014.	8
Grafikon 2.	Postotak korištenja društvenih mreža u ukupnoj populaciji odraslih korisnika interneta od 2005. do 2011. godine	26
Grafikon 3.	Postotak korištenja društvenih mreža u ukupnoj populaciji odraslih internetskih korisnika do 2013. godine	26
Grafikon 4.	Obrazovna struktura stručnih djelatnika, uključujući informatičare	89
Grafikon 5.	Obrazovna struktura stručnih djelatnika, uključujući informatičare, prema statusu narodnih knjižnica	90
Grafikon 6.	Narodne knjižnice i korištenje društvenih mreža	134
Grafikon 7.	Društvene mreže korištene u narodnim knjižnicama	135
Grafikon 8.	Najčešće korištene društvene mreže u narodnim knjižnicama	135
Grafikon 9.	Facebook pojavnosti narodnih knjižnica	136
Grafikon 10.	Stav sudionika ankete o prisutnosti narodnih knjižnica na društvenim mrežama	138
Grafikon 11.	Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža	150
Grafikon 12.	Načini na koje se ispitanici informiraju o uslugama i novostima u knjižnici	151
Grafikon 13.	Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti	151
Grafikon 14.	Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama	152
Grafikon 15.	Odgovori korisnika o sadržajima objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama	153
Grafikon 16.	Mišljenje ispitanika o dvosmjernosti komunikacije na društvenim mrežama	154
Grafikon 17.	Zadovoljstvo ispitanika komunikacijom i uslugama knjižnica na društvenim mrežama	154
Grafikon 18.	Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice	155

	prisutne na društvenim mrežama	
Grafikon 19.	Načini informiranja ispitanika o događanjima i aktivnostima u knjižnici	157
Grafikon 20.	Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama	158
Grafikon 21.	Odgovori korisnika o sadržajima objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama	159
Grafikon 22.	Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama	161
Grafikon 23.	Udio muškaraca i žena među ispitanicima - prema starosnoj dobi	161
Grafikon 24.	Stručna sprema ispitanika - prema starosnoj dobi	162
Grafikon 25.	Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj od društvenih mreža - prema starosnoj dobi	162
Grafikon 26.	Načini informiranja ispitanika o događanjima u knjižnici - prema starosnoj dobi	163
Grafikon 27.	Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti - prema starosnoj dobi	164
Grafikon 28.	Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama - prema starosnoj dobi	164
Grafikon 29.	Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama - prema starosnoj dobi	165
Grafikon 30.	Mišljenje ispitanika o dvosmjernosti komunikacije na društvenim mrežama - prema starosnoj dobi	165
Grafikon 31.	Mišljenje ispitanika o sadržajima objava knjižnica na pojavnostima na društvenim mrežama - prema starosnoj dobi	166
Grafikon 32.	Zadovoljstvo ispitanika aktivnostima knjižnica na društveni mrežama - prema starosnoj dobi	167
Grafikon 33.	Mišljenje ispitanika o tome da li je dobro ili loše da su knjižnice prisutne na društvenim mrežama – prema starosnoj dobi	167
Grafikon 34.	Raspršenost objavljivanih sadržaja na Facebooku tijekom promatranog razdoblja	171
Grafikon 35.	Usporedni podaci o načinima informiranja o aktivnostima i događanjima u narodnim knjižnicama	186

Grafikon 36.	Usporedba sadržaja objavljenih na pojavnostima matičnih knjižnica na Facebooku između anketiranih korisnika, anketiranih matičnih knjižnica i promatranih matičnih knjižnica	187
Grafikon 37.	Usporedba sadržaja objava na pojavnostima knjižnica na Facebooku između promatranih i anketiranih narodnih knjižnica	188
Grafikon 38.	Postoci knjižnica koje koriste pojedine načine komunikacije s korisnicima (N = 121)	198
Grafikon 39.	Knjižnice (na okomitoj osi) prema broju načina komunikacije sa korisnicima (na vodoravnoj osi) N = 121	200
Grafikon 40.	Knjižnice (na okomitoj osi) koje komuniciraju putem društvenih mreža (N = 74) prema broju vrsti objava (na vodoravnoj osi)	205
Grafikon 41.	Broj knjižnica koje zapošljavaju informatičara (donji dio stupaca) u odnosu na broj knjižnica koje ga nemaju (gornji dio stupaca) - N = 121	206
Grafikon 42.	Zastupljenost pojedinih načina komunikacije knjižnica s korisnicima (postotak od ukupno 833 korisnika koji su odgovorili na pitanje 1 u upitniku)	210
Grafikon 43.	Rast prisutnosti narodnih knjižnica na Facebooku	220

POPIS SLIKA

Slika 1.	Naslovna stranica magazina „Time“	9
Slika 2.	„Tipičan fenomen weba 2.0“	11
Slika 3.	„Trokut društvenih medija“	16
Slika 4.	Usporedba funkcionalnosti društvenih medija	17
Slika 5.	Korisnici društvenih mreža u 2013. godini	24
Slika 6.	„Snaga društvenih mreža“	24
Slika 7.	„Kišobran“ informacijske pismenosti“	43
Slika 8.	Elementi informacijske pismenosti	47

POPIS TABLICA

Tablica 1.	Status knjižnice	87
Tablica 2.	Broj stručnih djelatnika, uključujući informatičare	89
Tablica 3.	Informatičar zaposlen u knjižnici	90
Tablica 4.	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	91
Tablica 5.	Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	92
Tablica 6.	Knjižnica, korisnik društvenih mreža	92
Tablica 7.	Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	93
Tablica 8.	Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	93
Tablica 9.	Najčešće korištena društvena mreža	94
Tablica 10.	Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	94
Tablica 11.	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	95
Tablica 12.	Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	96
Tablica 13.	Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	96
Tablica 14.	Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	97
Tablica 15.	Rezultati provedenih anketa	97
Tablica 16.	Razlozi za neprovođenje anketa	98
Tablica 17.	Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	98
Tablica 18.	Informatičar zaposlen u knjižnici	99
Tablica 19.	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	100
Tablica 20.	Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	101

Tablica 21.	Knjižnica, korisnik društvenih mreža	102
Tablica 22.	Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	103
Tablica 23.	Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	104
Tablica 24.	Najčešće korištena društvena mreža	104
Tablica 25.	Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	105
Tablica 26.	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	106
Tablica 27.	Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	107
Tablica 28.	Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	107
Tablica 29.	Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	108
Tablica 30.	Rezultati provedenih anketa	108
Tablica 31.	Razlozi za neprovođenje anketa	109
Tablica 32.	Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	110
Tablica 33.	Informatičar zaposlen u knjižnici	110
Tablica 34.	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	111
Tablica 35.	Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	112
Tablica 36.	Knjižnica, korisnik društvenih mreža	112
Tablica 37.	Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	113
Tablica 38.	Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	114
Tablica 39.	Najčešće korištena društvena mreža	115
Tablica 40.	Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	115
Tablica 41.	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	116

Tablica 42.	Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	117
Tablica 43.	Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	118
Tablica 44.	Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	118
Tablica 45.	Rezultati provedenih anketa	119
Tablica 46.	Razlozi za neprovođenje anketa	119
Tablica 47.	Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	120
Tablica 48.	Status knjižnice	120
Tablica 49.	Broj stručnih djelatnika, uključujući informatičare	121
Tablica 50.	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	122
Tablica 51.	Najčešći razlozi za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	123
Tablica 52.	Knjižnica, korisnik društvenih mreža	123
Tablica 53.	Knjižnica nije korisnik društvenih mreža	124
Tablica 54.	Društvene mreže kojima se knjižnice koriste (mogućnost višestrukih odgovora)	125
Tablica 55.	Najčešće korištena društvena mreža	126
Tablica 56.	Pojavnost knjižnice na najčešće korištenoj društvenoj mreži	126
Tablica 57.	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	127
Tablica 58.	Osoba zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	128
Tablica 59.	Dvosmjernost komunikacije s korisnicima na društvenim mrežama	129
Tablica 60.	Provođenje ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	129
Tablica 61.	Rezultati provedenih anketa	130
Tablica 62.	Razlozi za neprovođenje anketa	130

Tablica 63.	Stav sudionika ankete prema prisutnost knjižnica na društvenim mrežama	131
Tablica 64-A	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	132
Tablica 64-B	Najčešće korišteni alati za komunikaciju s korisnicima (mogućnost višestrukih odgovora)	133
Tablica 65-A	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	137
Tablica 65-B	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	137
Tablica 66.	Knjižnica u kojoj je anketa ispunjena	140
Tablica 67.	Dob ispitanika	141
Tablica 68.	Spol ispitanika	142
Tablica 69.	Stručna sprema ispitanika	142
Tablica 70.	Na koje se načine korisnici informiraju o uslugama i aktivnostima u knjižnici (mogućnost višestrukih odgovora)	143
Tablica 71.	Ima li Vaša knjižnica profil/grupu/stranicu na nekoj od društvenih mreža?	144
Tablica 72.	Na kojoj društvenoj mreži knjižnica ima profil/grupu/stranicu (pitanje otvorenog tipa)	144
Tablica 73.	Praćenje pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama	145
Tablica 74.	Komunikacija knjižnica-korisnik na društvenim mrežama	146
Tablica 75.	Što korisnici misli da knjižnica najčešće objavljuje na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	147
Tablica 76.	Dvosmjernost komunikacije	148
Tablica 77.	Zadovoljstvo komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama	148
Tablica 78.	Mišljenje korisnika o prisutnosti knjižnica na društvenim mrežama	149
Tablica 79.	Prate li ispitanici pojavnosti knjižnice na društvenim mrežama	152
Tablica 80.	Stručna sprema ispitanika	156
Tablica 81.	Informiranost ispitanika o postojanju pojavnosti knjižnice na nekoj	156

	od društvenih mreža	
Tablica 82.	Mišljenje ispitanika o tome na kojim društvenim mrežama knjižnice imaju pojavnosti	158
Tablica 83.	Mišljenje ispitanika o učestalosti objava na pojavnostima knjižnica na društvenim mrežama	159
Tablica 84.	Dvosmjernost komunikacije	160
Tablica 85.	Zadovoljstvo ispitanika uslugama knjižnice na društvenim mrežama	160
Tablica 86.	Prisutnost narodnih knjižnica na Facebooku prema županijama	169
Tablica 87.	Status knjižnica u promatranom uzorku	170
Tablica 88.	Prisutnost narodnih knjižnica na Facebooku prema pojavnosti	170
Tablica 89.	Aktivnost na pojavnostima narodnih knjižnica na Facebooku tijekom 14 dana	171
Tablica 90.	Broj objava djelatnika narodnih knjižnica na pojavnostima knjižnica na Facebooku tijekom 14 dana	172
Tablica 91.	Broj objava prema danima u tjednu	173
Tablica 92.	Sadržaji koje su djelatnici knjižnica objavljivali na pojavnostima knjižnica na Facebooku	174
Tablica 93.	Aktivnost pojavnosti knjižnica prema sadržaju objava (mogućnost višestrukih odgovora)	175
Tablica 94.	Facebook kategorija stranica narodnih knjižnica	176
Tablica 95.	Dodatne informacije o knjižnici na Facebooku	177
Tablica 96.	Aktivna web stranica	178
Tablica 97.	Uputa s web stranice na Facebook	179
Tablica 98.	Dokumenti o privatnosti, fotografijama, ponašanju na Facebooku	179
Tablica 99.	Stvarna aktivnost knjižnica na Facebooku	180
Tablica 100.	Analiza podataka o aktivnosti knjižnica na Facebooku s obzirom na status narodnih knjižnica	184
Tablica 101.	Sadržaji objava na društvenim mrežama (mogućnost višestrukih odgovora)	189

Tablica 102.	Aktivne internetske stranice knjižnica	190
Tablica 103.	Usporedba stanja u narodnim knjižnicama regije	191
Tablica 104.	Podaci i rezultati hi-kvadrat testova razlike između proporcija (N = 121)	193
Tablica 105.	Podaci i rezultati hi-kvadrat testova razlike između proporcija (N = 121)	195
Tablica 106.	Komunikacija knjižnica s korisnicima putem društvenih mreža	197
Tablica 107.	Distribucija frekvencija zastupljenosti načina komuniciranja	199
Tablica 108.	Učinkovitost knjižnica u komunikaciji	201
Tablica 109.	Knjižnice prema broju zaposlenih i broju ostvarenih načina komunikacije	202
Tablica 110.	Distribucija knjižnica prema broju različitih vrsti objava	204
Tablica 111.	Ima li knjižnica osobu zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža	207
Tablica 112.	Distribucija korisnika prema broju korištenih načina komunikacije	211
Tablica 113.	Zadovoljstvo korisnika komunikacijom s knjižnicom putem društvene mreže	212
Tablica 114.	Sedam odabranih parametara uspješnosti	214
Tablica 115.	Bodovanje svakog pojedinog parametra uspješnosti	215
Tablica 116.	Uspješnost djelovanja	216
Tablica 117.	Uspješnost djelovanja	217
Tablica 118.	Kvaliteta rezultata klasifikacije knjižnica prema uspješnosti njihovog djelovanja	218

PRILOZI

Prilog 1. On line anketni upitnik za ravnatelje/voditelje narodnih knjižnica (SurveyMonkey obrazac)

* 1. IME KNJIŽNICE:

* 2. Vaša knjižnica je:

- a) županijska matična knjižnica
- b) gradska knjižnica
- c) općinska knjižnica

* 3. Županija:

* 4. Koliko je stručnih djelatnika (uključujući informatičare) zaposleno u Vašoj knjižnici?

* 5. Vaša procjena o prosječnoj starosnoj dobi stručnih djelatnika (uključujući informatičare) zaposlenih u Vašoj knjižnici:

* 6. Obrazovna struktura stručnih djelatnika (uključujući informatičare) u Vašoj knjižnici je (navesti broj):

SSS

VŠS/BACC

VSS/ MAG. STRUKE

MR. SC.

DR. SC.

* 7. Ima li Vaša knjižnica zaposlenog informatičara?

- a) da
- b) ne

* 8. Kojim se alatima najčešće služi Vaša knjižnica za komunikaciju s korisnicima (moguće je odabrati više odgovora)?

- a) objavama na internetskoj stranici knjižnice
- b) objavama na lokalnim internetskim portalima
- c) plakatima na vidljivim mjestima u javnosti

- d) usmeno
- e) elektroničkom poštom
- f) promotivnim lecima
- g) plakatima na vidljivim mjestima u knjižnici
- h) člancima u lokalnom tisku
- i) društvenim mrežama i drugim alatima weba 2.0
- j) objavama na lokalnim televizijskim postajama
- k) objavama na lokalnim radio postajama
- l) SMS porukama

*** 9. Zbog čega, najčešće, Vaša knjižnica komunicira s korisnicima? (moguće je odabrati više odgovora)**

- a) obavještavamo ih o događanjima
- b) obavještavamo ih o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)
- c) provodimo ankete među korisnicima
- d) zanimaju nas ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi naših korisnika
- e) ne komuniciramo s korisnicima

*** 10. Vaša knjižnica je korisnik društvenih mreža:**

- a) da
- b) ne

***11. Ako je odgovor na prethodno pitanje bio NE, zašto knjižnica nije korisnik društvenih mreža?**

- a) smatramo to nepotrebnim
- b) nismo obučeni za rad s takvim alatima
- c) lokalna vlast ne dozvoljava javnim ustanovama grada/općine korištenje društvenih mreža

***12. Vaša knjižnica ima otvoren službeni profil/stranicu/grupu na (moguće je odabrati više odgovora):**

- a) Facebooku
- b) Twitteru
- c) Google+
- d) MySpaceu
- e) LinkedInu

f) Flickru

g) nismo korisnici društvenih mreža

h) nešto drugo (navesti što)

***13. Kojom društvenom mrežom se knjižnica najčešće koristi?**

a) Facebookom

b) Twitterom

c) Google+

d) MySpaceom

e) LinkedInom

f) Flickrom

g) nismo korisnici društvenih mreža

h) nekom drugom (navesti kojom)

***14. Na društvenoj mreži kojom se Knjižnica koristi, Knjižnica ima otvoren:**

a) profil

b) grupu

c) stranicu

d) nismo korisnici društvenih mreža

***15. Što knjižnica objavljuje na društvenim mrežama (moguće je odabrati više odgovora)?**

a) opće obavijesti

b) novosti o uslugama knjižnice

c) informacije o novoj građi

d) promotivne materijale

e) pozive na događanja u knjižnici

f) fotografije s događanja održanih u knjižnici

g) neobavezno razgovaramo s korisnicima

h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva

i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta

j) ankete

k) javne rasprave na zadanu temu

l) ne koristimo društvene mreže

***16. Ima li Vaša knjižnica osobu zaduženu za komunikaciju s korisnicima putem društvenih mreža?**

- a) da, informatičara
- b) da, jednog od knjižničara
- c) da, cijeli tim
- d) ne, komuniciraju svi djelatnici, tko prvi vidi komentar ili objavu korisnika, odgovara korisniku
- e) ne, u knjižnici radi samo jedna osoba koja obavlja sve poslove
- f) ne komuniciramo s korisnicima putem društvenih mreža

***17. Je li je komunikacija s korisnicima knjižnice na društvenim mrežama dvosmjerna?**

- a) da, uvijek odgovaramo na komentare korisnika
- b) povremeno odgovaramo na komentare korisnika
- c) ne
- d) nismo korisnici društvenih mreža

***18. Je li je knjižnica provodila ankete među korisnicima o zadovoljstvu komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama?**

- a) da
- b) ne
- c) nismo korisnici društvenih mreža

***19. Ako je odgovor na prethodno pitanje bio DA, kakvi su bili rezultati ankete?**

- a) korisnicu su vrlo zadovoljni komunikacijom i uslugama na društvenim mrežama
- b) korisnici su djelomično zadovoljni te je knjižnica dobila prijedloge za poboljšanje komunikacije i usluga
- c) korisnici su nezadovoljni te knjižnica radi na poboljšanjima

***20. Ako je odgovor na pitanje br. 17 bio NE, zašto knjižnica nije provela anketu?**

- a) ne vidimo potrebu za tim
- b) znamo da su korisnici zadovoljni
- c) ne znamo kako ju provesti
- d) nije bilo vremena, ali je anketa u planu
- e) nismo korisnici društvenih mreža

* 21. Po Vašem mišljenju, prisutnost knjižnica na društvenim mrežama je:

- a) odličan način za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga koji treba koristiti u punom potencijalu
- b) još jedna u nizu mogućnosti za komunikaciju s korisnicima i promicanje knjižničnih službi i usluga
- c) pomodarstvo bez budućnosti
- d) nužno zlo koje smo prisiljeni koristiti
- e) nešto drugo (navesti što)

Done

Powered by **SurveyMonkey**

Prilog 2. Anketni upitnik za korisnike županijskih matičnih službi

Istraživanje za doktorsku disertaciju „Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže“
doktorand Dunja Holcer, Sisak

UPITNIK ZA KORISNIKE KNJIŽNICE

Knjižnica u kojoj je upitnik ispunjavan:

Dob ispitanika _____ Spol ispitanika **M / Ž** (zaokružiti) Stručna sprema ispitanika _____

1. Kako se informirate o uslugama, događanjima i novostima u Vašoj knjižnici? (moguće je odabrati više odgovora)

- a) putem objava na internetskoj stranici knjižnice
- b) putem objava na lokalnim internetskim portalima
- c) putem plakata knjižnice na vidljivim mjestima u javnosti
- d) usmeno
- e) putem elektroničke pošte
- f) putem promotivnih letaka
- g) putem plaka na vidljivim mjestima u knjižnici
- h) putem članaka u lokalnom tisku
- i) putem društvenih mreža i drugih alata weba 2.0
- j) putem objava na lokalnim televizijskim postajama
- k) putem objava na lokalnim radio postajama
- l) putem SMS poruka

3. Ima li Vaša knjižnica profil/grupu/stranicu na nekoj od društvenih mreža?

- a) da
- b) ne
- c) ne znam

4. Na kojoj društvenoj mreži Vaša knjižnica ima profil/grupu/stranicu?

5. Jeste li „prijatelj“ s Vašom knjižnicom ili ju pratite na nekoj od društvenih mreža?

- a) da
- b) ne

6. Ako DA, zašto? Ako NE, zašto?

7. Komunicira li Vaša knjižnica s Vama na društvenim mrežama?

- a) da, redovito
- b) ne, knjižnica vrlo rijetko objavljuje novosti na svom profilu/grupi/stranici
- c) povremeno
- d) nisam korisnik usluga knjižnice na društvenim mrežama

8. Što, najčešće, Vaša knjižnica objavljuje putem društvenih mreža? (moguće je odabrati više odgovora)

- a) obavještava me i poziva na događanja
- b) obavještava me o novostima (radno vrijeme, članarine, nove usluge i sl.)
- c) provodi ankete među korisnicima
- d) zanimaju ih ideje, komentari, primjedbe i prijedlozi korisnika
- e) objavljuje informacije o novoj građi
- f) objavljuje promotivne materijale
- g) objavljuje fotografije s događanja održanih u knjižnici
- h) neobavezno razgovara s korisnicima
- i) objavljuje zanimljivosti iz područja knjižničarstva
- j) objavljuje zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta
- k) organizira javne rasprave na zadanu temu na društvenoj mreži
- l) nisam korisnik usluga knjižnice na društvenim mrežama

9. Je li je komunikacija na društvenim mrežama između Vas i knjižnice dvosmjerna?

- a) da, uvijek odgovaraju na moje komentare
- b) povremeno odgovaraju na komentare moje komentare
- c) ne
- d) nisam korisnik usluga knjižnice na društvenim mrežama

10. Jeste li zadovoljni komunikacijom i uslugama knjižnice na društvenim mrežama?

- a) da
- b) djelomično
- c) ne
- d) nisam korisnik usluga knjižnice na društvenim mrežama

11. Što smatrate da knjižnica treba poboljšati u komunikaciji i uslugama na društvenim mrežama?

12. Ako Vaša knjižnica nije korisnik društvenih mreža, smatrate li to dobrim ili lošim?

- a) dobrim
- b) nemam mišljenje o tome
- c) lošim

13. Kratko obrazložite odgovor na prethodno pitanje.

Prilog 3. Tablica A – svakodnevno praćenje aktivnosti svake pojedine narodne knjižnice iz promatranog uzorka na Facebooku, uz bilježenje broja objava prema vrstama te broja “lajkova” od strane “prijatelja” (knjižnice su imale šifre od 1 do 63)

ŠIFRA NARODNE KNJIŽNICE I OBLIK POJAVNOSTI NA FACEBOOKU	13.5.2013.	14.5.2013.	15.5.2013.	16.5.2013.	17.5.2013.	18.5.2013.	19.5.2013.	20.5.2013.	21.5.2013.	22.5.2013.	23.5.2013.	24.5.2013.	25.5.2013.	26.5.2013.
a) opće obavijesti														
b) novosti o uslugama knjižnice														
c) informacije o novoj građi														
d) promotivne materijale														
e) pozive na događanja u knjižnici														
f) fotografije s događanja održanih u knjižnici														
g) neobavezno razgovaramo s korisnicima														
h) zanimljivosti iz područja knjižničarstva														
i) zanimljivosti iz kulture iz Hrvatske i svijeta														
j) ankete														
k) javne rasprave na zadanu temu														
l) zanimljivosti općenito														
m) citati														
n) objave „prijatelja“														
o) o održanim događanjima, bez fotografija														
p) lokalne vijesti i najave														

Prilog 4. Tablica B – tablica za prikupljanje podataka o sveukupnoj aktivnosti narodnih knjižnica iz uzorka na Facebooku, prema datumima promatranja (knjižnice su imale šifre od 1 do 63)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
13.5.																
14.5.																
15.5.																
16.5.																
17.5.																
18.5.																
19.5.																
20.5.																
21.5.																
22.5.																
23.5.																
24.5.																
25.5.																

26.5.																																
Ukupno:																																

	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
13.5.																
14.5.																
15.5.																
16.5.																
17.5.																
18.5.																
19.5.																
20.5.																
21.5.																
22.5.																
23.5.																
24.5.																
25.5.																
26.5.																
Ukupno:																

	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
13.5.																
14.5.																
15.5.																
16.5.																
17.5.																
18.5.																
19.5.																
20.5.																
21.5.																
22.5.																
23.5.																

M	K36	30.854		8.948	5.453	S		1.295	1.302	14	207	14
G	K37	13.192		861	560	S		160	160	7	8	0
G	K38	8.478		855	561	S	imaju još jednu stranicu	50	51	8	10	0
O	K39	1.630		340	180	P	imaju i stranicu	648	648	6	26	0
M	K40	178.102		25.000	19.211	S	imaju i aktivan profil	1.565	1.565	29	71	2
G	K41	23.926		1.544	992	S		583	588	11	85	2
G	K42	6.594		973	732	S		385	389	1	3	0
O	K43	1.804		175	75	S		53	53	1	1	0
O	K44	2.879		302	147	S		56	56	0	0	0
G	K45	7.815		449	222	G		286	290	35	120	18
M	K46	57.460		13.678	10.877	S		4.809	4.810	11	103	10
M	K47	55.705		9.951	6.832	P		1.147	1.152	1	1	0
G	K48	4.345		1.139	786	P		1.124	1.122	1	9	1
G	K49	6.133		486	227	P	imaju i stranicu	999	999	2	49	8
O	K50	4.180		644	371	S		59	59	2	2	0
G	K51	8.264		1.375	722	S		327	328	4	15	1
G	K52	6.817		789	340	G		109	109	9	19	9
G	K53	10.135		580	270	P		1.539	1.546	7	198	12
O	K54	3.593		536	222	S		664	665	2	7	0
O	K55	1.997		241	106	P		0	0	0	0	0
O	K56	1.779		548	513	P		326	326	0	0	0
M	K57	35.312		5.414	909	S		823	826	14	213	3
O	K58	5.793		447	447	G		156	156	13	25	1
O	K59	3.572		258	78	S		642	642	8	39	2
G	K60	9.283		699	433	S		574	575	11	57	1
G	K61	22.760		3.526	1.809	S	Dječji odjel ima svoj profil	461	462	2	4	0
O	K62	11.905		1.166	478	P		1.131	1.134	3	75	1
G	K63	24.671		2.212	1.285	P		1.257	1.259	0	0	0
O-18, G-36, M-9	63	1.844.717	1.569.704	364.229	257.110	P-22, G-3, S-38		52.165	52.450	543	3.705	250

Prilog 7. Tablica E – tablica za prikupljanje općih podataka o informacijama koje se nalaze na Facebook pojavnostima narodnih knjižnica iz uzorka prikupljeni analizom svake pojavnosti te o postojanju aktivnih službenih internetskih stranica

VRSTA	ŠIFRA KNJIŽNICE	FB	AKTIVNI WEB	UPUTA SA WEB-a NA FB	NA FB-u KAO	DODATNI PODACI NA FB-u	DOKUMENTI
G	K1	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	adresa, broj telefona, web adresa	"Obavijest o privatnosti i objavljivanju fotografija na službenim stanicama i Facebook profilu knjižnice" - na webu
G	K2	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	web adresa, radno vrijeme	ne
O	K3	P	ne		osoba	adresa, broj telefona, datum "rođenja"	ne
G	K4	P	da		osoba		ne
G	K5	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, web adresa	ne

O	K6	P	ne		osoba	broj telefona, adresa, radno vrijeme, ukratko o knjižnici	ne
G	K7	S	da	da, na naslovnoj strani	education	ukratko o Knjižnici	ne
G	K8	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	broj telefona, adresa, web adresa	ne
G	K9	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	adresa, broj telefona, web adresa, radno vrijeme	ne
O	K10	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, pravila posudbe, email, web adresa	ne
G	K11	S	da	da, na naslovnoj strani	education	adresa, broj telefona, web adresa, ukratko o knjižnici	ne
M	K12	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, web adresa	ne
M	K13	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, web adresa	ne
O	K14	P	ne		osoba	broj telefona, email, adresa	ne
G	K15	S	da	da, na naslovnoj strani	local business	broj telefona, radno vrijeme, web adresa	ne
G	K16	P	ne		osoba	broj telefona, adresa	ne
M	K17	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, web adresa	ne
G	K18	S	da		library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, web adresa	ne
O	K19	S	ne		library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email	ne
G	K20	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, web adresa	ne
O	K21	S	ne		library	adresa i broj telefona, email	ne
G	K22	S	ne		library	broj telefona, adresa, članarine, radno vrijeme, link na katalog	ne
G	K23	S	ne		library	broj telefona, adresa, email, upis i posudba, radno vrijeme, link na katalog	ne
G	K24	P	ne		osoba	adresa, broj telefona	ne
G	K25	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	broj telefona, adresa, web adresa	ne
G	K26	S	da	da, na naslovnoj strani	library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	ne
G	K27	S	da	da, na naslovnoj strani	library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	ne
M	K28	S	da	da, na naslovnoj strani	library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	"Obavijest o fotografijama na Facebook stranici" - na FB-u na webu knjižnice
G	K29	S	ne		library	adresa, radno vrijeme, broj telefona	ne
G	K30	S	da		library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	"Pravila ponašanja i komuniciranja" - na FB-u
G	K31	S	da		library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, web adresa	ne
G	K32	P	da		osoba	adresa, radno vrijeme, broj telefona, web adresa	ne
G	K33	S	da		library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, email, web adresa	ne
O	K34	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	ne
O	K35	P	ne		osoba		ne
M	K36	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, email, web adresa, o knjižnici	"Obavijest o fotografijama na Facebook stranici" - na FB-u
G	K37	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, email, web adresa	ne
G	K38	S	ne		library	adresa, radno vrijeme, broj telefona, email, o knjižnici	ne
O	K39	P	ne		osoba		ne
M	K40	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, web adresa, o knjižnici	ne
G	K41	S	da		library	adresa, broj telefona, email, web adresa	ne
G	K42	S	ne		library	osnovne informacije, radno vrijeme, o knjižnici, link na katalog	ne
O	K43	S	ne		education	adresa, broj telefona, email, o knjižnici	ne
O	K44	S	ne		education	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email	ne
G	K45	G	da	da, na naslovnoj strani		ukratko o knjižnici	ne
M	K46	S	da		library	adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, web adresa	ne
M	K47	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	broj telefona, adresa, web adresa	ne

G	K48	P	da		osoba	radno vrijeme, adresa, broj telefona	ne
G	K49	P	da		osoba	radno vrijeme, email, web adresa	ne
O	K50	S	da		library	radno vrijeme, broj telefona, email, web adresa	ne
G	K51	S	da		community	radno vrijeme, adresa, broj telefona, web adresa, o knjižnici	ne
G	K52	G	da			adresa, broj telefona, radno vrijeme, email, ravnatelj, link na katalog	ne
G	K53	P	ne		osoba	radno vrijeme, broj telefona, adresa, email, osoblje	ne
O	K54	S	da	da, na naslovnoj strani	library	radno vrijeme, broj telefona, web adresa, email	ne
O	K55	P	ne		osoba		ne
O	K56	P	ne		osoba	radno vrijeme, broj telefona, adresa	ne
M	K57	S	da	da, na naslovnoj strani	library	adresa, web adresa, broj telefona, kratko o knjižnici	ne
O	K58	G	ne				ne
O	K59	S	ne		library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa	ne
G	K60	S	da		library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa	ne
G	K61	S	da	da, na naslovnoj strani	library	radno vrijeme, adresa, broj telefona, email, web adresa	ne
O	K62	P	da		osoba	radno vrijeme, adresa, broj telefona, web adresa	"Obavijest o privatnosti i objavljivanju fotografija na Facebook profilu Knjižnice"- na FB-u i web stranici
G	K63	P	da	da, na naslovnoj strani	osoba	adresa, web adresa	ne

ŽIVOTOPIS AUTORICE

Dunja Holcer rođena je 1974. u Sisku gdje je završila osnovnu i srednju školu. Diplomirala je razrednu nastavu na Pedagojskim znanostima Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu 2001. godine te bibliotekarstvo na Informacijskim znanostima Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu 2004. godine.

Od 2000. zaposlena je Narodnoj knjižnici i čitaonici Vlado Gotovac Sisak, u Dječjem odjelu, kao pomoćni knjižničar, a nakon stjecanja zvanja diplomiranog knjižničara, na mjestu diplomiranog knjižničara. Krajem 2009. prelazi na mjesto voditeljice Županijske matične službe za narodne i školske knjižnice Sisačko-moslavačke županije.

Sudjelovala je na brojnim radionicama Centra za stalno stručno usavršavanje, stručnim skupovima i konferencijama u Hrvatskoj te je održala 14 plenarnih i posterskih izlaganja. Bila je glavna urednica ili član uredništva niza zbornika radova, programskih knjižica te strukovnih časopisa i članica 9 programskih i organizacijskih odbora stručnih skupova.

Od 2000. godine aktivna je članica Knjižničarskog društva Sisačko-moslavačke županije - KDSMŽ (2002. - 2004. članica Nadzornog odbora KDSMŽ; 2004. - 2006. tajnica KDSMŽ; 2006. - 2008. potpredsjednica KDSMŽ; 2008. - 2012. predsjednica KDSMŽ) kao i Hrvatskoga knjižničarskog društva - HKD (2008. - 2012. članica Glavnog odbora HKD-a; 2013. - 2014. stručna tajnica HKD-a; 2014.- ... predsjednica HKD-a). Članica je HKD-ove Komisije za slobodan pristup informacijama i slobodu izražavanja te HKD-ove Komisije za pokretne knjižnice.

Dobitnica je strukovne nagrade „Eva Verona“ Hrvatskoga knjižničarskog društva 2008. godine, a 2010. godine dobila je zvanje višeg knjižničara odlukom Ministarstva kulture Republike Hrvatske.

BIBLIOGRAFIJA RADOVA AUTORICE

1. Holcer, Dunja; Bujas, Nataša; Tihomirović, Andrej. All-inclusive Digital Archiving: Problems and Possible Technical Solutions. // LIDA 2008: Education And Training In Digital Libraries And Reference In Digital Environments / editors Josipa Selthofer, Tatjana Aparac-Jelušić, Maja Krtalić. Osijek : University J. J. Strossmayer, Faculty of Philosophy, 2008. Str. 284-291.
2. Holcer, Dunja. Digital Archiving In Children's Library // InFuture 2007 : Digital Information And Heritage / uredili Sanja Seljan i Hrvoje Stančić. Zagreb : Filozofski Fakultet, Odsjek za informacijske znanosti, 2007. Str. 207-211.
3. Holcer, Dunja. Digitalizacija u dječjoj knjižnici // Godišnjak Knjižničarskog društva Sisačko-moslavačke županije, 1(2007.), Str. 12-13.
4. Holcer, Dunja. Digitization in Children's Library – a Different Approach to the Problem // LIDA 2006: Cultural, Social and Institutional Effects and Place of Digital Libraries And Building a Digital Library for Children and Young Adults. Osijek : University J. J. Strossmayer, Faculty of Philosophy, 2006.
5. Holcer, Dunja. Dječji odjeli narodnih knjižnica Sisačko-moslavačke županije // Dječji odjeli kroz suradnju s javnošću : zbornik radova / uredile Marina Šimić i Jelena Čobanov. Šibenik : Gradska knjižnica “Juraj Šižgorić”, 2011. Str. 97-100.
6. Holcer, Dunja. DVD-teka : nova zbirka u knjižnici // Novi mediji u dječjim knjižnicama : zbornik radova. Sisak : Narodna knjižnica i čitaonica, 2008. Str. 65-74.
7. Holcer, Dunja. Kako u svijetu tehnoloških promjena privući djecu u knjižnicu // XVII. Proljetna škola školskih knjižničara Republike Hrvatske : zbornik radova / uredili Biserka Šušnjić, Đudita Franko, Theodor de Canziani Jakšić. Zagreb : Zavod za školstvo Republike Hrvatske ; Rijeka : Prva sušačka gimnazija, 2006. Str. 152-156.
8. Holcer, Dunja. Knjižnice i knjižničari u okruženju weba 2.0 // Bibliotekar. Beograd : Bibliotekarsko društvo Srbije, 1-2/2015. – prihvaćeno za objavljivanje u rubrici: Istraživanja, kao znanstveni rad
9. Holcer Dunja. Lokalna zajednica i knjižnice : komunikacija za obostranu korist // Knjižnica, komunikacijsko i multikulturalno središte lokalne zajednice : zbornik

- radova 8. savjetovanja za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Zagreb : Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, 2012. Str. 63-70.
10. Holcer, Dunja. Multimedijalna prezentacija interaktivne izložbe Plavi svijet dupina – priča o dupinima cresko-lošinjskog arhipelaga // XVI. Proljetna škola školskih knjižničara Republike Hrvatske : zbornik radova / uredili Biserka Šušnjić, Đudita Franko, Theodor de Canziani Jakšić. Zagreb : Zavod za školstvo Republike Hrvatske ; Rijeka : Prva sušačka gimnazija, 2005. Str. 181-183.
11. Holcer, Dunja. Organizacija znanja u dječjim knjižnicama // Godišnjak Knjižničarskog društva Sisačko-moslavačke županije. Sisak : Knjižničarsko društvo Sisačko-moslavačke županije, 2(2008.), Str. 10-12.
12. Holcer, Dunja. Protupožarna zaštita // Vjesnik bibliotekara Hrvatske. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 52, 1/4(2009.), Str. 220-236.
13. Holcer, Dunja. Social networks and media and information literacy // Zbornik radova XII međunarodne naučne konferencije „Informacijska pismenost na zapadnom Balkanu: Jun na Uni“ = Proceedings 12th international scientific conference „Western Balkan information literacy: June on Una river“ / urednici Ratko Knježević, Nikola Findrik. Bihać : Kantonalna i univerzitetska biblioteka Bihać, 2015. Str. 87 – 94.
14. Holcer, Dunja. Uloga dječjih knjižnica u društvu znanja // Godišnjak Knjižničarskog društva Sisačko-moslavačke županije. Sisak : Knjižničarsko društvo Sisačko-moslavačke županije, 1(2007.), Str. 16-17.