

KNJIŽNICA INSTITUTA RUĐER BOŠKOVIĆ NA DRUŠTVENIM MREŽAMA
LIBRARY OF THE RUĐER BOŠKOVIĆ INSTITUTE ON SOCIAL NETWORKS

Ivana Pažur
Knjižnica Instituta Ruđer Bošković
Library of the Ruđer Bošković Institute
Bijenička c. 54
10 000 Zagreb
ipazur@irb.hr

SAŽETAK

Društvene su mreže postale dio svakodnevice i njima se koristi veliki broj korisnika. Od prvotne uloge zabave i povezivanja, pretežno mlade populacije, postale su važan marketinški alat i izvor zarade. Međutim i neprofitne organizacije, a među njima i knjižnice našle su na njima svoje mjesto koristeći njihov informacijsko – komunikacijski potencijal za promidžbu svojih aktivnosti i usluga.

Danas već postoje brojne društvene mreže, među kojima u svijetu, a tako i u Hrvatskoj, po broju korisnika trenutačno prednjači Facebook.

Knjižnica Instituta Ruđer Bošković također se uključila na Facebook, a uz njega i na Twitter. Na Facebooku je 2009. g. prvo pokrenula skupinu *Kolokviji knjižnice Instituta Ruđer Bošković*, a iste godine pokreće stranice *Hrvatske knjižnice na Facebooku i Knjižnica Instituta Ruđer Bošković*. Nakon toga je pokrenuta i knjižnična stranica na Twitteru.

Knjižnica redovito održava skupinu i stranice, no kako se one sadržajno razlikuju tako zahtijevaju i različiti intenzitet održavanja. Najveća se pažnja posvećuje održavanju knjižnične stranice na Facebooku na kojoj se prenose objave s knjižničnog bloga te se objavljuju i drugi dodatni sadržaji vezani za knjižnice, čitanje i knjige.

Broj pratitelja stranice konstantno raste što je najznačajniji pokazatelj zanimljivosti i aktualnosti objavljenih sadržaja. Interakcija s korisnicima u vidu njihovih komentara i sviđanja je relativno slaba te se više svodi na pasivno čitanje objava.

Premda je dio hrvatskih knjižnica prisutno na društvenim mrežama, njihova zastupljenost na Facebooku pokazuje da se još uvijek radi tek o manjem broju (8,6%).

Društvene mreže za knjižnice ne znače zamjenu svih postojećih komunikacijskih kanala kojima su do sada išle prema korisnicima, već su prije njihova dopuna putem kojih dolaze do različitih i novih skupina korisnika.

SUMMARY

Social networks has become part of daily routine for many people, and they are used by a large number of users. From their initial role as entertainment and connection tool, predominantly of young population, they have become an important marketing tool and source of profit.

However, even non-profit organizations, including libraries, have found their place on social networks using their information and communication opportunities to promote library activities and services.

Today, there are already numerous social networks, but according to the number of users Facebook is currently the most popular one in the world, and in Croatia as well.

The Rudjer Boskovic Institutes' Library has also joined Facebook, and besides it Twitter. First in 2009 Library has launched publicly available group *Kolokviji Instituta Rudjer Boskovic*, that is used to inform users about the lectures. Later in the same year library has launched publicly available page *Hrvatske knjiznice na Facebooku* that collects links of Croatian libraries on Facebook. As last, publicly open library page *Knjižnica Instituta Ruđer Bošković* was launched on Facebook and Twitter.

The library regularly maintains group and pages, but because of their content differences they require different intensity of maintenance. The greatest attention is paid on keeping the library Facebook page accurate. The published content mainly consists of transmitted library blog posts, but there are also other contents connected with libraries, reading and books.

Number of fans is constantly growing which is the most important indicator of interest and content actuality. Interaction with users in terms of their comments and likes is relatively weak and it is mostly reduced to the passive viewing of the posts.

Although, Croatian libraries are present on the social networks, their presence on Facebook shows that it is only a small number (8.6%).

Social networks for libraries do not mean replacement of all existing communication channels through which they reach users. They are rather supplement which helps librarians to reach different and new user groups.

Uvod

Društvene mreže su mrežne usluge koje omogućavaju pojedincima, ustanovama, poduzećima i sl. kreiranje javnih, djelomično javnih ili zatvorenih profila putem kojih, unutar danog sustava, stupaju u vezu s drugim registriranim korisnicima. Uspostavljanjem međusobnog kontakta, korisnici izrađuju popise korisnika s kojima su povezani te ujedno mogu pregledavati popise njihovih veza¹, kao i popise veza drugih registriranih korisnika unutar sustava.² Na taj se način ostvaruje međusobno premežavanje korisnika što je osnova svih društvenih mreža bez obzira što se mogu razlikovati u strukturi i mogućnostima. Vezano za mogućnosti komunikacije, većina društvenih mreža korisnicima omogućava javnu komunikaciju u vidu komentara i privatnu komunikaciju putem poruka.

Kao što se to dogodilo nakon pojave elektroničke pošte, tako su i društvene mreže postale dio svakodnevice i redovito ih koristi sve veći broj korisnika. Od 2006. g. dolazi do velikog porasta njihove popularnosti što je dovelo i do znatnog pada korištenja donedavno popularnog bloga.³ Popularnosti društvenih mreža pridonijeli su i raznovrsni mobilni uređaji putem kojih korisnici mogu pratiti nove objave s bilo kojeg mjesta.

Danas već postoje mnogobrojne društvene mreže koje omogućavaju povezivanje različitih interesnih skupina. Krajem 2012. g. Vincenzo Cosenza, strateški stručnjak za društvene medije, objavio je svjetsku kartu popularnosti društvenih mreža, na kojoj je jasno vidljiva premoć Facebooka. Uz njega svijetom dominiraju društvene mreže Qzone, V Kontakte, Odnoklassniki i Cloob.⁴

Facebook zauzima mjesto najraširenije i najkorištenije društvene mreže i u Hrvatskoj, a uz njega još su poznati: Twitter, Google+, Flickr, i MySpace.⁵ Od specijaliziranih društvenih mreža najpoznatiji su servis za razmjenu video materijala YouTube i mreža stručnjaka različitih profesija LinkedIn.

Iako nisu šire poznate, zbog korisnosti za znanstvenu i akademsku zajednicu, posebno treba spomenuti postojanje specijaliziranih znanstvenih društvenih mreža. Takve mreže su se, primjerice, razvile oko programa za bibliografski menadžment kao što su Zotero i Mendeley.

Spomenimo još, od manje poznatih, ali značajnih za ljubitelje knjige, i potencijalno korisnu za knjižnice, Goodreads društvenu mrežu namijenjenu čitateljima knjiga.

Društvene mreže zapravo omogućavaju širenje informacija na tradicionalan način korištenjem elektroničke usmene predaje (*electronic word-of-mouth*), ali u novom mediju.⁶ Preporuka prijatelja općenito ima veliki utjecaj te ono što nam je preporučio netko koga poznajemo prije ćemo i sami prihvatiti, a od te činjenice polazi i marketing na društvenim mrežama.⁷

Od prvotne uloge zabave i povezivanja, pretežno mlađe populacije, društvene su mreže postale važan marketinški alat i izvor zarade. Stoga se postavljalo pitanje ima li na njima između zabave i marketinga prostora i za neprofitne organizacije među kojima su i knjižnice.

¹ Neke mreže omogućavaju korisnicima prikrivanje podatka o njihovim vezama.

² Boyd, D. M.; N. B. Ellison. Social network sites: definition, history, and scholarship. // *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 1(2013). [citirano 2013-02-13]. Dostupno na: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

³ Torres-Salinas, D. [et al.]. State of the library and information science blogosphere after social networks boom: a metric approach. // *Library & Information Science Research* 33, 2(2011), 168–174.

⁴ Cosenza, Vincenzo. World map of social networks - Vincos blog. [citirano 2013-02-06]. Dostupno na: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

⁵ Hrvatska je na 70-tom mjestu po broju korisnika Facebooka, a on trenutno iznosi 1613140.

⁶ Chan, C. P. Marketing the academic library with online social network advertising. // *Library Management* 33, 8(2012), 479–489.

⁷ Yet another article about Facebook: forget the hype: what works, what doesn't and the deeper approach. // *Strategic Direction* 28, 9(2012), 18-20.

Knjižnice na društvenim mrežama

Nakon pojave društvenih mreža knjižničari su ispočetka razmatrali potrebu uključivanja knjižnica, no ipak su vrlo brzo prepoznali njihov informacijsko - komunikacijski potencijal i počeli uključivati knjižnice smatrajući kako trebaju biti „tamo gdje su njihovi korisnici“.⁸ Također su uvidjeli kako su društvene mreže dobro promidžbeno pomagalo u upoznavanju korisnika s knjižničnim uslugama i aktivnostima.⁹

Sam postupak uključivanja knjižnice na društvene mreže relativno je jednostavan. Međutim, tek iza toga će se pokazati je li knjižnica upotrijebila društvenu mrežu u svoju korist ili djelomično čak i na štetu.

Naime, kao što se u počecima pojavljivanja knjižničnih mrežnih stranica naglašavalo kako one gube smisao ukoliko se ne održavaju, a zastarjeli podaci odbijaju korisnike i utječu na kredibilitet knjižnice, isto vrijedi i za knjižnice na društvenim mrežama. Štoviše, interaktivna sučelja društvenih mreža mnogo su dinamičniji medij od mrežne stranice i zahtijevaju često održavanje.

Knjižničari katkada registriraju knjižnicu na društvenoj mreži smatrajući kako je već samo to dovoljno da budu tamo gdje su njihovi korisnici i da knjižnica bude moderna i napredna.¹⁰

U literaturi se često ističe kako knjižnice prije samog uključivanja na društvene mreže trebaju imati strategiju svog djelovanja koja uključuje ciljeve i način njihovog postizanja. Njezino nepostojanje dovodi do sadržajne neujednačenosti i nedosljednosti te slabljenju intenziteta održavanja.¹¹

Objavljivanje treba biti redovito, ali ne smije biti ni prečesto kako se korisnike ne bi „zagušilo“ prekomjernim objavama. Također je bitno odgovarati na pitanja i komentare korisnika.

Knjižnice koje pokazuju veću aktivnost na društvenoj mreži zasigurno će imati i veći broj pratitelja.¹² Nažalost, praksa, a i istraživanja to potvrđuju, pokazuju kako je samo mali broj knjižnica zaista aktivan, dok većina sadržaje objavljuje jedanput ili dvaput mjesečno.¹³

Potrebno je odrediti i broj osoba ili čak odjela, koji rade na održavanju, kako ono ne bi postalo sporadična aktivnost koju djelatnici obavljaju samo kada imaju vremena. Ukoliko je moguće održavanje ne bi trebalo biti obaveza samo jedne osobe i ovisiti samo o njezinom znanju i sklonostima.¹⁴

U uvjetima kada je u knjižnici zaposlena samo jedna osoba sudjelovanje na društvenim mrežama dodatni je i posebno zahtjevni posao, no to ne znači da takve knjižnice ne mogu imati koristi

⁸ Pažur Vojvodić, I. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook. //3. Seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture / urednice Mirna Willer, Sanjica Faletar Tanacković : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010, 260-277; Jacobson, T. B. Facebook as a library tool: perceived vs. actual use. // *College & Research Libraries* 72, 1(2011), 79–90; Charnigo, L.; P. Barnett-Ellis. // *Checking out Facebook.com: the impact of a digital trend on academic libraries* // *Information Technology & Libraries* 26, 1(2007), 23–34.

⁹ Usp. Jacobson, Z. B. Nav. dj.

¹⁰ Bodnar, J.; A. Doshi. Asking the right questions: a critique of Facebook, social media, and libraries. // *Public Services Quarterly* 7, 3–4(2011), 102–110.

¹¹ Balas, J. L. Online treasures. social networking in the library-what is it good for? // *Computers in Libraries* 30, 7(2010), 34–34; Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. Croatian libraries on Facebook - content analysis. // *MIPRO, 2012 Proceedings of the 35th International Convention, 2012, 1130–1134*; Yet another article about Facebook. Nav. dj.; Steiner, H. Reference utility of social networking sites: options and functionality. // *Library Hi Tech News* 26, 5/6(2009), 4–6; Jennings, S. To tweet, or not to tweet? // *Reference Services Review* 40, 2(2012), 214–216; King, D. L. Facebook for libraries // *American Libraries* 42, 5/6(2011), 42–45.

¹² Hebrang Grgić, I.; D. Mučnjak. // *Usage of Facebook in public libraries' promotion : the cases of Ireland and Croatia* (u tisku); Jacobson, T. B. Nav. dj.

¹³ Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. Croatian libraries on Facebook - content analysis. Nav. dj.

¹⁴ Isto.; Usp. Bodnar, J.; A. Doshi. Nav. dj.

od društvenih mreža tim više, jer im one pružaju gotovu aplikaciju i tehničku podršku što je čak i lakše održavati od mrežnih stranica.

Sadržaj objava ovisi o vrsti knjižnice i treba se rukovoditi profilom korisnika i njihovim informacijskim potrebama. No, sadržaji se ne moraju uvijek nužno ticati knjižnice, već mogu biti i raznovrsniji pa i neformalnijeg karaktera, ali je bitno u tome zadržati mjeru.¹⁵

Knjižničari u kontaktu s korisnicima svakako trebaju zadržati profesionalni nivo i odvojiti poslovno od privatnog.¹⁶

Nakon uključivanja na društvenu mrežu također je o tome potrebno obavijestiti korisnike pomoću postojećih oblika informiranja, a već je uvriježeno postavljanje ikona društvenih mreža na mrežne stranice knjižnice.

Neke su se knjižnice upustile čak i u eksperimentiranje s plaćenim oglasima na društvenim mrežama kako bi svoje usluge i informacijske izvore približile upravo korisnicima koji ne koriste druge kanale putem kojih knjižnice idu prema njima.¹⁷

S obzirom da broj društvenih mreža stalno raste, knjižničarima je sve teže odrediti koje su prikladne za knjižnice i odgovaraju li njihovim ciljevima i misiji. Dakako, nemoguće je biti na svim društvenim mrežama, stoga je prije odluke potrebno utvrditi koja je društvena mreža najzastupljenija među korisnicima knjižnice i općenito u državi.¹⁸

Društvena mreža Facebook

Istraživanje studenata Filozofskog fakulteta u Zagrebu pokazalo je kako čak 78% studenata posjeduje Facebook korisnički račun što govori u prilog Facebooku kao najraširenije društvene mreže u Hrvatskoj.¹⁹

Facebook korisnicima nudi tri mogućnosti: kreiranje profila, skupine i stranice. Stranice su pokrenute upravo radi organizacija, ustanova, tvrtki, proizvoda i sl., a ovdje pripadaju i knjižnice.

Korisnici koji žele pratiti objave samo trebaju kliknuti na opciju *like* pri vrhu stranice i na taj se način registrirati kao pratitelji koji potom automatski primaju svježe objave na svojim profilima.

Kako su glavne uloge Facebooka obavještavanje i promidžba, pokazao se kao odlično pomagalo aktivnim knjižnicama koje imaju puno predavanja, izložbi i sl. događanja.²⁰

Knjižničari prvenstveno koriste oglasnu ploču (*wall*) za „dostavljanje“ obavijesti korisnicima, no interakcija s njima je minimalna.²¹ Slaba interakcija s korisnicima zapravo ne iznenađuje, jer se već na blogu pokazalo kako korisnici, bez obzira što imaju tu mogućnost, jako rijetko komentiraju. Isto tako na Facebooku češće koriste opciju sviđanja (*like*) od pisanja komentara.

Od ostalih mogućnosti knjižničari najčešće koriste objavljivanje fotografija.²²

¹⁵ Glazer, H. Likes are lovely, but do they lead to more logins? Developing metrics for academic libraries' Facebook pages. // College & Research Libraries News 73, 1(2012), 18–21.

¹⁶ Mučnjak D.; I. Hebrang Grgić. Libraries and librarians on Facebook : professional vs personal involvement. // Proceedings of the IADIS International Conference : web based communities and social media : International Association for Development of the Information Society, 2012, 160–164.

¹⁷ Usp. Chan, C. P. Nav. dj.

¹⁸ Usp. Steiner, H. Nav. dj.; Jennings, S. Nav. dj.

¹⁹ Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. 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 : Asocijacija informacijskih stručnjaka - bibliotekara, arhivista i muzeologa, 2012, 135–143.

²⁰ Usp. Jacobson, T. B. Nav. dj.

²¹ Aharony, N. Facebook use in Libraries: an exploratory analysis. // Aslib Proceedings, 64 (2012), 358–372.

²² Isto.

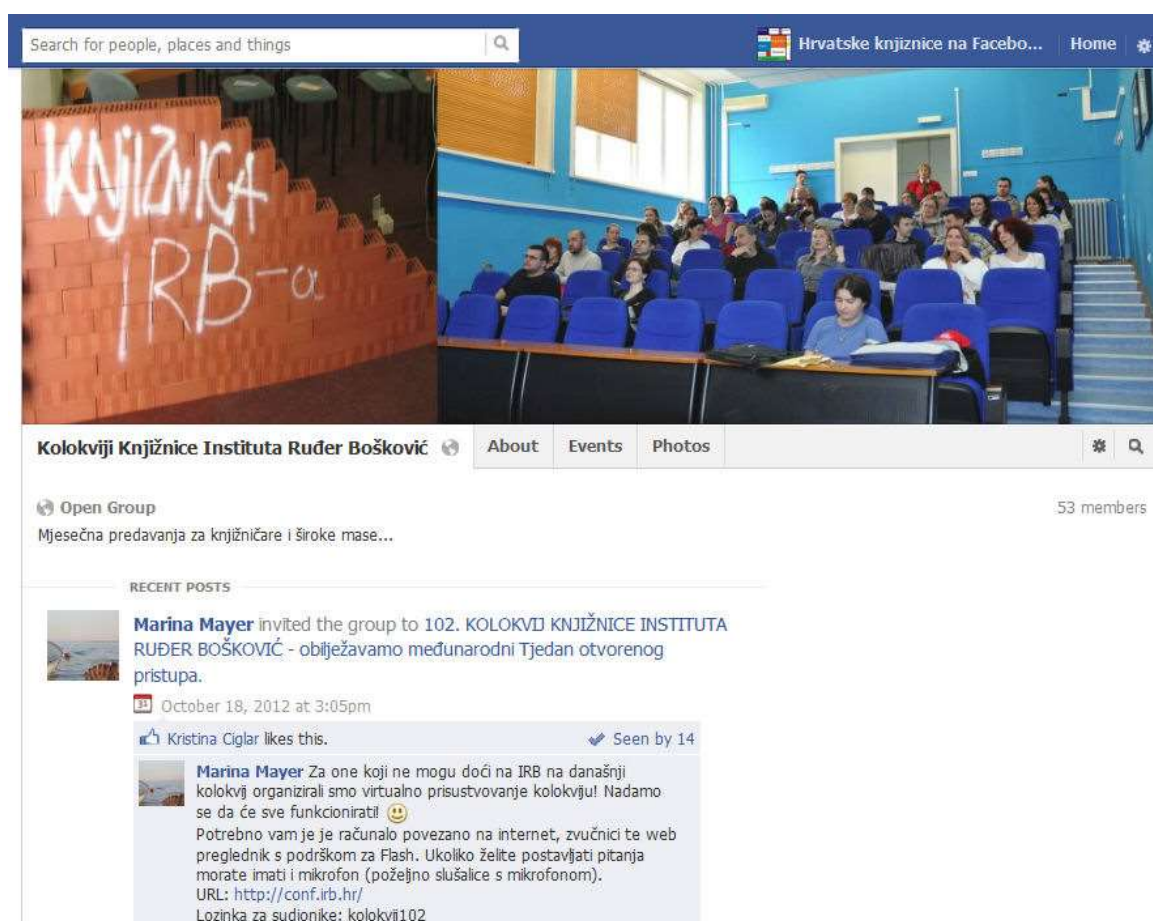
Zanimljivo je istraživanje prema kojem tek 30% akademskih knjižnica Facebook koristi za predstavljanje različitih informacijskih izvora za pretraživanje. Knjižnicama su na prvom mjestu objave o knjižničnim aktivnostima (49,05%), na drugom su mjestu usluge (18,42%), a na trećem je mjestu predstavljanje zbirki (13,82%).²³

Knjižnice bi u svakom slučaju uz pomoć dodatnih, besplatno dostupnih programa korisnike trebale uputiti na svoje kataloge, baze podataka i druge izvore. To potkrijepljuju i rezultati istraživanja na Filozofskom fakultetu u Zagrebu u kojem je želju za pretraživanjem mrežnog kataloga putem Facebooka izrazilo 64% ispitanika.²⁴

Knjižnica Instituta Ruđer Bošković na društvenoj mreži Facebook

Knjižnica Instituta Ruđer Bošković odlučila se za Facebook društvenu mrežu, jer je u datom trenutku bila najpopularnija u Hrvatskoj i sa stalnim porastom korisnika, a i sami djelatnici knjižnice već su imali osobne profile na Facebooku tako da im je bilo poznato njegovo korištenje i mogućnosti.

Kolokviji knjižnice Instituta Ruđer Ruđer Bošković



Slika 1. Skupina Kolokviji knjižnice Instituta Ruđer Ruđer Bošković 6. 3. 2013.

²³ Isto.

²⁴ Usp. Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. Knjižnice, studenti i društvene mreže. Nav. dj.

Knjižnica je 29. siječnja 2009. g. osnovala skupinu *Kolokviji knjižnice Instituta Ruđer Bošković*²⁵ za potrebe oglašavanja održavanja kolokvija. Skupina je otvorena za javnost i ima 53 člana. S obzirom na usku tematiku, objave su u prosjeku mjesečne, odnosno kada se održavaju kolokviji, stoga skupinu održava samo jedan knjižničar. Budući da je Facebook načinio neke izmjene u skupni je vidljivo samo 17 objava o održavanju kolokvija. Interakcija s članovima je minimalna, a 12 vidljivih komentara većinom su dodatne obavijesti administratora o mjestu ili vremenu održavanja kolokvija. Prosječan broj pregleda objava je 13.

Posljednjih godina opada interes za kolokvije, stoga broj članova skupine i njegova stagnacija odražavaju stvarnu situaciju.

S obzirom da se objave o kolokvijima objavljuju i na knjižničnoj Facebook stranici knjižnica bi trebala razmotriti potrebu daljnjeg postojanja skupine.

Hrvatske knjižnice na Facebooku



Slika 2. Knjižnice na Facebooku 6. 3. 2013.

Za potrebe istraživanja o hrvatskim knjižnicama na Facebooku, knjižnica Instituta Ruđer Bošković je 16. studenog 2009. g. pokrenula za javnost otvorenu stranicu *Hrvatske knjižnice na Facebooku*.²⁶ S obzirom da je stranica sadržajno usko ograničena i svodi se na prikupljanje poveznica

²⁵ Analiza statističkih pokazatelja o posjećenosti i interakcijama navedenih u daljnjem tekstu završena je početkom prosinca 2012. g., stoga se na popratnim slikama ponegdje pokazuje veći broj pratitelja od navedenog.

²⁶ U vrijeme pokretanja stranice Facebook iz nekog razloga u nazivu nije htio prihvatiti hrvatske diakritičke znakove. Promjenu naziva više nije moguće napraviti, jer je registrirano preko 200 pratitelja.

povremeno ju održava jedan knjižničar. Trenutno je 753 pratitelja, a njihov broj raste pogotovo u posljednjih nekoliko mjeseci što upućuje na porast popularnosti same stranice.

Od nastanka stranice pa do kraja 2012. g. ukupno je registrirano 133²⁷ jedinstvenih knjižnica (nisu ubrojene stranice/profil/skupine koje su pokretali korisnici²⁸), a tijekom 2012. g. zabilježeno je 31 novih, jedinstvenih knjižničnih stranica/profila/skupina. U odnosu na 2009. g. kada je zabilježeno 28 stranica/profila/skupina koje su na Facebooku osnovale knjižnice broj knjižnica na Facebooku se povećao za 375%.²⁹

Najveći broj čine narodne knjižnica - 79 (59%), slijede školske - 34 (26%), visokoškolske - 10 (8%), općeznanstvene - 1 (1%), nacionalna i sveučilišna knjižnica (1%), sveučilišne knjižnice - 2 (1%) i specijalne knjižnice - 6 (4%).

Međutim, uspoređujući broj knjižnica na Facebooku s njihovim stvarnim brojem u upisniku hrvatskih knjižnica³⁰ u kojem ih je registrirano 1545, vidljivo je da one čine svega 8,6%. Prema vrsti prednjače narodne knjižnice od kojih je na Facebooku 45%, a najmanje ima školskih knjižnica (2,97%).

Od 2009. do 2012. g. godišnje je u prosjeku objavljeno 38 objava³¹, odnosno 3 objave mjesečno. Prosječni godišnji broj sviđanja je 58, odnosno 1,5 sviđanja po pojedinačnoj objavi. Što se tiče podjela (*share*) godišnje je u prosjeku samo jedna, dok je komentara osam, što upućuje da podjela i komentara na mjesečnoj razini ima jako malo ili ih uopće nema.³²

Slika 3: Podaci o posjećenosti i interakcijama stranice Hrvatske knjižnice na Facebooku od 1. 1. do 31. 10. 2012.

²⁷ Stranice/profil/skupine nekolicine knjižnica danas više ne postoje premda su poveznice još uvijek vidljive na stranici.

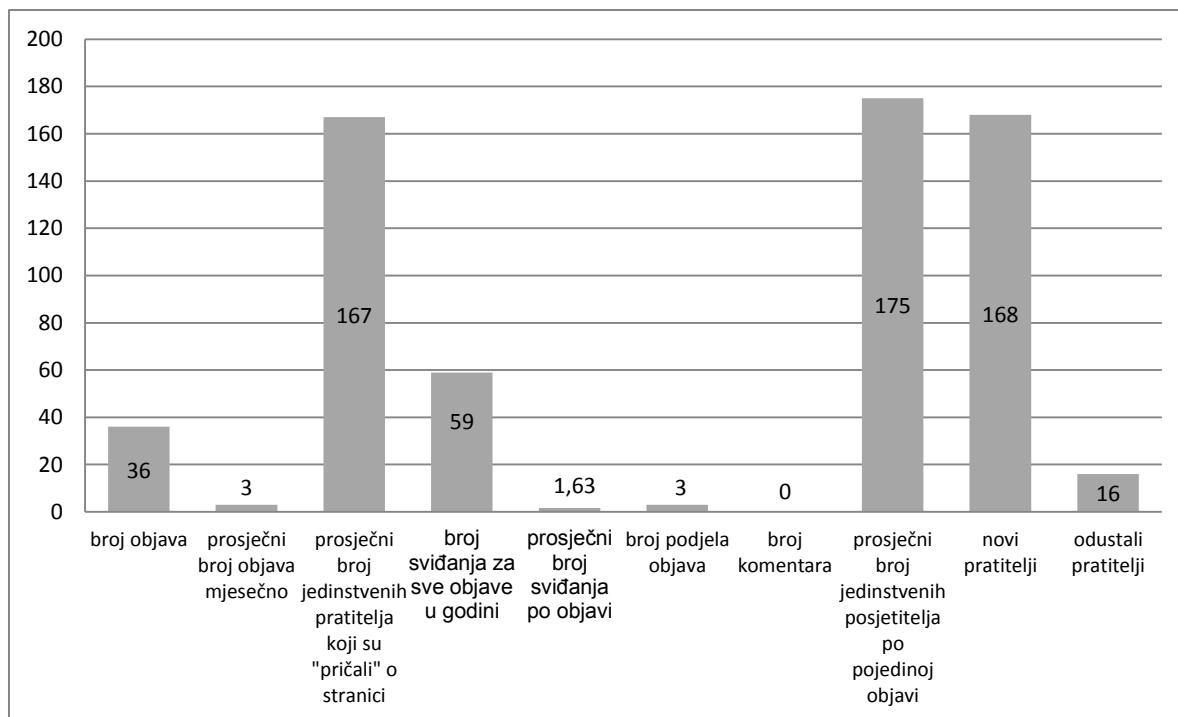
²⁸ U istraživanju provedenom 2009. g. ukupno je bilo 9 stranica/profila/skupina koje su vezano za knjižnice pokretali korisnici. Takve stranice/profil/skupine kasnije se više nisu bilježili na stranici.

²⁹ Usp. Pažur Vojvodić, I. Nav. dj.

³⁰ Ministarstvo Kulture Republike Hrvatske - upisnik Knjižnica [citirano: 2013-02-08]. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=202&pregled=1>

³¹ Premda je stranica namijenjena prikupljanju poveznica na knjižnice na Facebooku ponekad se objavljuju i druge objave vezane za knjižnice i knjižničarstvo koje su ovdje također ubrojene.

³² Facebook za stranicu Hrvatske knjižnice na Facebooku daje statističke podatke na godišnjoj razini.



S obzirom da Facebook ne nudi pregled pojedinih statističkih podataka o posjećenosti za razdoblje od 2009. do 2011., prema svim raspoloživim podacima поближе ćemo razmotriti 2012. g.³³

U 2012. g. u razdoblju od siječnja do konca listopada objavljeno je 36 objava, tj. u prosjeku 3 objave mjesečno. Ukupno je bilo 59 sviđanja, odnosno u prosjeku 5 sviđanja mjesečno. Pojedinačnu objavu u prosjeku je pogledalo 175 jedinstvenih pratitelja, a prosječno je 167 jedinstvenih pratitelja na neki način „pričalo“³⁴ o stranici. Međutim, tijekom cijele godine nije bilo niti jednog komentara, a broj podjela (3) i sviđanja po pojedinačnoj objavi (1,63) bili su slabi. U prosjeku je mjesečno bilo 14 novih pratitelja, dok ih odustalo 1,3.

Objava s najvećim brojem sviđanja (19) je prilog o *Hvarskoj knjižnici* iz emisije Pola ure kulture, a najpopularnija objava na stranici je *Mišljenje Hrvatskoga knjižničarskog društva o Sporazumu ACT* (317 pregleda jedinstvenih korisnika).

Prikazani podaci ne iznenađuju, jer potvrđuju prije istaknuto o minimalnoj interakciji s korisnicima, a i s obzirom na sadržajni karakter same stranice, interakcija se i ne očekuje u većoj mjeri. Pronalaženje poveznica na knjižnice na Facebooku uglavnom ovisi o samom administratoru stranice, dok knjižničari vrlo rijetko sami stavljaju poveznice na svoje ili druge knjižnice.

No, glavni pokazatelj korisnosti i zanimljivosti same stranice zapravo je dosta veliki broj pratitelja.

Ipak pomalo iznenađuje podatak prema kojem hrvatske knjižnice na Facebooku zapravo čine jako mali udio u ukupnom broju knjižnica u Hrvatskoj.

³³ Facebook ne nudi statističke podatke za razdoblje od 2009. do 2011. za prosječni broj jedinstvenih pratitelja po pojedinoj objavi (28 dana po objavi), broj novih i odustalih pratitelja te prosječni broj jedinstvenih pratitelja koji su „pričali“ o stranici.

³⁴ Pod tim se podrazumijeva prosječni broj jedinstvenih pratitelja koji su napravili objavu, sviđanje, komentiranje ili dijeljenje, označavanje (*tags*) stranice na fotografiji, odgovorili na poziv na događanje, spomenuli stranicu i napravili prijavu (*check in*) na lokaciji stranice ili preporučili lokaciju stranice u posljednjih sedam dana.



Slika 4. Facebook stranica Knjižnice Instituta Ruđer Bošković 6. 3. 2013.

Naposljetku je knjižnica Instituta Ruđer Bošković 3. prosinca 2009. g. pokrenula vlastitu knjižničnu stranicu. Glavni poticaj bila je želja za promidžbom knjižnice, odnosno povećanjem njezine vidljivosti širem krugu potencijalnih korisnika, osobito virtualnih.

Do kraja 2009. godine knjižnica je okupila 110 pratitelja dok je stranicu u prosincu 2012. g. pratilo njih 498 što je povećanje od 352%, a broj i dalje kontinuirano raste.

Veći dio čine žene (64,9%), koje su najbrojnije u dobi 25 - 34 godina (26,4%), dok su muškarci najbrojniji u dobi 34 - 44 godina (8,9%). Prema očekivanju, najmanje pratitelja je u dobi do 17 i preko 65 godina. Također, većina ih je iz Hrvatske i iz Zagreba.

Nažalost, prema raspoloživim statističkim podacima nije moguće napraviti analizu pratitelja koja bi pokazala prevladavaju li zaposlenici Instituta ili vanjski korisnici.

Knjižnica prema svom planu nastoji objaviti 2-3 objave tjedno koje preuzima sa svog knjižničnog bloga, no, objavljuju se i drugi dodatni sadržaji.³⁵

Na preuzimanje objava s bloga odlučilo se zbog mišljenja da će one na taj način doprijeti do šireg kruga korisnika kao i zbog uštede vremena koje bi bilo potrebno za posebno održavanje obje usluge.

Većinu objava pišu sami knjižničari, dok je preuzimanje poveznica i tuđih sadržaja zastupljeno u manjoj mjeri.

Sadržaji su vezani za novosti iz knjižnice, usluge i informacijske izvore. Uz to se objavljuju i drugi zanimljivi sadržaji iz prirodnih i srodnih znanosti, knjižničarstva i kulture. Također se objavljuju i neformalniji, uglavnom slikovni sadržaji vezani za promicanje knjižnica, knjige i čitanja općenito.

³⁵ Na Facebooku se objavljuju poveznice pojedinačnih objava na blogu. Kako bi ih korisnici u cijelosti mogli pročitati moraju kliknuti na poveznicu koja ih vodi na blog.

Stranicu zajednički održavaju svi zaposleni knjižničari (9 osoba).

Statistički podaci o posjećenosti i interakcijama predočeni su za šest mjeseci u razdoblju od 1. svibnja do 31. listopada 2012. g.

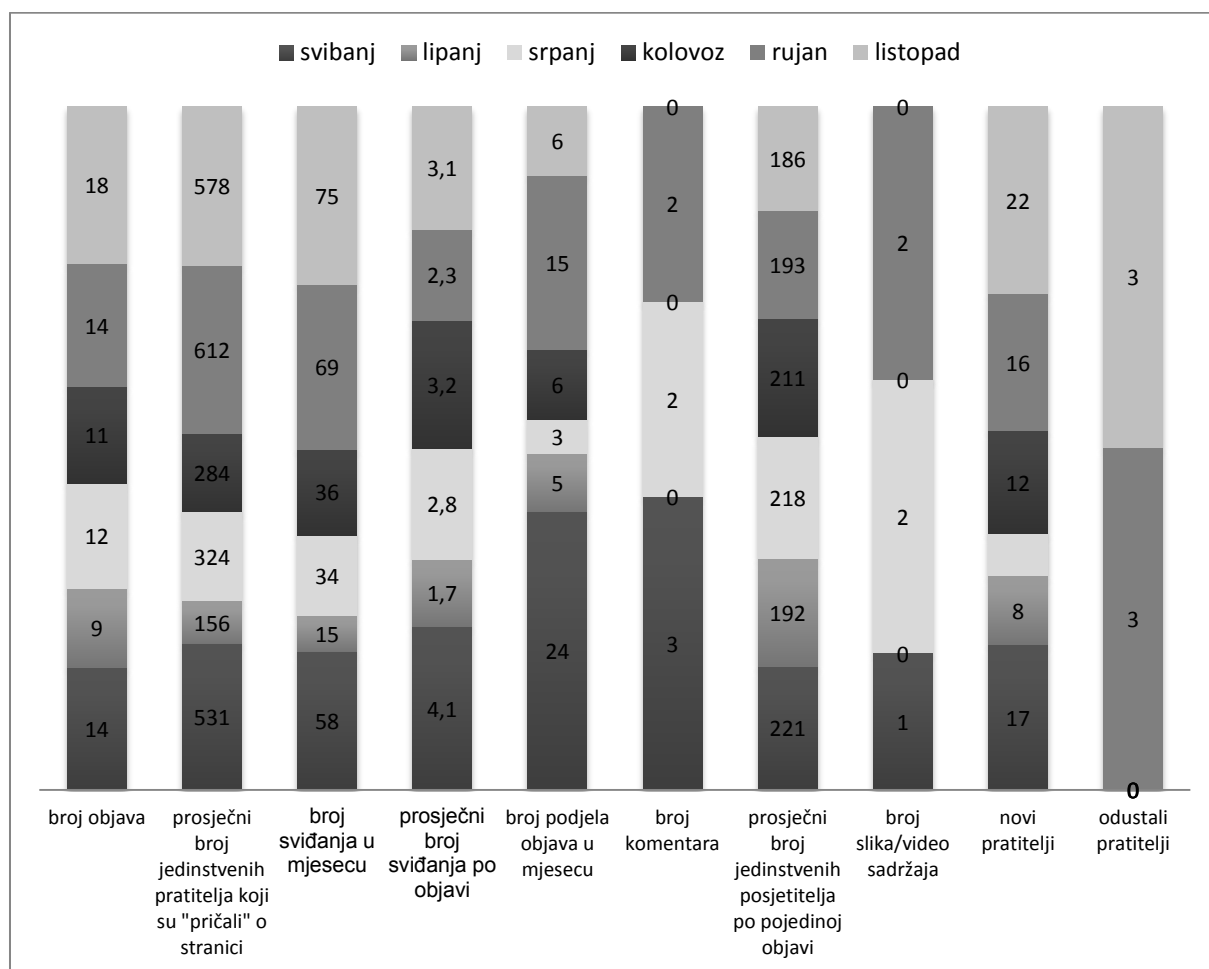
Knjižnica u prosjeku mjesečno objavljuje 13 objava što pokazuje da se uspješno zadržati kontinuirano objavljivanje.

Mjesečno je u prosjeku 37 sviđanja, tj. 3 sviđanja po pojedinačnoj objavi. Pratitelji su mjesečno prosječno načinili 10 podjela objava, no komentiranje je bilo slabo te je u prosjeku mjesečno objavljen samo 1 komentar.

U promatranih šest mjeseci prosječno je 414 jedinstvenih pratitelja na neki način „pričalo“ o stranici. Prosječno je bilo 203 jedinstvenih posjetitelja po pojedinoj objavi³⁶, dok je najpopularnija objava na stranici, *Librarians are there*, imala 604 pregleda jedinstvenih korisnika, 31 sviđanje i 24 dijeljenja. To nas upućuje na zaključak da bi dobar dio pratitelja mogli biti knjižničari.

Najviše je tekstualnih sadržaja, a rijetko se objavljuju fotografije i video materijali (prosječan broj je tek 0,8). Od nastanka stranice knjižnica je planirala ponuditi više multimedijalne građe, kao što su snimke predavanja, upute za snalaženje u knjižnici, no to još nije ostvareno.

Slika 5. Podaci o posjećenosti i interakcijama od 1. 5. do 31. 10. 2012.



Pomoću dodatnog programa (Iframewrapper/zadego) korisnicima su ponuđene i stalne poveznice (*Favorites*) na knjižnični katalog i baze podataka.

³⁶ Bilježi se 28 dana po objavi.

Osim broja pratitelja značajan pokazatelj je i broj odustalih. U promatranom razdoblju prosječno je mjesečno 13 novih i 1 odustali pratitelj.

Na stranici se redovito objavljuju novi sadržaji, a s obzirom na kontinuirani porast broja novih pratitelja i mali broj odustalih može se zaključiti da stranica ispunjava svoju promidžbenu i informacijsko - komunikacijsku namjenu, unatoč tome što je interakcija s korisnicima više prisutna u vidu pasivnog promatranja nego aktivnog komentiranja i sviđanja.

Statistički podaci³⁷ o posjećenosti knjižničnih mrežnih stranica za 2012. g. pokazuju kako svega 3% posjetitelja dolazi putem Facebooka, međutim on je na četvrtom mjestu odmah iz Google pretraživača. U usporedbi s drugim društvenim mrežama 99% posjeta dolazi s Facebooka, a tek 1% s Twittera.

Nažalost, dostupni statistički podaci ne nam pokazuju kolika je posjećenost objava na blogu s Facebooka i Twittera što bi nam pomoglo u potvrdi ili pak opovrgavanju mišljenja kako se knjižnični blog više čita od kada se objave pojavljuju i na društvenim mrežama.

Twitter stranica



Slika 6. Twitter stranica Knjižnice Instituta Ruđer Bošković 6. 3. 2013.

³⁷ Statistički podaci prikupljeni su pomoću programa Piwik.

Zbog popularnosti društvene mreže Twitter knjižnica je na njemu 3. 12. 2009. g. pokrenula stranicu koju je do početka prosinca 2012. g. pratilo 63 pratitelja. Ukupno je objavljeno 173 objava, od kojih je 62 objavljeno tijekom 2012. g. S obzirom da se objave automatski preuzimaju putem RSS-a s bloga, angažman knjižničara u održavanju je minimalan.³⁸ Dodatni sadržaji se ne objavljuju.

Twitter ima ograničenje na 140 znakova i po toj svojoj osobini više nalikuje komunikaciji sms porukama zbog čega i nije najprikladniji za knjižnice. Budući da su objave knjižnice znatno dulje Twitter prikazuje samo mali dio i vodi na knjižnični blog.

Broj novih pratitelja slabo raste (svega 5 novih pratitelja od prosinca 2012. do 6. 3. 2013.), a komunikacija s njima ne postoji. Dakle, knjižnična Twitter stranica isključivo ima namjenu usmjeravanja pratitelja na blog.

Zaključak

Knjižnice su u početku pomalo bojažljivo pristupale društvenim mrežama, no danas ih sve češće koriste za promidžbu svojih aktivnosti i usluga u virtualnom svijetu.

Društvene mreže za knjižnice ne znače zamjenu svih postojećih kanala kojima su do sada išle prema korisnicima, jer se putem različitih kanala dolazi i do različitih skupina korisnika. Može se reći da su one samo još jedan posrednik i pomagalo putem kojeg knjižnice pokušavaju doprijeti do korisnika.

Dobar dio knjižničara prepoznao je tu ulogu društvenih mreža i odvažio se na eksperimentiranje s njima. Premda je direktnu korist teško izmjeriti nedvojbeno je da aktivne knjižnice koje su na bilo kojoj društvenoj mreži uspjele okupiti stalne pratitelje samim time poboljšavaju svoju reputaciju i uvjerljivost, pokazujući da prate suvremena društvena kretanja i razumiju nove informacijsko - komunikacijske kanale. Time također povećavaju i svoju vidljivost što je preduvjet i za privlačenje potencijalnih korisnika.

Knjižnica Instituta Ruđer Bošković je među prvim knjižnicama u Hrvatskoj počela koristiti Facebook društvenu mrežu koja je postala uobičajeni dio knjižnične ponude na mreži.

Od samog pokretanja knjižnične stranice uspjela se zadržati redovitost objavljivanja na što uvelike utječe veći broj knjižničara koji rade na tome, kao i prijenos obavijesti s bloga. Na taj se način održava i stranica na Twitteru, jer knjižničari ne bi imali vremena za posebno održavanje bloga, Facebook i Twitter stranica.

Iskustvo knjižnice Instituta Ruđer Bošković na društvenim mrežama je pozitivno. Statistički podaci o posjećenosti, i za specijalnu knjižnicu dosta veliki broj pratitelja, potvrđuju aktualnost i zanimljivost objava. Međutim, kao što je uočeno i kod drugih knjižnica, aktivna interakcija s korisnicima u vidu komentiranja i svidanja je slaba već se prije radi o pasivnom čitanju objava. No, bez obzira što se neaktivnost korisnika često ističe, smatramo da taj vid komunikacije s korisnicima nije presudan za ocjenjivanje kvalitete objava, ukoliko posjećenost i broj korisnika pokazuju stalni porast. Također je i veliko pitanje koliko bi knjižničari vremenski uopće stizali komunicirati s korisnicima kada bi njihovi komentari i poruke bili puno češći.

Facebook je nedvojbeno društvena mreža koja dominira u Hrvatskoj, no unatoč mišljenju o njegovoj korisnosti i porastu broja knjižnica koje ga koriste, gledano u cjelini taj je broj ipak jako mali. Također je evidentno da tek manji broj knjižnica održava svoje skupine/stranice ažurnima, a tek rijetke knjižnice putem Facebooka nude mogućnost pretraživanja svojih kataloga ili drugih informacijskih izvora.

³⁸ Radi povremenih poteškoća s radom RSS-a na Twitteru nisu preuzete sve objave s bloga.

Knjižnica Instituta Ruđer Bošković trenutno na društvenim mrežama koristi dvije knjižnične stranice i jednu grupu za širenje obavijesti o svojim aktivnostima i uslugama. Hoće li se neki od tih kanala s vremenom zamijeniti nekim novim koji će postati važan korisnicima i koji bi mogao utjecati i na opadanje značaja društvenih mreža vrijeme će tek pokazati. U svakom slučaju, kao knjižničari trebamo biti fleksibilni i spremni na takve promjene kako se knjižnice ne bi našle na margini.

LITERATURA

Aharony, N. Facebook use in Libraries: an exploratory analysis. // *Aslib Proceedings*, 64 (2012), 358–372.

Balas, J. L. Online treasures. social networking in the library-what is it good for? // *Computers in Libraries* 30, 7(2010), 34–34.

Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. Croatian libraries on Facebook - content analysis. // *MIPRO, 2012 Proceedings of the 35th International Convention, 2012*, 1130–1134.

Banek, Z. M.; T. Ivanjko; M. Benčec. 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 : Asocijacija informacijskih stručnjaka - bibliotekara, arhivista i muzeologa, 2012*, 135–143.

Bodnar, J.; A. Doshi. Asking the right questions:a critique of Facebook, social media, and libraries. // *Public Services Quarterly* 7, 3–4(2011), 102–110.

Boyd, D. M.; N. B. Ellison. Social network sites: definition, history, and scholarship. // *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 1(2013). [citirano 2013-02-13]. Dostupno na: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Chan, C. P. Marketing the academic library with online social network advertising. // *Library Management* 33, 8(2012), 479–489.

Charnigo, L.; P. Barnett-Ellis. // *Checking out Facebook.com: the impact of a digital trend on academic libraries* // *Information Technology & Libraries* 26, 1(2007), 23–34.

Cosenza, Vincenzo. World map of social networks - Vincos blog. [citirano 2013-02-06]. Dostupno na: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

Glazer, H. Likes are lovely, but do they lead to more logins? Developing metrics for academic libraries' Facebook pages. // *College & Research Libraries News* 73, 1(2012), 18–21.

Hebrang Grgić, I.; D. Mučnjak. // *Usage of Facebook in public libraries' promotion : the cases of Ireland and Croatia (u tisku)*.

Jacobson, T. B. Facebook as a library tool: perceived vs. actual use. // *College & Research Libraries* 72, 1(2011), 79–90.

Jennings, S. To tweet, or not to tweet? // *Reference Services Review* 40, 2(2012), 214–216.

King, D. L. Facebook for libraries // *American Libraries* 42, 5/6(2011), 42–45.

Mučnjak D.; I. Hebrang Grgić. Libraries and librarians on Facebook : professional vs personal involvement. // *Proceedings of the IADIS International Conference : web based communities and social media : International Association for Development of the Information Society, 2012*, 160–164.

Pažur Vojvodić, I. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook. //3. Seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske infrastrukture / urednice Mirna Willer, Sanjica Faletar Tanacković : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010, 260–277.

Steiner, H. Reference utility of social networking sites: options and functionality. // Library Hi Tech News 26, 5/6(2009), 4–6.

Torres-Salinas, D. [et al.]. State of the library and information science blogosphere after social networks boom: a metric approach. // Library & Information Science Research 33, 2(2011), 168–174.

Ministarstvo Kulture Republike Hrvatske - upisnik knjižnica [citirano: 2013-02-08]. Dostupno na: <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=202&pregled=1>

Yet another article about Facebook: forget the hype: what works, what doesn't and the deeper approach. // Strategic Direction 28, 9(2012), 18-20.