

Slika i percepcija suvremene narodne knjižnice u javnosti

Pintarić, Tomislav

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:795881>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-08-03**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci
Filozofski fakultet u Rijeci
Odsjek za kroatistiku

Slika i percepcija suvremene narodne knjižnice u javnosti

Student: Tomislav Pintarić

Mentorica: prof. dr. sc. Aleksandra Horvat

Studij: Hrvatski jezik i književnost (jednopedmetni studij – knjižničarski smjer)

Rijeka, rujan, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
2. NARODNA KNJIŽNICA – ULOGA I POSLANJE.....	4
2.1. POSLOVANJE.....	6
2.2. ZADAĆE.....	7
2.3. NARODNA KNJIŽNICA U SUVREMENOM KONTEKSTU.....	8
3. NARODNA KNJIŽNICA U DIGITALNOM DOBU.....	10
3.1. DIGITALNA KNJIŽNICA.....	12
3.2. INTERNET KAO IZAZOV.....	13
4. PERCEPCIJA KORISNIKA O KNJIŽNICI – ČIMBENICI UTJECAJA.....	15
4.1. VRIJEDNOST KNJIŽNIČNIH USLUGA.....	16
4.2. IDENTIFICIRANJE KORISNIKA.....	16
5. JAVNA SLIKA NARODNE KNJIŽNICE.....	18
5.1. PROMOCIJA KNJIŽNIČNIH USLUGA.....	20
5.2. VREDNOVANJE KNJIŽNIČNIH USLUGA.....	21
5.3. ISTRAŽIVANJE KORISNIKA.....	22
6. PERCEPCIJE KORISNIKA – USPOREDBA ISTRAŽIVANJA.....	24
7. ZAKLJUČAK.....	28

POPIS LITERATURE

1. UVOD

U radu se pokušava istražiti utjecaj koji na uspješnost poslovanja narodne knjižnice ima njezina slika u javnosti te uočiti povezanost poslovanja knjižnice s percepcijom korisnika o uslugama knjižnice. U početnome dijelu govori se o narodnoj knjižnici općenito, njezinoj misiji i zadaćama, zatim se nastoji prikazati suvremena knjižnica i naznačiti izazove s kojima se ona susreće. U središnjem dijelu opisano je poslovanje narodne knjižnice, govori se o povezanosti „imidža“ knjižnice s marketinškim strategijama i o važnosti vrednovanja u knjižnicama kao temelju poslovnih planova. U završnome dijelu govori se pobliže o percepciji i faktorima koji najviše utječu na korisnike i njihovo doživljavanje i ocjenjivanje knjižničnih usluga. Tu se, također, daje i pregled rezultata istraživanja *Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice* u Knjižnici i čitaonici Bogdana Ogrizovića u Zagrebu te pregled istraživanja *Zadovoljstvo korisnika Gradske knjižnice Zadar* o zadovoljstvu korisnika uslugama Gradske knjižnice Zadar.

2. NARODNA KNJIŽNICA – ULOGA I POSLANJE

"Narodna knjižnica kao lokalni prilaz znanju osigurava osnovne uvjete za cjeloživotno učenje, neovisno odlučivanje i kulturni razvitak pojedinca i društvenih skupina."
(IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice, 1994.)¹

Narodna knjižnica stečevina je civilizacije koja počiva na načelima humanizma, poštivanja ljudskih prava i sloboda. Ona postoji u većini društava i kultura, svugdje s istom zadaćom da duhovno i intelektualno potpomaže te unapređuje zajednicu za koju djeluje. Iako se knjižnice diljem svijeta razlikuju s obzirom na sredinu u kojoj jesu, tako su i načini funkcioniranja i stupanj razvijenosti knjižnica u tim sredinama različiti. Međutim, pod zajednički se nazivnik može staviti osnovna misija svake narodne knjižnice: "Ona osigurava pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, a na raspolaganju je svim članovima zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status te obrazovanje".² Osnovna je djelatnost narodne knjižnice zadovoljiti informacijske i obrazovne potrebe svojih korisnika tako da pruži građu na različitim medijima, uputi korisnike u smjeru njihovih zahtjeva, te u novije vrijeme, osigura tehnološki pristup informacijama pomoću suvremene tehnologije (računalo, tablet, internet itd.).

S obzirom na široki prostor djelovanja i cjelokupnost društva kojemu je namijenjena, knjižnica je višenamjenski prostor za obrazovanje, komunikaciju, čitanje, istraživanje i osobni rast i razvoj, od djece pa do starijih populacija. Njezina je društvena uloga vrlo velika, kako u prošlosti kada je broj obrazovanih bio manji, a kultura čitanja bila izraženija, tako i danas kada se knjiga kao tradicionalni medij za prevlast bori s elektroničkim knjigama i digitalnim medijima. Aktivnosti i usluge koje pružaju narodne knjižnice nastoje u

¹ *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice*. Zagreb: HKD, 2011. str. 15.

² isto; 15.

tome smjeru utjecati na širenje svijesti o cjeloživotnom obrazovanju i zainteresirati što veći broj korisnika za takvu vrstu pothvata. U definiranju narodne (pučke) knjižnice Aleksandra Malnar ističe: "Narodna knjižnica namijenjena je bez ikakvih ograničenja cjelokupnom pučanstvu određenoga područja u svrhu podizanja razine opće izobrazbe, obaviještenosti i kulture, poticanja stručnog i znanstvenog rada te osobne kreativnosti, posebice kod djece".³ Narodna je knjižnica ustanova javne namjene koja svojim korisnicima omogućuje edukaciju i obrazovanje najbolje što može, a to uključuje rad s korisnicima svih dobi, djece i mladih te starije populacije. Neformalno obrazovanje odvija se u svakoj fazi života kada pojedinac izvan obrazovnog sustava stječe određena znanja, vještine i kompetencije. To se posebice odnosi na učenje i stjecanje znanja koja su nova, stalno nadolazeća, za stanovništvo kojemu nedostaju informatičke vještine, vještine pretraživanja interneta, upoznavanje s novim područjima znanja, korištenje različitih informacijskih izvora i slično.

Narodna knjižnica pruža svojim korisnicima mogućnosti za razvijanje osobne kreativnosti i razvijanje novih interesa. U bilo kojoj fazi života, svoje obrazovanje korisnici mogu upotpuniti koristeći određene usluge knjižnice koje mogu zadovoljiti njihove zahtjeve na osobnom i profesionalnom planu. Osim, dakle, zadovoljenja istraživačkih i čitateljskih potreba korisnika, knjižnica pruža i usluge poučavanja kako se služiti računalom, katalozima, knjigama i drugo: "Pristup djelima mašte i znanju važan je doprinos osobnom obrazovanju i svrhovitoj rekreacijskoj aktivnosti. Knjižnice moraju proširiti tradicionalne bibliografske upute o pretraživanju kataloga i korištenju tiskanom referentnom gradom na edukaciju korisnika kako da koriste računalo u traženju informacija te kako da vrednuju kvalitetu tih informacija".⁴ Narodna knjižnica pruža usluge educiranja, upućivanja i usmjeravanja korisnika s obzirom na njihove informacijske potrebe i zahtjeve. Korisnik je osoba koja u knjižnici može saznati relevantne informacije koje se tiču predmeta koji ga zanima, dobiti upute za daljnje istraživanje predmeta te, zatražiti savjet bilo koje vrste. Također, osim pružanja informacijske usluge, korisnik se u narodnoj knjižnici može educirati o korištenju informacija općenito i određenim postupcima i vještinama potrebnima za uporabu tih informacija. To uključuje pretraživanje kataloga, interneta, upute za služenje određenim informacijskim bazama podataka i slično. U tom kontekstu, korisnika je najvažnije uputiti

³ Malnar, A. *Upute za poslovanje narodnih knjižnica*. Zagreb: KGZ, 1996. str. 11.

⁴ *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice*. Zagreb: HKD, 2011. str. 15.

kako doći do relevantne informacije i kako se njome poslužiti. Konkretno, za ispunjavanje svakog od ovih ciljeva, knjižnice često imaju tematske cjeline za svoje korisnike, namijenjene djeci i starijim osobama, u kojima ih se upućuje kako koristiti knjižnične kataloge, kako izabrati najvažniju u mnoštvu raznih informacija na internetu, radionice za učenike o pisanju seminarskih radova, upućivanje na pravilno citiranje i slično.

2.1. POSLOVANJE

Poslovanje narodnih knjižnica odvija se na više razina, od najniže koja uključuje posudbu knjiga i razgovor s knjižničarem, do najviše razine na kojoj ravnatelj knjižnice vodi određenu poslovnu i marketinšku politiku prema unaprijed zadanim ciljevima i zadaćama knjižnice. Treba se zadovoljiti niz preduvjeta koji omogućuju kvalitetnu i uspješnu uslugu i zadovoljstvo korisnika: usmjerena nabavna politika (dovoljan broj novih naslova i audiovizualne građe, programi za djecu i mladež i sl.), tehnički preduvjeti (prostor, osoblje, računala, internet i sl.) i najvažnije, financiranje cjelokupnog rada knjižnice.

Financijska sigurnost knjižnice mora biti na prvom mjestu. Budući da je narodna knjižnica društveno-kulturna institucija od javnoga značenja, ona se i financira iz javnoga novca, točnije, financira ju jedinica lokalne i državne samouprave u kojoj knjižnica djeluje. To znači da se sve poslovne aktivnosti knjižnice u određenom periodu moraju ugraditi u financijski plan, a uložena sredstva opravdati pred njezinim osnivačem. Takvi se planovi najviše odnose na plan nabave i cjelokupni financijski plan, a oni su najčešće jednogodišnji. Vrlo je važno napraviti proračun financijskih stavki knjižnice znajući točno što su prioriteta, a što može sačekati kao manje važno. Za vođenje financijskoga života knjižnice potrebno je veliko iskustvo i poznavanje svih aspekata rada i poslovanja knjižnice, tj. uključenost svega knjižničnoga osoblja u taj proces jer se financijski planovi najviše odnose na nabavu knjižnične građe, od knjiga do multimedija, a za to je nužno poznavanje svih tipova postojećih korisnika, njihovih potreba i želja.

Korisnici su jezgra narodne knjižnice. Svi tipovi knjižnica postoje da bi zadovoljili potrebe korisnika, ali zbog točno određenih potreba i prema specijaliziranim ciljevima.

Međutim, narodna knjižnica služi narodu u potpunom značenju te riječi, što znači da nastoji zastupati interese i potrebe ljudi prema univerzalnim i individualnim kriterijima, ispunjavati potrebe, takoreći, svih pripadnika društva prema individualnosti njihovih interesa. Da bi tome pristupila na najbolji način, knjižnica mora ispuniti definirane zadaće, a zadaće knjižnice način su kako doći do krajnjega cilja svakoga poslovanja i dobrog vođenja ustanove - zadovoljstva korisnika.

2.2. ZADAĆE

Knjižničarstvo kao struka temelji svoju misiju, zadaće i ciljeve na idejama slobode pojedinca u društvu znanja koje treba biti jednako dostupno svim ljudima i pritom se vodi načelima struke istaknutima u dokumentima i različitim publikacijama krovne knjižničarske organizacije, IFLA-e (*International Federation of Library Associations and Institutions*), *Međunarodne federacije knjižničarskih društava i ustanova*). IFLA kao samostalna nevladina i neprofitna organizacija zastupa interese knjižničara i njihovih korisnika u cijelome svijetu. Zadaće narodne knjižnice definirane su u UNESCO-ovu *Manifestu za narodne knjižnice* i sastoje se od dvanaest točaka:

1. Stvaranje i jačanje čitalačkih navika kod djece od rane dobi;
2. Podupiranje osobnog obrazovanja za koje se odlučuje pojedinac, kao i formalnog obrazovanja na svim razinama;
3. Stvaranje mogućnosti za osobni kreativni razvoj;
4. Poticanje mašte i kreativnosti djece i mladih ljudi;
5. Promicanje svijesti o kulturnom nasljeđu, uvažavanju umjetnosti, znanstvenih postignuća i inovacija;
6. Osiguranje pristupa kulturnim izvedbama svih izvodačkih umjetnosti;
7. Gajenje dijaloga među kulturama i zastupanje kulturnih različitosti;
8. Podupiranje usmene tradicije;
9. Osiguranje pristupa građana svim vrstama obavijesti o svojoj zajednici;

10. Pružanje primjerenih obavijesnih službi mjesnim poduzećima, udrugama i interesnim skupinama;

11. Olakšavanje razvitka obavijesnih vještina i kompjutorske pismenosti i

12. Podupiranje i sudjelovanje u programima razvijanja pismenosti namijenjenima svim dobnim skupinama i iniciranje takvih programa, kad je potrebno.⁵

Kao što je vidljivo, zadaće narodne knjižnice moraju njegovati odnos s djecom i mladima, poticati i potpomagati obrazovanje i znanost, zastupati kulturu dijaloga i različitosti, educirati korisnike i informirati ih o svim aktivnostima knjižnice. Korisnici su središnje mjesto narodne knjižnice jer se sve određuje i podređuje, s pravom, prema njima. Važno mjesto ima i knjižnično osoblje koje mora provoditi ta načela i prilagođavati ih vlastitim uvjetima i situaciji, ono se mora kontinuirano obrazovati i informirati kako bi proširilo svoje stručne kompetencije knjižničara i informacijskih stručnjaka i samim time poboljšalo usluge za korisnike.

Promidžba je posljednja ključna stavka neophodna za rad svake narodne knjižnice. Rad knjižnice i komuniciranje s korisnicima ne može se zamisliti bez reklamnih natpisa i letaka, još važnije, objava na mrežnim stranicama i na internetu, zato što su to obavijesti o aktivnostima i događanjima u knjižnici. Bez promocije se ne može računati na unapređenja rada s korisnicima i pružanje kvalitetnijih usluga. U promoviranju knjižničnih proizvoda i usluga knjižnice se služe svim dostupnim kanalima, od tradicionalnih do modernih, a o tome podrobnije u poglavlju *Promocija knjižničnih usluga*.

2.3. NARODNA KNJIŽNICA U SUVREMENOM KONTEKSTU

Narodna je knjižnica tip knjižnice najviše usmjeren na svoje korisnike jer služi svim slojevima u društvu neovisno o dobi, spolu, rasi, obrazovanju, kao i za zadovoljenje intelektualnih, znanstvenih, duhovnih i obrazovnih potreba pojedinaca. Obrazovna je uloga

⁵ Knjižnica Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm

narodne knjižnice potpomaganje obrazovnih institucija u provođenju formalnog obrazovanja njenih korisnika, ali i da nastavi pružati izvore informacija i znanja korisnicima u njihovom neformalnom obrazovanju. Još važnije, današnja je ideja obrazovanja nezamisliva bez cjeloživotnog učenja i obrazovanja pri čemu knjižnica igra ključnu ulogu. Svi navedeni izazovi za knjižnicu znače prilagođavanje svim skupinama korisnika i specifičnostima njihovih zahtjeva. Kada govorimo o knjižnicama koje su dostupne najširoj skupini korisnika, tada mislimo na narodne knjižnice. Narodna je knjižnica obrazovna i kulturna institucija i ona je jedan od temelja suvremenoga društva. Osnovana s ciljem da zadovolji najširi spektar potreba korisnika i onih kojih to tek trebaju postati, narodna se knjižnica hvata u koštac s izazovima modernoga doba: konkurencijom elektroničkih medija i interneta, servisa koji nude sadržaj knjiga u digitalnom obliku, porastom potražnje za što različitim naslovima i multimedijalnom građom itd. Isto tako, s pojavom novih tehnologija javile su se i naznake da se knjige manje čitaju, pogotovo među mlađim populacijama, ali da raste čitanost novinskih članaka i knjiga u elektroničkom obliku i na internetu. Kako bi opravdale svoj cilj i poslanje, knjižnice i knjižničari kao provoditelji reforma nastoje nove ideje implementirati u rad knjižnice tako da transformiraju svoje poslovne modele izoštravajući krajnje ciljeve poslovanja. Javlja se potreba za drukčijom komunikacijom s korisnicima, za mijenjanjem poslovnih i marketinških modela kako bi se što više približilo korisnicima i prilagodilo novom načinu komuniciranja knjižničnih proizvoda i usluga.

Značenje je narodne knjižnice za zajednicu u kojoj djeluje višestruko. Ono uključuje posudbu knjiga, poučavanje korisnika pristupu informacijama, organiziranje raznih društvenih događanja poput književnih susreta i umjetničkih izložbi, usluge i programe za djecu i mlade, programe za promicanje čitanosti i pismenosti itd. U društvenom životu narodne knjižnice aktualiziraju svoj status zbog sadržaja koji nude. Dugo se pažnja posvećivala jedino knjižničnim proizvodima koji se nude korisnicima, no važno je naglasiti da su i knjižnične usluge onkraj knjižničnog pulta način na koji se nastoji sveobuhvatno pristupiti korisnicima i njihovim potrebama. Takav pristup definitivno utječe i na percepciju knjižnice u javnom životu i njezin pozitivan status. Međutim, osim što moraju hvatati korak sa suvremenom tehnologijom ne bi li korisnicima pružili što bolju uslugu, knjižnice se moraju kontinuirano nositi s izazovima novoga digitalnoga doba i parirati digitalnim medijima i internetu koji korisnicima nudi svoj korpus za pretraživanje. Na tom planu posao je knjižnice pružiti jednaku tj. bolju uslugu korisnicima u svrhu zadovoljavanja njihovih osobnih i profesionalnih

interesa, dakle, voditi računa o postojećim korisnicima koji knjižnicu i dalje primarno koriste kao centar znanja, o onim korisnicima koji i izvan knjižnice tragaju za informacijama i, najbitnije, utjecati na sliku knjižnica i knjižničara kao informatora kod najmlađih dobnih skupina koje se dosad možda nisu uspjele upoznati s radom i prednostima knjižnice. U svim slučajevima, knjižnica zauzima proaktivnu ulogu u prepoznavanju postojećih teškoća i u predviđanju novih, tako da djeluje u svim tim segmentima i dalje stavljaajući korisnika i njegove potrebe na središnje mjesto.

3. NARODNA KNJIŽNICA U DIGITALNOM DOBU

Digitalno doba doba je vladavine digitalnih uređaja, programa, aplikacija, elektroničkih knjiga, filmova i glazbe, zapravo sve što se može zamisliti da je do prije 10-ak godina još i bilo u upotrebi primarno u svom materijalnom obliku, danas mijenja format u digitalni. Na svakom se koraku sve slike, pjesme, knjige, vijesti i snimke produciraju u digitalnom formatu iz kojega se dalje umnožava i reproducira u istome formatu na različitim elektroničkim uređajima, čitačima digitalnih kodova. Informatizacija svakodnevnog privatnog i poslovnog života, ili točnije rečeno, digitalizacija, unosi velike promjene u obrasce ponašanja u svim sferama života. Često se nailazi na sintagmu „digitalna stvarnost“ koja još više pojačava dojam udaljenosti od tradicionalnih vrsta komunikacija poput knjiga ili tiskanih novina pa čak i televizije i radija. Je li to doista tako? U teoriji se zastupaju različita stajališta, neka više crna, neka više bijela, no jedno je sigurno: funkcioniranje i opstanak knjižnica ovisit će o tome koliko će se svaka knjižnica, dosad ovisna o knjigama kao tradicionalnim medijima, prilagoditi zakonitostima poslovanja u toj istoj digitalnoj stvarnosti. Knjižnicu koju je zahvatio proces digitalizacije, ali koja je još uvijek ograničena fizičkim prostorom u kojem djeluje, nazivamo hibridnom knjižnicom. Hibridna knjižnica pretpostavlja jačanje digitalnih oblika sadržaja, stvaranje baza elektroničkih knjiga, odvijanje različitih knjižničnih poslova na internetu itd. U novom digitalnom dobu knjižnica mora mijenjati svoj *modus operandi* zato što je ona centar znanja, informacijski centar i jedna je od njezinih zadaća pružiti slobodan pristup informacijama, a kada se način i pristup informacijama mijenja kao što je to danas na internetu, najvećoj bazi podataka na svijetu, tada knjižnice moraju osmisliti načine prilagodbe

da novi pristup informacijama učine dostupnim svojim korisnicima. Pojavom računala i interneta pojavili su se novi načini pristupa informacijama, a promijenili su se i zahtjevi korisnika prema njima. Knjižnično osoblje koje se sastoji od informacijskih stručnjaka mora na te zahtjeve odgovoriti imajući na umu nove tipove korisnika koji su naučeni drugačije pristupati informacijama.

U svojoj knjizi *Od Gutenbergova izuma do globalnog informacijskog povezivanja: pristup informaciji u umreženom svijetu*, Borgman radikalizira projekciju budućnosti dajući fantastičnu viziju utjecaja tehnologije na život: „Pristup online informacijskim izvorima pružit će dosada nevidene mogućnosti. Tiskane će publikacije većinom nestati: elektroničke će publikacije i distribucija postati pravilo. Knjižnice, arhivi, muzeji, izdavačke kuće, knjižare, škole, sveučilišta i druge ustanove koje se oslanjaju na predmete u fizičkom obliku, radikalno će se izmjeniti i nestati. Predviđaju se fundamentalne promjene u odnosima između tih ustanova jer autori sve manje ovise o izdavačima, oni koji potražuju informacije sve su neovisniji o knjižnicama, a sveučilišta sve manje ovise o vrednovanju obrazovanja na temelju tradicionalnih oblika publiciranja. Mreže će unaprijediti trgovinu, poboljšati obrazovanje, povećati međuljudsku komunikaciju, omogućiti iznimno dobar pristup informacijskim izvorima i ljudskim znanjima te pospješiti ekonomsku ravnopravnost“.⁶

Sigurno je da se knjiga kao tradicionalni medij nikada neće u potpunosti napustiti, nego će se dogoditi svojevrсни suživot knjiga i elektroničkih knjiga i digitalnih sadržaja. Mijenjat će se pristupi informacijama sve više, ali načini stjecanja znanja, čitanje i procesuiranje informacija ostat će procesi kakve danas poznajemo jer su upravljani neurofiziološkim principima učenja i pamćenja kod čovjeka. Međutim, kako će točno takvo novo okruženje utjecati na ljudski mozak, učenje i pamćenje, ostaje za vidjeti u budućim istraživanjima utjecaja novih tehnologija na čovjeka.

⁶ Borgman, C. L. *Od Gutenbergova izuma do globalnog informacijskog povezivanja: pristup informaciji u umreženom svijetu*. Zadar: Naklada Benja, 2002.

3.1. DIGITALNA KNJIŽNICA

Ideja digitalne knjižnice danas je bliža nego ikada. Ona pretpostavlja odvijanje rada knjižnice elektroničkim putem, dakle, dostupnost svih sadržaja, koji su tradicionalno na raspolaganju u prostorima knjižnica i na njihovim internetskim stranicama. To znači da korisnici mogu koristiti knjige u elektroničkom obliku neograničeno, kad god žele, gdje god žele (budući da digitalnoj knjižnici pristupaju pomoću svojih računala ili uređaja) i istovremeno s drugim korisnicima. To rješava sadašnje probleme prekapacitiranosti i zaštite vrijedne građe, gdje se korisnicima omogućuje uvid u građu koja zbog svoje starosti i vrijednosti ne može uvijek biti na raspolaganju za korištenje. Takav pristup digitalnoj građi znači da knjižničari sve više postaju informatički i informacijski stručnjaci. Digitalna knjižnica proces je digitalizacije postojećega fonda i pohranjivanje novopridošlih naslova u elektronički oblik. Knjižnični fond u procesu digitalizacije postaje dostupan na elektroničkim izvorima koji su međusobno povezani i omogućuju korisniku lako snalaženje i pretraživanje informacija tj. knjiga i multimedijalnog sadržaja u sustavima za digitalno pohranjivanje. Pristup digitalnoj knjižnici događa se preko interneta i neograničeno. U digitalnoj knjižnici ne govori se više o upravljanju knjigama, nego o upravljanju bazama podataka i metapodataka i o neprestanom održavanju, popunjavanju i ažuriranju digitalnih baza.

Kao primjer suvremene digitalne knjižnice koja objedinjuje digitalne baze podataka nacionalnih središnjih knjižnica, arhiva, muzeja, stoji projekt *Europeana*. *Europeana* je projekt digitalnog ujedinjavanja europskih nacionalnih knjižnica, arhiva, muzeja koji datira u 2008. godinu, a svoje početke ima još i ranije, 2005. godine kada se razvila iz projekta *Gabriel* koji je tada spojio i učinio dostupnim za pretraživanje 43 nacionalne europske knjižnice. Projekt tada dobiva ime Europske knjižnice i financira ga Europska komisija od 2005. godine pa nadalje. *Europeana* djeluje na tri područja: digitalizacija analogne zbirke, mrežna dostupnost, zaštita i pohrana. Prototip projekta *Europeana* kreće 2008. godine s 4,5 milijuna digitalnih objekata i posluje vrlo uspješno, a 2017. godine *Europeana* i sve njezine pomoćne stranice, pretraživači i blogovi nalaze se na jednome mjestu i dobivaju jedan naziv, *Europeana Collections*, koji omogućava pristup preko 50 milijuna digitaliziranih predmeta – knjiga, notnih zapisa, umjetničkih djela i drugih – s naprednim alatima za pretraživanje i filtriranje koji omogućava korisnicima da pronađu upravo ono što traže.

Spomenuta *Europeana* nudi suradnju drugim većim i manjim kulturnim centrima, knjižnicama, muzejima, galerijama i sl. pa je tako Gradska knjižnica Rijeka sudjelovala od rujna 2013. do veljače 2015. godine u projektu digitaliziranja kulturne baštine pod imenom *LoCloud* kojemu je cilj podržati male i srednje kulturne institucije kako bi njihov digitalni sadržaj bio dostupan putem *Europeane*. Nakon završenog projekta, riječka gradska knjižnica preselila je svoju *SveVID* digitalnu knjižnicu u *LoCloud*, objavila stare časopise i novine knjižnica koje joj gravitiraju, oblikovala 6 izložbi itd., odnosno postavila na servis *Europeana* dvostruko više dokumenata nego što je planirano.⁷ To je dobar primjer suradnje knjižnica različite namjene, kad se radi o zajedničkim ciljevima unapređenja pristupa knjižničnoj građi, u ovom slučaju, pristupu digitaliziranoj građi manjih, lokalnih knjižnica.

3.2. INTERNET KAO IZAZOV

Dio aktivnosti koje knjižnica nudi dobio je svoj pandan u računalnoj mreži gdje korisnici odlučuju pobrinuti se sami za izvore informacija na nepreglednom prostoru interneta. Radi se o ozbiljnome problemu koji treba riješiti planski implementirajući nova znanja, vještine i iskustva vezana uz tehnološke inovacije u rad knjižnice, odnosno, u rad s korisnicima. Unatoč svim naporima, događa se da narodne knjižnice pojavom novih tehnologija i novih elektroničkih praksi konzumiranja sadržaja gube dio svojih korisnika. Takvoj se situaciji knjižnice prilagođavaju na način da u svoje poslovne strategije ugrađuju mehanizme privlačenja korisnika koji su se okrenuli internetu kao najvećoj bazi podataka i tamo odlučili potražiti informacije koje ih zanimaju. To znači da se rad s korisnicima proširuje na posredovanje između informacija na internetu i korisnika pri čemu se naglasak stavlja na organiziranje informacija, razvrstavanje po kriteriju relevantnosti i poučavanje korisnika kako da se služi s informacijama. Knjižnice tako nude relativno novu uslugu - informatičke resurse kojima se korisnicima omogućuje educiranje i pristup informacijama na što brži i efikasniji

⁷ Gradska knjižnica Rijeka. <https://gkr.hr/Magazin/Osvrti/Završen-EU-projekt-LoCloud>

način. U današnje vrijeme to se najviše odnosi na rad na pretraživanju i korištenje informacija, interneta i sluzenja razlicitim bazama podataka.

4. PERCEPCIJA KORISNIKA O KNJIŽNICI – ČIMBENICI UTJECAJA

Percepcija korisnika o knjižnicama u zadnjih se nekoliko desetljeća stubokom promijenila. Pojam knjižnice asocira na mjesto gdje se čita, uči, istražuje, odvaja određeno vrijeme za kvalitetan intelektualni rad, bilo da se radi o čitanju beletristike, pisanju znanstvenih radova ili razgovoru s knjižničarem ili knjižničarkom o određenoj knjizi ili temi. Nadalje, knjižnica u kolektivnoj svijesti budi sliku toplog i pozitivnog mjesta gdje se događaju susreti s drugim ljudima i gdje će svaka želja za znanjem biti najbolje prihvaćena i usmjerena na pravi način k cilju. Takva gotovo arhetipska slika nije izbljedjela niti do danas jer su knjižnice u tradicionalnom shvaćanju ostale jedne od najčvršćih kulturnih i društvenih institucija. Povijesno gledano, knjižnica je oduvijek bila riznica znanja i njezin je društveni ugled samo rastao. Iz današnje perspektive, knjižnica je dostupna svima na jednak način i svaki građanin može koristiti usluge knjižnice, bilo kao njezin član ili kao posjetitelj. Tu činjenicu danas ne doživljavamo kao luksuz, međutim, u prethodnim je stoljećima to mjesto pismenosti, književnosti i znanosti često imalo ekskluzivan predznak i pravo na ulazak u knjižnicu nije mogao ostvariti bilo tko. Na to je utjecao društveni status pojedinaca i s tim usko povezana pismenost koja je npr. u prosvjetiteljstvu u prosjeku bila na vrlo niskoj razini, da bi se u narednim stoljećima potpuno shvatila važnost pismenosti i čitanja za sve slojeve društva. Suvremeni je čovjek još u renesansi prepoznao da bez učenja nema napretka i da je za razvoj društva i gospodarstva potrebno obrazovati stanovništvo, opismeniti ga.⁸ Upravo je knjižnica kao središte znanja odigrala jednu od ključnih društvenih uloga jer je služila narodu da nauči čitati i pisati, da razvije čitateljske navike i da se upozna s književnoću, znanostu i umjetnoću. Ta društvena komponenta knjižnice zapravo je i kulturna buduća da je razvitak modernoga društva nemoguć bez razvijanja kulture i umjetnosti općenito. Ono što je u 18. stoljeću značio parni stroj, to u 21. stoljeću znači uporaba interneta i digitalizacija života u najširem smislu. U novonastalim okolnostima potrebno je zauzeti pravi smjer i izraditi plan opstanka i daljnjeg razvitka.

⁸ Stipanov, J. *Knjižnice i društvo*. Zagreb: Školska knjiga, 2010. str. 192.-193.

4.1. VRIJEDNOST KNJIŽNIČNIH USLUGA

Novonastale prilike u narodnim knjižnicama zahtijevaju i promjene u poslovnoj politici knjižnica. To se doista odnosi na svaki aspekt vođenja knjižnice, od vođenja institucije na najvišoj razini do donošenja smjernica za nabavu i osmišljavanja različitih kampanja za korisnike. Knjižnice postaju mjesta koja moraju znati na najbolji način promovirati svoje proizvode i usluge, prepoznati potrebe i želje korisnika i prilagođavati svoju ponudu upravo tim zahtjevima. Može se govoriti o određenom marketinškom obratu u svim knjižnicama, u kulturi općenito, gdje se više govori o poslovanju nego o vođenju, više o marketingu i samopromociji nego o pretpostavljenoj društvenoj vrijednosti knjižnice, no jasno je da društveni ugled i vrijednost knjižnice jača ili slabi ovisno o tome koliko se ozbiljno pristupa zahtjevima modernizacije i digitalizacije pred korisnicima koji najavljuju nove tendencije u poslovnom planiranju knjižnica. Situacija u kojoj su se knjižnice našle, zajedno s ostalim kulturnim institucijama, unijela je promjene u život knjižnice. Nastupila je „menadžerizacija“ knjižnica kao rezultat slobode tržišta i potrebe za tržišnim natjecanjem gdje knjižnice nude svoje proizvode i gdje oni, itekako, imaju svoju cijenu. Činjenica modernoga poslovanja nudi transparentnost i priliku natjecanja s konkurencijom, kao i mogućnost stalnog napretka i razvijanja.

4.2. IDENTIFICIRANJE KORISNIKA

Više je čimbenika koji utječu na percepciju korisnika o knjižnici i na promjene koje se događaju u takvom percipiranju (obrazovne reforme, specijalizacija znanja, nove prakse pisanja i prikupljanja informacija, pojava interneta i novih tehnologija, elektronički mediji i elektroničke knjige). Današnje knjižnice, poput onih prvih, moraju imati razrađene modele funkcioniranja i prilagodbe na nove tehnologije, nove zahtjeve korisnika, na drukčiji sadržaj koji se nudi, na nove trendove pa čak i na promjenu paradigme čitanja koja se događa u posljednjih desetak godina, a to su elektronički uređaji kao alternativa tradicionalnom mediju, knjizi.

Važno je naglašavati koje je poslanje i misija narodnih knjižnica i informirati o svim novostima i događanjima u knjižnici. Knjižnično osoblje mora korisnike obavijestiti da je ono ondje prvenstveno za njih, da se, bilo na policama, bilo u katalogima, bilo u različitim računalnim bazama ili pak na internetu, pretraga i potraga za informacijama odvija uvijek na brz, efikasan, stručan i srdačan način. Specifičnost je interneta to što nudi ogromne količine informacija pa se često dogodi da se korisnici, bilo da zadovoljavaju svoje osobne ili obrazovne potrebe, često ne mogu najbolje snaći u sužavanju predmeta pretraživanja i zahtijevaju pomoć knjižničara. Paralelu je moguće povući i s *online* odnosno elektroničkim katalogima gdje korisnik može sam pretraživati ono što ga zanima, unoseći kriterije pretrage da bi došao do onih informacija koje traži, no i u tim se situacijama često traži pomoć knjižničara, ne samo zato što on vještije barata katalogom, nego zato što je educiran i ima iskustvo u radu s informacijama. Stručnim kompetencijama knjižničar educira korisnike i kako se služiti internetom pa je potreba za poznavanjem klasifikacija i određenih kriterija za pretragu od izrazite važnosti za korisnika koji traži točno zadani predmet i informaciju.

Suvremena knjižnica mora identificirati svoje korisnike i na temelju njihovih potreba i želja usustaviti različita područja pružanja proizvoda i usluga. Kao i kod vođenja različitih institucija i tvrtki, tako i knjižnica kao važna društveno-kulturna institucija mora voditi računa o održivosti svojega poslovanja i kontinuirano ga unapređivati. Da bi to mogla, knjižnica donosi dugoročne poslovne planove tj. strategije u kojima se jasno određuju ciljevi koji se žele postići u kratkom i dužem roku. Strateški planovi donose se na temelju rezultata istraživanja zajednice korisnika, ali i analiza raznih aspekata knjižnice, od slike koju ima u javnosti, stupnja informiranosti stanovništva o uslugama koje nudi. U svrhu definiranja jasnih ciljeva knjižničnog poslovanja i planiranja aktivnosti knjižnice, koriste se najviše rezultati istraživanja korisnika, a najbolji pokazatelj napretka kvalitete proizvoda i usluga je mjerenje posjećenosti i korištenja knjižnice.

U suštini, u predznaku svake narodne knjižnice stoji osoba korisnika i čitavo se planiranje poslovanja u knjižnici mora voditi upravo prema korisnicima. To znači nastavljanje praksi koje su se dosad pokazale uspješnim, npr. posuđivanje tiskane i digitalne građe, ponuda usluga za korisnike i njihovu djecu, organiziranje različitih kulturnih i zabavnih manifestacija u prostorima knjižnica kada je to moguće, organiziranje tribina o aktualnim društvenim pitanjima, upoznavanje korisnika s poslovima koji se odvijaju u knjižnici, danima otvorenih vrata, noći muzeja itd.

5. JAVNA SLIKA NARODNE KNJIŽNICE

Javna slika narodne knjižnice generalno je pozitivna u društvu. Upravo zbog svijesti o važnosti promotivnih aktivnosti i informiranja, korisnici su knjižnica na vrijeme obaviješteni o uslugama i događanjima u knjižnici. Javna slika knjižnice stvara se postepeno i neprekidno, ona podrazumijeva kontinuiranu komunikaciju s javnošću. Stvaranje (pozitivnog) „imidža“ knjižnice zadatak je odnosa s javnošću koje svaka knjižnica, koja želi biti konkurentna, mora imati. Javnost percipira i stvara sliku o knjižnici na temelju znanja i iskustva koja ima o njoj, ali i na temelju novih informacija i stvaranog publiciteta s kojim knjižnica neposredno i posredno komunicira svoju vrijednost. Međutim, javna slika knjižnice podložna je i predrasudama, dezinformacijama i stereotipima, što znači da se odnosi s javnošću i slika knjižnice koja se odašilje trebaju njegovati bez prekida i da je potrebno voditi računa o stalnom stvaranju pozitivne slike u društvu. U *radu Javnost i imidž knjižnice: marketinško istraživanje* autorica Ljiljana Aleksić istražuje javni „imidž“ i percepciju korisnika o Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu. Autorica napominje da zadaci odnosa s javnošću uključuju „pripremu, provedbu i vrednovanje:

- vlastitih tiskanih, audio i video materijala o knjižnici i/ili području kojim se bavi za potrebe medija, korisnika, donatora, lokalne zajednice i sl.,
- praćenja i odgovarajućih reakcija/aktivnosti na medijske objave koje se tiču knjižnice (press-clipping)
- posebnih manifestacija, npr. tiskovnih konferencija, predstavljanja, sajмова, domjenaka, prigodnih proslava, obljetnica, izložaba, tribina, stručnih skupova, okruglih stolova
- posjeta i ostalih kontakata s važnim pojedincima i institucijama (u svrhu prikupljanja novca, političke potpore, javnog zagovaranja/lobiranja)
- kontakata s medijima (održavanje kvalitetnih dugoročnih odnosa s novinarima, urednicima pojedinih emisija/rubrika, vlasnicima medijskih kuća, posrednicima u prodaji medijskog prostora i dr.)
- sponzorstva i donacija

- kriznog menadžmenta (upravljanja kriznim situacijama koje se mogu dogoditi u knjižnici ili u njezinu okruženju kao što su medijski skandali, negativni publicitet u javnosti, propusti u djelovanju, promjena zakonskih propisa i sl.)“.⁹

Nakon provedenog istraživanja dobiveni su ovi rezultati o percepciji NSK: slika u javnosti kao važne nacionalne institucije, atraktivna zgrada knjižnice, pomalo „dosadna“ i birokratizirana, emocionalni odnos bivših korisnika-studenata prema knjižnici, potreba za „zagrijavanjem“ novih budućih korisnika, povećanje broja korisnika te uživanje većeg ugleda kod opće javnosti nego kod samih korisnika Knjižnice. Upute za daljnji rad opet se svode, zaključuje autorica, na nove promocije, odnosno na stvaranje „imidža“ zanimljive i moderne ustanove, na informiranje svih slojeva građana pa tako i znanstvenika i eksperata, o uslugama koje Knjižnica nudi, sve da bi se došlo do novog članstva, što utječe na financijsku sliku kao i na sam ugled institucije.¹⁰

Narodna knjižnica, također, ima zadaću održavati dobar ugled koji ima u društvu. Marketinške strategije oglašavanja i informiranja građana imaju svoju promidžbenu funkciju i dio su poslovnih strategija knjižnice i pomoću njih knjižnice dopiru do postojećih i potencijalnih korisnika, komuniciraju i predstavljaju svoje proizvode i usluge. Knjižnice računaju na povratnu informaciju, stoga se i provode istraživanja javnoga mnijenja i percepcije javnosti općenito, zatim i korisnika, o radu i slici knjižnice. Indikator pozitivnih trendova i provođenja uspješne poslovne politike u svim je slučajevima zadovoljstvo korisnika i povećanje korištenja pojedinih usluga knjižnice, kao i povećanje broja članova knjižnice.

⁹ Aleksić, Lj. *Javnost i imidž knjižnice: marketinško istraživanje*. // Glasnik društva bibliotekara Split 14-15/2016.-2017. str. 14.

¹⁰ Aleksić, Lj. *Javnost i imidž knjižnice: marketinško istraživanje*. // Glasnik društva bibliotekara Split 14-15/2016.-2017. str. 24.

5.1. PROMOCIJA KNJIŽNIČNIH USLUGA

Jedan od najučinkovitijih alata za planiranje poslovanja knjižnice, uz istraživanje korisnika, je i provođenje promotivnih aktivnosti. Promocija knjižnice od izrazite je važnosti jer se njome stvara društvena slika knjižnice u javnosti i utječe na percepciju građanstva o njoj, stoga se rad knjižnice, proizvodi i usluge, događanja i tribine, pa i sve novosti vezane uz život knjižnice, moraju iznositi pred javnost pomoću različitih marketinških strategija. Promocija knjižničnih usluga važna je za informiranje postojećih korisnika, ali i onih koji će to tek postati. Na taj način knjižnice brinu o odnosu s korisnicima i nastoje komunicirati vrijednost svoje ponude dijelu populacije koji ima nepotpunu sliku o knjižnici ili se nije na pravodoban način uspio informirati o cijeloj ponudi narodne knjižnice. Promocija znači stvaranje pozitivnoga publiciteta na svim dostupnim mjestima. Tradicionalni načini promocije jesu letci, plakati u knjižnici i u obližnjem vidokrugu knjižnice, oglašavanje u novinama, radiju ili televiziji. Suvremeni način oglašavanja odnosi se na postavljanje obavijesti i oglasa na internetu. To uključuje uređivanje sadržaja i oblikovanje ponude na mrežnim stranicama knjižnice, reklamiranje usluga i događanja u elektroničkim medijima i na internetu. Činjenica je da danas svjedočimo sveopćoj digitalizaciji u svim društvenim i poslovnim aktivnostima pa tako mrežne stranice knjižnice postaju mjesta gdje se korisnici mogu besplatno i brzo informirati o svemu što ih zanima. Ta je okolnost i vrlo zahvalna jer knjižnica svoj rad na vrlo brz, efikasan i besplatan način predstavlja široj javnosti, pa tako i onom dijelu populacije koji se tek upoznaje s poslovanjem i uslugama u knjižnici. Također, narodne knjižnice na vrlo vješt način iskorištavaju moć i utjecaj fenomena društvenih mreža, znajući da su to platforme koje svakim danom imaju sve više korisnika, a takva umreženost i vrlo široka zajednica korisnika idealni su za reklamiranje aktualnih događanja i usluga u knjižnici. Potencijal interneta i društvenih mreža izrazito je velik i narodne knjižnice su to pravodobno prepoznale i objavljuvanje na mrežnim i društvenim stranicama svakodnevno iskorištavaju za promoviranje svojega rada.

5.2. VREDNOVANJE KNJIŽNIČNIH USLUGA

Vrednovanje knjižničnog poslovanja važno je za modernu knjižnicu i na to se pažnja počela obraćati u 70-im godinama prošloga stoljeća kada su se počeli oblikovati različiti pokazatelji uspješnosti. Korisnici su najbolji pokazatelj uspješnog vođenja knjižnice i važno je ispitati njihove potrebe i želje da bi se dobila povratna informacija. Relevantne informacije o korisnicima se ne mogu dobiti iz statističkih podataka o posudbi i članstvu, jer su to samo manifestacije želja i potreba koje treba prepoznati. Korisnici bi egzaktno trebali vrednovati sve knjižnične programe i usluge da bi se mogla ustanoviti stvarna slika uspješnosti poslovanja i usklađenost s utvrđenim zadaćama i ciljevima poslovanja knjižnice. Zbog toga, zadovoljstvo korisnika ispituje se raznim metodama koje mogu biti kvantitativne, kvalitativne i subjektivne. Kvantitativna metoda smatra se najboljom jer je najobjektivnija i daje statističke podatke o korisnicima i njihovom ponašanju. Korisnici kao važan pokazatelj uspješnosti navode dostupnost izvora informacija, uspješnost pretraživanja kataloga, raspoloživost traženih dokumenata, vrijeme proteklo od narudžbe do posudbe građe¹¹. U svome radu *Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica*, autori Badurina, Ivanović i Krtalić izdvajaju osnovna načela vrednovanja:

- „načela predviđanja korisničkih potreba, pri čemu se istraživanjima nastoje utvrditi potrebe različitih korisničkih skupina kako bi se uveli novi proizvodi i usluge
- načela odlučivanja, pri čemu se provedenim analizama nastoji pronaći čvrsto uporište za donošenje odluka vezanih uz poslovanje i financijsko poslovanje knjižnica

¹¹ Mihalić, M. *Pokazatelji uspješnosti za nacionalne knjižnice*. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 43,4(2000), str. 91.-100.

- načela kvalitete, pri čemu se dobiveni rezultati koriste za poboljšanje postojećih proizvoda i usluga.¹²

Svako vrednovanje mora uključivati jasno postavljena pitanja koja moraju biti jednoznačno oblikovana i ispitivati točno određeno područje i točno određenu uslugu. Važno je voditi računa o izboru metode prikupljanja podataka, brojnosti podataka te interpretaciji dobivenih rezultata. Pri primjeni sustava pokazatelja za mjerenje uspješnosti poslovanja knjižnice, posebnu pozornost treba posvetiti izboru metoda prikupljanja podataka, brojnosti podataka te interpretaciji dobivenih rezultata¹³.

5.3. ISTRAŽIVANJE KORISNIKA

Zadovoljstvo korisnika najbolji je pokazatelj uspješnosti poslovanja knjižnice. Da bi se ispitalo koliko su korisnici knjižnice zadovoljni proizvodima i uslugama kojima se koriste, a knjižnica povratno saznala o kvaliteti svojega rada, provode se istraživanja korisnika kojima se prikupljaju i analiziraju podaci o broju i strukturi korisnika i u kojima korisnici vrednuju pojedine usluge i cjelokupan rad knjižnice.

Istraživanja se provode kontinuirano da bi se ostalo u dosluhu sa željama i potrebama korisnika. Pitanja koja si svaka knjižnica i svaki knjižničar moraju postaviti su: jesu li njihovi korisnici općenito zadovoljni knjižnicom, koliko su zadovoljni s pojedinom uslugom koju najviše koriste, jesu li dovoljno informirani o svim novostima u ponudi i događanjima u knjižnici, koje bi usluge i na koji način željeli promijeniti i učiniti boljima, što bi možda htjeli maknuti iz ponude, je li njihova knjižnica dovoljno moderna, ima li pristup internetu, odgovora li im atmosfera u knjižnici i osjećaju li se dovoljno ugodno u njoj itd. Nakon

¹² Badurina, Boris; Dragija Ivanović, Martina; Krtalić, Maja. *Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica*. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 53, 1(2010), str. 50.

¹³ Tuškan Mihočić, G. *Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici*. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 54, 4(2011), str. 217.

dobivenih odgovora i analize rezultata, može se izmjeriti točna percepcija korisnika i njihovo zadovoljstvo bitnim aspektima knjižničnog poslovanja. Pozitivni rezultati su svi oni gdje korisnici potvrde uspjeh pojedinih usluga i podrže njihov nastavak, ali i ukažu na određene poteškoće ili nezadovoljstvo te ponude svoje prijedloge i rješenja, što knjižnici otvara mjesta na kojima može postati još uspješnija, učiniti pomake u kvaliteti i utjecati na konkretne zahtjeve korisnika i njihove potrebe.

6. PERCEPCIJE KORISNIKA – USPOREDBA ISTRAŽIVANJA

U svome radu *Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice*¹⁴ autori provode istraživanje korisnika Knjižnice i čitaonice „Bogdana Ogrizovića“ u Zagrebu (Knjižnice grada Zagreba) u kojem istražuju utjecaje na percepciju o narodnoj knjižnici i analiziraju poslovanje suvremene narodne knjižnice, ističući važnost razrađenih marketinških strategija te orijentaciju svake knjižnice na korisnika kao ključnog faktora u planiranju poslovanja. Odabrano je upravo ovo istraživanje jer se radi o knjižnici u samome centru Zagreba. Upravo je lokacija jedan od najvažnijih razloga što mnogi dolaze baš u tu knjižnicu i što interesa za događanja u toj knjižnici ne nedostaje. U teorijskom dijelu rada razlaže se odnos korisnika i knjižnice na njegove sastavnice, a u prikazu istraživanja daju se zasebno rezultati i ocjene pojedine usluge. Nastoji se otkriti koliko su očekivanja korisnika pogođena i kakvo je njihovo zadovoljstvo proizvodima i uslugama u toj narodnoj knjižnici, a isto i obratno, koliko su vlastita očekivanja knjižničara zadovoljena i u skladu s planiranim ishodima. Istraživanje korisnika u Knjižnici i čitaonici Bogdana Ogrizovića u Zagrebu provedeno je 2012. godine i ispunjena su 124 anketna upitnika. Sastojalo se od 11 pitanja zatvorenog tipa (i nekih pitanja gdje su ispitanici mogli nadopuniti odgovore): spol ispitanika, dobna struktura ispitanika, uloga ispitanika (posjetitelj, posjetitelj s namjerom učlanjenja u knjižnicu, član knjižnice, bivši član knjižnice, u nekoj drugoj ulozi), upoznavanje s aktivnostima u knjižnici, učestalost dolazaka u knjižnicu, količina vremena provedenog u knjižnici, ocjena segmenata rada knjižnice, usluge zbog kojih korisnici dolaze u knjižnicu, osobine osoblja knjižnice, stavovi o ulozi knjižnice u društvu, poboljšanje u radu knjižnice. U istraživanju su sudjelovala 124 ispitanika koji su ispunili anketne listiće po dolasku u knjižnicu.

Prva četiri pitanja pokazala su da je dvije trećina sudionika ženskog spola, a jedna trećina muškog i da je srednja starosna doba 26,94 godine. Najviše, 71 % članova jesu korisnici knjižnice, a drugo su posjetitelji i bivši članovi koji dolaze kao posjetitelji. Zanimljiv je broj posjetitelja koji dolaze jer ih zanimaju aktivnosti koje knjižnica nudi, ali nemaju potrebu postati članovima knjižnice. Također, dio posjetitelja ima namjeru učlaniti se u

¹⁴ Kovačević, J.; Vrana, R. *Položaj knjižnice u umreženom društvu*. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 53, 3(2010)

knjižnicu, a autori ističu da je to „indikator uspješnosti aktivnost kojima se knjižnica u kojoj je provedeno istraživanje bavi, jer su ti posjetitelji imali prigodu upoznati aktivnosti knjižnice i potom su odličili na temelju toga učlaniti se u knjižnicu.“¹⁵ Za razlog dobre informiranosti o aktivnostima u knjižnici, knjižnica zahvaljuje dobroj lokaciji koja je u najužem centru grada, dok internetska adresa mjesto gdje korisnici najviše saznaju o aktivnostima Knjižnice, zatim slijedi i sudjelovanje u lokalnoj zagrebačkoj radio-stanici „Radio Sljeme“ u svakodnevnoj emisiji-komentaru „Kamo i što večeras“ u kojoj se daje ponuda i one aktivnosti u toj knjižnici. Ostali korisnici informirali su se o radu knjižnice putem letaka, preporuka članova obitelji, televizije i u samoj knjižnici. Ovim pitanjem dobiveni su rezultati koji „pokazuju knjižnici kamo mora usmjeriti svoje poslovne napore, odnosno, koji komunikacijski kanali i mediji daju najbolje rezultate u promidžbi aktivnosti koje knjižnica provodi“.¹⁶

U idućih pet pitanja saznaje se da ispitanici redovito (51,61%) ili vrlo često (jednom u tjedan dana (15,32%) ili jednom u dva tjedna (12,90%) dolaze u knjižnicu. Četvrtina ispitanika (25,20%) u knjižnici boravi do pola sata, što je znak da se tu skupinu mora nekako dulje zadržati da boravi u prostorima knjižnice. U ocjenama segmenata rada knjižnice postoji nezadovoljstvo ispitanika veličinom korisničkog prostora knjižnici u odnosu na ocjene drugih segmenata knjižnice u ovom pitanju. Na jedno od najvažnijih pitanja o točnoj usluzi zbog koje korisnici dolaze u knjižnicu, odgovori su najprije posudba, zatim učenje, pisanje učeničkih i studentskih radova, tribine po kojima je knjižnica poznata u javnosti i, pristup internetu. Drugo, ključno pitanje odnosilo se na percepciju knjižničnih djelatnika. Knjižničari moraju odavati dojam snalažljivosti i ugodne vanjštine i toplog karaktera. Koliko u tome uspijevaju govore podaci u odgovorima da je ono što najviše korisnici cijene, dostupnost osoblja u trenutku dolaska u knjižnicu; slijede ljubaznost, komunikativnost, kompetentnost i stručnost. U posljednja dva pitanja saznaje se da korisnici knjižnicu manje koriste za razgovor s drugima i upoznavanje, a više kao mjesto za razmišljanje, čitanje i osobni intelektualni i duhovni razvoj. Takvim korisnicima knjižnica bi morala pojačano komunicirati svoju dodatnu vrijednost, a pored posudbe knjige, to su druge usluge koje mogu okupirati njihovu pažnju i koje mogu koristiti. Na posljednje pitanje, što bi promijenili u radu knjižnice, korisnici

¹⁵ Kovačević, J.; Vrana, R. *Položaj knjižnice u umreženom društvu*. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 53, 3(2010), str. 35.

¹⁶ Isto, 37.

odgovaraju da bi proširili prostor, povećali broj naslova i knjiga i ponudu novih usluga knjižnice na internetu (povezano s mlađom dobi).

Prikazano istraživanje vrijedno je usporediti s rezultatima istraživanja provedenima u drugim narodnim knjižnicama. Kao primjer drugog istraživanja ovdje se donosi anketno istraživanje „Zadovoljstvo korisnika Gradske knjižnice Zadar“ provedeno 2009. godine koje je trebalo poslužiti kao usporedba s istraživanjem korisnika u toj knjižnici 2001. godine. Ovo je istraživanje uzeto za usporedbu s prijašnjim zato što se radi o Zadru koji se sa Zagrebom može uspoređivati kao velikim urbanim središtem. To je istraživanje pokazalo da se mišljenje korisnika o Knjižnici zadržalo u pozitivnom spektru i da su ostvareni svi elementi koji čine temelj korisničkog zadovoljstva. Istraživanje su 2001. godine proveli postdiplomanti Odjela za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu i ono je trebalo postati osnova kratkoročnih i dugoročnih planova rada Gradske knjižnice Zadar, kao osnova za “program stalnog poboljšavanja usluga korisnicima, a novije istraživanje proveo je Odjel za sociologiju Sveučilišta u Zadru”.¹⁷ Dakle, htjele su se potvrditi uspješne prakse, ali i ustanoviti potencijalne poteškoće u funkcioniranju knjižnice. Također, jedan od ciljeva novijeg istraživanja bilo je ispitati kakva je uloga Knjižnice kao kulturnog aktera u kontekstu svakodnevnog života grada Zadra. U istraživanju iz 2001., anketu je ispunilo 543 ispitanika, a 2009. godine 351 ispitanik. Kako napominje autorica prikaza istraživanja Helena Novak, rezultati nisu sasvim usporedivi najviše zbog različite dobne strukture i stupnja obrazovanja ispitanika dvaju istraživanja.

Nakon provednog istraživanja, rezultati su pokazali da se u Knjižnicu najviše dolazi zbog posudbe knjiga. Zanimljivi su podaci da muškarci više posuđuju CD-ove i DVD-ove nego žene i da su 2001. godine dolazili zbog pretraživanja interneta, a 2009. godine zbog čitanja časopisa. Žene su 2001. godine najviše dolazile u Knjižnicu zbog korištenja usluga Dječjeg odjela, dok 2009. godine dolaze zbog informacija i rada na računalu. Potrebu za audiovizualnom građom, radom na računalu i internetom pokazuju djeca i korisnici do 25 godina, a ističe se i činjenica da se korištenje interneta smanjuje s povećanjem dobi korisnika. Učestalost dolazaka ostala je na istoj razini, a to je vrlo redovito, više puta tjedno i nekoliko

¹⁷ Novak, H. *Anketno istraživanje „Zadovoljstvo korisnika Gradske knjižnice Zadar“*, Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), str. 143

puta mjesečno. Simptomatično je najviše nezadovoljstvo korisnika i 2001. i 2009. godine zbirkama knjiga na stranim jezicima. Također, iste primjedbe upućene u oba istraživanja odnose se na nedostatak prostora, manjak referentne građe, pogotovo na stranim jezicima te premali broj računala, jednako kao i na specifičan problem buke zbog razgovora korisnika ili knjižničara. Ono što se istraživanjem samo potvrdilo, to je problem prostora i prekapacitiranosti Knjižnice zbog stalnog obogaćivanja knjižničkog fonda, a malih kvota za otpis. Pozitivne ocjene najviše se odnose na knjižnični prostor i na knjižnično osoblje, visoko se vrednuju unutarnji prostor i okruženje zgrade, a važna je i ugodna atmosfera koja vlada u Knjižnici. Istraživanjem se potvrdio i društveno-kulturni značaj Knjižnice, budući da su korisnici upoznati s društvenim događanjima u prostorima Knjižnice i kao motiv za dolazak u prostore Knjižnice navode želju za razgledavanjem. Na kraju, zaključuje se da su se do 2009. godine uspjele zadovoljiti potrebe korisnika, da su korisnici zadovoljni knjižničnim zbirkama i uslugama, no da se rast zadovoljstva korisnika u svim smjerovima može očekivati jedino uz stabilnost i rast materijalnih resursa s kojima Knjižnica raspolaže.¹⁸

Sa skraćenim prikazom ovih dvaju istraživanja željeli su se nabrojati elementi koji čine temelj korisničkog zadovoljstva i izdvojiti pojedine usluge koje su korisnici vrednovali i ocijenili. Knjižnice koje su predmet istraživanja, gradske su knjižnice i to u Zagrebu, glavnom gradu Republike Hrvatske, i Zadru, petom gradu po veličini u državi, što znači da imaju slične izazove i poteškoće s kojima se susreću i da se rezultati istraživanja njihovih korisnika u većini poklapaju, od pozitivnih primjedaba (ljubaznost, kvalitetne zbirke, ugodan prostor i atmosfera) do negativnih primjedaba (manjak prostora, manjak računala, nedostatak bežičnoga interneta itd.).

Kao što je i vidljivo, istraživanje korisnika knjižnice važno je zbog planiranja poslovnih strategija na temelju jasno iskazanih interesa korisnika za pojedine knjižnične usluge i mišljenju o pojedinim segmentima rada knjižnice. Rezultati dobiveni istraživanjem korisnika potrebni su za planiranje poslovanja knjižnice i određivanja jasne vizije knjižnice u budućnosti.

¹⁸ Novak, H. *Anketno istraživanje „Zadovoljstvo korisnika Gradske knjižnice Zadar“*, Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), str. 156.

7. ZAKLJUČAK

Narodna je knjižnica društveno-kulturna ustanova koja se sve više profilira kao mjesto susreta ljudi, kulture i tehnologije. Razvoj tehnologije koji mijenja načine razmišljanja i djelovanja kod ljudi, svakako utječe i na knjižnice i načine njihova djelovanja. Ne odmičući se od zacrtanih ciljeva širenja najvećih ljudskih kulturnih i civilizacijskih dosega, narodna knjižnica čuva i njeguje kulturu te obrazuje pojedinca. To čini koristeći tradicionalne tiskane publikacije i usluge za korisnike, jednako kao i usluge rada na računalu i internet. Suvremena narodna knjižnica doživljava neophodan rast i razvoj u skladu s razvojem modernih tehnologijama koje se integriraju u njezino poslovanje. Knjižnica prihvaća, ali i poučava nove pristupe informacijama i cjelokupnoj građi, što znači da se primiče sve više konceptu digitalne knjižnice. Na tom putu, narodne se knjižnice novim okolnostima prilagođavaju dobrim vođenjem knjižnice, razrađenim poslovanjem, proizvodima i uslugama koji su u skladu s promjenjivim očekivanjima i potrebama njezinih korisnika. Percepcije korisnika o uslugama koje knjižnica nudi mogu se sustavno saznati jedino istraživanjem korisnika koji će vrednovati svaku pojedinu uslugu i ustanoviti promjene koje će knjižnica kasnije prihvatiti ili odbaciti kao dio svojega budućega poslovanja. Istraživanje korisnika predstavlja nužnu komunikaciju između knjižnice i korisnika. Bez sustavnih podataka o potrebama za određenim uslugama nemoguće je saznati pravu sliku poslovanja knjižnice čiji su razlog postojanja i rada upravo korisnici. Analize rezultata daju jasne odgovore o onome što korisnici misle o sastavnicama i cjelokupnom poslovanju knjižnice, ali i o njihovim prijedlozima, za i protiv, s ciljem poboljšanja rada knjižnice. Gledajući u širem kontekstu, pomacima na mikrorazinama u slici o knjižnici postižu se veliki koraci koji grade pozitivnu sliku knjižnice u javnosti i utječu na učvršćivanje ugleda narodne knjižnice kao moderne, privlačne i cijenjene ustanove u društvenom i kulturnom životu ljudi.

POPIS LITERATURE

1. Aleksić, Lj. *Javnost i imidž knjižnice: marketinško istraživanje*. // Glasnik društva bibliotekara Split 14-15/2016.-2017.
2. Badurina, Boris; Dragija Ivanović, Martina; Krtalić, Maja. *Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica*. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 1(2010), str. 47-63.
3. Bišćan, F. *Suvremeni knjižnični prostori – od ideje do realizacije zgrade Gradske knjižnice u Karlovcu*. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 60, 2-3(2017), 175-191
4. Borgman, C. *Od Gutenbergova izuma do globalnog informacijskog povezivanja: pristup informaciji u umreženom svijetu*. Zadar: Naklada Benja, 2002.
5. Dragija Ivanović, M.; Feldvari, K.; Petr Balog, K. *Percepcija kvalitete 'iznutra' : Razgovori s ravnateljima narodnih i voditeljima visokoškolskih knjižnica*. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), 1-24
6. Dragija Ivanović, Martina. *Vrednovanje utjecaja narodnih knjižnica na lokalnu zajednicu*. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1(2012), str. 83-100.
7. *Europeana Collections*, <http://www.europeana.eu/portal/>
8. Gorman, M. *Postojana knjižnica: tehnologija, tradicija i potraga za ravnotežom*. Zagreb: HKD, 2006.
9. *Gradska knjižnica Rijeka*. <https://gkr.hr/Magazin/Osvrti/Završen-EU-projekt-LoCloud>
10. *Hrvatsko knjižničarsko društvo*, <https://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/825>
11. *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice* / uredile Christine Koontz i Barbara Gubbin ; [s engleskog prevela Irena Kranjec ; stručna redakcija prijevoda Aleksandra Horvat] 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.
12. Kovačević, J.; Vrana, R. *Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao*

- temelj poslovne strategije knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 3(2013); 23-46*
13. Kovačević, J.; Vrana, R. *Položaj knjižnice u umreženom društvu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3(2010), 25-41*
 14. Malnar, A. *Upute za poslovanje narodnih knjižnica. Zagreb: HKD, 1996.*
 15. Mihalić, M. *Pokazatelji uspješnosti za nacionalne knjižnice. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 43,4(2000), str. 91-100.*
 16. *Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, <https://www.nsk.hr>*
 17. *Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu. Hrvatski zavod za knjižničarstvo. Strategija razvoja narodnih knjižnica u RH do 2015. godine. Nacrt prijedloga. Zagreb, 2013. URL: <http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2014/01/Strategija-razvoja-narodnih-knji%C5%BEenica.pdf> (17-9-2014)*
 18. *Narodna knjižnica : IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga / priredila radna skupina Sekcije za narodne knjižnice na čelu s Philipom Gillom. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2003.*
 19. Novak, H. *Anketno istraživanje „Zadovoljstvo korisnika Gradske knjižnice Zadar“, Vjesnik bibliotekara Hrvatske 53, 3/4(2010), str. 143-156*
 20. Pikić, A. *Korisničke razlike u očekivanjima, procjeni dobivene usluge i zadovoljstvu: primjena LibQUAL+™-a u Knjižnici Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 60, 4(2017), 73-94*
 21. Stipanov, J. *Knjižnice i društvo. Zagreb: Školska knjiga, 2010.*
 22. Tadić, K. *Rad u knjižnici. Opatija: Naklada Benja, 1994.*
 23. *The **International Federation of Library Associations and Institutions**, www.ifla.org,*
 24. Tuškan Mihočić, G. *Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 54, 4(2011), str. 217.*
 25. *UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice, http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/UNESCOv_manifest_za_narodne_knjiznice.htm*
 26. *Zakon o knjižnicama. URL: <http://www.propisi.hr/print.php?id=691>*