

Knjižnice osječkog sveučilišta na Facebooku: zašto nam je "lajkanje" važno?

Zobundžija, Vesna; Dragun, Elizabeta

Source / Izvornik: **Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 2020, 63, 227 - 252**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

<https://doi.org/10.30754/vbh.63.1-2.815>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:133:256839>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial 3.0 Unported](#) / [Imenovanje-Nekomercijalno 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-28**



GRAĐEVINSKI I ARHITEKTONSKI FAKULTET OSIJEK
Faculty of Civil Engineering and Architecture Osijek

Repository / Repozitorij:

[Repository GrAFOS - Repository of Faculty of Civil Engineering and Architecture Osijek](#)




DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**KNJIŽNICE OSJEČKOG
SVEUČILIŠTA NA FACEBOOKU:
ZAŠTO NAM JE *LAJKANJE* VAŽNO?**

**LIBRARIES OF THE UNIVERSITY
OF OSIJEK ON FACEBOOK:
WHY *LIKING* IS IMPORTANT TO US?**

Vesna Zobundžija
Građevinski fakultet
Sveučilište u Osijeku
vesnaz@gfos.hr

Elizabeta Dragun
UHP Digital d.o.o.
elizabeta.dragun@gmail.com

UDK / UDC 027.7: 004.738.5(497.5 Osijek)
Znanstvena bilješka / Preliminary communication
Primljeno / Received: 25. 8. 2020.
Prihvaćeno / Accepted: 10. 11. 2020.

*„Tools and services come and go;
what is constant is our human urge to share.“¹*

Sažetak

Svrha ovoga rada istražiti je prisutnost visokoškolskih knjižnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku na društvenoj mreži Facebook i analizirati njihovu aktivnost. Predstavljena je kvantitativna i kvalitativna analiza Facebook-stranica sedam visokoškolskih knjižnica kako bi se utvrdilo koji su sadržaji na stranicama najpopularniji

¹ Hermida, A. Tell everyone: why we share and why it matters. Toronto: Doubleday Canada, 2014. Citirano prema: Howard, H.; S. Huber; L. Carter; E. Moore. Academic libraries on social media: finding the students and the information they want. // Information Technology and Libraries 37, 1(2018), str. 8. DOI: <https://doi.org/10.6017/ital.v37i1.10160>.

i koliko Facebook može pomoći knjižnicama u promoviranju aktivnosti i uspostavljanju bolje komunikacije s korisnicima.

Pristup/ Metodologija. Pregledavanjem mrežnih stranica svih sastavnica Sveučilišta koje imaju odjel knjižnice ustanovljeno je da 7 od 15 knjižnica imaju svoje Facebook-stranice. Utvrđivanjem broja oznaka *svidi mi se* i broja pratitelja utvrđena je i uspoređena popularnost stranica, a u sljedećem koraku promatrana je aktivnost knjižničara na Facebook-stranicama prebrojavanjem objavljenih fotografija, videozapisa, događaja i bilješki. Podatci o objavama i reakcijama pratitelja detaljno su kvantitativno i kvalitativno analizirani za razdoblje od 1. 1. do 30. 4. 2020. Na kraju su istaknute i najpopularnije objave po pojedinim knjižnicama.

Rezultati. Analiza je pokazala da manje od polovine knjižnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku ima svoju Facebook-stranicu. Najviše oznaka *svidi mi se* i najveći broj pratitelja ima Facebook-stranica Knjižnice Filozofskog fakulteta. Pretpostavku da na broj svidanja i praćenja stranice utječu i ukupan broj studenata određenog fakulteta, datum stvaranja stranice te pripadaju li fakulteti društveno-humanističkim znanostima ili području znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike (STEM) nismo uspjeli dokazati. Popularnost Facebook-stranica ipak najviše ovisi o vrsti i sadržaju objava, broju fotografija, videozapisa i događaja. Najbolji pokazatelj popularnosti broj je reakcija na objave, broj komentara i dijeljenja. Prema tim pokazateljima potvrđeno je da je Facebook-stranica Knjižnice Filozofskog fakulteta najpopularnija knjižnična Facebook-stranica na Sveučilištu.

Originalnost/Vrijednost. Rad donosi dosad neobjavljene podatke o prisutnosti visokoškolskih knjižnica osječkog sveučilišta na društvenoj mreži Facebook, kvantitativne i kvalitativne podatke o njihovoj aktivnosti i prihvaćenosti objava od strane korisnika. Detaljna sadržajna analiza objava može poslužiti kao putokaz knjižnicama prilikom strateškog planiranja i identificiranja potreba svojih korisnika, u prvom redu studenata.

Ključne riječi: Facebook, opcija svidanja (*like*), Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, visokoškolske knjižnice.

Abstract

Purpose. The purpose of this paper is to investigate the presence of academic libraries at the Josip Juraj Strossmayer University in Osijek on the social network Facebook, and to analyze their activity. A quantitative and qualitative analysis of the seven academic libraries' posts that have their own Facebook pages was carried out to determine which content on the sites is most popular and how much Facebook can help libraries to promote their activities and establish better communication with users.

Approach/methodology/design. By browsing the websites of all University components that have libraries, it was found that 7 out of 15 libraries have their own Facebook pages. By determining the number of „likes“ and the number of followers, the

popularity of each library Facebook page was estimated. In the next step, the activity of librarians on the Facebook pages was observed by counting published photos, videos, events, and notes. The data on the posts published by the libraries and the reactions of the followers were analyzed in detail quantitatively and qualitatively for the period from January 1st to April 30th 2020. Finally, the most popular posts on library Facebook pages were highlighted.

Results. The analysis showed that less than half of the libraries of the Josip Juraj Strossmayer University in Osijek do not have their own Facebook page. The Faculty of Humanities and Social Sciences has the largest numbers of „likes“ and followers on their page. We have not been able to prove the assumption that the numbers of „likes“ and followers of the pages are influenced by the size of the total number of students of a certain faculty, the date of creation of the site, and whether the faculties belong to the social sciences or STEM. The popularity of the Facebook pages, however, depends mostly on the type and content of the posts, the number of photos, videos, and events. The best indicator of popularity is the number of reactions to the posts, the number of comments and shares. According to these indicators, we found that the Facebook page of the library of the Faculty of Humanities and Social Sciences is the most popular library Facebook page at the University.

Originality/value. The paper brings previously unpublished data on the presence of academic libraries of the University of Osijek on the social network Facebook, the quantitative and qualitative data on their activity, and the overall user acceptance of the posts written by the libraries. The detailed content analysis of the libraries' posts on their Facebook pages can serve as a guide for libraries in strategic planning and identifying the needs of their users, primarily students.

Keywords: academic libraries, Facebook, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, like option

1. Uvod

Knjižnice su mjesta okupljanja i povezivanja korisnika s izvorima informacija, tehnologijom i znanjem, ali i međusobnog druženja. Načini povezivanja i komunikacije neprestano se mijenjaju i razvijaju velikom brzinom pa je i obveza knjižničara pratiti trendove i tražiti načine kako ostati povezani sa svojim korisnicima. Društvene su mreže sastavni dio komuniciranja mladih s prijateljima, obitelji, nastavnicima i njihov najvažniji izvor informacija.

Društvena mreža Facebook, koja omogućuje stvaranje javnih profila i interakciju s korisnicima, prvotno je bila namijenjena povezivanju i zabavi studenata. Facebook se velikom brzinom u kratkom vremenu proširio diljem svijeta i postao najpopularnijim i najvažnijim medijem za mnoga područja društvenog života.

Unatoč velikom broju društvenih mreža koje su kasnije osvajale svijet (Youtube, WhatsApp, Messenger, Instagram, TikTok i mnoge druge), Facebook danas broji već preko 2 600 000 000 korisnika širom svijeta.²

Prema podacima *Internet World Stats*³, u prosincu 2019. u Hrvatskoj je bilo 3 787 838 korisnika interneta, što čini 92,3 % ukupne populacije, a od toga je korisnika Facebooka u siječnju 2020. bilo 2 077 000, što je 50,6 % ukupne populacije.

Agencija za digitalni marketing ARBONA donosi zanimljive statističke podatke o uporabi društvenih mreža u Hrvatskoj, u prvom redu Facebooka i Instagrama. Prema tim podacima, na Facebooku prevladavaju korisnici starosti od 25 do 34 godine. Tipični korisnici na mjesečnoj bazi u prosjeku posviđaju (lajkaju) samo jednu Facebook-stranicu i oko 13 objava. Prosječan korisnik unutar 30 dana komentirao je samo pet puta neku objavu, s tim da žene unutar 30 dana ostavljaju i po sedam komentara, a muškarci samo tri. Na mjesečnoj bazi prosječni korisnik Facebooka odluči podijeliti samo jednu objavu. U Osječko-baranjskoj županiji registrirano je 130 000 korisnika Facebooka, od toga u gradu Osijeku 61 000.⁴

Potkraj 2007. godine Facebook je dozvolio kreiranje stranica koje su omogućile institucijama, poduzećima i organizacijama uspostavljanje kontakta sa zajednicom, promicanje svoje djelatnosti te objavljivanje različitih sadržaja i aplikacija.⁵

Kako su prvi korisnici Facebooka bili studenti, tako su i visokoškolske knjižnice bile prve koje su spoznale važnost komunikacije putem društvene mreže pa je s razvojem Facebooka rastao i broj knjižnica koje su rabile taj besplatni servis da bi promovirale svoje usluge.⁶ Ipak, mnogi knjižničari nisu odmah prihvatili mogućnost uključivanja na društvene mreže, a razlozi su različiti: mišljenje da Facebook nije dovoljno kvalitetna i ozbiljna platforma za predstavljanje knjižnica, nedostatak vremena i osoblja koje bi uređivalo stranicu, nerazumijevanje i otpor uprave fakulteta ili osoblje ne zna napraviti Facebook-stranicu.⁷ Postoji i uvjerenje da studenti ne žele vidjeti knjižnicu na Facebooku jer to smatraju zadiranjem u nji-

² Kemp, S. More than half of the people on earth now use social media. // Digital 2020 July Global Statshot report. [citirano: 2020-08-10] Dostupno na: <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>.

³ Usp. Internet World Stats: usage and population statistics. [citirano 2020-06-17] Dostupno na: <https://www.internetworldstats.com/europa.htm#hr>.

⁴ Usp. Arbona – agencija za digitalni marketing. [citirano: 2020-06-09] Dostupno na: <https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/facebook-i-instagram-u-hrvatskoj-zanimljive-statistike-2019/2832>.

⁵ Usp. Hebrang Grgić, I.; D. Mučnjak. Fenomen društvenih mreža i njegova primjena u knjižnicama. // Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje 17, 1(2015), str. 233. [citirano: 2020-06-09] Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/203605>.

⁶ Usp. Hebrang Grgić, I. Croatian school libraries on Facebook: meeting the needs of young library users. // *New Library World*. 114, 9/10(2013), 416-427.

⁷ Usp. Beese, N. Marketing the library using social media platforms : the experience of the University library Bochum, Germany. // *International Information & Library Review* 1, 51(2019), 36-41.

hov prostor.⁸ Posljednjih godina, s pojavom brojnih novih društvenih mreža koje stvaraju trendove i stvaraju nove, sve maštovitije funkcije, mladi polako napuštaju Facebook i priklanjaju se drugim mrežama poput Instagrama i TikToka.

Takvi su oprečni stavovi potaknuli knjižničare na istraživanja kako bi ustanovili situaciju na svojem području i planirali aktivnosti u skladu sa željama i potrebama svojih korisnika.

2. Istraživanja u svijetu i Hrvatskoj

O društvenim medijima kao marketinškom alatu koji bi u svoju strategiju morale inkorporirati sveučilišne, odnosno fakultetske knjižnice, govori u svom radu⁹ Nils Beese. Za razliku od narodnih knjižnica, koje su vrlo brzo prihvatile oglašavanje putem društvenih mreža, visokoškolske knjižnice u Njemačkoj hvataju priključak sporo i oprezno, pa čak 25 % njih još uvijek nije aktivno na društvenim mrežama. Autor smatra da je glavni razlog u samopercepciji knjižničara koji svoju ulogu komuniciranja s korisnicima doživljavaju previše statično i tradicionalno. Međutim, u knjižnici Sveučilišta u Bochumu prihvatili su definiciju da je uspješan knjižnični marketing pokazati ljudima što sve knjižničari mogu ponuditi zajednici i to na jeziku koji oni mogu razumjeti.

U nastavku navodi 10 glavnih razloga zbog kojih su društveni mediji važni knjižnicama. Među ostalim, to su povećanje vidljivosti, jačanje ugleda i vjerodostojnosti jer knjižnica prati razvoj tehnologije i digitalnih usluga, izvor su pouzdanih informacija, omogućuju izravnu komunikaciju i interakciju s korisnicima, doprinose jačanju zajednice, pružaju mogućnost ažuriranja objava i drugo.

Postavili su pravilo 4-1-1 koje savjetuje što treba objavljivati na stranici: četiri nove objave (npr. neka vijest ili članak za koji procijenimo da bi mogla biti zanimljiva korisnicima), jedna podijeljena objava (s neke druge stranice) i jedna vlastita objava (promoviranje usluga knjižnice, najava nekog događanja i slično). Beese zaključuje da su knjižnice u posljednjih 15 godina pretrpjele brojne promjene i da su po svojoj misiji predodređene da postanu stručnjacima i za društvene medije, a za to je potrebno prestanto se usavršavati, raditi na sebi i ostati znatiželjan.

Na američkom sveučilištu Purdue (West Lafayette, Indiana) provedeno je istraživanje kojim se željelo utvrditi koje društvene platforme studenti rabe, na kojima žele vidjeti knjižnice i koje sadržaje žele da knjižnice objavljuju. Rezultati su pokazali da studenti najčešće rabe Facebook, YouTube i Snapchat, ali knjižnice žele vidjeti na Facebooku, Instagramu i Twitteru. Američki studenti rado prate sve objave knjižnica, a na Facebooku preferiraju sadržaje koji uključuju knjižničnu logistiku (radno vrijeme, najave događaja i slično), zatim novosti iz knjižnice i sa

⁸ Usp. Isto, str. 37.

⁹ Usp. Isto, str. 36-41.

sveučilišta, a nešto manje istraživačke tehnike, upute o uporabi knjižničnih izvora i usluga, informacije o bazama podataka i e-časopisima te zanimljivosti i zabavne sadržaje. Istraživanje je također pokazalo da je Facebook društvena mreža koju studenti najviše rabe.¹⁰

Vassilakaki i Garoufallou¹¹ nakon pretraživanja i detaljne analize stručne literature izdvojili su 13 relevantnih radova napisanih u razdoblju od 2005. do 2012. godine, u kojima se govori o načinima na koje knjižničari rabe Facebook za obavljanje svoje stručne djelatnosti. Zaključuju da knjižničari rabe 12 obilježja Facebooka kako bi promovirali svoju djelatnost i privukli korisnike. Od tih 12 obilježja najčešće se spominju Grupe, zatim Poruke, a slijede Događaji, Pratelji, Fotoalbumi i Objave (*Wall Posts*). Najčešći su razlozi zbog kojih knjižničari otvaraju Facebook-stranice promoviranje knjižnice, poticanje međusobnog djelovanja i uspostavljanje komunikacije s korisnicima. Međutim, autori zapažaju da se u radovima vrlo rijetko (u samo tri rada) govori o dijeljenju informacija iako je glavna zadaća knjižnica pronalaženje, upravljanje i dijeljenje informacija korisnicima. Zaključuju da knjižničari vjerojatno rabe Facebook kako bi povećali vidljivost knjižnice i uspostavili komunikaciju s korisnicima, zadobili njihovo povjerenje, a nakon toga dijelili informacije rabeći tradicionalne alate i informacijske servise.

Nam i Fry¹² u svom radu daju kritičku ocjenu uporabe Facebooka u znanstvene svrhe i predstavljaju brojne primjere koji dokumentiraju potencijal Facebooka za unaprjeđenje akademskog rada, ali i rasprave o negativnim i potencijalno štetnim učincima na produktivnost korisnika. Facebook omogućuje stalnu povezanost profesora i studenata, brzo dijeljenje informacija, novosti, pristup slikama, fotografijama i dokumentima, ako se posvida stranica znanstvenih i istraživačkih ustanova, može se doći do važnih i korisnih podataka, omogućuje stvaranje grupa (zatvorenih ili otvorenih) koje povezuju zajednički interesi, povezivanje i „priateljstvo“ s poznatim javnim osobama, intelektualcima, piscima, umjetnicima. Facebook je i nov oblik zabave i opuštanja kroz dijeljenje različitih zanimljivosti, fotografija, videa, glazbe i slično. Međutim, Facebook krije i mnoge opasnosti kao što je uzaludno trošenje vremena, pretjerana uporaba može loše utjecati na mentalno zdravlje i promijeniti svijest, otvorena je mogućnost za neetično postupanje (krađa autorskih prava), gubi se privatnost i zbog objavljivanja osobnih podata-

¹⁰ Usp. Howard, H.; S. Huber; L. Carter; E. Moore. Academic libraries on social media: finding the students and the information they want. // *Information Technology and Libraries* 37, 1(2018), 8-18. DOI: <https://doi.org/10.6017/ital.v37i1.10160>.

¹¹ Usp. Vassilakaki, E.; E. Garoufallou. Library Facebook practices for creating and promoting a professional profile. // *Program: electronic library and information systems* 49, 3(2015), 343-359. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/PROG-10-2014-0073>.

¹² Usp. Nam, K.; G. W. Fry. Re-Imagining internet scholarship: academic uses and abuses of the influential Internet social network, Facebook. // *E-Learning and Digital Media* 2, 9(2012), 157-172. [citirano: 2020-07-17] Dostupno na: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.nsk.hr/doi/pdf/10.2304/elea.2012.9.2.57>.

ka može biti ozbiljno ugrožena sigurnost korisnika, a primijećeno je i sve lošije izražavanje i pismenost studenata. Autori zaključuju da društvene mreže, ako se rabe kritički i kreativno, mogu na vrijedne načine poboljšati ljudski, intelektualni, socijalni i kulturni kapital. U umreženom društvu znanja studenti sada imaju izvanredne nove alate koji će im pomoći da ostvare svoj intelektualni, kulturni i društveni potencijal, ali ga moraju znati pravilno rabiti.

Katarina Šmakić¹³ proučava socijalno funkcioniranje mladih na društvenim mrežama i utjecaj opcije *svidi mi se (like)* na kreativnost sadržaja. Današnji studenti pripadaju tzv. generaciji Z (poznata i kao *Digital natives* i *iGen*), rođeni u drugoj polovini devedesetih godina 20. stoljeća, u digitalnom okruženju koje nekritički prihvaćaju kao glavni izvor informacija i znanja. Većina ih rabi Facebook, a opciju *svidi mi se* doživljavaju kao određeni statusni simbol. Facebook je opciju *svidi mi se* aktivirao 2009. godine, a početkom 2016. uveo je tzv. emotikone kojima se jednim klikom izražava reakcija na objavu. Mladi „digitalni domorodci“ (*Digital natives*), kako ih je nazvao pisac i dizajner programa za učenje Marc Prensky, rado rabe taj simbol jer im omogućuje iskazivanje osjećaja i stavova bez pisanja komentara, dakle i bez promišljanja sadržaja i kritičkog i kreativnog izražavanja. Šmakić zaključuje da nedostatak vremena i ogromna količina različitih, često i nekvalitetnih informacija kojom nas mediji zasipaju, negativno utječe na „kritičko promišljanje i kreativno rješavanje većine problemskih situacija...“¹⁴

Đurica i suradnici¹⁵ proveli su istraživanje među studentskom populacijom radi otkrivanja ključnih čimbenika koji motiviraju studente da rabe Facebook, razloga zbog kojih preferiraju upravo tu društvenu mrežu i otkrivanja potencijalnih načina njegove uporabe u akademske svrhe. Rezultati istraživanja, provedenog 2016. godine među studentima Beogradske bankarske akademije, pokazali su da Facebook rabe uglavnom u društvene svrhe, u prvom redu radi komunikacije s prijateljima i stvaranja novih prijateljstava. Ipak, u novije vrijeme Facebook se sve više rabi i u obrazovne svrhe, kao platforma za dijeljenje materijala i informacija s predavanja, za komunikaciju s kolegama i profesorima i stvaranje akademskih grupa.

Istraživanja o hrvatskim knjižnicama na Facebooku započela su 2010. godine radom Ivane Pažur Vojvodić¹⁶, u kojemu je prvi puta naglašena važnost te društvene mreže kao komunikacijskog kanala prema korisnicima.¹⁷ Nakon toga uslijedio je veći

¹³ Usp. Šmakić, K. Društvene mreže i mladi: utjecaj opcije ‘like’ na kreativno ponašanje mladih. // In medias res: časopis filozofije medija 9, 5(2016), str. 1333-1338. [citirano: 2020-07-17] Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170529>.

¹⁴ Usp. Isto, str. 1337.

¹⁵ Usp. Đurica, N.; D. Soleša; V. Šimović; M. Đurica. Students’ perception of the importance of using Facebook for academic purposes. // Croatian Journal of Education 4, 20(2018), 1059-1087.

¹⁶ Usp. Pažur Vojvodić, I. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook. // 13. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture: zbornik radova. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 260-277.

¹⁷ Usp. Hebrang Grgić, I.; D. Mučnjak. Nav. dj., str. 235.

broj radova koji su analizirali Facebook u kontekstu ostalih društvenih mreža, istraživali prisutnost hrvatskih knjižnica na Facebooku ili problematizirali nedopuštenu uporabu Facebook-profila kao izbora prisutnosti umjesto stvaranja stranica ustanove.¹⁸

Hebrang Grgić u svom radu¹⁹ daje potpunu kvantitativnu i kvalitativnu analizu prisutnosti Facebooka u školskim knjižnicama. Otkriva da većina knjižničara ne poznaje dovoljno pravila administriranja na Facebooku i ne ostvaruje dobru komunikaciju s korisnicima. Korisnici ne objavljuju i ne komentiraju objave iako broj pratitelja stranice i broj sviđanja za pojedine objave ukazuju na to da korisnici prate aktivnosti knjižnice na Facebooku.

Premda je Facebook nastao radi povezivanja knjižnica na sveučilištu, prvi rad koji analizira informacijske navike studenata i utjecaj novih tehnologija na promjene u tradicionalnim načinima komunikacije u hrvatskim visokoškolskim knjižnicama objavljen je 2012. godine.²⁰ Višnja Novosel,²¹ pretražujući prisutnost knjižnica i knjižničarskih udruženja iz Hrvatske na Facebooku 2015. godine, pronalazi ih 100, što osobnih profila, što stranica, od čega je samo trinaest visokoškolskih, od kojih deset knjižnica ima stranicu, a tri su izrađene kao osobni profili. Analizom dostupnih stranica visokoškolskih knjižnica zaključuje da je promidžbena funkcija, odnosno predstavljanje osnovnih informacija o knjižnici i fondu te obavješćivanje o događajima u knjižnici, ispunjena. Međutim, zabrinjava podatak da je komunikacija uglavnom jednosmjerna, objave se rijetko označavaju zanimljivima, a tek sporadično netko i komentira. Iako već i sama prisutnost knjižnice na društvenim mrežama stvara pozitivnu sliku i prisnost s korisnicima, autorica smatra da poslovanje treba poboljšati. Ključno bi bilo odrediti interesne skupine i prema njima napraviti plan komunikacije u skladu s trendovima, uporabom dodatnih mogućnosti koje pruža Facebook za izgradnju pozitivnog imidža knjižnice.

Jukica i Šimunović²² analiziraju podatke o prisutnosti specijalnih i visokoškolskih knjižnica na društvenoj mreži Facebook objavljene u svibnju 2017. godine te

¹⁸ Usp. Isto.

¹⁹ Usp. Hebrang Grgić, I. Nav. dj., str. 416-427.

²⁰ Usp. Banek Zorica, M.; T. Ivanjko. Knjižnice, studenti i društvene mreže: ispitivanje informacijskih navika studenata. // Zbornik radova 4. međunarodne konferencije BAM 2010 - Evropske smjernice za saradnju biblioteka arhiva i muzeja: informacijske ustanove za 21. stoljeće / Rešidbegović, A, B. Sabljaković, N. Grebović, N. (ur.). Sarajevo: Asocijacija informacijskih stručnjaka - bibliotekara, arhivista i muzeologa, 2012. Str. 135-143.

²¹ Usp. Novosel, V. Prisutnost visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj na Facebooku: stanje i mogućnosti daljnjega razvoja. // Umreženi: društvene mreže i knjižnice u Hrvatskoj / ur. Breza Šalamon Cindori. Zagreb: NSK, 2015. Str. 30-35.

²² Usp. Jukica, D.; M. Šimunović. Korištenje društvenih mreža u visokoškolskim i specijalnim knjižnicama u Hrvatskoj s osvrtom na knjižnice u Sloveniji i Austriji. // 15. dani specijalnih i visokoškolskih knjižnica, [Lovran, 17.-20. svibnja 2017.] / ur. Dina Mašina i Kristina Kalanj. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2019. Str. 245-255.

uspoređuju dobivene podatke o aktivnosti i doseg objava u Hrvatskoj s trendovima u knjižnicama Austrije i Slovenije. Zaključuju da hrvatske knjižnice imaju puno veći broj pratitelja i svidanja te da objavljuju više fotografija, a austrijske i slovenske knjižnice objavljuju više videozapisa i najava događanja. Općenito, broj Facebook-pratitelja u visokoškolskim knjižnicama raste, što potvrđuje potrebu i važnost zagovaranja promocije i komunikacije na društvenim mrežama s korisnicima kao dostupnog i besplatnog alata.

3. Analiza Facebook-stranica knjižnica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku – ciljevi i metodologija

3.1. Svrha i ciljevi rada

Svrha je ovoga rada utvrditi zastupljenost knjižnica u sustavu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku na društvenoj mreži Facebook, analizirajući njihovu interakciju s korisnicima. Željelo se utvrditi prate li studenti, kao ciljana populacija, Facebook-stranice svojih knjižnica, koji im se sadržaji svidaju, a koji izazivaju slabe ili nikakve reakcije te utvrditi koje su objave najviše popraćene.

Cilj je istraživanja pokazati je li Facebook koristan i poželjan marketinški alat za promoviranje aktivnosti knjižnica i koliko može doprinijeti njihovoj prepoznatljivosti i unaprjeđenju odnosa s korisnicima.

3.2. Metodologija

Prema uzoru na slična istraživanja koje su provele u svojim radovima Hebrang Grgić²³ te Jukica i Šimunović²⁴, uporabljena je metoda analize podataka na društvenoj mreži Facebook te dostupni metrički pokazatelji. Istraživanje je trebalo potvrditi pretpostavku da broj pratitelja knjižničnih Facebook-stranica ovisi i o ukupnom broju studenata matičnog fakulteta, o datumu kada je stranica aktivirana, pa i o pripadnosti knjižnice, odnosno fakulteta, području znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike (STEM) ili društveno-humanističkom znanstvenom području.

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 20. svibnja do 30. lipnja 2020. godine. Kako bi se utvrdila **zastupljenost knjižnica** svih sastavnica Sveučilišta koje imaju odjel knjižnice, prvo su pregledane njihove mrežne stranice. Budući da nemaju sve knjižnice na svojim mrežnim stranicama poveznicu na Facebook-stranicu, pretražena je i Facebook-platforma. Utvrđivanjem broja oznaka *svidi mi se* i broja pratitelja ustanovljena je i uspoređena **popularnost stranica**.

²³ Usp. Hebrang Grgić, I. Nav. dj., str. 416-427.

²⁴ Usp. Jukica, D.; M. Šimunović. Nav. dj., str. 245-255.

Sljedeći je korak bilo prebrojavanje svih vrsta objava koje trebaju pokazati **aktivnost samih knjižnica** na Facebooku. Utvrđen je broj objavljenih fotografija, videozapisa, događaja i bilješki koje su objavljene od datuma aktiviranja stranice do 28., odnosno 29. svibnja 2020., kada su podatci zabilježeni. Uspoređeni su i ukupni brojevi objava pojedinih knjižnica i pratitelja njihovih Facebook-stranica kako bi se utvrdilo jesu li Facebook-stranice najaktivnijih knjižnica i najpopularnije, odnosno imaju li najviše pratitelja. Svi ti metrički pokazatelji zatim su detaljno kvantitativno i kvalitativno analizirani.

Aktivnost pratitelja Facebook-stranica provjeravana je utvrđivanjem broja reakcija (svidanja i ostalih ponuđenih emotikona), komentara i dijeljenja u odnosu na broj objava. Za ovo je istraživanje odabrano razdoblje od 1. siječnja do 30. travnja, u kojemu su za svaku knjižnicu prebrojane objave i sve reakcije pratitelja.

Analizirane su posebno i **vrste objava** kako bi se utvrdilo što korisnike najviše zanima. Metrički pokazatelji dobiveni metodom brojanja svrstani su radi kvalitativne sadržajne analize u nekoliko kategorija: 1) podijeljene objave s drugih stranica, 2) opće informacije o knjižnici (o radnom vremenu, novim knjigama, otvaranju pristupa bazama i sl.), 3) informacije o aktivnostima i događanjima u knjižnici, 4) informacije o događanjima na fakultetu ili na Sveučilištu, 5) informacije vezane za struku i 6) razonoda (zanimljivosti, šale, *meme*). Na kraju su istaknute najpopularnije objave po pojedinim knjižnicama, odnosno objave koje su izazvale najveći broj reakcija pratitelja stranice.

4. Rezultati istraživanja

4.1. Knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Facebook

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku u akademskoj godini 2019./2020. čini 17 pojedinačnih znanstveno-nastavnih sastavnica: 12 fakulteta, umjetnička akademija i četiri sveučilišna odjela.²⁵ Gotovo sve sastavnice²⁶, osim odjela za kemiju i biologiju, imaju svoje knjižnice.²⁷ Najprije je izvršena provjera

²⁵ Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija, Fakultet agrobiotehničkih znanosti, Ekonomski fakultet, Filozofski fakultet, Građevinski i arhitektonski fakultet, Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu, Medicinski fakultet, Pravni fakultet, Prehrambeno-tehnološki fakultet, Strojarski fakultet u Slavanskom Brodu, Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti i Fakultet za dentalnu medicinu i zdravstvo. Odjel za fiziku, Odjel za kemiju, Odjel za matematiku. Akademija za umjetnost i kulturu. Izvor za popis sastavnica: Sastavnice. // Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Dostupno na: <http://www.unios.hr/o-sveucilistu/sastavnice/>. [citirano: 2020-11-09]

²⁶ Izuzeti su iz razmatranja Gradska i sveučilišna knjižnica, studentski centri i domovi te posebni odjeli.

²⁷ Za navedene odjele, zbog nedostatka prostora, knjižničnu djelatnost obavljaju knjižnice Odjela za matematiku i Prehrambeno-tehnološkog fakulteta.

koje knjižnice sastavnica Sveučilišta imaju, a koje nemaju Facebook (stanje na dan 20. 5. 2020.), kojom je ustanovljeno je da 7 od 15 knjižnica²⁸ imaju napravljene Facebook-stranice.

Nemaju Facebook-stranicu:

- Knjižnica Fakulteta Agrobiotehničkih znanosti
- Knjižnica Fakulteta elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija
- Knjižnica Strojarskog fakulteta u Slavonskom Brodu
- Knjižnica Medicinskog fakulteta
- Knjižnica Fakulteta za dentalnu medicinu i zdravstvo
- Knjižnica Odjela za matematiku
- Knjižnica Odjela za fiziku
- Knjižnica Katoličkog bogoslovnog fakulteta u Đakovu.

Imaju Facebook-stranicu:

- Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta
- Knjižnica Prehrambeno-tehnološkog fakulteta
- Knjižnica Ekonomskog fakulteta
- Knjižnica Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti
- Knjižnica Filozofskog fakulteta
- Knjižnica Pravnog fakulteta
- Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu.

4.2. Popularnost i aktivnost knjižnica na Facebooku

Popularnost Facebook-stranica knjižnica utvrđena je na temelju broja oznaka *svida mi se* i broja pratitelja. Sve knjižnice Sveučilišta koje imaju Facebook-stranice, izuzev Knjižnice Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti te Knjižnice Akademije za umjetnost i kulturu, ocijenjene su ocjenom 5,0, dok dvije navedene knjižnice još nemaju ni jednu ocjenu korisnika. Aktivnost knjižnica utvrđivala se prebrojavanjem objavljenih fotografija, videozapisa, događaja i bilješki.²⁹ Svi navedeni pokazatelji o aktivnosti knjižnica i popularnosti pojedinih Facebook-stranica objedinjeni su i prikazani u tablici 1.

²⁸ Usp. Analiza visokoškolskih i specijalnih knjižnica u sustavu matičnosti GISKO-a za 2019. godinu. Dostupno na: <https://www.gskos.unios.hr/wp-content/uploads/2020/07/Analiza-visoko%C5%A1kolskih-i-specijalnih-knji%C5%BEnica-u-sustavu-mati%C4%8Dnosti-GISKO-a-za-2019.-godinu.pdf>. [citirano: 2020-11-09]

²⁹ Podaci su zabilježeni na dan 29. 5. 2020.

Tablica 1. Objedinjeni pokazatelji popularnosti i aktivnosti Facebook-stranica knjižnica

Knjižnica	Broj oznaka <i>svidi mi se</i>	Broj pratitelja	Broj objavljenih fotografija	Broj objavljenih videozapisa	Broj objavljenih događaja	Broj objavljenih bilješki	Ocjena knjižnice
Filozofski fakultet	1039	1125	387	5	1	0	5,0
Građevinski i arhitektonski fakultet	762	780	765	6	16	0	5,0
Prehrambeno-tehnološki fakultet	691	702	140	0	2	4	5,0
Ekonomski fakultet	586	605	377	3	0	1	5,0
Pravni fakultet	447	452	40	0	0	0	5,0
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti	326	334	65	0	0	0	-
Akademija za umjetnost i kulturu	241	257	137	18	2	0	-

Prema navedenim podacima, najpopularnija je Facebook-stranica Knjižnice Filozofskog fakulteta s 1039 oznaka *svidi mi se* i 1125 pratitelja. Stranica je i ocijenjena ocjenom 5, što dodatno potvrđuje njezinu popularnost. Najmanji broj oznaka *svidi mi se* (241) i pratitelja (257) ima Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu.

Najviše fotografija objavila je Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta (765), a najmanje Knjižnica Pravnog fakulteta (40). Daleko najviše videozapisa pronađeno je na Facebook-stranici Akademije za umjetnost i kulturu (18), dok knjižnice Prehrambeno-tehnološkog, Pravnog i Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti nisu objavile nijedan videozapis. Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta ima i uvjerljivo najveći broj objavljenih događaja (16), a knjižnice Ekonomskog, Pravnog i Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti nisu objavile nijedan događaj. Na Facebook-stranici Prehrambeno-tehnološkog fakulteta objavljene su 4 bilješke, dok ostale knjižnice, osim Knjižnice Ekonomskog fakulteta koja je objavila jednu, nisu objavljivale bilješke.

4.3. Objave knjižnica

Posebno su analizirane objave knjižnica, odnosno njihov broj u vremenu od 1. 1. 2020. do 30. 4. 2020., a zatim i broj reakcija, komentara i dijeljenja objava, kako bi se utvrdila aktivnost pratitelja stranice knjižnice (tablica 2).

Tablica 2. Broj objava, reakcija, komentara i dijeljenja objava

Knjižnica	Broj objava	Broj reakcija na objave (<i>svidi mi se</i> i ostali emotikoni)	Broj komentara	Broj dijeljenja (<i>share</i>)	Ukupna aktivnost korisnika (zbroy reakcija, komentara i dijeljenja)
Filozofski fakultet	107	2413	72	271	2756
Građevinski i arhitektonski fakultet	104	1680	40	63	1783
Prehrambeno-tehnološki fakultet	27	256	4	15	275
Ekonomski fakultet	72	229	4	35	268
Pravni fakultet	6	41	0	9	50
Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti	19	113	2	20	135
Akademija za umjetnost i kulturu	118	685	19	51	755

Ukupna aktivnost korisnika ne odgovara u potpunosti broju objava knjižnica. Iako najčešće objavljuje, Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu tek je na trećem mjestu prema broju ukupnih aktivnosti korisnika (755). Najviše aktivnosti zabilježeno je na Facebook-stranici Knjižnice Filozofskog fakulteta (2756) i Knjižnice Građevinskog i arhitektonskog fakulteta (1783). Knjižnice ostalih fakulteta imaju bitno manji broj ukupne aktivnosti korisnika, a najmanje ima Facebook-stranica Knjižnice Pravnog fakulteta, samo 50.

Prosjeak broja objava po danu u prva četiri mjeseca 2020. godine pokazuje da najveći broj dnevnih objava ima Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu (0,98), slijede Knjižnica Filozofskog fakulteta (0,89) i Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta (0,87). Nešto manji broj dnevnih objava ima Knjižnica Ekonomskog fakulteta (0,6), zatim Prehrambeno-tehnološkog (0,23) i Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti (0,16), a najmanje Knjižnica Pravnog fakulteta (0,05).

Kako bi se lakše moglo utvrditi koje kategorije objava korisnike najviše zanimaju, vrste objava tematski su grupirane (tablice 3. do 9.):

- 1) Podijeljene objave (s drugih Facebook-stranica) - ta kategorija obuhvaća sva dijeljenja s drugih stranica rabeći opciju dijeljenja (*share*), uključujući i dijeljenja koja se mogu svrstati i u druge kategorije. Budući da dijeljenja nisu nativnog karaktera, odnosno nije ih napisala knjižnica, sve što je podijeljeno, a tematski odgovara i kojoj drugoj kategoriji, nalazit će se ovdje.
- 2) Opće informacije - ta kategorija obuhvaća sve informacije o knjižnici, radnom vremenu, pristupu bazama, novim knjigama, edukaciji korisnika i općenito objave o svim informacijama koje se odnose na konkretnu knjižnicu.
- 3) Informacije o aktivnostima i događanjima - ta kategorija obuhvaća sve informacije o događanjima u knjižnici, na fakultetu, na sveučilištu, a vezane su za studiranje i studentski život.
- 4) Informacije vezane uz struku - ta kategorija obuhvaća sve informacije koje su vezane uz struku i zanimljivosti o struci matičnog fakulteta.
- 5) Razonoda - ta kategorija obuhvaća zabavan sadržaj (šale, zanimljivosti, *meme*,...) koji knjižnice dijele na svojim Facebook-stranicama.

Tablica 3. Kategorije objava Knjižnice Filozofskog fakulteta

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	28	127	3	19
Opće informacije	18	216	4	22
Informacije o aktivnostima i događanjima	12	174	3	7
Informacije vezane uz struku	4	17	0	1
Razonoda	<u>45</u>	<u>1879</u>	<u>62</u>	<u>222</u>
UKUPNO	107	2413	72	271

Najveći broj objava i najveći broj reakcija, komentara i dijeljenja imaju informacije vezane uz *Razonodu*. Najslabije su zastupljene *Informacije vezane uz struku* koje su i najslabije popraćene (4,25 reakcija po objavi). Međutim, zanimljivo je da u odnosu na broj objava ni za *Podijeljene objave* nema puno više reakcija – 4,53 reakcije po objavi (tablica 3.).

Tablica 4. Kategorije objava Knjižnice Građevinskog i arhitektonskog fakulteta

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	9	57	0	2
Opće informacije	20	157	3	13
Informacije o aktivnostima i događanjima	20	348	14	12
Informacije vezane uz struku	12	225	4	14
Razonoda	<u>43</u>	<u>893</u>	<u>19</u>	<u>22</u>
UKUPNO	104	1680	40	63

Slična je situacija i s objavama Knjižnice Građevinskog i arhitektonskog fakulteta. Najviše objava, reakcija, komentara i dijeljenja vezano je uz *Razonodu*, a najmanje za *Podijeljene objave* (tablica 4.).

Tablica 5. Kategorije objava Knjižnice Prehrambeno-tehnološkog fakulteta

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	2	2	0	1
Opće informacije	<u>16</u>	<u>158</u>	<u>4</u>	<u>11</u>
Informacije o aktivnostima i događanjima	4	22	0	2
Informacije vezane uz struku	2	22	0	1
Razonoda	3	52	0	0
UKUPNO	27	256	4	15

Na Facebook-stranici Knjižnice Prehrambeno-tehnološkog fakulteta najzastupljenije su *Opće informacije* i one su potaknule i najveći broj reakcija, dok su najmanji broj objava, reakcija, komentara i dijeljenja dobile *Podijeljene informacije*. Ako se pak uspoređi broj reakcija u odnosu na broj objava, situacija je drugačija – najveći broj reakcija izazvale su objave koje se odnose na *Razonodu*, čak 17,3 reakcija po objavi, dok *Opće informacije* imaju 9,87 reakcija po objavi (tablica 5.).

Tablica 6. Kategorije objava Knjižnice Ekonomskog fakulteta

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	20	52	1	3
Opće informacije	19	58	0	<u>18</u>
Informacije o aktivnostima i događanjima	8	23	<u>3</u>	3
Informacije vezane uz struku	3	7	0	2
Razonoda	<u>22</u>	<u>89</u>	0	9
UKUPNO	72	229	4	35

Objave iz kategorije *Razonoda* najzastupljenije su i na Facebook-stranici Knjižnice Ekonomskog fakulteta, a izazvale su i najveći broj reakcija. Najmanji broj objava i reakcija imaju *Informacije vezane uz struku* (tablica 6.).

Tablica 7. Kategorije objava Knjižnice Pravnog fakulteta

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	0	0	0	0
Opće informacije	<u>6</u>	<u>41</u>	0	<u>9</u>
Informacije o aktivnostima i događanjima	0	0	0	0
Informacije vezane uz struku	0	0	0	0
Razonoda	0	0	0	0
UKUPNO	6	41	0	9

Knjižnica Pravnog fakulteta na svojoj Facebook-stranici nudi jedino *Opće informacije*, a imaju 6,83 reakcija po objavi (tablica 7.).

Tablica 8. Kategorije objava Knjižnice Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	4	9	0	1
Opće informacije	<u>10</u>	<u>82</u>	<u>2</u>	<u>17</u>
Informacije o aktivnostima i događanjima	0	0	0	0
Informacije vezane uz struku	1	8	0	1
Razonoda	4	14	0	1
UKUPNO	19	113	2	20

Knjižnica Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti najviše objavljuje *Opće informacije* i one potiču daleko najviše reakcija, komentara i dijeljenja. O aktivnostima i događanjima vezanima uz događanja u Knjižnici, na Fakultetu ili Sveučilištu nije u promatranom razdoblju objavljena nijedna objava. Najmanje reakcija izazvala je objava vezana uz struku, međutim, s obzirom na broj reakcija po objavi, najmanje zanimljive korisnicima su bile *Podijeljene objave* (2,25 reakcija po objavi) (tablica 8.).

Tablica 9. Kategorije objava Knjižnice Akademije za umjetnost i kulturu

	Broj objava	Broj reakcija	Broj komentara	Broj dijeljenja
Podijeljene objave	<u>43</u>	99	2	5
Opće informacije	16	50	0	5
Informacije o aktivnostima i događanjima	23	<u>301</u>	<u>11</u>	<u>20</u>
Informacije vezane uz struku	9	24	0	0
Razonoda	27	211	6	21
UKUPNO	118	685	19	51

Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu jedina ima najveći broj *Podijeljenih objava*, ali najveći broj reakcija, komentara i dijeljenja dobile su *Informacije o aktivnostima i događanjima*. Ukupno najmanje reakcija, komentara i dijeljenja dobile su *Informacije vezane uz struku*. Ako gledamo broj reakcija prema broju objava, najmanje reakcija imaju *Podijeljene objave* (2,3 reakcije) (tablica 9.).

Kumulativni pregled broja objava na Facebook-stranicama promatranih knjižnica prikazan je u tablici 10.

Tablica 10. Broj objava pojedinih knjižnica prema kategorijama

Kategorija objava	Filozofski fakultet	Građevinski i arhitektonski fakultet	Prehrambeno-tehnološki fakultet	Ekonomski fakultet	Pravni fakultet	Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti	Akademija za umjetnost i kulturu	ukupno
Podijeljene objave	28	9	2	20	0	4	43	106
Opće informacije	18	20	<u>16</u>	19	<u>6</u>	<u>10</u>	16	105
Informacije o aktivnostima i događanjima	12	20	4	8	0	0	23	67
Informacije vezane uz struku	4	12	2	3	0	1	9	31
Razonoda	<u>45</u>	<u>43</u>	3	<u>22</u>	0	4	27	144

Broj objava prema kategoriji pokazuje da razmatrane knjižnice imaju najveći broj objava vezanih uz *Razonodu*, 144 (32 %), a najmanji broj *Informacija vezanih uz struku*, 31 (7 %). Na drugom su mjestu *Podijeljene objave*, 106 (23 %), a na trećem *Opće informacije*, 105 (23 %). Informacija o aktivnostima i događanjima je 67 i zauzimaju 15 % objava.

Gledajući po pojedinačnim knjižnicama, najveći je broj objava iz *Razonode* (knjižnice Filozofskog, Građevinskog i arhitektonskog te Ekonomskog fakulteta), knjižnice Prehrambeno-tehnološkog, Pravnog i Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti najviše stavljaju objave vezane uz *Opće informacije*, a Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu *Podijeljene objave*. Knjižnica Pravnog fakulteta nudi jedino *Opće informacije*, dok ostale tematske kategorije uopće nemaju nijednu objavu.

Broj reakcija korisnika s obzirom na temu, odnosno kategoriju objava po pojedinim knjižnicama, može se vidjeti i usporediti u tablici 11.

Tablica 11. Broj reakcija korisnika s obzirom na kategoriju objave

Kategorija objave	Filozofski fakultet	Građevinski i arhitektonski fakultet	Prehrambeno-tehnološki fakultet	Ekonomski fakultet	Pravni fakultet	Fakultet za odgojne i obrazovne znanosti	Akademija za umjetnost i kulturu	ukupno
Podijeljene objave	127	57	2	52	0	9	99	346
Opće informacije	216	157	158	58	41	82	50	762
Informacije o aktivnostima i događanjima	174	348	22	23	0	0	301	868
Informacije vezane uz struku	17	225	22	7	0	8	24	303
Razonoda	1879	893	52	89	0	14	211	3138

S obzirom na kategorije, najviše su reakcija dobile objave vezane uz *Razonodu*, 3138 (58 %), 868 (16 %) reakcija odnosi se na *Informacije o aktivnostima i događanjima*, 762 (14 %) na *Opće informacije*, a najmanje na *Informacije vezane uz struku*, 303 (6 %).

U odnosu na broj objava najviše reakcija dobile su objave iz *Razonode* (21,79 reakcija po objavi), zatim *Informacije o aktivnostima i događanjima* (12,95), *Informacije vezane uz struku* (9,77), *Opće informacije* (7,26) i najmanje reakcija korisnika izazvale su *Podijeljene objave* (3,26).

Naposljetku su izdvojene **najpopularnije objave pojedinih knjižnica**, odnosno objave koje su u promatranom razdoblju izazvale najviše reakcija pratitelja Facebook-stranica. Najviše popraćena objava Knjižnice Filozofskog fakulteta fotografija je mačka Đive (mačak koji je zalutao u knjižnicu i postao stalnim stanovnikom), objavljena 15. veljače – izazvala je 240 reakcija, 16 komentara i 171 dijeljenje. Najpopularnija objava Knjižnice Građevinskog i arhitektonskog fakulteta fotografija je profesorica Fakulteta u crvenoj odjeći, objavljena 7. veljače, na Dan crvenih haljina – izazvala je 100 reakcija, 3 komentara i 1 dijeljenje. Najviše popraćena objava Knjižnice Prehrambeno-tehnološkog fakulteta fotografija je novog naslova u Knjižnici (fakultetskog izdanja), objavljena 3. ožujka – izazvala je 85 reakcija, 2 komentara i 6 dijeljenja. Najviše reakcija pratitelja Facebook-stranice

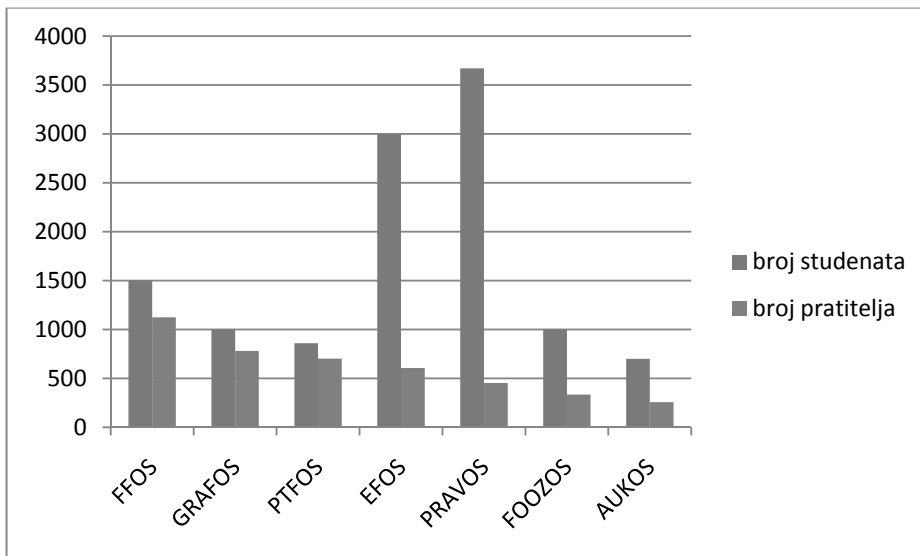
Knjižnice Ekonomskog fakulteta izazvala je objava pisma bivše demonstratorice Knjižnici i Fakultetu 27. veljače – 14 reakcija i 2 dijeljenja. Najpopularnija objava Knjižnice Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti fotografija je novog naslova u izdanju Fakulteta, objavljena 26. veljače – izazvala je 18 reakcija i 3 dijeljenja. Najviše je popraćena objava Knjižnice Akademije za umjetnost i kulturu video o obilježavanju manifestacije Noć knjige, objavljena 24. travnja – izazvala je 45 reakcija, 6 komentara i 1 dijeljenje. Najviše reakcija pratitelja Facebook-stranice Knjižnice Pravnog fakulteta izazvala je objava o otvaranju slobodnog pristupa e-izvorima, objavljena 3. travnja – izazvala je 14 reakcija i 4 dijeljenja.

Kada se promatraju tematski, odnosno prema kategoriji u koju bi se mogle uvrstiti navedene najpopularnije objave, rezultati se ne uklapaju sasvim u dosadašnja zapažanja. Jedino na Facebook-stranici Knjižnice Filozofskog fakulteta najpopularnija je objava iz kategorije *Razonoda*, dok objave knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta te Akademije za umjetnost i kulturu pripadaju *Informacija o aktivnostima i događanjima*, a čak četiri knjižnice (Prehrambeno-tehnološkog, Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti, Ekonomskog i Pravnog fakulteta) imaju najpopularnije objave u kategoriji *Općih informacija*.

4.4. Rasprava

Na osječkom sveučilištu registrirano je 15 knjižnica u sastavu fakulteta/odjela/akademije. Utvrđeno je da njih 46,7 % posjeduje Facebook-stranice, dok ih 53,3 % ne posjeduje. S obzirom na činjenicu da je u Hrvatskoj registrirano više od 2 milijuna korisnika Facebooka i da su studenti vrlo aktivni korisnici te društvene mreže, iznenađuje tako mala zainteresiranost knjižničara da rabe prednosti Facebooka kao komunikacijskog alata. Tim prije što su korisnici visokoškolskih knjižnica, osim studenata, znanstvenici i istraživači koji na taj način mogu u vrlo kratkom roku doći do novih i relevantnih informacija, praćenih slikom, videom ili korisnim poveznicama.

Na temelju broja oznaka *svidi mi se* i broja pratitelja, utvrđeno je da je najpopularnija Facebook-stranica Knjižnice Filozofskog fakulteta s 1039 svidanja i 1125 pratitelja. Najmanje oznaka *svidi mi se* (241) i pratitelja (257) ima Facebook-stranica Knjižnice Akademije za umjetnost i kulturu, koja je kreirana posljednja, u prosincu 2017. godine. Pretpostavka da knjižnica koja najduže ima Facebook-stranicu ima i najviše pratitelja u našem istraživanju ne vrijedi jer najstarija je Facebook-stranica knjižnice Prehrambeno-tehnološkog fakulteta (aktivirana 31. siječnja 2013.), koja je na trećem mjestu po broju svidanja, odnosno pratitelja. Također ne stoji ni pretpostavka da fakultet s najvećim brojem studenata ima najviše pratitelja na Facebook-stranici knjižnice, jer prema podacima s mrežnih stranica fakulteta najviše studenata ima Pravni fakultet (3670), koji je prema ovom istraživanju tek na petom mjestu (slika 2).

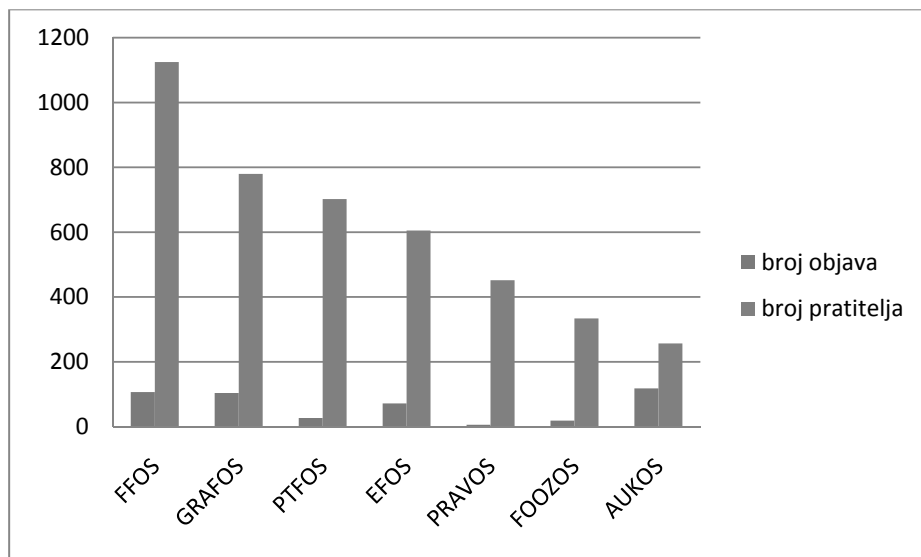


Slika 2. Broj pratitelja Facebook-stranice u odnosu na broj studenata na fakultetu

Nisu uočena ni posebna odstupanja vezana uz područje znanosti jer samo dva fakulteta pripadaju području znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike (Građevinski i arhitektonski i Prehrambeno-tehnološki fakultet) i oba su na visokom drugom, odnosno trećem mjestu po broju pratitelja. Sve nas to upućuje na zaključak da su za popularnost Facebook-stranica najzaslužniji oni koji ih kreiraju, dakle knjižničari i njihova aktivnost, odnosno poznavanje potreba i želja korisnika i objavljivanje sadržaja koji će privući njihovu pozornost.

Prema broju objavljenih fotografija, videozapisa i događaja u organizaciji knjižnice ili matičnog fakulteta te objavljenim bilješkama, pokazalo se da je najaktivnija u objavljivanju fotografija i događaja Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog fakulteta Osijek (765 objavljenih fotografija i 16 događaja), a daleko najveći broj videozapisa objavila je Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu (18). Opciju objavljivanja bilješki rabile su samo dvije knjižnice, Prehrambeno-tehnološkog i Ekonomskog fakulteta.

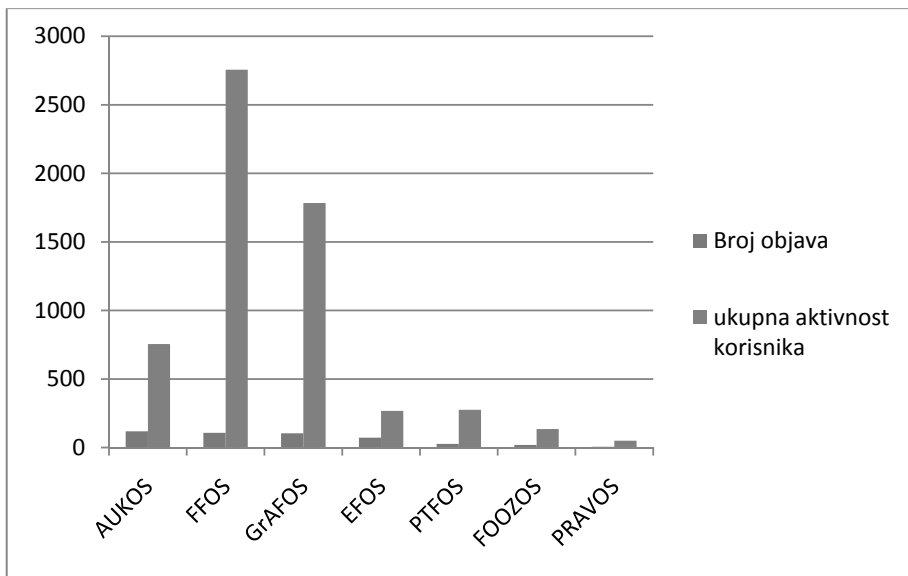
Omjer broja pratitelja i broja objava (slika 3.) govori protiv pretpostavke da knjižnice koje najčešće objavljuju na svojim Facebook-stranicama imaju i najviše pratitelja.



Slika 3. Omjer broja objava i broja pratitelja Facebook-stranica knjižnica

Broj objava i broj pratitelja kod knjižnica Filozofskog fakulteta, Građevinskog i arhitektonskog i donekle Ekonomskog fakulteta odgovara očekivanjima da će knjižnice koje često i redovito objavljuju na svojim Facebook-stranicama imati i više pratitelja. Međutim, da to ne mora biti pravilo, potvrđuju Facebook-stranice knjižnica Prehrambeno-tehnološkog, Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti i osobito Pravnog fakulteta, koje objavljuju tek sporadično, ali imaju relativno velik broj pratitelja. Najviše iznenađuje omjer broja objava i broja pratitelja Facebook-stranice Knjižnice Akademije za umjetnost i kulturu koja ima najviše objava, ali najmanje pratitelja.

Objave knjižnica najvažniji su parametar za određivanje kvalitete FB-stranica, a reakcije koje izazovu kod korisnika govore i o uspješnosti knjižničara da su pogodili sadržaj koji njihove pratitelje zanima, ali govore i o samim korisnicima. Najveći broj objava u ovom razdoblju ima Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu (118), a odmah zatim knjižnice Filozofskog (107) i Građevinskog i arhitektonskog fakulteta (104). Ostale knjižnice imaju puno manji broj objava. Međutim, iznenađuje da broj reakcija ne odgovara broju objava. Najveći broj reakcija dobila je Knjižnica Filozofskog (2756), zatim Knjižnica Građevinskog i arhitektonskog (1783), a tek na trećem mjestu Knjižnica Akademije za umjetnost i kulturu (755) (slika 4.).



Slika 4. Broj objava u odnosu na ukupnu aktivnost korisnika (1. 1. 2020. – 30. 4. 2020.)

Kako bi pokušale objasniti tu činjenicu, autorice su tematski grupirale objave u nekoliko prethodno navedenih kategorija i dobiveni su sljedeći rezultati: pratitelji Facebook-stranica najviše reagiraju na objave koje se odnose na *Razonodu* (3138 reakcija, tj. 58 %), odnosno na zanimljivosti i šale vezane najčešće uz struku i studentski život te trenutačno popularne *meme*. Takve su objave po broju reakcija kod tri knjižnice na prvom, a kod četiri knjižnice na drugom mjestu. Zatim po popularnosti slijede *Opće informacije* i *Informacije o aktivnostima i događanjima* u knjižnici ili na fakultetu i, kao najmanje zanimljive, *Podijeljene objave* i *Informacije vezane uz struku*. Možemo zaključiti da studenti i ostali pratitelji Facebook-stranica ipak ovu društvenu mrežu najčešće vezuju uz ležernije i opuštenije sadržaje. U tu kategoriju „opuštenih“ sadržaja možemo uračunati i drugu po popularnosti kategoriju, *Informacije o aktivnostima i događajima*, osobito u knjižnicama Građevinskog i arhitektonskog fakulteta i Akademije za umjetnost i kulturu, koje su organizirale najviše događaja i koji su bili dobro popraćeni. Takav zaključak potvrđuju i najpopularnije objave knjižnica Filozofskog, Građevinskog i arhitektonskog fakulteta i Akademije za umjetnost i kulturu, s iznimkom Knjižnice Prehrambeno-tehnološkog fakulteta koja je najviše svidanja dobila za fotografiju novog izdanja. Ti rezultati mogu frustrirajuće djelovati na knjižničare koji Facebook shvaćaju samo kao alat kojim žele obavijestiti korisnike o djelatnosti i uslugama knjižnice, privući ih na svoje mrežne stranice, potaknuti na komunikaciju, pitanja i komentare. Dvosmjernu je komunikaciju jako teško postići

međutim broj pratitelja i broj sviđanja pojedinih objava pokazuje da studenti ipak prate poruke svojih knjižnica. Utješna može biti i globalna statistika o učestalosti aktivnosti na Facebooku: prema najnovijim podacima od srpnja 2020. godine, prosječan korisnik starosti od 18 do 34 godine u mjesec dana posviđa samo 12 objava, komentira 6, a podijeli tek jednu objavu³⁰.

Također je važan i način komuniciranja koji treba uskladiti s uobičajenim pravilima komuniciranja na ovoj društvenoj mreži – službeno, ozbiljno i suhoparno obraćanje neprikladno je i izaziva negativne reakcije studenata (zaključak je izveden iz razgovora sa studentima). Pozornost i pozitivne reakcije uvijek će prije dobiti objave s fotografijom, zanimljive i aktualne, duhovito sročene i popraćene popularnim alatima koje nudi Facebook, a mladi ih rado prihvaćaju i redovito rabe, kao što su različiti emotikoni, ključne riječi (*hashtags*) i slično. Na taj će način knjižnica pridobiti za svoju Facebook-stranicu ciljanu grupu pratitelja, a to su prije svih studenti, zainteresirati ih i stvoriti prijateljsko i prisno ozračje. Knjižnicu koja se putem Facebooka zna približiti studentima i pokazati im na njima prihvatljiv i zanimljiv način svoju djelatnost i usluge, ali i razumijevanje njihovih potreba i interesa, studenti će redovitije i radije posjećivati i u realnom svijetu, a odnos s knjižničarima bit će otvoreniji i kvalitetniji.

5. Zaključak

Istraživanje je pokazalo da manje od polovine visokoškolskih knjižnica na osječkom sveučilištu ima kreiranu Facebook-stranicu. Od sedam knjižnica koje imaju Facebook samo su četiri aktivne i redovito i ažurno objavljuju korisne i zanimljive informacije, a ostale tri tek sporadično. Rezultati su pokazali da broj sviđanja i pratitelja nije dovoljan pokazatelj prihvaćenosti i popularnosti Facebook-stranice, kao ni neki drugi pretpostavljeni parametri – „starost“ stranice, odnosno datum aktiviranja, broj studenata na fakultetu i pripadnost području znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike ili društveno-humanističkim znanostima. Reakcije pratitelja na objave svakako su najvažniji pokazatelj praćenja stranice i one su u našem istraživanju pokazale da studenti najčešće i najpozitivnije reagiraju na sadržaje koji su zabavni, duhoviti i opuštajući, ali ipak vezani uz događanja na fakultetu i studentski život.

Društvene mreže općenito, a posebice Facebook kao najrašireniju i najprihvaćeniju među mlađom populacijom, knjižničari mogu i trebaju rabiti kao potencijalno moćan marketinški i komunikacijski alat. Putem Facebooka moguće je graditi imidž knjižnice kao pouzdanog i kvalitetnog izvora informacija. Kontinuiranim, aktivnim i ažurnim praćenjem svih relevantnih informacijskih izvora može se redovito i u realnom vremenu proslijediti informacija, uz to popraćena

³⁰ Kemp, S. Nav. dj.

fotografijom, videozapisom ili poveznicom. Facebook omogućuje i komunikaciju s korisnicima, ne samo u obliku reakcija na objave i komentara nego i porukama koje šalju u poštanski sandučić (inboks) i na koje knjižničari mogu vrlo brzo odgovoriti. Naposljetku knjižnica koja ima kvalitetnu i studentima zanimljivu Facebook-stranicu stvara o sebi pozitivnu sliku i prisniji i kvalitetniji odnos sa svojim korisnicima.

LITERATURA

- Analiza visokoškolskih i specijalnih knjižnica u sustavu matičnosti GISKO-a za 2019. godinu. Dostupno na: <https://www.gskos.unios.hr/wp-content/uploads/2020/07/Analiza-visoko%C5%A1kolskih-i-specijalnih-knji%C5%BEnica-u-sustavu-mati%C4%8Dnosti-GISKO-a-za-2019.-godinu.pdf>. [citirano: 2020-11-09]
- Arbona – agencija za digitalni marketing. [citirano: 2020-06-09]. Dostupno na: <https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/facebook-i-instagram-u-hrvatskoj-zanimljive-statistike-2019/2832>.
- Beese, N. Marketing the library using social media platforms: the experience of the University library Bochum, Germany. // *International information & library review* 51, 1(2019), 36–41.
- Đurica, N.; D. Soleša; V. Šimović; M. Đurica. Students' perception of the importance of using Facebook for academic purposes. // *Croatian Journal of Education* 4, 20(2018), 1059-1087.
- Hebrang Grgić, I.; D. Mučnjak. Fenomen društvenih mreža i njegova primjena u knjižnicama. // *Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje* 17, 1(2015), 232-241. [citirano: 2020-06-09]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/203605>.
- Hebrang Grgić, I. Croatian school libraries on Facebook: meeting the needs of young library users. // *New Library World* 114, 9/10(2013), 416-427.
- Hermida, A. Tell everyone: why we share and why it matters. Toronto: Doubleday Canada, 2014.
- Howard, H.; S. Huber; L. Carter; E. Moore. Academic libraries on social media: finding the students and the information they want. // *Information Technology and Libraries* 37, 1(2018), 8-18. DOI: <https://doi.org/10.6017/ital.v37i1.10160>.
- Internet World Stats: usage and population statistics. [citirano: 2020-06-17]. Dostupno na: <https://www.internetworldstats.com/europa.htm#hr>.
- Jukica, D.; M. Šimunović. Korištenje društvenih mreža u visokoškolskim i specijalnim knjižnicama u Hrvatskoj s osvrtom na knjižnice u Sloveniji i Austriji. // 15. dani specijalnih i visokoškolskih knjižnica, [Lovran, 17.-20. svibnja 2017.] / ur. Dina Mašina i Kristina Kalanj. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2019. Str. 245-255.

- Kemp, S. More than half of the people on earth now use social media. // Digital 2020 July Global Statshot report. [citirano: 2020-08-10] Dostupno na: <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>.
- Nam, K.; G. W. Fry. Re-imagining Internet scholarship: academic uses and abuses of the influential Internet social network, Facebook. // *E-Learning and Digital Media* 2, 9(2012), 157-172. [citirano: 2020-07-17]. Dostupno na: <https://journals-sage-pub-com.nsk.hr/doi/pdf/10.2304/elea.2012.9.2.57>.
- Novosel, V. Prisutnost visokoškolskih knjižnica u Hrvatskoj na Facebooku: stanje i mogućnosti daljnjega razvoja. // *Umreženi : društvene mreže i knjižnice u Hrvatskoj / ur. Breza Šalamon Cindori*. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2015. Str. 30-35.
- Pažur Vojvodić, I. Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook. // 13. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: mogućnosti suradnje u okruženju globalne informacijske strukture: zbornik radova. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2010. Str. 260-277.
- Sastavnice. // Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Dostupno na: <http://www.unios.hr/o-sveucilistu/sastavnice/>. [citirano: 2020-11-09]
- Šmakić, K. Društvene mreže i mladi: utjecaj opcije 'like' na kreativno ponašanje mladih. // *In medias res: časopis filozofije medija* 9, 5(2016), 1333-1338. [citirano: 2020-07-17]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/170529>.
- Vassilakaki, E.; E. Garoufallou. Library Facebook practices for creating and promoting a professional profile. // *Program: electronic library and information systems* 49, 3(2015), 343–359. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/PROG-10-2014-0073>.