

Informacijsko-komunikacijska uloga knjižnice

Vidak, Ivana; Orehovec, Monika

Source / Izvornik: **Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 2021, 12, 171 - 184**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:165:641774>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



Veleučilište u Virovitici

Repository / Repozitorij:

[Virovitica University of Applied Sciences Repository -
Virovitica University of Applied Sciences Academic
Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Informacijsko-komunikacijska uloga knjižnice

Information and communication role of the library

¹Ivana Vidak, ²Monika Orehovec

¹Veleučilište u Virovitici

²studentica studija Menadžment ruralnog turizma Veleučilišta u Virovitici

e-mail: ¹ivana.vidak@vuv.hr, ²monika.orehovec@vuv.hr

Sažetak: *Knjižnica je vrlo važna kulturna ustanova čija je temeljna sastavnica društvo kao i sami korisnici. Dostupnost informacijama i promotivnim materijalima jedna je od glavnih usluga knjižnice. Ostale usluge baziraju se na komunikaciji, educiranju i interakciji u društvu, no najvažniji je vlastiti stav prema knjižnici, znanosti, kulturi. Razlog odabira ove teme je istraživanje važnosti i značaj samih knjižnica koje su dio ljudskog života i centar znanja za društvo i korisnike. Ujedno knjižnica je komunikacijsko i informacijsko središte koja se zasniva na interakciji i ljudskom obrazovanju gdje je svrha pomoći ljudima uz korištenje informacija i promicanju ljudskog znanja kao i važnost društvenog razvoja. Život bez interneta je nezamisliv, pa tako i u knjižnici gdje utjecaj tehnologije knjižnici dovodi nove trendove i mogućnosti.*

Ključne riječi: *komunikacija, knjižnica, elektroničke usluge knjižnice, društvene mreže*

Abstract: *The library is a very important cultural institution whose fundamental component is society as well as the users themselves. Availability of information and promotional materials is one of the main services of the library. Other services are based on communication, education and interaction in society, but the most important is attitude towards the library, science, culture. The reason for choosing this topic is to explore the importance and significance of the libraries themselves as a part of human life and the center of knowledge for society and users. At the same time, the library is a communication and information center based on interaction and human education where the purpose is to help people with the use of information and the promotion of human knowledge as well as the importance of social development. Life without*

the internet is unthinkable, even in the library where the impact of technology brings new trends and opportunities to the library.

Keywords: *communication, library, electronic library services, social networks*

1. O KNJIŽNICI

Knjižnica nije samo mjesto gdje se čuvaju knjige, ono u svojoj povijesti ima vrlo važnu ulogu koja se temeljila na samom zapisivanju i umnožavanju zapisa čija se potreba zapravo bazirala na samoj građi, ali i pomagalima koji bi služili kao određeni primjerak samoj knjižnici. Zadaci svake knjižnice temelje se na svojoj knjižničnoj građi kao i na temelju koje knjižnica: čuva i štiti knjižničnu građu te ju daje na korištenje, sređuje i stručno obrađuje knjižničnu građu i daje obavijesti o knjižničnoj građi u jednoj knjižnici ili u više njih. Knjižnični fond je sva građa koju knjižnica posjeduje te daje na korištenje, no s obzirom na vrstu i veličinu građe on je promjenjiv. Količina građe knjižničnog fonda povećava se s obzirom na količinu same građe dok se ponekad u radu knjižnice i smanjuje.¹ Knjižnica ili drugim nazivom biblioteka, uređena je zbirka raznih vrsta građe poput: pisane, tiskane, grafičke, zvučne, vizualne ili elektroničke građe pod koju spadaju fotografije, diskovi, računalne datoteke, filmovi i slično. Knjižnična građa ima temeljnu zadaću koja ima ulogu pohranjivanja, prikupljanja i odabiranja kao i pripremu i davanje na korištenje.² Prema autorici (Tadić, 1994:2) knjižnica se definira kao „kulturalna i informacijska ustanova koja, slijedeći općeprihvaćene ciljeve društva i načela stručnoga rada, odabire, nabavlja, obrađuje, u fizičkome i obavijesnom smislu sređuje te čuva i daje na korištenje knjižničnu građu, a preko organiziranih službi pruža raznolike usluge aktivnim i potencijalnim korisnicima.“

„Knjižnična djelatnost obuhvaća osobito:

- nabavu knjižnične građe,
- stručnu obradu, čuvanje i zaštitu knjižnične građe, te provođenje mjera zaštite knjižnične građe koja je kulturno dobro,
- izradu biltena, kataloga, bibliografija i drugih informacijskih pomagala,
- sudjelovanje u izradi skupnih kataloga i baza podataka,
- omogućavanje pristupačnosti knjižnične građe i informacija korisnicima prema njihovim potrebama i zahtjevima,

¹ Lika Club, dostupno na: <https://likaclub.eu/sto-je-to-knjiznica/> (27.2.2021.)

² Leksikografski zavod Miroslav Krleža; knjižnica, dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=32130> (27.02.2021.)

- osiguravanje korištenja i posudbe knjižnične građe, te protok informacija,
- poticanje i pomoć korisnicima pri izboru i korištenju knjižnične građe, informacijskih pomagala i izvora, te
- vođenje dokumentacije o građi i korisnicima“ (Antolović,2009:61).

Knjižnična se djelatnost prema *Zakonu o knjižnicama*³ pruža kao javna služba koja je od velikog zanimanja no i potencijala za Republiku Hrvatsku. Osnovni je i važan dokument kojim se utvrđuje knjižnična djelatnost kao i uvjeti i način obavljanja knjižnične djelatnosti te sam pravni položaj knjižnica, pogotovo Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

1.1. Uloga knjižnice u društvu

Društvena potreba jedan je od glavnih segmenata zašto su prve knjižnice nastale. Utvrđeno je kako knjižnica i knjižničarstvo ne može funkcionirati bez društva. Članovi društvene zajednice kao i društva u cjelini svakako ovise o nivou napretka i koordinaciji knjižničarstva na kulturnoj, obrazovnoj, zdravstvenoj, znanstvenoj i informacijskoj razini. Glavni elemenat knjižničarstva i knjižnice je kultura društva čiji je položaj i napredak u društvu na dnu društvenog usmjerenja. Obrazovnu razinu društva u potpunosti je potrebno kontinuirano podizati. Razlog tomu je razvitak samog društva kao i doprinos same knjižnice kojeg nikako ne bi trebalo izostaviti. Knjižničarstvo treba podići na višu kvalitetu, no što se tiče društva ono ostaje usmjereno prema sebi. Loše formirana knjižnična aktivnost pokazatelj je i lošeg stanja u društvu tj. temelj same kulturološke kvalitete. Povećanjem samog dostojanstva u društvu knjižničarstvo bi trebalo postati što razumnije te na taj način pružiti usluge za same korisnike (Tadić, 1994). Knjižnica je temelj kulture u manjim krajevima gdje knjižnica ima veću ulogu u samome društvu. Prilagodbe u obrazovnom sustavu donesene su uvođenjem novih tehnologija, ali i gledištima u samom društvu. Na taj način mijenja se i zadaća same knjižnice. Nove tehnologije segment su za samo društvo koje je osnova za razvoj u samome društvu (Katanović, 2015). Ljudska svrha za komunikacijom uvjetovana je unaprjeđenjem knjižnica kao i njihovom zadaćom u samome društvu. Na sam razvoj knjižnice ujedno utječe razvoj tehnologija te raspoloživost informacija. Razvitak knjižnice uvelike pridonosi razvitku pojedinca i društva u svim segmentima.(Nikolić, 2017).

1.2. Komunikacijsko središte knjižnice

³ Zakon o knjižnicama: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1997_10_105_1616.html (27.2.2021.)

Knjižnica je od samog početka povijesti bila središte i temelj informacija kao i samog komunikacijskog središta. Napredak i uspjeh suvremenog društva bila je knjižnica koja je i dan danas ključna ustanova za daljnji razvitak društva u budućnosti. Dobra komunikacija vrlo je bitna za uspješnost svake knjižnice kao i za njihov rad, razvoj i uspješnost. Uspješnost same knjižnice zasniva se na ispunjenju glavnih ciljeva koji ovise o efikasnosti same komunikacije. Ti ciljevi su prijenos znanja i poticaj obrazovanosti (Katanović, 2015). Knjižnica se smatra stupom društva zasnovanih na usklađenom i sačuvanom ljudskom obrazovanju gdje je sama zadaća knjižnice pomoći ljudima uz korištenje informacija kako bi se otklonili određeni problemi te ujedno promicalo ljudsko znanje uz svakodnevno povećavanje njezine vrijednosti radi društvenog razvoja (Vrana Radovan i Kovačević, 2010). Osim samog društva za knjižnicu je važan cjelokupni razvoj gdje je ljudska potreba nesumnjivo usklađena s razvojem knjižnice kao i njezinom funkcijom u društvu (Nikolić, 2017). Ono što je promijenilo svijet kao i samo društvo su knjižnica i knjiga. Viđenje knjižnice je ta da knjižnica odražava vrijednosti samome društvu koje se posvećuje učenju i znanju koje je evidentirano u samim knjigama. Knjiga i knjižnica međusobno se same po sebi razlikuju, no bez knjige nema niti knjižnice. Također, odnos pojedinca i društva prema samoj knjizi i knjižnici kao niti sam status u društvu ne može se usporediti. Promatrano s komunikacijske točke gledišta, knjiga se smatra kao poseban neizostavan medij i komunikacijsko sredstvo čija je uloga prenošenje i upotpunjavanje znanja i pamćenja. Društvo ili pojedinac putem knjige iskazuje sebe te tako osnažuje i samo društvo. Knjižnica se smatra najboljim odrazom samog društva (Stipanov, 2010).

2. ODNOS KNJIŽNICE S KORISNICIMA

Za samo društvo i njegov razvoj ključna je knjižnica koja uvelike pridonosi razvoju pojedinca i društva u širem smislu. Knjižnica je ustanova koja služi za okupljanje osoba radi pronalaženja znanja, uporabe knjiga i podučavanje znanja iz samih knjiga (Nikolić, 2017). Knjižnica se mijenja i prilagođuje ovisno o njezinoj vrsti gdje knjižnice uvelike utječu na društvo kao i na razinu pismenosti i educiranosti. Značaj knjižnice u društvu veća je u manjim predjelima, u području gdje se knjižnica smatra centrom kulture (Katanović, 2015). Zadaća knjižnice i samog knjižničara jest promicanje formalnog obrazovanja ljudi kao i konstantno unaprjeđivanje vrijednosti za samu djelotvornost društva (Kovačević i Radovan, 2010). Glavna svrha knjižnice je približavanje knjižnice što više korisniku radi usmjerenja osposobljavanja i daljnjeg usavršavanja prema različitim izvorima podataka. Prednost se pruža što više

samostalnom usavršavanju, ali sve manje stjecanju znanja koji bi trebao biti jedan od važnijih zadataka komuniciranja s obzirom na to da je tehnologija znatno napredovala (Petrić, 2002).

2.1. Oblici javnog komuniciranja u knjižnici

Knjižnica svojim korisnicima osim korištenja vlastitog prostora pruža upotrebu različitih načina informacija poput knjiga, e-građe ili časopisa. Knjižnica se ujedno bavi i kulturnom djelatnošću pružajući korisnicima dodatnu komponentu usluga gdje se knjiga smatra samo kao interes odnosno kao fizički objekt (Žužak, 2015). Knjižnične usluge moraju biti u skladu s vremenom kako bi kreirali usluge za korisnike koje se temelje na raznovrsnim zbivanjima i aktivnostima za same korisnike. Razna događanja i aktivnosti te osmišljene radionice zbližavaju korisnike na temelju zajedničkih interesa naglašenih kroz kreativnost ili inovativnost. Tako se i knjižnica i društvo istovremeno razvijaju. Kako bi knjižnice ponudile gradski cjelokupni program zbivanja i aktivnosti u knjižnicama, same knjižnice surađuju s muzejima, arhivima galerijama drugim kulturnim institucijama gdje se nude aktivnosti poput predstavljanja knjige i književnih susreta, tribina, raznih radionica i projekcija i slično kako bi se zadovoljili interesi samih korisnika i stanovnika. Samim time knjižnica može biti organizator promocija knjige, književni susreti ili gostovanja kazališnih ili glazbenih koncerata gdje se knjižnica i njene aktivnosti smatraju kao segment kulturne djelatnosti (Muftić, 2018).

Knjižnica se temelji na brojnim aktivnostima pomoću kojih se može privući korisnike, primjerice: kreiranje i podjela brošura o uslugama, produžiti radno vrijeme knjižnice, olakšavanje vraćanja i posuđivanja knjižnične literature, komuniciranje s ostalim knjižnicama, stvaranje digitalne knjižnice, osigurati besplatan internet korisnicima, provođenje anketa između korisnika te tako doznati stavove o novim budućim uslugama i slično (Gradiček, 2018). Načini pomoću kojih knjižnica može komunicirati s javnošću su: korištenje internetskih stranica, razni oglasi u novinama, plaćene radijske emisije, promocija knjiga, razne konferencije za medije i slično. Razvoj tehnologije kao i potreba obraćanja javnosti mijenjaju se kako se načini komunikacije mijenjaju (Pavić i Radovan Vrana, 2017).

Svrha promotivnog materijala je poboljšavanje i promoviranje usluge knjižnice. Promotivni materijal kao marketinško sredstvo kreira vizualnu predodžbu te prezentira knjižnicu kao komponentu. Vrlo je bitna knjižnična komunikacija s tržištem kao i razmjena podataka između korisnika i knjižnice. Promotivnim materijalima odgovara se na razna novinarska pitanja putem kojih se saznaje gdje se manifestacija ili događaj održava, kada i na koji način te sama svrha događaja. Putem promotivnih materijala razlikuju se dva oblika

razmjene podataka: interni put odnosno unutar knjižnice gdje korisnik promotivne materijale dobiva u samoj knjižnici no mogu se koristiti izvan knjižnice putem dnevnih novina, radija, televizije, letaka ili postera kao i komunikacijom putem medija točnije putem interneta. Oglašavanje, publicitet, odnos s javnošću i unaprjeđenje usluge samo su neki od promocijskih aktivnosti u pogledu ekonomske propagande (Lukačević i Pađen Farkaš, 2013).

Promocija se prati putem odnosa s javnošću, promotivnim materijalima i tiskanim oblicima komunikacije, organiziranjem događaja unutar i izvan knjižnice, suradnjom s medijima i sama web promocija gdje su neki od promocijskih alata su usmeni marketing, mrežne stranice i društvene mreže, posebice Facebook gdje uz osobni profil knjižnica kreira vlastitu stranicu (Pavličić, 2011). Tablica 1. opisuje promotivne aktivnosti knjižnice poput tribina i akcija, predstavljanja knjiga, književnih susreta, radionica i slično, dok se glavni dijelovi odnosa s javnošću uočavaju na slici 1.

Tablica 1. Promotivne aktivnosti knjižnice

Promotivne aktivnosti knjižnice	Opis aktivnosti
Tribine i akcije	<ul style="list-style-type: none"> • Javne i namijenjene svima • Održavaju se kao predavanja, susreti s književnicima i poznatim osobama • Stalno mjesto i utvrđeni tempo odvijanja te unaprijed utvrđena vizija • Pokriva određena područja/društvena pitanja • Vlastite publikacije poput pozivnica i plakata
Predstavljanje knjiga i književni susreti	<ul style="list-style-type: none"> • Organiziraju ih nakladnici i izdavači • Knjižnice samostalno/suradnja • Promidžba same publikacije/važna za knjižničnu djelatnost • Razlog: izdanje publikacije, prepoznatljivost autora /obljetnica • Usmeravanje za nove korisnike

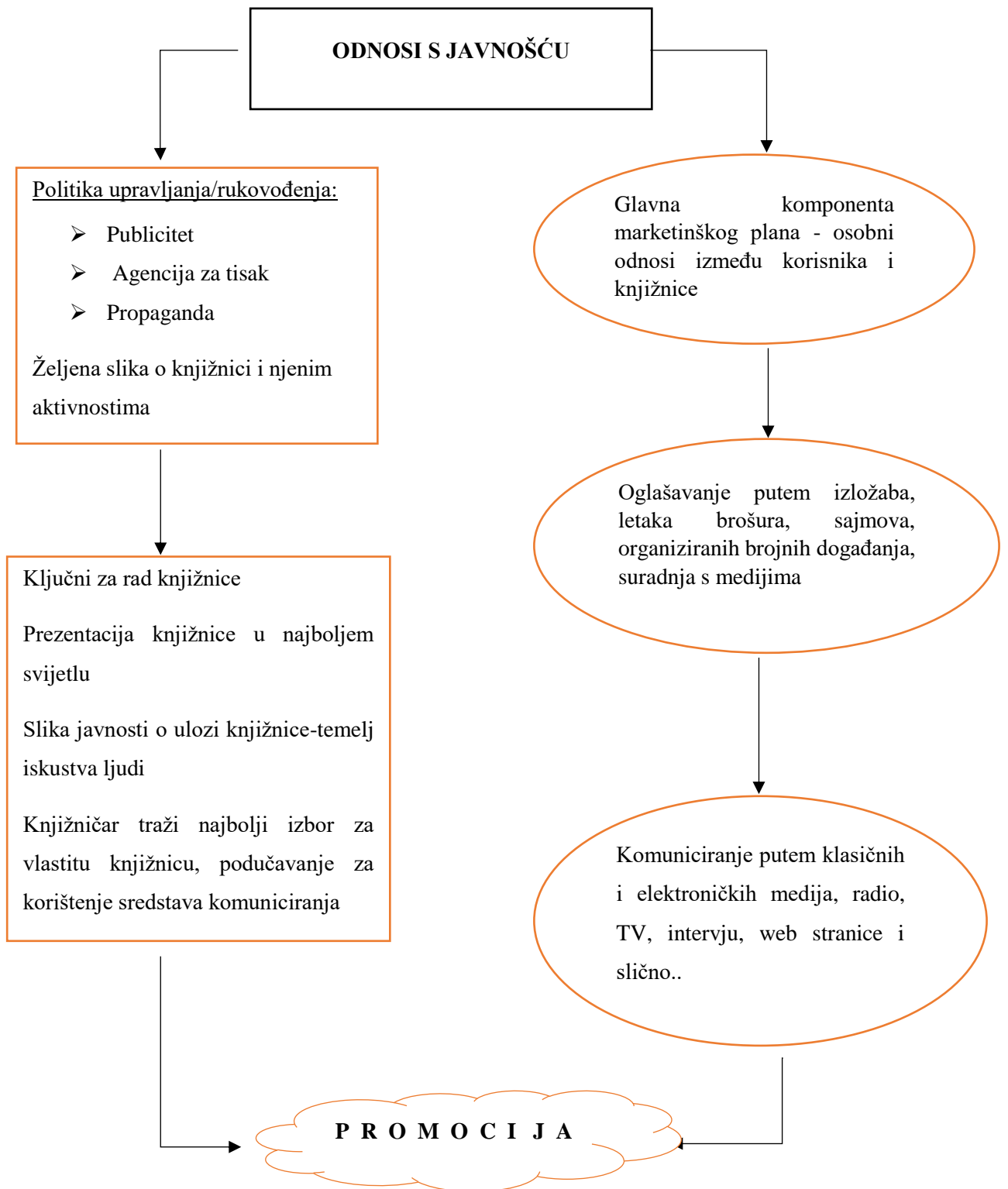
<p style="text-align: center;">Radionice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • oblik edukativnog podučavanja • usmjeren na osobu s svrhom kreiranja kompetencija i sposobnosti • dodatno obrazovanje sposobnosti i iskustva • cilj: usmjeravanje prema grupnom radu • kreativne i edukativne radionice
<p style="text-align: center;">Izložbe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • organiziranje usklađeno s prostornim mogućnostima • sadržajno/tematski usklađene s knjigama/slikovnicama • povezane uz događaj poput godišnjice ili novog izdanja ili književne nagrade • tematske, stalne i studijske izložbe knjižnice
<p style="text-align: center;">Čitateljski klubovi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promicanje diskusije i čitanja o knjigama • Značaj: razumijevanje sadržaja te isticanje vlastitih stavova • Zajedničko druženje, čitanje, razgovor o knjigama te pisanje poezija
<p style="text-align: center;">Igre i kvizovi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Provodi knjižnica • Namjera: edukativna, zabavna i kreativna • Povod: festival, obljetnica i slično

<p style="text-align: center;">Video projekcije</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizatori prezentacija dokumentarnih, igranih ili animiranih filmova • samostalno ili u sklopu okviru programa, obljetnica i slično • edukativne, umjetničke ili zabavne naravi
<p style="text-align: center;">Predavanja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Edukativna svrha uz određenu terminologiju te bolji osvrt u temu • Trenutna društvena ili kulturna događanja
<p style="text-align: center;">Performanse, koncerti ..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Slušanje i učenje o glazbi kroz prisustvovanje na radionicama, koncertima ili promocijama

Izvor: Autorice prema Muftić, E. (2018.): Kreativne i edukativne aktivnosti u narodnim knjižnicama i Lukačević, Pađen Farkaš (2013.): Oblikovanje pisanih promotivnih materijala gradske i sveučilišne knjižnice Osijek

Promocija se prati putem odnosa s javnošću, promotivnim materijalima i tiskanim oblicima komunikacije, organiziranjem događaja unutar i izvan knjižnice, suradnjom s medijima i sama web promocija gdje su neki od promocijskih alata su usmeni marketing, mrežne stranice i društvene mreže, posebice Facebook gdje uz osobni profil knjižnica kreira vlastitu stranicu (Pavličić, 2011). Marketing koje knjižnica primjenjuje je neprofitan marketing čiji je ključni dio odvijanje komunikacijskog procesa između dvije strane gdje se poseban naglasak stavlja na marketing i kvalitetnom marketinškom planu. Glavni zadatak knjižnice je prodaja vlastitih usluga koji se ostvaruje uspostavljajući i razvijajući ponude što aktualnijima i novijima (Žužak, 2015).

Slika 1. Glavni dijelovi odnosa s javnošću



Izvor: Autorice prema Radigović, M. (2011.): *Strategije marketinga u knjižničnoj djelatnosti*, Sigetić, M. (2018.): *Specifičnosti komunikacije knjižnica i čitaonica s javnostima i* Žužak M. (2015.): *Marketing u knjižnicama*

Marketing svake knjižnice obuhvaća četiri glavna segmenta: istraživanje tržišta, segmentaciju tržišta, marketinški mix i marketinšku evaluaciju. Istraživanje tržišta primjenjuje se kako bi knjižnica bila informirana sa stanjem na tržištu, izvorima financiranjima, očekivanjima korisnika i njihovih potreba. Osmišljavanje marketinškog plana temelji se na prikupljenim informacijama nakon istraživanja tržišta, dok se marketing knjižnice temelji na uspostavljanju njene strategije i utvrđivanje ciljeva pomoću marketinškog procesa. Posljednji dio marketinškog procesa je promocija čija je zadaća informiranje korisnika o onome što knjižnica radi za samog korisnika (Pavličić, 2011). Svrha promoviranja jest privući moguće i buduće korisnike da postanu članovi knjižnice. Kako bi promidžba bila što učinkovitija, promotivni materijali pomažu knjižnici kako bi privukla potencijalne korisnike, no ujedno mora ostati segment marketinške i razvojne koncepcije politike knjižnice. Promidžba osigurava knjižnici mnogobrojne prednosti poput povećanog broja korisnika, educiranja korisnika, promjene točke gledišta same knjižnice i slično. Promocijski plan sastoji se od upotrebe elektroničkih elemenata u svrhu same promocije, ugrađivanja/postavljanja veza na određene mrežne stranice, portale ili društvene mreže poput Facebooka, Twittera, Instagrama, YouTubea, svakodnevnog tiskanja promotivnih materijala, smještanja oznaka u knjižnici, raznih sajмова knjiga i održavanja obljetnica, organiziranja turneja za promicanje čitanja i turneja kao i zadovoljenja potreba i obveza osoba s potrebama (Pavić i Radovan, 2017).

2.2. Mediji u komunikaciji s knjižnicom te putem komunikacijskih alata

Internet je preuzeo ulogu dobavljača informacija među mlađim naraštajima gdje znatno primjenjuje njihov pogled i mišljenje o knjižnici. Najviše je okrenut prema internetu umjesto prema izvorima knjižnice. To dokazuje kako je internet u današnje vrijeme promijenio same uvjete u kojima se danas živi i u kojima knjižnice rade. Internet mijenja razmišljanja i pogled na bolje razumijevanje novih i postojećih korisnika knjižnice koji danas sve više koriste internet kako bi zadovoljili vlastite potrebe (Radovan i Kovačević, 2010). Internet se smatra jednim od komunikacijskih alata gdje se dolaskom interneta poslovanje knjižnice temelji na očuvanju i pristupu. Financijski izvor je vrlo bitan kod knjižničnog poslovanja gdje se znatno ulaže u tehnologiju. Promicanje svijesti o knjižnici najviše utječe na korištenje interneta kao globalnog medija u Republici Hrvatskoj dok internet kao komunikacijski alat ima vrlo snažnu zadaću u svijetu kao i u promicanju knjižničnih usluga. Kašnjenje s podacima kao neaktualnost i neažuriranost informacija samo su jedni od grešaka u knjižničnom komunikacijskom sustavu. Knjižnični komunikacijski i internetski sustav može se poboljšati uz obučavanje stručnog

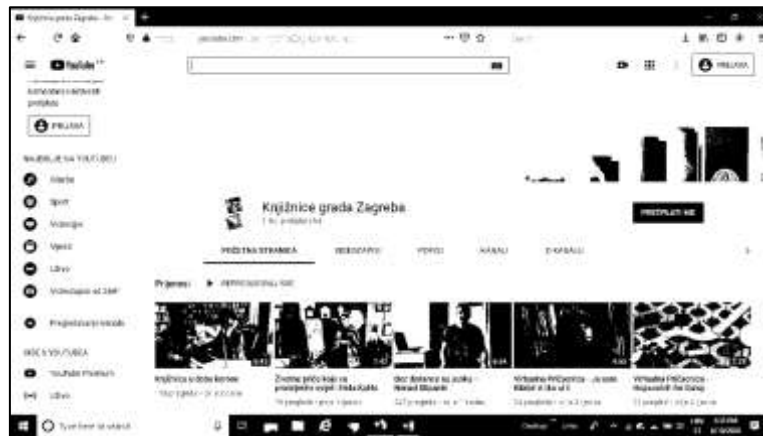
knjižničnog osoblja vezanih uz izradu i obnavljanje internetske stranice knjižnice, edukacije korisnika za uporabu izvora informacija i omogućavanje točnosti informacija. Komunikacija s korisnicima putem društvenih mreža najviše se odrazila i na samu popularnost kao i na usluge koje knjižnica nudi svojim korisnicima. Tako korisnici mogu znati što očekivati od knjižnice. Trenutno najpopularnija društvena mreža je Facebook putem koje knjižnica komentira sa svojim korisnicima o važnim temama, događajima koje ne moraju biti usko vezane uz rad same knjižnice, ali najčešće jesu. Tehnologija zauzima što veću okupiranost i pozornost knjižnice i njenog rada. Korištenje tehnologije i interneta u promotivne svrhe može ojačati sliku knjižnice te osigurati da razvije svoju ponudu. Kao komunikacijski i promotivni alat internet se može koristiti za prezentiranje knjižničnih usluga. Knjižnične stranice na internetu moraju biti lako dostupne i pretražive te kao takve odgovarati i vizualnom izgledu. Vrlo je važno naglasiti i istaknuti usluge koje knjižnica nudi, informacije važne o knjižnici kao i elektroničke usluge poput slanja e-maila. Sama tehnologija nadograđuje se velikom brzinom stoga je za knjižnicu najvažnije da prati postojeće trendove te da korisnici budu u toku s knjižnicom i njihovim uslugama (Pavličić, 2011).

Najpopularnije društvene mreže danas su Facebook, Instagram i YouTube. Popularnost najviše raste na društvenoj mreži Facebook-a gdje knjižnica objavljuje informacije vezane uz društvene događaje knjižnice i novostima u knjižnici. Svrha oglašavanja putem Facebooka jest poticanje korisnika na reagiranje, komentiranje ili lajkanje informacija (Marin, 2016). Knjižnicama kao takvima je nužno da imaju mrežnu stranicu poput Facebooka gdje se potrebno predstaviti točnim nazivom vlastite knjižnice. Ako korisnika na Facebooku zanima stranica knjižnice, sam korisnik će reagirati korištenjem opcije „svidi mi se“ te tako vidjeti sve objave, obavijesti, slike, najave događanja knjižnice i ako želi moći će komentirati ili komunicirati s knjižnicom. Kako bi promocija knjižnice na Facebooku bila uspješna, knjižničari moraju biti upućeni i informirani o radu, komunikaciji i osnovama ponašanja na samoj društvenoj mreži. Knjižnice na Facebooku su javne te mogu dijeliti sadržaje poput fotografije, događaja ili videa. Knjižnica se tako promovira i time privlači novi broj korisnika. Također, knjižnica na Facebook profilu može organizirati vlastiti događaj te time kontaktirati mnogobrojan broj ljudi i korisnika knjižnice. Sve te opcije mogu pomoći samoj knjižnici kako bih potaknula što veći broj ljudi i korisnika da na korištenje usluga same knjižnice. Knjižničari ili administratori knjižnice mogu pratiti uspješnost vlastite knjižnice, no i analizirati pozitivne i negativne strane (Žeželj, 2016).

YouTube je još jedna društvena mreža pomoću koje se knjižnica može promovirati. Funkcioniranje i djelovanje YouTube-a usmjereno je prema zajednici, korisnicima i njihovim potrebama, ali i poticanju novih korisnika. Osim što je besplatna, većina knjižnica prepoznaje

pozitivne strane YouTube-a što je vidljivo na slici 5. gdje je YouTube stranica kreativna za korištenje i izrađivanje videa korisnih za samu knjižnicu (Marin, 2016).

Slika 2. YouTube stranica Knjižnice Grada Zagreba



Izvor: Knjižnica Grada Zagreba⁴

Knjižnice danas koriste razne web 2.0 servise primjerice Facebook, Flickr, Twitter, Instagram koji informiraju vlastite korisnike o novostima i uslugama o knjižnici. Internet, kao komunikacijski sustav vrlo je važan za sam marketing knjižnice. Vrlo je važno da knjižnica ide uz bok moderne tehnologije i ujedno ispunjava zahtjeve vlastitih educiranih korisnika (Radigović, 2011). Web 2.0 osigurava korisnicima lagan pristup informacijama, lakoću korištenja i jednostavan sadržaj koji međusobno ujedinjuje ljude te stavlja korisnika u prvi plan. Svrha web-a 2.0. jest da knjižnica poboljšava svoje poslovanje u području marketinga kao i interakciju s korisnicima gdje je osigurana komunikacija na međunarodnom i nacionalnom nivou. Facebook je značajan komunikacijski alat za knjižnicu gdje knjižnica mora obratiti pažnju na raširenost informacija gdje previše informacija mogu dovesti do korisnikova iscrpljenja stranicom. To rezultira gubitkom zainteresiranih korisnika/članova.. Društvena mreža daje knjižnici mogućnost stvaranja aplikacije i korištenje novih usluga gdje knjižnica može steći nove korisnike. Oglasna ploča knjižnice koristi se za informiranje korisnika o novim uslugama, raznim zbivanjima i događajima u knjižnici, dostupnosti same literature i slično (Sovulj, 2017).

⁴ <https://www.youtube.com/user/KnjizniceZagreba/featured> (9.1.2021.)

2.3. Elektroničke usluge u knjižnici

Knjižnica mora biti usmjerena prema svojim korisnicima i njihovim potrebama, no svoje poslovanje mora usmjeriti prema uslugama, suvremenim medijima i mogućnostima koje knjižnica nudi. Uloga knjižnice je da pribavi, sakupi, organizira i procjeni podatke povezane uz knjižničnu građu odnosno samu literaturu. Uporabom komunikacijskih alata i tehnologije knjižnica pruža prilaz širom krugu odnosno većem broju elektroničkih usluga i izvora. Neke od elektroničkih usluga knjižnice su: online katalog knjižnice, mrežna stranica i elektronička građa knjižnice, međuknjižnična posudba, služba informacija, pristup internetu i poučavanje samih korisnika (Boras, 2017). Web stranica knjižnice pojavljuje se kao zamjena ili nadopuna postojećoj službenoj internetskoj stranici. Ako knjižnica nema službenu stranicu, trebala bi se postaviti alternativa da knjižnica ima i službenu internetsku stranicu. Knjižnica koja koristi društvenu mrežu umjesto službene stranice u opasnosti je od ukidanja same društvene mreže ali i samih sadržaja i interesa javnosti koje knjižnica ima. Društvene mreže otvaraju mogućnost za interakciju s osobama koji nisu korisnici knjižnice ili ne posjećuju službene stranice knjižnice (Holcer, 2017). Web stranica jedna je od marketinškog elementa pomoću kojeg knjižnica distribuira na tržištu vlastiti proizvod. Web stranica knjižnice mora biti svima dostupna, dizajnirana te privlačna. Također, informacije o knjižnici moraju se na vrijeme osvježavati i nadopunjavati kako bi korisnici bili u toku s novim informacijama knjižnice (Žužak, 2015). Pohrana informacija mrežne/web stranice knjižnice temelje se na osnovnim podacima knjižnice poput radnog vremena knjižnice, pristup katalogu i bazi podataka, komunikacija s drugim knjižnicama i internetskim stranicama, mrežnih pretraživača, raznih usluga na internetu poput Pitajte knjižničara, Naručite knjige i slično (Boras, 2017).

Najbolji primjer mrežne stranice ima koprivnička Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica gdje se stranica neprekidno nadopunjuje novim informacijama vezanim uz razne događaje, ali i zaposlenici koji se trude da korisnicima ponude traženu uslugu/informaciju putem interneta. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica posjeduje vlastiti e-katalog gdje se može pogledati da li je knjižnična građa trenutno dostupna. Knjižnica putem online kataloga najčešće je namijenjena najširem krugu korisnika knjižnice (slika 3) . Izrada online kataloga također je i namijenjena za korisnike i osobe koje trenutno nisu u stanju doći u knjižnicu, stoga mogu kod kuće pretražiti bazu podataka (Petrić, 2002).

Slika 3. Naslovna stranica mrežne stranice Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica



Izvor: Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica⁵

Time se uspostavlja međuknjižnična posudba s ostalim knjižnicama, ali i bolja komunikacija među knjižnicama. Pretraživanje knjižnične građe vrši se tako da korisnik u klasičnom katalogu ili pretraživanjem putem baze podataka na računalu može dobiti podatke koje traži o određenoj knjizi i oznaku koja određuje pojedino mjesto na polici knjižnice. Ako se korisnik ne snađe u pronalaženju tražene građe, knjižničari trebaju biti na raspolaganju korisnicima za njihove upite. Da bi uspješno komunicirao s korisnikom, knjižničar treba posjedovati široko znanje te mora poznavati knjižnični fond, koncepciju kataloga i referentnu zbirku knjižnice. Korisnik shvaća da je njegov upit ozbiljno zaprimljen te da će se knjižničar potruditi da pronade korisnikov odgovor na upit. Vrlo je bitno da istog korisnika uslužuje isti knjižničar koji je ranije bio upoznat s korisnikovim zahtjevom (Petrić, 2002).

Slika 4. Online katalog Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica



Izvor: Katalog Knjižnice „Fran Galović“⁶

⁵ <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/kontakt.asp?n=1> (9.1.2021.)

⁶ <https://library.foi.hr/lib/index.php?b=20> (9.1.2021.)

Knjižnica „Fran Galović“ na društvenim mrežama knjižnica aktivna je od 2009. godine gdje je otvoren Facebook profil. Par godina kasnije knjižnica se priključila i na Instagram profilu, Flickru, Twitteru, Pinterestu gdje društvene stranice najviše uređuju zaposlenici Knjižnice. Sama knjižnica prisutna je od pokretanja profila gdje se zaposlenici knjižnice trude održavati je, redovito ažurirati te objavljivati novosti vezanih za sama događanja u knjižnici. Zaposlenici također primaju i odgovaraju na upite vezane uz knjižničnu građu, ali i kritike i pohvale (Mikec, 2014). Također, stranica koprivničkog Bibliobusa također je osnovana na Instagram profilu. Takav način vođenja stranica je dobar dodatni primjer za samu promociju knjižnice i njenih usluga, no najvažnija je osnovna stranica Knjižnice na Facebook profilu (Mikec, 2014).

Slika 5. Facebook stranica Knjižnice „Fran Galović“

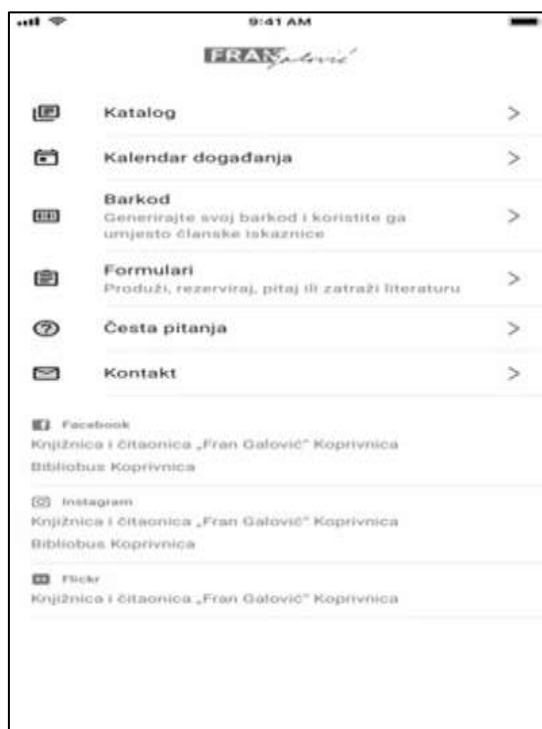


Izvor :Facebook stranica knjižnice Frana Galovića ⁷

Facebook profil uglavnom se koristi za promociju knjižnice i objavljivanje važnih događaja, informacija vezanih uz aktualna zbivanja u samoj Knjižnici. Mogućnost interakcije s korisnicima putem društvenih mreža, uz telefon i elektroničku poštu smatra se boljom interakcijom u odnosu na mrežnu stranicu zbog toga što Facebook profil knjižnice postaje jednim od važnijih komunikacijskih alata gdje ih korisnici koriste kako bi produžili rok za vraćanje knjiga, rezervirali knjige, postavili pitanja vezana uz knjižničnu građu ili radno vrijeme knjižnice ili uputili neki drugi upit, prijedlog, kritiku ili pohvalu.

⁷ <https://hr-hr.facebook.com/KnjiznicaFranGalovicKoprivnica> (9.1.2021.)

Slika 6. Aplikacija Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica



Izvor: Aplikacija Knjižnice Fran Galović

Aplikacija Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica dostupna je svim korisnicima kako bi sami postavili pitanje vezano uz građu, produžili ili rezervirali određenu knjigu ili pogledali kalendar događaja.⁸

2.4. Usporedna analiza elektroničkih usluga knjižnica

Naredna tablica br. 4 prikazuje elektroničke usluge koje posjeduju pojedine knjižnice poput Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin, Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica, Gradske knjižnice i čitaonice Virovitica⁹ te Knjižnice grada Zagreba.¹⁰

⁸ Aplikacija za mobilne uređaje Knjižnice „Fran Galović“ Koprivnica, http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/default_vijest.asp?sid=8230 (9.1.2021.)

⁹ <http://www.knjiznicavirovitica.hr/nabava-knjizne-i-neknjizne-grade/> (9.1.2021.)

¹⁰ <https://katalog.kgz.hr/pages/search.aspx?¤tPage=1&searchById=-1&age=0> (9.1.2021.)

Tablica 2. Elektroničke usluge knjižnica

Naziv knjižnice	Elektronička usluge knjižnice
<p>Gradska knjižnica i čitaonica „Metel Ožegović“ Varaždin¹¹</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Web stranica, Facebook profil • Online katalog i digitalna knjižnica • Digitalizirana građa: Knjige, novine, časopisi, razglednice, audio knjige, filmovi na DVD-u, CD s glazbom • E-čitač Kindle, CD,CD-ROM,DVD, Blu-Ray građa • Korištenje računala i interneta • Međuknjižnična posudba • Informacijska služba
<p>Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica¹²</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Web stranica, Facebook Instagram profil, Online katalog i digitalna knjižnica, međuknjižnična posudba i informacijska služba • korištenje računala i interneta, bibliobus i volontiranje, korištenje elektroničke građe i opreme, audiovizualne, multimedijske opreme • elektronička i audiovizualne oprema i građa poput računala, pisači, e-čitači, skeneri, kompakt diskova, CD-ROM-ovi, diskete, baze podataka, e-knjige, filmovi, videosnimke, on-line publikacije, mikrooblici, vizualne projekcije, zvučne snimke i slično

¹¹ <http://library.foi.hr/lib/index.php?b=11> (9.1.2021.)

¹² <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/defaultcont.asp?id=11&n=5> (9.1.2021.)

Gradska knjižnica i čitaonica Virovitica

- web stranica i Facebook profil; online katalog
- digitalna knjižnica, informacijska služba i međuknjižnična posudba
- pristup uslugama na daljinu (e-katalog, rezervacija građe, produženje roka i posudba građe, online referentne usluge), pružanje obavijesti u tiskanom i elektroničnom obliku, povećanje nabave građe na novim medijima, elektronička zaštita fonda knjižnice, stručno usavršavanje i ulaganje u edukaciju djelatnika
- korištenje računala i interneta
- elektronička građa: knjige, CD,DVD, periodička građa, igračke, građa za sljepovidne i slijepe osobe

<p style="text-align: center;">Knjižnice grada Zagreba</p>	<ul style="list-style-type: none"> • web stranica, Facebook profil, YouTube stranica, Tumblr i Pinterest stranica (knjižnični petak), online katalog i katalog za djecu i mladež, digitalna knjižnica, međuknjižnična posudba, korištenje računala i interneta • volontiranje, programi i događanja, bibliobus, zvučne knjige za slabovidne i slijepe osobe, besplatne e-knjige, digitalizirana zagrebačka baština, katalozi drugih knjižnica, virtualne izložbe, AV građa (CD, CD-ROM, DVD, filmovi), knjige, brošure, časopisi, novine, muzikalije, rukopisi, zvučna građa, video građa, elektronička građa, grafička građa, sitni tisak
--	--

Izvor: izrada autorice

Svaka od navedenih knjižnica posjeduje odgovarajuće elektroničke usluge važne za svaku knjižnicu. Većina knjižnica ima identične usluge, ali i različite elektroničke usluge po kojima se svaka od knjižnice posebno razlikuje. Sve spomenute knjižnice obavezno moraju imati mrežnu stranicu koja upućuje korisnike o svim mogućim uslugama, ali i novim informacijama vezanim uz knjižnicu. Vrlo je važna sama interakcija knjižnice s korisnikom. Svaka od gore spomenutih knjižnica ima prilagođenu web stranicu za trenutne i potencijalne korisnike. U poglavlju 4.3. (Elektroničke usluge u knjižnicama) opširno je opisano čemu služi i za što se koristi web stranica knjižnice. Da bi knjižnica djelovala i bila uspješna za svoje korisnike svaka od gore spomenutih knjižnica posjeduje: online katalog, digitalnu knjižnicu kao i međuknjižničnu posudbu, elektronsku i digitalizirane građu poput knjiga, novina, časopisa, razglednica, audio knjiga, filmova na DVD-u, CD s glazbom. Od navedenih knjižnica najviše se naglašavaju Knjižnica „Metel Ožegović“ Varaždin, Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica te Knjižnica grada Zagreba koje posjeduju ostalu vrstu građe poput E-čitača Kindle, Blu-Ray građu, elektroničku i audiovizualne opremu i građu poput pisača, e-čitača, skenera, kompakt

diskova, disketa, e-knjiga, videosnimka, on-line publikacija, zvučnih snimaka, zvučnih knjiga za slijepe i slabovidne osobe, besplatne e-knjige, brošure, časopise i slično.

Online katalog namijenjen je za korisnike i osobe koje trenutno nisu u stanju doći u knjižnicu, stoga mogu kod kuće pretražiti bazu podataka. Vrlo je značajna međuknjižnična posudba koja je ujedno i posudba među knjižnicama gdje se uspostavlja bolja interakcija s knjižnicama. Ostale usluge koje posjeduju sve spomenute knjižnice su korištenje interneta i računala, informacijska služba, usluge na daljinu poput e-kataloga, rezervacije građe, produženje roka i posudba građe, online referentne usluge. E-katalog služi kako bi se moglo pogledati da li je trenutno knjižnična građa slobodna. Preporučuje se da knjižnice imaju i Facebook profil koji omogućava informacije vezane uz društvene događaje knjižnice i novostima u knjižnici kao dodatno promoviranje i privlačenje dodatnog broja budućih korisnika. Trenutno od navedenih knjižnica sve koriste Facebook profil. Jedna od spomenutih knjižnica (Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica) razlikuje se po tome što primjenjuje i Instagram profil koji omogućava da knjižničari informiraju vlastite korisnike o novostima i uslugama u knjižnici. Društvene mreže poput YouTube stranice, Tumblra i Pinterest stranice koju posjeduje Knjižnica grada Zagreba upotrebljava se kako bi zaposlenici knjižnice održali, redovito ažurirali i objavljivali novosti važne za sama događanja u knjižnici kao i uz same usluge Knjižnice. Pokretnu knjižnicu trenutno koriste Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica te Knjižnica grada Zagreba. Vrlo je bitno stručno usavršavanje, ulaganje i stjecanje potrebnih znanja i vještina u edukaciju djelatnika za svaku knjižnicu gdje kvaliteta usluga najčešće ovisi o zaposlenicima same knjižnice. To se postiže odlaskom na razne seminare, tečajeve ili radionice. Trenutno od navedenih knjižnica, Gradska knjižnica i čitaonica Virovitica nude stručno usavršavanje svojih djelatnika.

4. Prema zaključku

Svrha rada jest shvatiti značenje i funkciju same knjižnice kako bi komunikacija između korisnika i knjižnice dobila pravo značenje, odnosno kako bi ljudi i korisnici shvatili da knjižnica nije samo kulturna ustanova već da je ona komunikacijsko i edukacijsko središte za ljude. Važnost postojanja knjižnice može se primijetiti od početka njenog razvoja. Vrlo je važno i samo promicanje kulturnih vrijednosti u društvu. Komunikacija korisnika i knjižnice mora biti pažljivo planirana. Ona je neizostavni dio razvoja same knjižnice. Da bi knjižnica mogla bolje funkcionirati vrlo su bitni knjižničari koji moraju biti upućeni u rad knjižnice, imati kvalitetnu interakciju s korisnicima te ujedno posjedovati komunikacijske vještine kako bi korisnici bili

na prvom mjestu te zadovoljni. Moraju poznavati svoje zadatke te ispuniti na vrijeme zahtjeve korisnika kako knjižnica ne bi gubila korisnike, ali ujedno i ostvarivala nove potencijalne korisnike. Promotivni materijali knjižnice postoje da se uvrste u sve dijelove poslovanja knjižnice. Njih treba oblikovati tako da budu vizualno atraktivni te ujedno moraju biti upotrebljivi za samo poslovanje knjižnice. Dobro oblikovani promotivni materijali privlače korisnike i promoviraju samu knjižnicu i njene aktivnosti putem odnosa s javnošću, marketinga, publiciteta i slično.

Jedan od načina približavanja korisnicima je putem interneta. Društvene mreže i komunikacijski alati pružaju knjižnici da budu što otvoreniji i vidljivi prema svojim korisnicima. One su postale dio svakidašnjeg života osoba. Društvene mreže najbolje opisuju socijalni život današnjice gdje se naročito putem društvene mreže Facebook stvara komunikacija gdje mladi današnjice provode najviše slobodnog vremena. Također, društvene mreže mogu se djelomično primijeniti i u obrazovanju i učenju. Širenjem internetskih usluga, knjižnice gube cjelovitu funkciju zbog toga što su informacije postale dostupne svima. Zastupanjem društvenih mreža informacije postaju aktualne i vrlo dostupne svima. Knjižnice se promoviraju putem društvenih mreža te se na takav način omogućuje širenje javnosti informacija i događajima. Internet je u današnje vrijeme postao izvorom informacija te sve više privlači korisnike. Knjižnica nudi usluge korištenja računalom i internetom. Sukladno tomu, postavlja se pitanje da li korisnici u knjižnicu dolaze zbog dostupnih usluga ili radi pristupa internetu. Internet ne može zamijeniti knjige, časopise ili bilo koju drugu građu dostupnu u knjižnici. To se uvelike može odraziti na položaj knjižnice između korisnika i samog društva. U daljnjim istraživanjima mogli bi se proučiti koliko je tijekom epidemije uzrokovane COVID-19 virusom se potražnja za knjižničnim uslugama preselila u e-okruženje.

5. POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Antolović, J. (2009.): Menadžment u kulturi. Zagreb : Hadrian d.o.o.
2. Boras, I. (2017.): Komunikacija s korisnicima kao važan aspekt kvalitete knjižničnih usluga – primjer Sveučilišne knjižnice u Rijeci. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:374442> (24.04.2020.)
3. Digitalna knjižnica Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica, dostupna na: <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/defaultcont.asp?id=11&n=5> (9.1.2021.)
4. Elektronička građa knjižnice grada Zagreba,

- Dostupno na: <https://katalog.kgz.hr/pages/search.aspx?¤tPage=1&searchById=-1&age=0> (9.1.2021.)
5. Facebook stranica knjižnice Frana Galovića, dostupna na <https://hr-hr.facebook.com/KnjiznicaFranGalovicKoprivnica> (9.1.2021.)
 6. Gradiček, G. (2018.): Promocija knjižničnih usluga; promotivne aktivnosti narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na Knjižnice grada Zagreba. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/10021> (25.1.2021.)
 7. Holcer, D. (2017.): Croatian public libraries and social networks, Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/5713> (10.01.2021.)
 8. Leksikografski zavod Miroslav Krleža; knjižnica. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=32130> (27.2.2021.)
 9. Katanović, A. (2015.): Knjižnice u digitalnom okruženju, Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:385285> (2.03.2021.)
 10. Kovačević, J., Radovan Vrana (2010.): Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 53 No. 3/4, 2010., str. 25-41. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/80503> (2.3.2021.)
 11. Kovačević, J., Radovan Vrana (2013): Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice., Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 56 No. 3, 2013. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/115193> (4.3.2021.)
 12. Katalog Knjižnice „Fran Galović“, dostupan na <https://library.foi.hr/lib/index.php?b=20> (9.3.2021.)
 13. Knjižnica „Fran Galović“ Koprivnica, dostupno na: <http://www.knjiznica-koprivnica.hr/knjiznica/kontakt.asp?n=1> (9.3.2021.)
 14. Knjižnica Grada Zagreba, dostupno na: <https://www.youtube.com/user/KnjizniceZagreba/featured> (9.3.2021.)
 15. Knjižnična i neknjižnična građa Gradske knjižnice i čitaonice Virovitica, dostupno na: <http://www.knjiznicavirovitica.hr/nabava-knjizne-i-neknjizne-grade/> (9.3.2021.)
 16. Knjižnična i neknjižnična građa Gradske knjižnice i čitaonice „Metel Ožegović“ Varaždin, dostupno na: <http://library.foi.hr/lib/index.php?b=11> (9.3.2021.)
 17. Lukačević, S., Pađen Farkaš., D. (2013.): Oblikovanje pisanih promotivnih materijala Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek: zadovoljstvo korisnika – istraživanje. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:206:351926> (30.1.2021.)
 18. Lukačević, S., Petr Balog, K., Pađen Farkaš, D. (2016): Asertivnost u knjižničnom okruženju: primjer Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. Libellarium, časopis za povijest pisane riječi, knjige i baštinskih ustanova, Vol. 9 No. 1, 2016. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/175569> (22.01.2021.)
 19. Marin, L. (2016.): Korištenje Web 2.0 alata u promociji narodnih knjižnica: primjer YouTubea. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:099569> (10.3.2021.)
 20. Nikolić, I. (2017.): Suradnja između knjižnica i civilnoga društva te njezina uloga u medijima. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 60 No. 4, 2017., str. 181-196. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/195926> (2.2.2021.)
 21. Nikolić, I. (2017.): Suradnja između knjižnica i civilnoga društva te njezina uloga u medijima. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 60 No. 4, 2017., str. 181-196. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/195926> (2.2.2021.)
 22. Mikec, V. (2014). Knjižnice i društvene mreže : primjer Knjižnice i čitaonice „Fran Galović“ Koprivnica, Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/6059> (10.3.2021.)
 23. Muftić, E. (2018.): Kreativne i edukativne aktivnosti u narodnim knjižnicama. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:546096> (2.3.2021.)

24. Pavličić, M. (2011.): Knjižnični marketing u hrvatskoj suvremenoj knjižničnoj praksi, Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:403076> (4.3.2021.)
25. Petrić, D. (2002.): Osobno, promotivno i elektronički posredovano komuniciranje s korisnicima u knjižnici. Podravina : časopis za multidisciplinarna istraživanja, Vol. 1 No. 1, 2002.. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/79111> (25.2.2021.)
26. Radigović, M. (2011.): Strategije marketniga u knjižničnoj djelatnosti. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/1720> (12.3.2021.)
27. Sigetić, K. (2018): Specifičnosti komunikacije knjižnica i čitaonica s javnostima. Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin. Dostupno na: <https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin:1868> (27.2.2021.)
28. Sovulj, M. (2017.): Analiza sadržaja hrvatskih narodnih knjižnica na Facebooku. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:082201> (20.3.2021.)
29. Tadić, K. (1994.): Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare. Opatija : Naklada- Benja. Dostupno na: <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/katm.htm> (27.2.2021.)
30. Stipanov, J. (2010.): Knjižnice i društvo. Zagreb : Školska knjiga
31. Zakon o knjižnicama: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1997_10_105_1616.html (27.2.2021.)
32. Žeželj, V. (2016.): Uloga Interneta u promociji narodnih knjižnica i čitanja. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/8615> (10.2.2021.)
33. Žužak, M. (2015.): Marketing u knjižnicama. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/6092> (7.3.2021.)