

dipl. inž. **Aleksandra Adžić**, viši dipl. bibliotekar

aleksandra.biblio@gmail.com

dipl. pravnik **Sonja Suković**, dipl. bibliotekar

sonja.sukovic@yahoo.com

Narodna biblioteka „Stevan Sremac“ Niš

UDK: 027.022:004.738.5(497.11)

DOI: 10.7251/BSCSR1706085A

BIBLIOTEKE U SVETU DRUŠTVENIH MREŽA: ZNAČAJ PRISUTNOSTI BIBLIOTEKA U VIRTUELNOM PROSTORU

Sažetak: Uzimajući u obzir činjenicu da su društvene mreže postale način svakodnevnog informisanja, komuniciranja i druženja, biblioteke su se našle u poziciji da istražuju nove mogućnosti i predstavljaju svoje vrednosti u digitalnom okruženju, odnosno u okruženju u kome se korisnici biblioteka svakodnevno nalaze. U ovom radu predstavljen je, najpre, kratak osvrt na razvoj društvenih mreža. Zatim, uzimajući u obzir izreku da biblioteke treba da budu tamo gde se nalaze korisnici, data je analiza korišćenja najposećenijih društvenih mreža. Primerom upotrebe društvene mreže Fejsbuk predstavljen je način vođenja stranice Narodne biblioteke “Stevan Sremac” Niš. Takođe, u radu je opisan način na koji društvene mreže utiču na bolju reklamu i vidljivost bibliotečke delatnosti, građe, usluga i izdanja u informatičkom hiperprostoru.

Ključne reči: biblioteka, društvene mreže, savremeno bibliotekarstvo, niška biblioteka, internet.

Uvod

“Neka kaže ko šta hoće, ali ja tvrdim da su biblioteke najbolje i najpametnije društvene mreže, knjiga je ono što treba da nas umrežava.”

Andelko Erdeljanin, pisac knjiga za decu

U mnogim segmentima komunikacije internet je postao nezaobilazni alat. Razni programi za ćaskanje, društvene mreže,

veb sajтови namenjeni sajber interakciji postali su u toj meri primenjivani, da je komunikacija na ovaj način, kod mnogih ljudi, postala već stvar navike. Sajber komunikacija se svakodnevno upotrebljava zbog mnogih svojih prednosti: brzog pristupa raznim veb stranicama, odsustva obaveze da sagovornik bude u datom trenutku konektovan i mogućnosti da korisnik ostavlja poruke sagovorniku koji nije za računarom, mogućnosti anonimnog komuniciranja sa izabranim osobama, besplatnih razgovora i mogućnost video konekcije, odsustva neprijatnosti zbog pristojnog/nepristojnog vremena komuniciranja, informisanja o temama po slobodnom izboru itd). Mnoge kompanije, ali i naučne, obrazovne i druge institucije iskoristile su ove osobenosti društvenih mreža kako bi se predstavile savremenim korisnicima koji su svakodnevno prisutni na ovim mrežama, a kojih je, iz dana u dan, sve više.

Istorija društvenih mreža

Smatra se da se postanak društvenih mreža vezuje za 1960. godinu, sa nastankom prvog operativnog sistema The Compatible Time-Sharing System koji je omogućavao da se više korisnika snabdeva informacijama sa jednog računara, a komunikaciju među korisnicima omogućavao uz pomoć posebnog programa koji podseća na današnji imejl. Vremenom su programeri pomerili svoje granice i sa svakom godinom vidno napredovali u svetu informacionih tehnologija, tako da je 1969. godine osnovan prvi komercijalni onlajn servis (internet provajder)- CompuServe u Americi. To je bio ogroman sistem koji je imao diskusione forume, elektronsku poštu kao i prvi softver za časakanje. Prva imejl poruka, u obliku koji mi danas poznajemo, između dva računara koji su stajali jedan pored drugog, razmenjena je 1971. godine kada je Ray Tomlinson ostvario zamisao da razdvoji ime računara od imena programera i osmislio znak @, što je stvorilo osnovu da prva imejl poruka bude poslata van granica SAD, u Norvešku. Vinton Cerf, Yogen Dalal i Carl Sunshine su godine 1974. formirali internet na

Stenford univerzitetu. Tek 1978. godine u Čikagu u BBS (Bulletin Board Systems) formirani su prvi veb pregledači. Svih narednih godina razvijali su se softverski sistemi, usavršavalo se povezivanje računara, radilo se na opremi i sve je veći zamah uzimao jedan globalni, opšti proces automatizacije koji je nezaustavljivo, ogromnom brzinom razvijao sve više funkcija i obuhvatao sve veći životni prostor ljudi. Međutim, društvene mreže u obliku u kom ih današnji svet koristi nastale su početkom devedesetih godina prošlog veka. Geocities je pokrenut 1994. godine i predstavlja početak nastanka sajtova za društveno sajber povezivanje. Tri godine kasnije formirana je prva moderna društvena mreža Six Degrees, pod kojom su ljudi mogli da naprave svoj profil, unesu o sebi podatke koje žele, kreiraju listu sajber prijatelja, uz mogućnost da gledaju tuđe liste prijatelja. Početak novog milenijuma karakterističan je za ekspanziju interneta. Internet opcije, internet povezivanja, internet reklamiranje, internet prezentacije, sve vezano za internet razvijalo se ogromnom brzinom, dok se intenzivno radilo na tome da se korišćenje u toj meri pojednostavi da bude prilagođeno ljudima prosečnih intelektualnih kapaciteta. Cene opreme i softvera bivale su sve niže, a upotreba sve veća. Društvene mreže nicale su gotovo svakodnevno i ljudi su ih koristili u različite svrhe: za upoznavanje, za informisanje o raznim aktuelnostima, za reklamiranje svojih preduzeća, za prikazivanje svojih veština, za učenje i obrazovanje, za čitanje i davanje svog mišljenja itd. Godine 2003. formiran je Linkendin, sajt koji je okupljao profesionalce iz raznih oblasti, tako da je omogućavao povezivanje ljudi koji imaju ista ili slična profesionalna interesovanja. Iste godine nastao je i MySpace, koji je okupljao ljude koji slušaju istu muziku. Isprva je kodiran za svega deset dana i bio u prvo vreme pun bagova i greški. Te greške ispravljane su u hodu, tako da je, razvijajući se konstantno, imao toliko prijavljenih korisnika, da je prevazišao svoje okvire i u to doba predstavljao globalno najpopularniji sajt u svojoj kategoriji. Uspeh ovog sajta uzrokovao je nastanak velikog broja raznih društvenih mreža. Od svih, izdvojile su se

stranica Facebook (u početku kao softver koji je služio za internu komunikaciju između studenata Harvard univerziteta, a koji se proširio u svetskim razmerama), koja je nastala 2004. godine i Tweeter nastao 2006.

Statistički podaci

Biblioteke nisu dopustile da im internet i upotreba raznih društvenih mreža budu konkurencija, već su učinile sve kako bi mnogobrojne prednosti novih tehnologija iskoristile, pritom se nadograđujući i usavršavajući u načinu i metodama pružanja svojih usluga. Tako su biblioteke, u svojevrsnoj simbiozi sa novim tehnologijama, dostigle viši nivo u svom poslovanju, modernizovale se i privukle savremene korisnike svih kategorija. Za biblioteke je ovakav vid modifikacije postao imperativ, ne samo kako bi opstale, već i kako bi preuzele vodeću ulogu u čuvanju, pretraživanju i distribuciji verodostojnih informacija.

Socijalne mreže postale su fenomen i lome se koplja zbog čega su dostigle tako veliku popularnost među ljudima različitih vera, rasa, godina, interesovanja, širom sveta. Mnogi smatraju da je to zbog lakoće korišćenja, mnogi zbog bazične potrebe ljudi za socijalizacijom, za otvorenošću prema drugim ljudima, za prihvatanjem od strane drugih ljudi, zatim neki smatraju da je ljudima u biti jako važno da mogu da budu potpuno iskreni i otvoreni, veliki broj ljudi ima potrebu da javno komentariše stvari i pojave, postoji i mogućnost izbora tema o kojima će se korisnik socijalne mreže informisati itd. Sve ovo, ali i još mnogo drugih faktora, odgovorni su za činjenicu da gotovo da nema korisnika računara koji nije pripadnik neke od socijalnih mreža.

Statistika, koju je objavio veb sajt <http://www.statista.com>, prikazuje da je na Fejsbuku zabeleženo 1.55 biliona mesečno aktivnih korisnika u poslednjem tromesečju 2015. godine, sa jednim bilionom aktivnih korisničkih naloga, što ovu društvenu mrežu čini najkorišćenijom društvenom mrežom na svetu.

Google+ je mreža sa preko bilion aktivnih korisničkih naloga, Instagram je zabeležio 400 miliona aktivnih korisničkih

naloga, Tviter 316 miliona, Skype 300 miliona, Linkendin 255 miliona, dok je Tumblr imao više od 230 miliona aktivnih blogera.

Socijalne mreže koristile su biblioteke, pa je zabeleženo da ih je čak 55% biblioteka u svetu koristilo.

“Marketinguj me” je zabeležio i to da je od svih korisnika interneta 72% aktivno na društvenim mrežama, 89% korisnika je u dobi od 18-29 godina.

Sve ove statistike dobar su pokazatelj stanja koje je moguće koristiti u propagiranju knjige, čitanja, biblioteka, bibliotečkih sadržaja. S obzirom na to da je i u Srbiji trend da se biblioteke predstavljaju na društvenim mrežama kako bi okupile ljude sa najrazličitijim interesovanjima, važno je imati informaciju o ciljnim grupama, načinu informisanja, metodama vođenja bibliotečkog marketinga i sl.

Popularnost i prednosti društvenih mreža koriste sve biblioteke. Preko društvenih mreža u veoma kratkom vremenskom intervalu biva obvešten veliki broj osoba raznih struktura, a pritom je ta usluga besplatna i moguće je da je obavi i zaposleni koji ima veoma oskudno informatičko znanje. Na profilu društvene mreže veoma je lako postaviti tekstove, slike i multimedijalni sadržaj koji propagiraju knjigu, čitanje, pozivaju u biblioteku na promociju neke publikacije, prikazuju razne bibliotečke i knjižne prezetnacije, obaveštavaju o održavanju tribina, priređuju izložbe, prikazuju zanimljivosti, organizuju radionice. Zapaženo je da sve biblioteke koje pravovremeno ažuriraju svoje profile na društvenim mrežama imaju veći broj korisnika usluga, tako da društvene mreže, između ostalog, predstavljaju svojevrzni marketinški alat biblioteka.

Na Fejsbuku svoje naloge imaju nacionalna, narodne, specijalne, školske biblioteke Srbije, ali i pojedini ogranci i odeljenja mnogih biblioteka. Tako, o novostima u svetu knjige možemo se na Fejsbuku informisati preko naloga: Narodne biblioteke Srbije, Narodne biblioteke “Stevan Sremac” Niš, Biblioteke grada Beograda, Zajednice biblioteka univerziteta Srbije, Univerzitetske biblioteke “Svetozar Marković”, Univerzitetske

biblioteke “Nikola Tesla”, Narodne biblioteke iz Dimitrovgrada, Indije, Požege, Jagodine, Užica, Pirota, Kragujevca, Smedereva, Knjaževca, Gradske biblioteke iz Novog Sada, Batočine, Obrenovca, Vrbasa, Rume, Subotice, Loznice, Ljubovije, Aleksinca, Lajkovca, ali i digitalne biblioteke Grada Beograda, Bibliotekarskog društva Srbije, Zajednice matičnih biblioteka Srbije i mnogih školskih i specijalnih biblioteka.

Upotreba društvenih mreža u bibliotekama na primeru Narodne biblioteke „Stevan Sremac“

Narodna biblioteka „Stevan Sremac“ još od 2002. godine koristi pogodnosti koje nudi Internet. Prisustvo Biblioteke na društvenim mrežama beleži se od 2008. godine, sa ciljem da se Biblioteka predstavi što većem broju ljudi i da se kao konačni rezultat dobije daleko veći broj učlanjenih korisnika.

Svaka biblioteka ima svoje verne korisnike, zaljubljenike u knjigu i njihov broj, kao i njihov značaj, nije zanemarljiv. Međutim, svakom čoveku je makar u nekom trenutku života potrebna usluga u Biblioteci- bilo da je neophodna školska lektira, ili se radi o strastvenom čitaču beletristike, ili o stručnjaku koji želi da usavrši svoj naučni rad, ili o studentu, istraživaču, sasvim malom detetu koje želi da lista slikovnice, nezaposlenom koji bi da se zaposli preko oglasa u novinama, entuzijasti koji bi da posećuje književne događaje, piscu koji bi da predstavi svoju knjigu itd. Pripadanje biblioteke nekoj od društvenih mreža znači i mogućnost više da sve ono što biblioteka nudi može da dopre do što većeg broja ljudi. Pri tome je neophodno ispoštovati poslovnu politiku ustanove i ostati dosledan osnovnim načelima tradicionalnog i modernog bibliotekarstva.

S obzirom da se pod krovom biblioteke nalaze sve oblasti ljudskog znanja i da su interesovanja članova najrazličitija, na društvenoj mreži je moguće postaviti mnoge sadržaje.

Narodna biblioteka „Stevan Sremac“ iz Niša, pri postavljanju sadržaja na društvenoj mreži obično vodi računa da tema bude kratka, koncizna, ali da svojom suštinom zaintrigira, da

bude aktuelna i zanimljiva. Obično se, pri postavljanu teme, bira i ciljna grupa. Uvek se i obavezno blagovremeno postavljaju obaveštenja koja su vezana za nove usluge korisnicima Biblioteke, zatim promovišu se kulturni događaji (književne večeri, razne radionice i sl.), ističu se datumi rođenja, smrti ili nagrađivanja poznatih pisaca, naučnika, umetnika, postavljaju se prigodni multimedijalni sadržaji. U suštini, vodi se računa o tome da objave budu zanimljive svim generacijama i osobama koje imaju najrazličitija interesovanja. Takođe, uzimajući u obzir činjenicu da fejsbuk pratioci mogu biti i mladi i stariji, sa više ili manje obrazovanja, sa interesovanjem za jednu ili više stvari, objavama na Fejsbuk strani pokušava se da se korisnici usmeravaju, da im se izgrađuje ili dograđuje ukus (ne samo čitalački), da se obaveste o mnogim stvarima opšte kulture i da dodju do zaključka da svega toga u samoj Biblioteci ima daleko više. Kako bi bio obezbeđen kontinuitet dolazaka na našu stranu, informativni i edukativni karakter stranice je u prvom planu.

Fejsbuk stranica je slobodan prostor u kome pratioci mogu da napišu svoje komentare ili da postavljaju pitanja. Iskazivanje zadovoljstva ili nezadovoljstva vidljivo je svim pratiocima stranice, zbog čega je veoma važno posvetiti im posebnu pžnju. Ti komentari mogu biti pozitivni i oni su podstrek da se svakodnevno radi na tome da stranica bude što sadržajnija. Međutim, postoje i negativni komentari koji navode na primerenu reakciju od strane bibliotekara, ali i koji su smernica i dobar pokazatelj vođenja stranice.

Statistika se svakodnevno prati. Podaci iz statistike govore koliko novih pratilaca stranica Biblioteke ima, kog su pola, kojih su godina, kojim jezikom se služe, iz koje države i kog grada potiču, zatim koliko njih je pogledalo novu objavu, a koliko komentarisalo itd. Statistika je dobra smernica u kom pravcu je potrebno razvijati stranicu. Zahvaljujući statistici mnogo je bolji uvid u stanje na stranici, što je od velikog značaja za planiranje daljih koraka. Statistika ostavlja mogućnost planiranja strategije kako bi se „probudili“ manje aktivni pratioci na stranici, a da se ne iznevere oni koji redovno prate objave.

Sve ove aktivnosti rezultirale su time da je u Biblioteci povećan broj korisnika, ali i da Biblioteka ima sasvim nov imidž - ne smatra se samo depoom u kome su pohranjene knjige, sa nizovima polica i kataloga, već se doživljava kao savremena ustanova okrenuta korisnicima, okrenuta budućnosti. U ovoj i ovakvoj ustanovi moguće je doći do informacije na tradicionalan način, ali i putem interneta, tako da je Biblioteka prerasla u moderan centar za pružanje upotrebljivih informacija koje su verodostojne.

Zaključak

Društvene mreže dale su svoj veliki doprinos promenama koje su nastale na polju komunikacije među ljudima. Današnji životni ritam popularizovao je brze, kratke poruke, zamenu neposrednog kontakta i žive reči ispisima na ekranu, a poslovni modeli doživeli su svoju nepovratnu transformaciju, čemu su i biblioteke morale da se u kratkom vremenskom periodu prilagode. Oblast koja je u bibliotečkom poslovanju bila na margini prioriteta, PR strategija i marketing, putem društvenih mreža našle su pogodno tle i idealnu platformu za svoju izgradnju i nadgradnju. Na jednom mestu postalo je moguće okupiti ogroman broj surfera, postojećih i potencijalnih korisnika bibliotečkih usluga i na jednostavan, jeftin i brz način ih raznim obaveštenjima i pozivima privući biblioteci.

Literatura

1. Boyd, d. Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119- 142). Cambridge, MA: MIT Press, 2008
2. Dora Yu-Ting Chen, Samuel Kai-Wah Chu, Shu-Qin Xu, *How Do Libraries Use Social Networking Sites to Interact with Users*. ASIST 2012, October 28-31, 2012, Baltimore, Maryland, USA.
3. Juliana Mazzocchi, Blogs and Social Networks in Libraries: Complementary or Antagonistic Tools?, *Library Philosophy and Practice* (e-journal), dostupno na <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3093&context=libphilprac>

4. Kumar, R., Novak, J., & Tomkins, A. Structure and evolution of online social networks. *Proceedings of 12th International Conference on Knowledge Discovery in Data Mining* (pp. 611-617). New York: ACM Press, 2006
5. Mazer, J. P., Murphy, R. E., & Simonds, C. J. I'll see you on "Facebook:" The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate. *Communication Education*, 56 (1), 1-17, 2007
6. Šalamon Cindori, Breza, Trebaju li knjižnicama društvene mreže: iskustvo nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, 2011
7. Stranica Narodne biblioteke "Stevan Sremac" u Nišu na Facebooku. Dostupno na: <https://www.facebook.com/pages/Narodna-biblioteka-Stevan-Sremac-Nis/320484912845?ref=%D0%BD%D1%84>. (pristupljeno 20. 01. 2016)
8. <http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/> (pristupljeno 05. 01. 2016)
9. <https://kliknibezbedno.wordpress.com/drustvene-mreze/> (pristupljeno 05. 01. 2016)
10. <http://marketinguj.me/najpopularnije-drustvene-mreze> (pristupljeno 07. 01. 2016)
11. <http://www.nsk.hr/umrezeni/> (pristupljeno 05. 01. 2016)
12. <http://www.obuka.fon.bg.ac.rs/download/Primer%20seminarskog%20rada%20E-OBRAZOVANJE.pdf> (pristupljeno 15. 01. 2016)
13. http://www.profitmagazin.com/izdanja/broj_16-17.199.html (pristupljeno 15. 01. 2016)
14. <http://royal.pingdom.com/2009/09/04/computer-messaging-before-the-web-a-visual-timeline-1960-1990/> (pristupljeno 20. 01. 2016)
15. <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=2> (pristupljeno 16. 01. 2016)
16. <http://wibracija.blogspot.rs/2012/03/drustvene-mreze-kroz-vreme-infografika.html> (pristupljeno 16. 01. 2016)
17. http://www.zika.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=1499:istorija-drutvenih-mrea&catid=34:zika-category&Itemid=27 (pristupljeno 20. 01. 2016)

LIBRARIES IN THE WORLD OF PUBLIC NETWORKS: IMPORTANCE OF LIBRARIES IN VIRTUAL SPACE

Abstract: Considering the fact that public networks are a mean of getting information, communicating and making friends, libraries are now exploring new possibilities and they present their values in digital surrounding that is surrounding where library users meet everyday. This work presents shortly

the development of public networks. Then, considering the proverb that a library should be where users are, the analysis has been made of most frequently visited public networks. With the example of Facebook we presented the way of managing the page of Public Library „Stevan Sremac“ Niš. The work also describes the way public networks influence better marketing and visibility of library work, fund, services and publications in hyperspace.

Key words: library, public network, modern librarianship, Library of Niš, Internet.