



KORIŠTENJE INSTAGRAMA U PROMOCIJI PISMENOSTI U HRVATSKIM GIMNAZIJAMA

USING INSTAGRAM TO PROMOTE LITERACY IN CROATIAN GRAMMAR SCHOOLS

Alta Pavin Banović  Medicinska škola osijek
alta.pavin@skole.hr

Mihaela Banek Zorica  Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti.
Filozofski fakultet u Zagrebu
mbanek@m.ffzg.hr

Hrvoje Mesić  Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku.
hmesic@aukos.hr

UDK / UDC: 027.8:021.2:004.775057.874
Izvorni znanstveni rad / Original scientific paper
<https://doi.org/10.30754/vbh.69.1.1564>
Primljeno / Received 4. 1. 2026.
Prihvaćeno / Accepted 25. 2. 2026.



Sažetak

Cilj. Cilj je rada analizirati korištenje Instagrama u promociji pismenosti u hrvatskim gimnazijama sa školskom knjižnicom.

Pristup. Istraživanje je provedeno kvalitativnom i kvantitativnom metodom, uz primjenu analize sentimenta metodom LiLaH na objavljenim tekstualnim porukama s Instagram profila. Analiza je obuhvatila sve javno dostupne profile gimnazija sa školskim knjižnicama, od trenutka izrade profila do 31. siječnja 2024. godine. Kvalitativna analiza provedena je prema objavama koje sadrže ključne riječi *knjiga*, *čitanje* i *pismenost*, uključujući njihove izvedenice.

Rezultati. Prema objavljenim podacima Sustava jedinstvenog elektroničkog prikupljanja statističkih podataka o poslovanju knjižnica (2026) za 2024. godinu, u Republici Hrvatskoj ukupno djeluje 1250 školskih knjižnica u 21 županiji, od kojih je ukupno u 83 gimnazija. U istraživanje je uključeno 55 gimnazija jer imaju aktivan Instagram profil na kojemu su analizirane tekstualne objave s ključnim riječima *pismenost*, *knjiga* i *čitanje*. Analizirano je ukupno 12 312 objava, pri čemu je 2811 objava iz 43 gimnazije

sadržavalo ključne riječi povezane s pismenošću, tj. tekstualne objave koje sadrže riječi s korijenom riječi knjiga „knji-“ čine 2,28 %, s korijenom riječi pismenost „pism-“ čini 2,62 %, a s korijenom riječi čitanje „čit-“ je 17,93 %. Analiza sentimenta pokazala je prevlast pozitivnih sentimenata nad neutralnim i negativnim.

Ograničenja. Analizom su obuhvaćeni samo Instagram profili gimnazija sa školskim knjižnicama. Nisu analizirani vizualni sadržaji (fotografije) niti korisnički komentari. Tekst je pročišćen, pri čemu su izbačene riječi koje sadrže tražene korijene, a ne odnose se na predmet istraživanja.

Praktična primjena. Rezultati mogu poslužiti odgojno-obrazovnim ustanovama pri oblikovanju strategija za promociju pismenosti putem društvenih mreža.

Društveni značaj. Istraživanje pokazuje u kojoj mjeri odgojno-obrazovne ustanove koriste društvene mreže za predstavljanje svojih aktivnosti.

Originalnost i vrijednost. Rad nudi sustavnu analizu korištenja Instagrama u promociji pismenosti u gimnazijama te pokazuje kako društvene mreže mogu proširiti doseg obrazovnih sadržaja.

Ključne riječi: analiza sentimenta; gimnazije u Hrvatskoj; Instagram; pismenost; školske knjižnice

Abstract

Aim. The aim of this paper is to examine how Instagram is used to promote literacy development programmes in Croatian grammar schools with libraries.

Methods. The research was conducted using qualitative and quantitative methods, including sentiment analysis (LiLaH). The analysis included all publicly available Instagram profiles of grammar schools with school libraries, from the moment the profile was created until 31 January 2024.

Results. According to data published in the *System of unified electronic collection of statistical data on library operations* (2026) for 2024, there are a total of 1,250 school libraries in the Republic of Croatia across 21 counties, of which a total of 83 are in grammar schools. The research included 55 grammar schools because they have an active Instagram profile. A total of 12,312 posts were analysed, with 2,811 posts from 43 grammar schools containing keywords related to literacy, i.e. containing words with the root knji- (book) make up 2.28%; ‘literacy’ pism- makes up 2.62%; ‘reading’ čit- makes up 17.93%. Sentiment analysis showed a predominance of positive sentiments.

Limitations. Only Instagram profiles of grammar schools with school libraries were analysed. Neither visual content nor user comments were analysed. The text has been cleaned of words containing roots that do not relate to the subject of the research.

Practical application. The results can help educational institutions design strategies for promoting literacy on social networks.

Social significance. The research shows the extent to which educational institutions use social media as a communication tool to present their goals and achievements to the wider community.

Originality and value. The paper offers a systematic analysis of the use of Instagram in promoting literacy in grammar schools and shows how social networks can expand the reach of educational content.

Keywords: Croatian grammar schools; Instagram; literacy; school libraries; sentiment analysis

1. Uvod

Društvene mreže postale su važni komunikacijski kanali koje sve češće prihvaćaju i integriraju u svoje djelovanje baštinske ustanove, ali i javne institucije, uključujući odgojno-obrazovne ustanove. Carr i Hayes (2015) opisuju društvene medije kao internetske platforme za masovnu osobnu komunikaciju, dijeljenje sadržaja i interakciju među korisnicima. Na platformama koristi se različita digitalna tehnologija, poput aplikacija, umjetne inteligencije, strojnoga učenja, koje su postupno razvijali i usavršavali svjetski poznate tvrtke od Microsofta, Intela, Apple-a, zajedno s IBM-om, Amazona, Googlea i druge u SAD-u, do Alibabe i Tencenta u Kini, Rakutena u Japanu (Cusumano, Yoffie i Gawer, 2020: 47). Razvijeni su proizvodi pod nazivom društveni mediji poput Friendstera i Myspacea, Facebooka, LinkedIna i Twittera, koje koriste platforme za povezivanje, komunikaciju, interakciju i suradnju (Bedi i Sharma, 2016).

Odgojno-obrazovne ustanove integrirale su platforme i društvene mreže kao alate za suvremene oblike učenja, dijeljenja znanja i prenošenja informacija (Kotromanović, Horvat i Čuljak, 2020). Važan dio školskih ustanova čine školske knjižnice koje, poput drugih baštinskih institucija, prepoznaju društvene mreže kao platforme za promociju svoje djelatnosti i poticanje participativnosti učenika, roditelja i šire javnosti. Razvoj i integracija informacijsko-komunikacijskih tehnologija omogućili su odgojno-obrazovnim ustanovama i knjižnicama izlazak iz fizičkog prostora u digitalni, odnosno virtualni prostor, u kojem promoviraju svoje programe, ciljeve, misiju i viziju (Kotromanović, Horvat i Čuljak, 2020: 165). S obzirom na popularnost društvene mreže Instagram među mladom, srednjoškolskom, populacijom i njegovih specifičnih obilježja u čijem su središtu vizualni elementi, tj. fotografije koje su opisane kratkim tekstom, odabran je za analizu u ovom članku.

U tom kontekstu, gimnazije u čijem sastavu djeluju školske knjižnice odabrane su za analizu korištenja društvene mreže Instagram za promociju razvoja čitalačke, informacijske, knjižnične pismenosti.

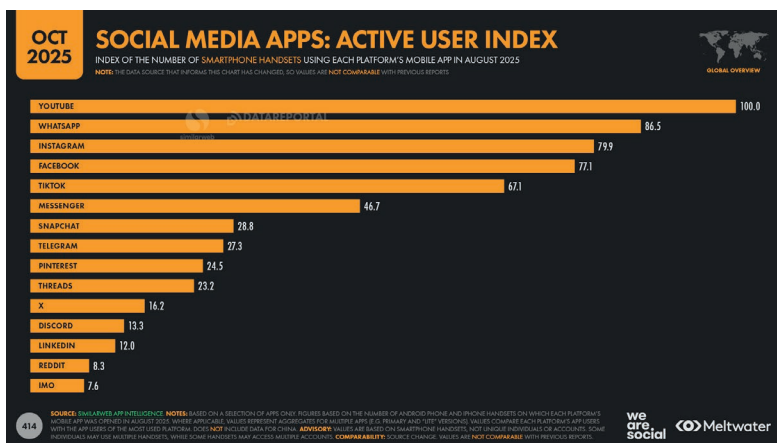
2. Društvena mreža Instagram u odgojno-obrazovnom okruženju

U nastavni proces integriraju se informacijske i komunikacijske tehnologije koje su zahvaljujući pristupu internetu dostupne školskoj zajednici, s društvenim medijima

kao komunikacijskim alatima kojima se informira šira zajednica (Upadhyay, 2017). Društveni mediji obuhvaćaju različite internetske platforme na kojima korisnici oblikuju profile, dijele i promoviraju sadržaje s ciljem uspostavljanja društvene prisutnosti i informiranja o sadržajima, proizvodima i uslugama (Kennedy, 2015). Integracija društvenih mreža u knjižnične usluge iznimno je važna jer omogućuje informiranje korisnika o prinovama u fondu, popularizaciju usluga, organizaciju i promociju edukativnih sadržaja te predstavlja inovativni način uključivanja knjižnica u suvremenu digitalnu zajednicu (Upadhyay, 2017). Prednosti knjižnica prilagođenih digitalnom društvu očituju se u unaprijeđenom pristupu korisnicima koji brže pretražuju informacije, jednostavnije dijele, ažuriraju i preoblikuju sadržaje (Shamsi, 2017). Kanali društvenih medija dio su digitalne komunikacije koju koriste škole i školske knjižnice otvaranjem profila na mrežama poput Facebooka, Twittera, Instagrama i YouTubea, pri čemu se objavljeni sadržaj može lako povezivati i dijeliti s drugim kanalima i korisnicima. Početkom 2024. godine registrirano je 5,04 milijarde korisnika društvenih medija, što čini 62,3 % ukupne svjetske populacije (DataReportal, 2025a).

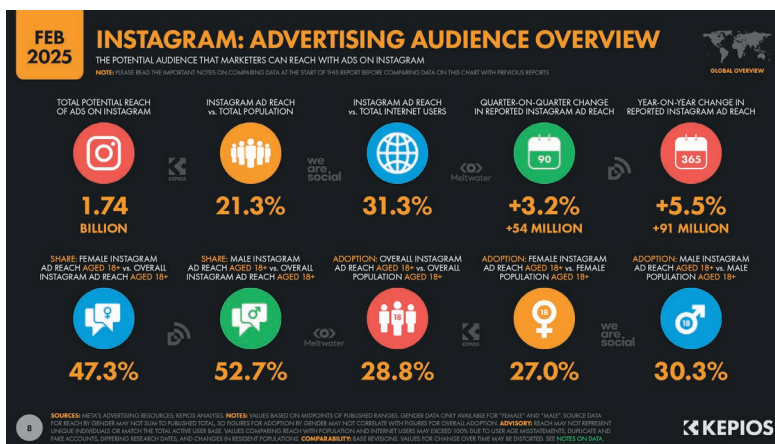
Društvena mreža Instagram predstavlja digitalnu platformu namijenjenu objavljivanju sadržaja kroz jednostavan postupak od deset koraka (Kennedy, 2015), a u kontekstu školskih intraneta i interneta djeluje kao važan kanal digitalne komunikacije (Barry, Lee i Messerschmitt, 2004).

Pokazatelj popularnosti korištenja društvenih mreža jest indeks aktivnih korisnika mobilnih aplikacija među kojima je na prvom mjestu YouTube (100 %), potom WhatsApp (86,5 %), a na trećem je mjestu Instagram (79,9 %) (slika 1) (DataReportal, 2025a).



Slika 1. Indeks aktivnih korisnika mobilnih aplikacija za 2025. godinu (DataReportal, 2025a)

Instagram je svojim tehničkim mogućnostima pridobio veliki broj korisnika, od kojih je prema procjeni oglašivačkog dosega (engl. *Meta advertising audience estimates*) više muških korisnika (52,7 %) u odnosu na ženske korisnike (47,3 %) (slika 2).



Slika 2. Procjena oglašivačkog dosega (*Meta advertising audience estimates*) korisnica Instagrama u 2025. godini (DataReportal, 2025b)

O popularnosti Instagrama na nacionalnoj razini, prema procjeni oglašivačkog dosega, Meta, za 2025. godinu zabilježen je ukupan broj korisnika 1,55 milijuna (40,3 % populacije), od kojih je ženskih korisnika 50,7 %, a muških korisnika 45,5 % (Kemp, 2025¹). Instagram je koristilo ukupno 45,6 % osoba starijih od 13 godina (Meta dopušta korištenje Instagrama samo osobama starijim od 13 godina), a 50,2 % odraslih osoba starijih od 18 godina (Kemp, 2025). Tako visoki postoci aktivnih korisnika potvrđuju popularnost korištenja Instagrama na nacionalnoj razini.

2.1. Instagram i učenici

Postoje dva dominantna pristupa u odnosu na korištenje i primjenu Instagrama među učenicima, od koji je jedan kritički (stres, pad uspjeha), a drugi je afirmativni (motivacija, učenje, kompetencije). Instagram je ambivalentan alat i njegov učinak ovisi o pedagoškom kontekstu te je upravo zato relevantno istražiti kako ga koriste gimnazije.

¹ Napomena: u vrijeme izrade izvješća, Metini alati za oglašavanje prikazivali su podatke o spolu publike samo za „ženske“ i „muške“ korisnike. Međutim, objavljene brojke za „ženske“ i „muške“ korisnike ne zbrajaju se uvijek s objavljenom ukupnom brojkom, tako da vrijednosti udjela spolova prikazane ovdje možda neće iznositi 100 % (Kemp, 2025).

Prilagoditi nastavne metode poučavanja današnjim srednjoškolicima koji prate digitalne sadržaje na različitim društvenim mrežama nužnost je, kako ističu García, Gutiérrez-Arenas i Ruiz-Calzada (2025), na temelju provedenog istraživanja. Srednjoškolci pregledavaju sadržaje na Instagramu koje predlaže algoritam i do 11 sati dnevno, dok rijetko samostalno pretražuju informacije u svrhu rješavanja školskih zadataka, primjerice tema o klimatskim promjenama, što pokazuju rezultati istraživanja Reya, Diez Boscha i Israel Turima (2024). Nadalje, Rubio-Hernández i suradnici (2025) utvrdili su kako pregledavanje sadržaja na Instagramu ne doprinosi poboljšanju akademskog uspjeha srednjoškolaca, ali je povezano s povećanjem razine stresa i smanjenjem njihova samopoštovanja. S druge strane Pareja-Olcina (2021), nakon istraživanja među srednjoškolicima završnog razreda, zaključuje da korištenje Instagrama poboljšava učenje pravopisa španjolskog jezika i književnosti te poziva nastavnike na uključivanje društvenih mreža u nastavu radi jačanja motivacije i poboljšanja učenja. Vrijednost društvenih mreža kao obrazovnog potencijala potvrđuje i Kyrpa (2021) koji provodi pedagoški eksperiment među učenicima tijekom nastave engleskog jezika uz razvoj kritičkog mišljenja. El Amine Ghobrini, Benzert i Balas (2021) donose rezultate studije slučaja korištenja Instagrama za virtualnu nastavu matematike tijekom pandemije bolesti COVID-19 i uočavaju pozitivne i negativne odlike korištenja Instagrama, uz naglasak na njegov obrazovni potencijal. Također je obrazovna primjena Instagrama potvrđena u istraživanju Nguyena, Lydena i Yoachima (2021), u kojem se navodi da nastavnici platformu koriste za poučavanje anatomije, dok je velika većina studenata koristi kao izvor informacija i u obrazovne svrhe, pri čemu studenti generacije Z pokazuju veći interes u odnosu na generaciju Y. A istraživanje provedeno među srednjoškolkama u Indoneziji (Hernianti i sur., 2023) potvrđuje da je Instagram učinkovitiji od WhatsAppa u unaprjeđenju znanja, stavova i prehrambenih navika. Projekt INCLUDED u Njemačkoj (Çiğdem, 2022) naglašava važnost planiranog inkluzivnog pristupa medijskom obrazovanju u multikulturalnim sredinama, s ciljem obrazovne uporabe Instagrama i TikToka. Potom mikroblogovi na Instagramu potiču suradničko učenje, kreativnost, sintezu znanja i razvoj komunikacijskih kompetencija potvrđeno je istraživanjem Kolmykove i suradnika (2021). Razvoj digitalnih kompetencija učenika i nastavnika, nužnost je u svrhu razvoja kritičkog mišljenja korištenjem društvenim mreža ističu Díaz-Herrera, González-Fernández i Salcines-Talledo (2022).

2.2. Razvoj pismenosti i uloga školskih knjižnica

U digitalnom okruženju knjižnice su se od prostora usmjerenih na pohranu zbirki razvile u mjesta učenja, istraživanja i suradnje, u kojima se primjenom digitalnih tehnologija zajednici omogućuje pristup znanju i cjeloživotnom učenju (Pavin Banić i Banek Zorica, 2024; Williams, Charney i Smith, 2015).

Prema *Manifestu za školske knjižnice* (IFLA, 2021), školska knjižnica sudjeluje u unaprjeđenju nastavnog procesa kroz korištenje knjižničnih zbirki s ciljem razvoja pismenosti i kritičkog mišljenja. U suradnji s nastavnicima školski knjižničar djeluje kao informacijski stručnjak koji poučava i potiče razvoj različitih vrsta pismenosti (Elaturoti, 2018). Primjena digitalnih tehnologija pritom mijenja profesionalnu praksu školskih knjižničara i širi opseg njihove uloge unutar školske zajednice (Herring, 2007).

Knjižničari su prepoznali društvene mreže za objavljivanje sadržaja o različitim aktivnostima u svrhu razvoja pismenosti, posebno čitalačke i informacijske, s ciljem jačanja učeničkih postignuća o čemu svjedoče primjeri dobre knjižnične prakse (Herring, 2007; Marrone, Chapman i Fuller, 2004; Mihailidis, 2012; Miller i Bass, 2019; Pavin Banović i Dravinski, 2020). Pozitivan primjer knjižničnog djelovanja dali su Fourie i Meyer (2016) s modelom doprinosa knjižnica informiranom i obrazovanom društvu.

2.3. Dosadašnja istraživanja o korištenju društvenih mreža i Instagrama u obrazovne i informativne svrhe

Korištenje društvenih mreža kroz obrazovnu uporabu među učenicima potvrdili su Khooa, Yanga i Toha (2024) jer pozitivno utječe na samopoštovanje korisnika, osobito onih koji redovito pregledavaju vlastite profile. Također povećava motivaciju za učenje i pridonosi boljem razumijevanju ishoda učenja potvrdili su Widarti i suradnici (2024). Među srednjoškolcima Grada Zagreba, prema istraživanju Mandić (2022), 20 % nikada nije koristilo društvenu mrežu Snapchat, oko 15 % koristi ju nekoliko puta mjesečno, dok ju oko 65 % koristi svakodnevno. Rezultati također pokazuju da Snapchat češće koriste djevojke (više od 70 %), kao i učenici nižih razreda te učenici strukovnih škola. Osječki srednjoškolci strukovnih programa koriste YouTube (35,2 %) i Instagram (22,5 %) u svrhu poboljšanja svojih školskih postignuća i ocjena, potvrdile su istraživanjem Pavin Banović i Dravinski (2020). Suprotno tomu, istraživanje Diklić, Nakić i Šošić (2019) među 508 učenika sedmih i osmih razreda u Zagrebu i Dubrovniku pokazuje da učenici društvene mreže ponajprije koriste u svrhu zabave i komunikacije, najčešće Instagram i Snapchat (45,87 %) ili njihovu kombinaciju s Facebookom (30,12 %), dok ih tek 2 % koristi u edukativne svrhe. Ulogu Instagrama u promociji čitanja i razvoja čitalačke pismenosti tijekom nacionalne manifestacije „Godina čitanja 2021.“ analizira Obrovac Lipar (2024), pri čemu pokazuje da je *hashtag* #godinacitanja bio aktivno korišten na privatnim i poslovnim profilima, unatoč nepostojanju službenog profila manifestacije. Nadalje, Saputra, Radhitya i Subawa (2024) ističu Instagram kao koristan alat za planiranje i praćenje promotivnih aktivnosti, s obzirom na to da omogućuje uvid u ključne pokazatelje poput objava, interakcija i komentara.

Istraživanja provedena u knjižnicama i drugim kulturnim ustanovama pokazuju da su društvene mreže, osobito tijekom pandemije, imale važnu ulogu u održavanju komunikacije s korisnicima i širenju djelovanja u virtualni prostor (John, 2023; Kotromanović, Horvat i Čuljak, 2020; Peroš, 2015). Autori pritom naglašavaju potrebu sustavne uporabe društvenih mreža kao nastavka, a ne zamjene tradicionalnih komunikacijskih i programskih aktivnosti.

Postoje istraživanja o korištenju društvenih mreža među učenicima, obrazovnom potencijalu knjižnicama i pandemiji ali nema sustavne analize: korištenja Instagrama u hrvatskim gimnazijama s fokusom na pismenost uz primjenu analize sentimenta.

3. Istraživanje

3.1. Cilj istraživanja i istraživačka pitanja

Cilj istraživanja jest utvrditi zastupljenost objava vezanih za pismenost na Instagram profilima gimnazija sa školskom knjižnicom i analizirati distribuciju pozitivnih, neutralnih i negativnih sentimentata u tim objavama.

Istraživačka pitanja:

IP1. U kojem postotku gimnazije sa školskom knjižnicom imaju profil na Instagramu u odnosu na gimnazije sa školskom knjižnicom koje nemaju profil?

IP2. Koliki je postotak tekstualnih objava s ključnim riječima *knjiga*, *pismenost* i *čitanje* (uključujući korijene riječi *knji-*, *pism-*, *čit-*) među objavama koje gimnazije sa školskom knjižnicom objavljuju na Instagramu?

IP3. Koliki je omjer objava s pozitivnim sentimentom u odnosu na neutralne i negativne među tekstualnim objavama koje sadrže ključne riječi vezane za pismenost?

Odgovori na istraživačka pitanja temeljeni su na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih metoda. Za IP1 korišteni su kvantitativni podaci iz Sustava jedinstvenog elektroničkog prikupljanja statističkih podataka o poslovanju knjižnica pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu (2024), uz provjeru mrežnih mjesta gimnazija radi utvrđivanja postojanja službenog profila na Instagramu. Za IP2 prikupljeni su tekstualni sadržaji objavljeni na Instagramu od trenutka izrade školskog profila do kraja siječnja 2024. godine, pri čemu je provedena analiza ključnih riječi *knjiga*, *pismenost* i *čitanje*, uključujući njihove izvedenice s korijenima *knji-*, *pism-* i *čit-*. Za IP3 provedena je analiza sentimenta metodom LiLaH (2021) na istom korpusu objava, s ciljem utvrđivanja raspodjele pozitivnih, neutralnih i negativnih sentimentata. Metodološki pristup djelomično se oslanja na model analize sentimenta koji je primijenila Vučković (2021) u istraživanju komentara pratitelja na Facebook profilima Baracka Obame i Ive Josipovića, pri čemu je utvrđena prevlast pozitivnih i neutralnih sentimentata.

3.2. Metoda, postupak i uzorak istraživanja

Istraživanje obuhvaća kombinaciju kvalitativnih i kvantitativnih postupaka analize sadržaja i analize sentimenta na uzorku gimnazija sa školskom knjižnicom u Republici Hrvatskoj koje imaju aktivan profil na Instagramu. Analizirane su samo tekstualne objave kojima se informira, izvještava o realiziranim aktivnostima s ciljem razvoja pismenosti s naglaskom na tekstove koji sadrže ključne riječi *čitanje*, *knjiga* i *pismenost*. Analiza tekstualnih objava objavljenih na Instagramu uključuje analizu sadržaja i sentimenta od trenutka izrade školskog profila do 31. siječnja 2024. godine. Profili gimnazija utvrđeni su pretraživanjem službenih mrežnih stranica škola te dodatnim pretraživanjem unutar same platforme Instagram. Analiza je bila usmjerena isključivo na tekstualne objave, bez razmatranja fotografija, videozapisa, *hashtagova* kao zasebnih analitičkih jedinica i korisničke interakcije (komentari, *lajkovi*, dijeljenja). Uvidom u ukupan broj objava na Instagramu svake pojedine škole utvrđena je razlika u trajanju aktivnosti na profilu. Škole koje su otvorile profil i nisu objavljivale svoje sadržaje nisu uvrštene u daljnju analizu sadržaja. Na nacionalnoj razini ukupno su 83 gimnazije koje imaju školsku knjižnicu, od kojih 55 ima otvoren profil na Instagramu, a ukupno 43 škole imaju tekstualne objave s ključnom riječi *čitanje*, 41 škola s ključnom riječi *knjiga* i 31 škola s ključnom riječi *pismenost*.

Postupak istraživanja obuhvatio je sljedeće korake:

- izrada popisa gimnazija u Republici Hrvatskoj u kojima djeluju školske knjižnice, na temelju podataka iz Sustava jedinstvenog elektroničkog prikupljanja statističkih podataka o poslovanju knjižnica Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu (2024)
- pretraživanje mrežne stranice škole i potvrda o djelovanju školske knjižnice
- pretraživanje mrežne stranice škole sa školskom knjižnicom koje imaju profil na društvenoj mreži Instagram
- utvrđivanje aktivnosti i objavljivanje sadržaja na školskom profilu na Instagramu
- preuzimanje tekstualnih objava objavljenih na Instagramu od trenutka izrade profila gimnazije do 31. siječnja 2024. godine, kada je započela analiza; podaci su preuzeti u tablicu programa Microsoft Excel korištenjem alata *instaloader*, pri čemu su prikupljeni naslovi objava i rečenice

Analiza je bila usmjerena isključivo na tekstualne objave, bez razmatranja fotografija, videozapisa, *hashtagova* kao zasebnih analitičkih jedinica i korisničke interakcije (komentari, *lajkovi*, dijeljenja). Uslijedilo je izdvajanje tekstualnih objava koje sadrže ključne riječi *knjiga*, *pismenost* i *čitanje*, uključujući riječi s korijenima *knji-*, *pism-* i *čit-*, provedeno ručno čišćenje podataka i iz dataseta su izbačene/

obrisane sve riječi koje eventualno sadrže korijen, ali se ne tiču istraživanja (potencijalna semantička višeznačnost korijenskog pretraživanja izbjegnuta je dodatnim pročišćavanjem pronađenih riječi te su iz rezultata izbačene/obrisane riječi koje se ne odnose na predmet istraživanja, a eventualno su algoritamski pronađene jer sadrže neki od traženih korijena riječi). Iz daljnje analize isključene su objave koje nisu sadržavale navedene ključne riječi. Na kraju je provedena analiza sentimenta na izdvojenom korpusu tekstualnih objava.

Za analizu sentimenta korišten je alat LiLaH (engl. *The Linguistic Landscape of Hate Speech in Social Media*), razvijen u okviru međunarodnoga istraživačkog projekta uz potporu FWO-a i Slovenske znanstvene zaklade, u suradnji s CliPS-om (Sveučilište u Antwerpenu), Sveučilištem u Ljubljani i Institutom Jožef Stefan.

Alat je prilagođen analizi sadržaja na više jezika, uključujući hrvatski, što je bio važan razlog njegova odabira za ovo istraživanje. Osnovna analiza sentimenta obuhvaćala je klasifikaciju tekstualnih objava u trima kategorijama: pozitivan, neutralan i negativan sentiment. Dodatno, LiLaH omogućuje razradu sentimenta prema deset emocionalnih kategorija: pozitivno, negativno, ljutnja, predviđanje, gađenje, strah, radost, tuga, iznenađenje i povjerenje.

U obradi dobivenih podatka korištena je deskriptivna statistička metoda.

3.3. Rezultati

Prema podacima Sustava jedinstvenog elektroničkog prikupljanja statističkih podataka o poslovanju knjižnica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (Sustav jedinstvenog, 2024), u Republici Hrvatskoj je 2024. godine evidentirano ukupno 1 250 knjižnica osnovnih i srednjih škola u 21 županiji. Od toga broja, 362 knjižnice djeluju u srednjim školama, pri čemu je 83 gimnazijskih ustanova u čijem sastavu djeluje školska knjižnica. Analiza mrežnih stranica pokazala je da 55 od ukupno 83 gimnazija ima izrađen i aktivan profil na društvenoj mreži Instagram, dok preostalih 28 gimnazija nema prisutnost na toj mreži (tablica 1).

U rezultatima se pojavljuju različiti brojevi Instagram profila uključenih u pojedine dijelove analize jer te razlike proizlaze iz činjenice da nisu svi analizirani profili objavljivali sadržaje s korijenom ključnih riječi. Analiza objava povezanih s poticanjem pismenosti provedena je na Instagram profilima 55 gimnazija sa školskom knjižnicom. U analizu su uključene isključivo tekstualne objave koje sadrže ključne riječi povezane s pojmom *knjiga* i književnost te njihove izvedenice s korijenom *knji-* (41 Instagram profil), riječi povezane s pojmom *čitati* i njihove izvedenice s korijenom *čit-* (43 Instagram profil), kao i riječi povezane s pojmom *pismenost* te izvedenice s korijenom *pism-* (31 Instagram profil).

Tablica 1. Popis županija s brojem srednjih škola i gimnazija u čijem sastavu djeluje školska knjižnica u Republici Hrvatskoj

Redni broj	Naziv županije	Broj školskih knjižnica	Broj srednjih škola	Broj gimnazija sa školskom knjižnicom	Instagram u gimnazijama sa školskom knjižnicom
1.	Bjelovarsko-bilogorska	39	13	2	2
2.	Brodsko-posavska	44	11	3	2
3.	Dubrovačko-neretvanska	46	15	3	3
4.	Grad Zagreb	182	64	24	15
5.	Istarska	66	20	3	2
6.	Karlovačka	42	13	2	1
7.	Koprivničko-križevačka	34	8	3	3
8.	Krapinsko-zagorska	41	9	1	0
9.	Ličko-senjska	20	5	1	1
10.	Međimurska	38	7	1	1
11.	Osječko-baranjska	99	26	6	5
12.	Požeško-slavonska	23	9	2	2
13.	Primorsko-goranska	92	30	6	2
14.	Sisačko-moslavačka	44	10	1	1
15.	Splitsko-dalmatinska	136	41	10	5
16.	Šibensko-kninska	35	11	1	1
17.	Varaždinska	53	11	2	2
18.	Virovitičko-podravska	27	9	2	1
19.	Vukovarsko-srijemska	70	15	3	2
20.	Zadarska	56	20	5	3
21.	Zagrebačka	63	14	2	1
Ukupno	1250	362	83	55	

U razdoblju od otvaranja školskog profila na Instagramu do 31. siječnja 2024. godine objavljeno je ukupno 12 312 objava. Od toga, 12 gimnazija (21,8 %) nema nijednu tekstualnu objavu koja sadrži navedene ključne riječi, dok je 43 gimnazije objavilo ukupno 2 208 (17,93 %) objava povezanih s pojmom čitanjem, 41 gimnazija objavila ukupno 281 (2,28 %) objavu povezano s pojmom knjiga i 31 gimnazija objavilo ukupno 322 (2,62 %) objave s općim pojmom pismenost (vidi tablicu 2). Iz tablica je vidljivo da zbroj pojedinih emocionalnih kategorija premašuje ukupan broj objava, što upućuje da je pojedina objava klasificirana u više emocionalnih kategorija.

Analizom objava na Instagramu utvrđeno je da se u sadržajima gimnazija pojavljuje ukupno pedeset različitih leksičkih varijanti riječi s korijenom *knji*-². One se javljaju u različitim kontekstima i obuhvaćaju standardne oblike (npr. knjiga, knjižnica, književnost), njihove gramatičke izvedenice, ali i kolokvijalne, kreativne i složene oblike karakteristične za jezik društvenih mreža (npr. *hashtag*-sintagme, složenice i nestandardne zapise). Pojava takvih oblika upućuje na raznolikost i neformalnost jezičnih praksi u objavama povezanim s pismošću na Instagramu.

Analizom sadržaja na Instagram profilima gimnazija utvrđeno je da se riječi s korijenom *pism*-³ pojavljuju u ograničenom rasponu leksičkih varijanti, ukupno njih osam, uglavnom u standardnim oblicima (npr. pismo, pismenost, pismeni). Riječi s korijenom *čit*-⁴ znatno su zastupljenije te se pojavljuju u četrdeset različitih leksičkih varijanti. One obuhvaćaju osnovne glagolske i imeničke oblike (čitati, čitanje), njihove gramatičke izvedenice, ali i slogane, fraze i kreativne izraze karakteristične za jezik društvenih mreža (npr. godina čitanja, čitanje je zakon, čitanje je fora).

Takva raspodjela upućuje na to da se tematizacija pismenosti u objavama gimnazija na Instagramu pretežito ostvaruje kroz diskurs čitanja, dok je širi pojam pismenosti rjeđe eksplicitno prisutan.

Usporedba frekvencije pojavljivanja riječi pokazuje da su najzastupljenije objave s riječima čiji je korijen *čit*-, kojih je ukupno 2 208, što čini 17,93 % svih analiziranih objava. Znatno rjeđe pojavljuju se objave s riječima čiji je korijen *pism*- (322 objave; 2,62 %) te *knji*- (281 objava; 2,28 %). (tablica 2)

² Te riječi korištene su u različitim kontekstima, a uključuju: knjiga, knjižnici, knjižnice, knjižnica, književnosti, knjigu, knjižnicu, knjižničarke, knjižničarka, knjizi, književnik, književna, ljevak knjige, knjigoljupci, knjizevnost, književnom, književnih, književnim, književnicom, književnog, gradska knjižnica vukovar, književni, književnost, knjigoholičarka, knjigomanija, knjiškimošnjak, književnika, mjeseckknjige, knjižničari, književno, knjižničara, knjiznica, knjižnicom, književnica, književnike, književnice, knjižna, knjizevniklub, književnisusret, knjižnicama, knjižnični, književnicima, knjižničarkom, knjigoljubaca, knjižnica, knjižuljenje, mjesechrvatskeknjige, virutalnknjiznicadrukagimnazija, knjigama.

³ To su: pismo, pismenosti, medijska pismenosti, pismeni, pismenih, pismenom i pismeno.

⁴ Među njima su: čitanja, čitanjem, čitanje, pročitati, pročitajte, čitati, pročitali, čitam, pročitala, čitale, čitanju, pročitao, preporuke za čitanje, čitaonici mreža čitanja, čitali, čitaju, čitajte, pročitanog, čitači, čita, najčitača, najčitačem, čitateljima, čitalačke, čitateljski, čitaonice, čitateljskom, čitatelja, čitateljske, godina čitanja, čitanje je zakon, čitaonicom, čitaj, čitanje je fora, čitat, čitatelje, pročitaju, pročitalo i pročitanje.

Tablica 2. Broj objavljenih tekstualnih sadržaja s korijenom riječi knji-, pism-, čit- na Instagram profilu gimnazija u RH od trenutka otvaranja profila do 31. siječnja 2024.

Red. br.	Gimnazije sa školskom knjižnicom i društvenom mrežom Instagram	Ukupan broj unosa objava	Ukupan broj objava s korijenom riječi knji-	Ukupan broj objava s korijenom riječi pism-	Ukupan broj objava s korijenom riječi čit-	Ukupan broj tekstualnih objava s korijenima ključnih riječi	Datum prve objave na Instagramu koja sadrži ključne riječi
1.	G1	255	22 (8,63 %)	37 (14,51 %)	152 (59,61 %)	211 (82,74 %)	15. 2. 2022.
2.	G2	291	5 (1,72 %)	9 (3,09 %)	67 (23,02 %)	81 (27,83 %)	28. 9. 2018.
3.	G3	11	0	0	0	0	-
4.	G4	303	0	23 (7,59 %)	49 (16,17 %)	72 (23,76 %)	27. 1. 2021.
5.	G5	59	0	0	0	0	-
6.	G6	312	2 (0,64 %)	3 (0,96 %)	29 (9,29 %)	34 (10,89 %)	13. 11. 2019.
7.	G7	10	0	0	0	0	-
8.	G8	1156	15 (1,30 %)	51 (4,41 %)	224 (19,38 %)	290 (25,08 %)	19. 4. 2019.
9.	G9	63	7 (11,11 %)	0	33 (52,38 %)	40 (63,49 %)	3. 9. 2023.
10.	G10	11	0	0	0	0	-
11.	G11	229	3 (1,31 %)	2 (0,87 %)	19 (8,30 %)	24 (10,48 %)	8. 9. 2019.
12.	G12	132	2 (1,52 %)	3 (2,27 %)	15 (11,36 %)	20 (15,15 %)	16. 5. 2022.
13.	G13	192	3 (1,56 %)	4 (2,08 %)	27 (14,06 %)	34 (17,70 %)	22. 2. 2021.
14.	G14	11	0	0	0	0	-
15.	G15	221	4 (1,81 %)	20 (9,05 %)	37 (16,74 %)	61 (27,60 %)	24. 5. 2022.
16.	G16	10	0	0	0	0	-
17.	G17	152	2 (1,32 %)	0	19 (12,50 %)	21 (13,81 %)	9. 10. 2022.
18.	G18	13	0	0	7 (53,85%)	7 (53,85%)	17. 11. 2023.
19.	G19	765	60 (7,84 %)	31 (4,05 %)	270 (35,29 %)	361 (47,18 %)	14. 5. 2019.
20.	G20	96	3 (3,13 %)	0	6 (6,25 %)	9 (9,37 %)	3. 2. 2022.
21.	G21	11	1 (9,09 %)	1 (9,09 %)	4 (36,36 %)	6 (54,54 %)	24. 12. 2023.
22.	G22	11	0	3 (27,27 %)	3 (27,27 %)	6 (54,54 %)	22. 4. 2023.
23.	G23	213	1 (0,47 %)	6 (2,82 %)	8 (3,76 %)	15 (7,04 %)	13. 5. 2022.
24.	G24	939	16 (1,70 %)	20 (2,13 %)	98 (10,44 %)	134 (14,27 %)	30. 10. 2018.
25.	G25	32	0	0	1 (3,13 %)	1 (3,13 %)	12. 5. 2020.
26.	G26	39	1 (2,56 %)	3 (7,69 %)	6 (15,38 %)	10 (25,62 %)	4. 11. 2021.

27.	G27	114	2 (1,75 %)	0	34 (29,82 %)	36 (31,57 %)	17. 5. 2023.
28.	G28	129	0	1 (0,78 %)	34 (26,26 %)	35 (27,13 %)	5. 2. 2020.
29.	G29	19	8 (42,11 %)	0	8 (42,11 %)	16 (84,21 %)	15. 9. 2020.
30.	G30	72	0	0	0	0	-
31.	G31	1614	41 (2,25 %)	20 (1,24 %)	270 (16,73 %)	331 (20,50 %)	30. 8. 2018.
32.	G32	103	2 (1,94 %)	3 (2,91 %)	30 (29,13 %)	35 (33,98 %)	8. 6. 2022.
33.	G33	150	2 (1,33 %)	0	40 (26,67 %)	42 (28 %)	9. 6. 2021.
34.	G34	11	0	0	0	0	-
35.	G35	659	7 (1,06 %)	13 (1,97 %)	217 (32,93 %)	237 (35,96 %)	21. 10. 2019.
36.	G36	1	0	0	0	0	-
37.	G37	931	5 (0,54 %)	1 (0,11 %)	60 (6,44 %)	66 (7,08 %)	26. 4. 2018.
38.	G38	17	0	0	0	0	-
39.	G39	215	2 (0,93 %)	3 (1,40 %)	21 (9,77 %)	26 (12,09 %)	12. 11. 2019.
40.	G40	259	7 (2,70 %)	4 (1,54 %)	52 (20,08 %)	63 (24,32 %)	12. 10. 2022.
41.	G41	68	0	0	7 (10,29 %)	7 (10,29 %)	23. 3. 2023.
42.	G42	10	0	0	2 (20 %)	2 (20 %)	28. 11. 2023.
43.	G43	283	3 (1,06 %)	1 (0,35 %)	51 (18,02 %)	55 (19,43 %)	8. 2. 2018.
44.	G44	113	3 (2,65 %)	9 (7,96 %)	18 (15,93 %)	30 (26,54 %)	18. 10. 2022.
45.	G45	144	1 (0,69 %)	6 (4,17 %)	22 (15,28 %)	29 (20,13 %)	1. 1. 2022.
46.	G46	355	5 (1,41 %)	10 (2,82 %)	32 (9,01 %)	47 (13,23 %)	14. 11. 2019.
47.	G47	1	0	0	0	0	-
48.	G48	747	7 (0,94 %)	14 (1,87 %)	90 (12,05 %)	111 (14,85 %)	26. 11. 2018.
49.	G49	62	0	0	3 (4,84 %)	3 (4,84 %)	26. 2. 2020.
50.	G50	13	0	0	5 (38,46 %)	5 (38,46 %)	3. 2. 2020.
51.	G51	61	6 (9,84 %)	3 (4,92 %)	5 (8,20 %)	14 (22,95 %)	18. 10. 2023.
52.	G52	45	3 (6,82 %)	3 (6,82 %)	39 (88,64 %)	45 (100 %)	24. 1. 2023.
53.	G53	246	8 (3,25 %)	4 (1,63 %)	58 (23,58 %)	70 (28,45 %)	28. 9. 2022.
54.	G54	14	0	0	0	0	-
55.	G55	319	22 (6,90 %)	11 (3,45 %)	36 (11,29 %)	69 (21,63 %)	1. 3. 2021.
Ukupno	12 312	281 (2,28 %)	322 (2,62 %)	2208 (17,93 %)	2811 (22,83 %)	> 2018. godine	

Analiza sentimenta provedena je na tekstualnim objavama s 41 Instagram profila gimnazija sa školskom knjižnicom jer su sadržavale riječi s korijenom knji-. U analizu su uključene ukupno 903 objave, a u jednoj objavi su svi pronađeni sentimente uključeni u analizu. Sentiment je analiziran prema deset kategorija koje koristi alat LiLaH: *positive, negative, anger, anticipation, disgust, fear, joy, sadness, surprise* i *trust* (tablica 3).

Tablica 3. Ukupno sentimenta u Instagram objavama u riječima s korijenom *knji-*

Red. br.	Gimnazija	Županija	Ukupno objava knji-	Positive	Joy	Surprise	Trust	Anticipation	Anger	Neutral	Negative	Disgust	Fear	Sadness
1.	G1	Bjelovarsko-bilogorska županija	53	45	28	17	34	27	11	4	21	8	12	7
2.	G2		13	10	6	3	6	3	0	2	2	0	1	0
3.	G4	Brodsko-posavska županija	28	15	3	1	10	8	3	11	5	1	8	0
4.	G6	Dubrovačko-neretvanska županija	11	9	5	2	9	5	0	0	1	0	0	2
5.	G8	Grad Zagreb	51	41	18	7	24	16	2	9	6	1	6	4
6.	G9		11	11	6	3	7	5	2	0	4	2	2	3
7.	G11		8	5	1	2	3	3	2	3	3	1	3	3
8.	G12		9	6	1	0	2	3	0	1	0	0	0	0
9.	G13		8	4	4	0	2	3	0	3	1	1	2	1
10.	G15		20	19	16	10	16	16	4	1	7	3	5	8
11.	G17		19	11	3	4	5	6	1	6	3	0	1	4
12.	G18		2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
13.	G19		103	57	28	18	36	30	4	34	14	2	16	11
14.	G20		6	3	1	1	1	1	0	3	0	0	0	0
15.	G21		4	3	3	2	3	2	0	1	1	0	0	0
16.	G23		7	7	4	2	3	2	0	0	2	0	0	2
17.	G24	Istarska županija	50	33	16	7	27	10	3	12	6	3	5	4
18.	G26	Karlovačka županija	3	1	1	1	1	2	1	0	2	0	2	1
19.	G27	Koprivničko-križevačka županija	7	7	1	1	5	2	2	0	4	1	2	1
20.	G28		10	10	6	2	10	5	3	0	2	0	1	0
21.	G29		17	13	6	4	6	5	2	4	2	4	2	2
22.	G31	Međimurska županija	105	90	46	15	79	49	14	8	21	5	14	11
23.	G32	Osječko-baranjska županija	8	8	6	7	7	6	1	0	5	1	3	3
24.	G33		12	11	6	6	10	6	0	1	5	0	2	4
25.	G35		46	42	33	13	42	24	9	0	17	6	12	9

26.	G37	Požeško-slavonska županija	23	10	6	4	6	5	1	12	3	1	5	1
27.	G39	Primorsko-goranska županija	8	1	1	1	0	0	2	5	2	2	2	2
28.	G40	Sisačko-moslavačka županija	19	15	9	5	12	8	1	4	6	0	3	2
29.	G41	Splitsko-dalmatinska županija	2	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1
30.	G42		5	3	0	0	2	1	0	2	0	0	0	0
31.	G43		5	3	0	0	1	2	1	0	2	0	3	0
32.	G44		17	13	7	1	11	5	4	1	5	1	5	4
33.	G45		5	5	4	1	4	2	0	0	0	0	0	0
34.	G46	Šibensko-kninska županija	19	14	5	3	9	4	3	3	5	1	3	1
35.	G48	Varaždinska županija	17	14	10	8	8	10	0	3	3	0	6	0
36.	G49	Virovitičko-podravska županija	3	3	1	1	2	1	0	0	3	1	2	0
37.	G50	Vukovarsko-srijemska županija	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
38.	G51		12	9	4	2	6	5	0	2	2	0	0	0
39.	G52	Zadarska županija	21	15	10	4	8	7	0	6	4	1	5	1
40.	G53		55	48	27	25	35	29	12	3	21	5	19	13
41.	G55	Zagrebačka županija	40	27	13	6	17	16	4	8	9	0	8	3
Ukupno 41 gimnazija	19 županija	903	668	355	195	488	347	95	462	209	53	168	108	

Objave 31 gimnazije sa školskom knjižnicom u Republici Hrvatskoj na Instagramu sadrže ukupno 189 tekstualnih objava s riječima čiji je korijen pism-, koje su analizirane prema deset kategorija sentimenata (tablica 4).

Tablica 4. Ukupno sentimenata u Instagram objavama u riječima s korijenom pism-

Red. br.	Gimnazija	Županija	Ukupno objava pism-	Positive	Joy	Surprise	Trust	Anticipation	Anger	Neutral	Negative	Disgust	Fear	Sadness
1.	G1	Bjelovarsko-bilogorska županija	14	8	4	2	6	2	2	3	5	1	3	2
2.	G2		3	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
3.	G4	Brodsko-posavska županija	10	6	2	3	2	4	1	2	2	0	1	1
4.	G6	Dubrovačko-neretvanska županija	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0

5.	G8	Grad Zagreb	28	22	7	4	17	12	1	1	9	2	3	6
6.	G11		4	3	2	1	2	2	1	1	1	0	1	1
7.	G12		2	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
8.	G13		2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
9.	G15		10	8	5	1	6	4	1	2	2	1	2	1
10.	G19		16	12	8	3	10	8	0	3	2	1	2	2
11.	G22		1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
12.	G23		2	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
13.	G24	Istarska županija	9	7	3	1	5	3	0	2	2	0	3	0
14.	G26	Karlovačka županija	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15.	G28	Koprivničko-križevačka županija	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
16.	G31	Međimurska županija	9	7	2	1	6	5	0	1	1	0	0	0
17.	G32	Osječko-baranjska županija	2	2	2	1	2	2	0	0	1	1	0	1
18.	G35		6	6	4	0	5	6	1	0	2	0	2	1
19.	G37	Požeško-slavonska županija	4	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0
20.	G39	Primorsko-goranska županija	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
21.	G40	Sisačko-moslavačka županija	2	2	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0
22.	G41	Splitsko-dalmatinska županija	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1
23.	G43		3	2	1	1	1	2	1	0	2	0	2	1
24.	G44		4	4	1	1	3	3	1	0	1	0	1	0
25.	G45		5	3	2	2	3	4	0	0	0	0	1	0
26.	G46	Šibensko-kninska županija	5	4	2	0	2	3	0	0	0	0	0	0
27.	G48	Varaždinska županija	5	4	3	3	3	3	0	1	2	0	1	0
28.	G51	Vukovarsko-srijemska županija	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
29.	G52	Zadarska županija	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
30.	G53		5	5	3	1	5	2	3	0	4	2	2	1
31.	G55	Zagrebačka županija	5	5	0	0	1	2	1	0	2	0	0	2
ukupno	31 gimnazija	18 županija	189	139	64	30	97	81	16	391	47	9	29	22

Objave 43 gimnazije sa školskom knjižnicom u Republici Hrvatskoj na Instagramu obuhvaćaju ukupno 1 646 tekstualnih objava s riječima čiji je korijen čit-, koje su analizirane prema deset kategorija sentimenata, pozitivnih i negativnih, a neutralni nisu u kategoriji pozitivnih i negativnih sentimenata (tablica 5).

Tablica 5. Ukupno sentimenta u Instagram objavama u riječima s korijenom *čit-*

Red. br.	Gimnazija	Županija	Ukupno objava <i>čit-</i>	Positive	Joy	Surprise	Trust	Anticipation	Anger	Neutral	Negative	Disgust	Fear	Sadness
1.	G1	Bjelovarsko-bilogorska županija	58	49	32	19	36	27	8	4	23	8	13	9
2.	G2		36	30	17	10	18	20	3	3	12	3	8	8
3.	G4	Brodsko-posavska županija	29	20	7	3	11	8	5	6	9	1	4	2
4.	G6	Dubrovačko-neretvanska županija	32	29	11	6	21	11	5	1	10	0	5	3
5.	G8	Grad Zagreb	146	101	49	24	70	50	9	23	33	10	21	14
6.	G9		14	13	6	4	10	7	5	1	6	2	5	5
7.	G11		19	13	10	7	8	3	4	5	4	1	4	4
8.	G12		14	9	0	0	3	1	1	5	2	0	0	0
9.	G13		19	12	9	3	9	6	1	7	3	0	1	1
10.	G15		36	33	29	21	25	25	7	1	13	7	11	12
11.	G17		12	8	4	0	5	3	1	4	1	1	1	1
12.	G18		3	2	1	1	2	0	0	1	0	0	0	0
13.	G19		141	103	59	34	68	56	13	31	35	14	29	27
14.	G20		5	5	3	2	3	2	1	0	1	1	1	2
15.	G21		1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0
16.	G22		3	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
17.	G23		12	11	2	0	8	4	0	0	2	0	2	0
18.	G24	Istarska županija	80	65	44	26	51	38	12	10	30	13	13	15
19.	G25		2	2	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0
20.	G26	Karlovačka županija	4	2	1	1	2	3	1	1	2	0	1	1
21.	G27	Koprivničko-križevačka županija	30	23	12	5	20	10	2	5	4	2	5	4
22.	G28		20	18	10	4	13	10	1	2	4	1	5	1
23.	G29		5	4	2	1	1	1	0	1	0	0	0	0
24.	G31	Međimurska županija	238	209	116	69	164	112	28	19	59	15	42	27
25.	G32	Osječko-baranjska županija	31	29	16	9	25	17	1	1	13	7	7	6
26.	G33		25	25	16	11	22	14	3	0	9	1	7	7
27.	G35		149	131	85	42	118	69	23	8	46	11	36	23
28.	G37	Požeško-slavonska županija	43	31	20	11	20	15	5	11	8	4	9	6
29.	G39	Primorsko-goranska županija	13	6	4	2	5	4	1	6	2	0	2	0
30.	G40	Sisačko-moslavačka županija	25	20	10	6	11	10	1	5	3	0	3	3

31.	G41	Splitsko-dalmatinska županija	7	2	1	0	2	1	0	2	1	0	1	1
32.	G42		3	3	2	1	3	1	0	0	1	0	0	0
33.	G43		36	24	10	8	18	8	5	10	8	2	5	1
34.	G44		18	14	6	4	9	9	5	4	6	0	6	4
35.	G45		17	13	8	4	13	7	1	2	1	1	2	1
36.	G46	Šibensko-kninska županija	34	27	17	8	22	15	4	3	16	10	13	11
37.	G48	Varaždinska županija	45	32	21	16	23	22	4	9	8	3	11	5
38.	G49	Virovitičko-podravska županija	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
39.	G50	Vukovarsko-srijemska županija	3	3	1	0	3	2	0	0	1	1	1	1
40.	G51		7	7	5	4	6	6	1	0	2	1	1	2
41.	G52	Zadarska županija	18	13	9	4	9	7	1	5	5	3	7	3
42.	G53		46	41	27	20	33	26	10	1	21	3	14	12
43.	G55	Zagrebačka županija	31	26	10	6	21	12	7	2	8	1	6	4
Ukupno 43 gimnazija	19 županija	1646	1320	752	433	991	700	190	221	439	132	329	239	

Analiza sentimenta tekstualnih objava na Instagram profilima gimnazija sa školskom knjižnicom obuhvatila je ukupno 2 738 objava s prepoznatim sentimentima. Od toga se 903 objave odnose na riječi s korijenom knji-, 189 na riječi s korijenom pism- a 1 646 na riječi s korijenom čit- (tablica 6). U tablici su podaci o ukupnom broju detektiranih emocionalnih oznaka unutar objava.

Tablica 6. Ukupno tekstualnih objava na Instagramu prema korijenu riječi čit-, pism- i knji- u analizi sentimenta

Korijen riječi	Ukupno objava	Positive	Joy	Surprise	Trust	Anticipation	Neutral	Negative	Anger	Disgust	Fear	Sadness
čit-	1646	1320	752	433	991	700	221	439	190	132	329	239
pism-	189	139	64	30	97	81	391	47	16	9	29	22
knji-	903	668	355	195	488	347	462	209	95	53	168	108

Daljnjom analizom izračunate su ukupne objave koje mogu sadržavati jedan ili više pozitivnih, negativnih i neutralnih sentimenta u tekstualnim objavama na Instagramu prema skupinama riječi s korijenima knji-, pism- i čit-. Pozitivni sentiment najzastupljeniji su u objavama s riječima s korijenom čit- (1646), dok

se negativni sentimenti (*anger, negative, disgust, fear, sadness*) pojavljuju znatno rjeđe, kao i neutralni sentimenti. Pozitivni sentiment u objavama s korijenom knji- također prevladavaju (903), a manje su zastupljeni negativni i neutralni sentiment. Pozitivni sentiment su najmanje zastupljeni u objavama s korijenom pism- (189), u odnosu na prethodne objave s pojmovima knji- i čit, i manje su zastupljeni negativni i neutralni sentiment.

4. Rasprava

Instagram je rasprostranjen u različitim demografskim skupinama, što ga čini relevantnom platformom i u kontekstu odgojno-obrazovnih ustanova.

Školske ustanove na nacionalnoj razini koriste mrežne stranice u svrhu objava školskih aktivnosti, informacija, vijesti i drugih informativnih sadržaja, među kojima su i objave kojima se promovira pismenost. Mrežnim stranicama škola prethodilo je izdavanje školskih časopisa i monografija koje su bile izdane u fizičkom formatu. No uslijed pojave i raširenosti korištenja društvenih mreža škole su otvorile svoje profile na društvenim mrežama, prvo na Facebooku, potom i na Instagramu i YouTubeu. Profili škola na društvenim mrežama, među kojima je i Instagram, koristi se u promociji školskih i izvanškolskih događanja i namijenjena je kako općoj školskoj komunikaciji (događanja, uspjesi, obavijesti) tako i lokalnoj užoj i široj zajednici. U hrvatskom kontekstu nisu dostupna istraživanja koja kvantitativno analiziraju korištenje Instagrama u odgojno-obrazovnom kontekstu. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da većina gimnazija sa školskom knjižnicom u Republici Hrvatskoj prepoznaje Instagram kao alat za prisutnost i vidljivost u digitalnom okruženju jer gotovo dvije trećine takvih gimnazija ima aktivan profil na toj društvenoj mreži. Ti su rezultati u skladu s ranijim istraživanjima na svjetskoj razini koja upućuju na to da škole i knjižnice društvene mreže koriste kao dopunu tradicionalnim oblicima informiranja i promocije svoga rada (Kotromanović, Horvat i Čuljak, 2020; Saputra, Radhitya i Subawa, 2024).

Analiza sadržaja objava pokazala je jasnu tematsku neravnotežu u korist čitanja, pri čemu su objave povezane s riječima s korijenom čit- znatno zastupljenije u odnosu na objave povezane s pojmovima *pismenosti* (pism-) i *knjige* (knji-). Taj rezultat upućuje na to da se pismenost u praksi objavljivanja na Instagramu najčešće operacionalizira kroz čitalačke aktivnosti, dok se širi koncept pismenosti rjeđe eksplicitno tematizira. Slični obrasci uočeni su i u drugim istraživanjima, u kojima se društvene mreže ponajprije koriste za promociju čitanja i čitalačke pismenosti (Obrovac Lipar, 2024), dok su ostali oblici pismenosti manje vidljivi u javnom diskursu.

Rezultati analize sentimenta dodatno pokazuju da je diskurs povezan s čitanjem, knjigama i pismenošću na Instagram profilima gimnazija sa školskim knjižnicama

pretežito pozitivan. Prevlast pozitivnih sentimenata u svim analiziranim skupinama riječi sugerira da se sadržaji vezani za pismenost predstavljaju afirmativno, motivacijski i promotivno, uz razmjerno mali udio neutralnih i negativnih izraza. Takav nalaz u skladu je s prethodnim istraživanjima analize sentimenta na društvenim mrežama, koja također bilježe dominaciju pozitivnog i neutralnog tona u institucionalnim objavama (Vučković, 2021).

Pozitivan emocionalni okvir u objavama vezanim za čitanje i pismenost može imati važnu ulogu u motiviranju učenika i jačanju njihova odnosa prema učenju. Dosadašnja istraživanja pokazuju da primjereno korištenje društvenih mreža može pridonijeti povećanju samopoštovanja (Khoo, Yang i Toh 2024), motivacije za učenje (Widarti i sur., 2024) te školskog uspjeha (Pavin Banović i Dravinski, 2020). U tom kontekstu školske knjižnice, kao središta razvoja informacijske i čitalačke pismenosti, imaju potencijal koristiti društvene mreže kao prostor za vidljivost svojih aktivnosti i približavanje knjižničnih sadržaja učenicima u digitalnom okruženju (Pavin Banović i Banek Zorica, 2024). Napominjemo da u domaćem i međunarodnom kontekstu zasad nisu dostupna slična istraživanja te izostaje referentni okvir uz pomoć kojega bi se moglo procijeniti je li komunikacija o istraživanim temama očekivana, visoka ili niska.

Praktična vrijednost istraživanja teme o korištenju društvenih mreža u odgojno-obrazovnim ustanovama u svrhu promocije internog školskog i knjižničnog djelovanja očituje se u potrebi sustavnog rada, npr. školskoga tima za odnose s javnošću. Rezultati mogu potaknuti razmatranje na izradu i uspostavljanje komunikacijskih strategija odgojno-obrazovnih ustanova i školskih knjižnica u svrhu planiranja sadržaja vezanih za čitalačku i informacijsku pismenost korištenjem društvenih mreža.

5. Zaključak

Odgojno-obrazovne ustanove u čijem sastavu djeluju školske knjižnice osiguravaju knjižnično-informacijsku podršku razvoju pismenosti u skladu sa školskim kurikulumom i programima rada. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da Instagram profili hrvatskih gimnazija sa školskim knjižnicama služe kao prostor za objavljivanje sadržaja povezanih s knjigom, čitanjem i pismenošću, pri čemu je tematski naglasak dominantno usmjeren na čitalačku pismenost.

Analiza objava upućuje na to da se pismenost u praksi objavljivanja najčešće operacionalizira kroz čitanje, dok su širi koncepti pismenosti rjeđe eksplicitno zastupljeni. Istodobno, analiza sentimenta pokazala je prevlast pozitivnih izraza u objavama povezanim s knjigom, čitanjem i pismenošću, što je u skladu s prirodom institucionalnih objava s obzirom na promotivni i afirmativni karakter obrazovnih sadržaja. Iako su neutralni i negativni sentimenti znatno rjeđe zastupljeni, njihova

prisutnost upućuje na potrebu promišljenijeg i dosljednijeg pristupa objavljivanju sadržaja na društvenim mrežama.

Dobiveni nalazi ukazuju da školske knjižnice imaju potencijal koristiti društvene mreže kao dopunu postojećim oblicima promicanja čitanja i pismenosti, pri čemu je važno osigurati jasnu svrhu, kontinuitet i usklađenost objava s obrazovnim ciljevima škole. U tom kontekstu razvoj školskih smjernica za korištenje društvenih mreža može pridonijeti većoj prepoznatljivosti knjižničnih aktivnosti i dosljednijem predstavljanju njihove uloge u školskom okruženju.

Ovo istraživanje predstavlja jedan od mogućih pristupa analizi tekstualnih sadržaja objavljenih na Instagramu. Buduća istraživanja mogla bi obuhvatiti i druge elemente objava, poput *hashtagova*, vizualnih sadržaja, *emotikona* i komentara pratitelja, kao i usporedbe s praksama u strukovnim školama ili na drugim društvenim mrežama. Takva bi proširenja omogućila potpuniji uvid u načine na koje se teme knjige, čitanja i pismenosti pojavljuju i oblikuju u digitalnom okruženju odgojno-obrazovnih ustanova.

Zahvala

Zahvaljujemo Davoru Banoviću, product manageru u tvrtki Barrage d.o.o. iz Osijeka, na doprinosu u prikupljanju i filtriranju podataka s Instagram profila hrvatskih gimnazija na temu knjige, čitanja i pismenosti za potrebe ovoga istraživanja.

LITERATURA

- Barry, J. R.; E. A. Lee i D. G. Messerschmitt (2004). *Digital Communication*. 3rd edition. Springer.
- Bedi, P. i C. Sharma (2016). Community detection in social networks. *Wiley interdisciplinary reviews: Data mining and knowledge discovery* 6, 3: 115–135. <https://doi.org/10.1002/widm.1178>
- Carr, C. T. i R. Hayes (2015). Social media: defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication* 23, 1: 46–65. <https://doi-org.ezproxy.nsk.hr/10.1080/15456870.2015.972282>
- Çiğdem, B. (2022). Inclusive media education in the diverse classroom: a participatory action research in Germany. *Media and Communication* 10, 4: 305–316. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5640>
- Cusumano, M. A.; D. B. Yoffie i A. Gawer (2020). *The future of platforms*. U: Cusumano, M. A., Gawer, A. i Yoffie, D. B. (ur.), *The Business of platforms: strategy in the age of digital competition, innovation, and power* (str. 46–54). New York: Harper Business.

- DataReportal (2025a). *Global social media statistics*. [citirano: 2025-02-10]. Dostupno na: <https://datareportal.com/social-media-users?rq=global%20statistics>
- DataReportal (2025b). *Instagram users, stats, data & trends for 2025*. [citirano: 2026-02-10]. Dostupno na: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- Díaz-Herrera, L.; N. González-Fernández i I. Salcines-Talledo (2022). Critical thinking in primary school teachers on the use of Instagram and TikTok. *Education In The Knowledge Society* 23. <https://doi.org/10.14201/eks.27569>
- Diklić, J.; M. Nakić i D. Šošić (2019). Edukativna uloga društvenih mreža u medijskom odgoju djeteta. *Communication Management Review* 4, 1: 178–195. <https://doi.org/10.22522/cmr20190146>
- El Amine Ghobri, R.; F. Z. Benzert i M. Balas (2021). Educationalizing Instagram for virtual instruction in COVID-19: a pragmatic framework. *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies* 17, 61: 1–16. <https://doi.org/10.4018/IJWLTT.287621>
- Elaturoti, A. B. (2018). Sustainable development: the role of school libraries. *Library Philosophy and Practice (e-journal)* 2196. [citirano: 2024-04-10]. Dostupno na: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5604&context=libphilprac>
- Fourie, I. i A. Meyer (2016). Role of libraries in developing an informed and educated nation. *Library hi tech* 34, 3: 422–432. <https://doi.org/10.1108/LHT-01-2016-0009>
- García, A. R.; M. Gutiérrez-Arenas i I. Ruiz-Calzado (2025). Social networks: influence on the deep learning of secondary school students. *Digital education review* 46: 40–50. <https://doi.org/10.1344/der.2025.46.40-50>
- Hernianti i sur. (2023). Hernianti; Citrakesumasari; J. Nurhaedar; R. Indriasari; A. Zulkifli i H. Amqam. Education using instagram on knowledge, attitudes and eating habits as prevention of anemia in adolescent girls in Makassar. *Journal of Public Health and Development* 21, 2: 82–90. <https://doi.org/10.55131/jphd/2023/210207>
- Herring, J. (2007). Teacher librarians and the school library. U: Ferguson, S. (ur.), *Libraries in the twenty-first century: charting new directions in information* (str. 27–42). New South Wales Australia: Centre for Information Studies.
- IFLA (2021). *IFLA School Library Manifesto* [citirano: 2025-04-06]. Dostupno na: https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/school-libraries-resource-centers/publications/ifla_school_manifesto_2021.pdf
- John, R. (2023). Muzejska komunikacija i suvremeni izazovi: istraživanje komunikacije hrvatskih muzeja za vrijeme pandemije COVID-19. *Suvremeni Mediteran* 2, 1: 1–27. <https://doi-org.ezproxy.nsk.hr/10.17818/SM/2023/1.1>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2026: Croatia*. [citirano: 2025-02-10]. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-croatia?rq=social%20media%20in%20croatia>

- Kennedy, G. (2015). *Social media: master social media marketing: Facebook, Twitter, Youtube & Instagram*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Khoo, S. S.; H. Yang i W. X. Toh (2024). Leveraging Instagram to enhance self-esteem: a self-affirmative intervention study and multilevel mediation analysis. *Computers in Human Behavior* 150: 107972. <https://doi-org.ezproxy.nsk.hr/10.1016/j.chb.2023.107972>
- Kolmykova (2021). Kolmykova, M.; N. Gavrilovskaya; M. Barsukova i D. Kozlovskaya. Use of microblogging, social networking, and short messages in e-learning for information culture building. *International Journal of Emerging Technologies In Learning* 16, 14: 22–37. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i14.22391>
- Kotromanović, M.; D. Horvat i M. Čuljak (2020). Društvene mreže kao most između stvarnog i virtualnog u doba pandemije. *Knjižničarstvo* 24, 1/2: 163–177. [citirano: 2025–10–10]. Dostupno na: <https://hrcak-srce-hr.ezproxy.nsk.hr/252327>
- Kyrpa, A. V. (2021). Using instagram social network when teaching english to students of senior school. *Information Technologies And Learning Tool* 86, 6: 52–69. <https://doi.org/10.33407/itlt.v86i6.4491>
- LiLaH (2021). The Linguistic Landscape of Hate Speech in Social Media. Computational Linguistics and Psycholinguistics research center (CLiPS). [citirano: 2024–24–01]. Dostupno na: <https://lilah.eu/>
- Mandić, S. (2022). Obilježja korištenja Snapchata kod zagrebačkih srednjoškolaca. *Ljetopis socijalnog rada* 29, 3: 471–495. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v29i3.498>
- Marrone, J.; K. Chapman i D. W. Fuller (2004). A Community of learning: the digital school district. U: Fuller, D. W. (ur.), *The Digital school library, emerging electronic learning communities K–12* (str. 133–147). Salt Lake City: Hi Willow Research and Publishing.
- Mihailidis, P. (2012). Media literacy and learning commons in the digital age: toward a knowledge model for successful integration into the 21st century school library. *The Journal of Research on Libraries and Young Adults* 2: 1–13. <https://www.yalsa.ala.org/jrlya/2012/04/media-literacy-and-learning-commons-in-the-digital-age-toward-a-knowledge-model-for-successful-integration-into-the-21st-century-school-library/>
- Miller, S. M. i W. Bass (2019). *Leading from the library: help your school community thrive in the digital age*. International Society for Technology in Education.
- Nguyen, V. H.; E. R. Lyden i S. D. Yoachim (2021). Using Instagram as a tool to enhance anatomy learning at two US dental schools. *Journal of Dental Education* 85, 9: 1525–1535. <https://doi.org/10.1002/jdd.12631>
- Obrovac Lipar, S. (2024). Uloga društvene mreže Instagram u promociji čitanja. *Napredak* 165, 1/2: 103–123. <https://doi.org/10.59549/n.165.1-2.5>
- Pareja-Olcina, M. (2021). Teaching spelling through Instagram: Spanish language in the high school classroom. *Ubiquitous Learning: An International Journal* 15, 1: 23–36. <https://doi.org/10.18848/1835-9795/CGP/v15i01/23-36>

- Pavin Banović, A. i M. Banek Zorica (2024). Centri stjecanja kompetencija informacijske pismenosti. U: Rosanda Žigo, I., Lasić-Lazić, J. i Mandić, A. (ur.). *Zbornik radova s Međunarodne doktorske konferencije za doktorande poslijediplomskih sveučilišnih doktorskih studija iz područja Medija i komunikacije održane u Koprivnici 23. i 24. 11. 2023.* (str. 273–287). Koprivnica, Varaždin: Sveučilište Sjever.
- Pavin Banović, A. i S. Dravinski (2020). Social networks for better education and better grades. *Život i škola* 66, 1: 55–65. <https://doi.org/10.32903/zs.66.1.5>
- Peroš, R. (2015). Uloga društvene mreže Facebook u komuniciranju s posjetiteljima muzeja (na primjeru Narodnoga muzeja Zadar). *Hum* 10, 14: 76–103. [citirano: 2025–11–10]. Dostupno na: <https://hrcak-srce-hr.ezproxy.nsk.hr/216292>
- Rey, L. P.; M. Diez Bosch i V. Israel Turim (2024). Climate change and social networks: the use of Instagram and TikTok among secondary-school students in relation with sustainability. *Comunicação Mídia E Consumo* 21, 61. <https://doi.org/10.18568/cmc.v21i61.2926>
- Rubio-Hernández i sur. (2025). Rubio-Hernández, F. J.; A. Díaz-López; V. Caba-Machado i E. González-Calahorra. Mediating effect of self-monitoring on self-esteem and Instagram use in adolescents. Relationships with academic performance and technological stress. U: Almenara, J. C., Gutiérrez Castillo, J. J. i Gallego Pérez, O. M. (ur.), *Pixel Bit: Revista De Medios Y Educacion N° 72 Enero Cuatrimestral* (str. 87–102). Sevilla: Universidad de Sevilla. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.110171>
- Saputra, I. W. K. W.; M. L. Radhitya i I. G. A. Subawa (2024). Ratio analysis of social media platform Instagram using the exploratory method. *TECHNOVATE: Journal of Information Technology and Strategic Innovation Management* 1, 1: 21–27.
- Shamsi, G. (2017). Digital library and future. U: Karn, B., Karn, S. K. i Kumar, B. (ur.), *Proceedings Jilacon '17. National Conference on Library & Information Management in Digital Environment, February 25–26, 2017, JILA Jharkhand Information & Library Association* (str. 48–54). Lord's Publishing House.
- Sustav jedinstvenog* (2024). Nacionalna i sveučilišna knjižnica Zagreb. *Sustav jedinstvenog prikupljanja statističkih podataka o knjižnicama*. [citirano: 2026–2–10]. Dostupno na: <https://hk.nsk.hr/>
- Upadhyay, S. R. (2017). Changing role of libraries in social media age. U: Karn, B., Karn, S. K. i Kumar, B. (ur.), *Proceedings Jilacon '17. National Conference on Library & Information Management in Digital Environment, February 25–26, 2017, JILA Jharkhand Information & Library Association* (str. 392–396). Lord's Publishing House.
- Vučković, M. (2021). Mržnja ili ljubav na Facebooku: analiza sentimenta korisničkih komentara. *Suvremene teme* 12, 1: 27–48. <https://doi.org/10.46917/st.12.1.2>
- Widarti i sur. (2024). Widarti, H. R.; D. A. Rokhim; S. Yamtinah; A. S. Shidiq i A. Baharsyah. Instagram-based learning media: improving student motivation and learning outcomes in reaction rate. *Jurnal Ilmiah Peuradeun* 12, 1: 165–182. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v12i1.957>

Williams, B. F.; M. K. Charney i B. Smith (2015). Growing our vision together: forming a sustainability community within the American Library Association. *Sustainability: Science, Practice & Policy* 11, 2. <https://doi-org.ezproxy.nsk.hr/10.1080/15487733.2015.11908147>