


POZICIONIRANJE KNJIŽNICE U VIRTUALNOM SVIJETU DRUŠTVENE MREŽE FACEBOOK: PET GODINA FACEBOOK STRANICE KGZ – KNJIŽNICA GAJNICE

POSITIONING THE LIBRARY IN THE VIRTUAL WORLD OF
THE FACEBOOK SOCIAL NETWORK: FIVE YEARS OF THE
KGZ – GAJNICE LIBRARY FACEBOOK PAGE

Zvezdana Balić  Knjižnice grada Zagreba
zvvezdana.balic@kgz.hr

Morena Livaković Ivanović  Knjižnice grada Zagreba
morena.livakovic@kgz.hr

Lucija Lokin  Knjižnice grada Zagreba
lucija.lokin@kgz.hr

UDK / UDC: [027.022(497.521.2):004.738.5]“2020/2025“

Stručni rad / Professional paper

<https://doi.org/10.30754/vbh.69.1.1576>

Primljeno / Received 15. 1. 2026.

Prihvaćeno / Accepted 9. 3. 2026.



Sažetak

Cilj. Rad nastoji prikazati primjer dobre prakse koji Knjižnica Gajnice provodi na svojoj Facebook stranici pokrenutoj tijekom pandemije bolesti COVID-19.

Pristup/metodologija/dizajn. U uvodnom dijelu rada autorice se osvrću na razvoj interneta i društvenih mreža, s posebnim osvrtom na Facebook i na mogućnosti knjižničnog predstavljanja putem društvenih mreža na temelju odabranih članaka. Središnji dio rada temelji se na analizi djelovanja stranice Facebook Knjižnice Gajnice u petogodišnjem razdoblju: od njezinog početka 2020. godine do danas.

Rezultati. Pozitivne reakcije na posebno osmišljene objave potvrdile su potrebu korisnika i članova da putem društvenih mreža dobivaju informacije o svim aktualnostima koje se tiču knjižnice, od promjena u radnom vremenu do preporuka naslova.

Ograničenja. Društvena mreža Facebook postavlja pred administratore stranica određena pravila kojih se moraju pridržavati ako ne žele da im sadržaj bude uklonjen, što može predstavljati problem za administratore. To se ponajviše odnosi na zabranu izravnog obraćanja djeci mlađoj od 13 godina koja su važna skupina korisnika knjižničnih usluga.

Praktična primjena. Zahvaljujući pomno opisanim fazama razvoja i oblicima komunikacije s korisnicima u virtualnom obliku, ovaj rad može poslužiti kao primjer dobre prakse drugim narodnim knjižnicama i potencijalnim budućim administratorima.

Društveni značaj. Knjižnica Gajnice svojim objavama na stranici Facebook pruža jasne, korisne i edukativne informacije koje su važne kako za korisnike tako i za lokalnu, ali i širu zajednicu. Vodeći brigu o cjeloživotnom obrazovanju korisnika i zaposlenika, kreirajući siguran prostor za sve pratitelje, bez diskriminacije i cenzure te promovirajući svoje brojne usluge, Knjižnica Gajnice ispunjava misiju i viziju Knjižnica grada Zagreba.

Originalnost/vrijednost. Proširenjem usluga koje pruža Knjižnica Gajnice i u digitalno okruženje došlo se do novih korisnika koji nisu nužno vezani za sam fizički prostor knjižnice, čime se povećala i vidljivost same knjižnice.

Gljučne riječi: društvene mreže; Facebook; narodna knjižnica; nove vrste korisnika; digitalna zajednica

Abstract

Aim. The paper aims to present an example of good practice implemented by the Gajnice Library on its Facebook page, launched during the COVID-19 pandemic.

Approach/Methodology/Design. In the introductory part of the paper, the authors provide a brief overview of the development of the Internet and social networks, with a particular focus on Facebook and the possibilities of library representation through social media. The central part of the paper is based on an overview of the activities of the Gajnice Library's Facebook page over a five-year period, from its inception in 2020 to the present.

Results. Positive reactions to specially designed posts confirmed the users' and members' need to receive information about all current events related to the library through social media – from changes in opening hours to book recommendations.

Limitations. Facebook imposes certain rules on page administrators, which must be followed to avoid content removal. This can pose a challenge, particularly in terms of the platform's restriction on directly addressing children under the age of 13, an important group of library users.

Practical application. By carefully describing phases of development and forms of virtual communication with users, this paper may serve as a model of good practice for other public libraries and future page administrators.

Social Impact. Through its Facebook posts, the Gajnice Library provides clear, useful, and educational information important to both users and the local – as well as broader – community. By supporting lifelong learning for users and staff, creating a safe space for all followers without discrimination or censorship, and promoting its many services, the Gajnice Library fulfils the mission and vision of the Zagreb City Libraries.

Originality/Value. By expanding its services into the digital environment, the Gajnice Library has reached new users who are not necessarily tied to the library's physical space, thereby increasing its overall visibility.

Keywords: digital community; Facebook; new types of users; public library; social media

1. Uvod

Internet je promijenio svijet, a društvene su mreže promijenile internet. Pojavom fenomena weba 2.0 koji je svijet učinio „globalnim selom“, mnogima se učinilo da se i sam svijet suzio jer su brojne informacije postale dostupne tek jednim klikom miša, a istovremeno i povećao zbog sve vidljivijih razlika među stanovništvom, ponajviše onih klasnih koje podrazumijevaju i samu dostupnost informacijske i informatičke strukture.

Prema Holcer (2017: 149), definiciju weba 2.0 nije lako postaviti, posebice s obzirom na to da je njegov razvoj nestalan i nepredvidiv fenomen, no može se reći da je „web 2.0 kombinacija tehničkih rješenja, platformi, programa i aplikacija te korisnika (bilo da se radi o pojedincima, ustanovama ili tvrtkama) i njihovih želja, potreba, korištenja i ponašanja“.

Društvene mreže danas su postale virtualni prostori u kojima supostoji mnoštvo različitih profila i stranica, kako ljudi tako i organizacija, a suvremeno društvo sve se češće opisuje kao društvo mreža – „stvoreno oko osobnih i organizacijskih mreža pokretanih digitalnom tehnologijom i komuniciranim putem interneta“ (Leburić, Čapin i Čurković, 2021: 50). Iako se tradicionalno shvaćanje zajednice kao fizičkog okupljališta u međuvremenu izmijenilo, virtualne su zajednice dovele do njezine rekonstrukcije: one su danas globalne, temeljene na individualnim interesima, vrijednostima i osobnim vezama.

Kako se mijenjalo shvaćanje zajednice i širenje informacija, tako se neizbježno morala izmijeniti i uloga knjižnice. Ključni aspekti weba 2.0 jesu interaktivnost i društvene mreže, a kako bi učinkovito komunicirale sa svojim korisnicima i promovirale svoje usluge, knjižnice trebaju prihvatiti digitalni marketing i 2.0 tehnologiju. Sumirajući niz različitih definicija knjižnice 2.0, Holcer navodi da je knjižnica 2.0 „suvremeni oblik knjižničnih usluga koji, koristeći se novim alatima, povezuje stvarni i virtualni prostor, stvarajući interaktivno okruženje u kojem je značajna dvosmjerna i suradnička komunikacija između knjižničara i korisnika.“ (Holcer 2017: 151).

Kad se u ovome radu govori o društvenim mrežama, to se ponajprije odnosi na Facebook koji je gotovo 10 godina bio jedina društvena mreža na kojoj su Knjižnice grada Zagreba bile prisutne (KGZ – Bibliobusna služba svoju je Instagram stranicu

otvorila krajem 2019. godine, a potom je i manji broj ostalih knjižnica ili projekata otvorio svoje Instagram stranice).

2. Društvene mreže – pogled u literaturu i dosadašnja postignuća

Društvene su se mreže intenzivnije počele razvijati u prvoj polovici devedesetih godina 20. stoljeća pojavom mreže GeoCities na kojoj je interakcija korisnika bila ograničena na razmjenu poruka elektroničkom poštom. Godine 1997. pokrenut je servis koji je omogućavao razmjenu poruka u stvarnom vremenu, tzv. AOL Instant Messenger. Tad je pokrenut i „prvi internetski projekt koji je pokušao identificirati i umrežiti skup odnosa među stvarnim ljudima koji se koriste stvarnim imenima, SixDegrees.com“ (Ljevak, 2019: XX). No tek su dvijetisućitih digitalne društvene mreže zapravo ušle u nešto širu upotrebu, a 2004. godine nastao je i Facebook.

U početku je Facebook bio zamišljen kao servis za umrežavanje studenata istih fakultetskih kolegija koji je pokrenuo tada devetnaestogodišnji student Mark Zuckerberg, a kroz nekoliko se mjeseci ta digitalna društvena mreža proširila Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadom. Dvije godine poslije Facebook je postao globalno dostupan i jedini uvjeti za pristupanje bili su posjedovanje elektroničke pošte, dob iznad 13 godina i dobrovoljni pristanak na registraciju, čime je ta digitalna društvena mreža postala i najbrže rastuća tvrtka bilo koje vrste u povijesti. Upravo su ta dostupnost, jednostavnost korištenja i prilagođenost svim generacijama razlozi zbog koji je Facebook toliko popularna društvena mreža, optimalna za organizacije kao što su knjižnice. Prema podacima dostupnima na internetu, na Facebooku je mjesečno aktivno više od 3 milijarde ljudi. U Hrvatskoj je, prema podacima internetske stranice DataReportal, na digitalnim društvenim mrežama aktivno gotovo 70 % stanovništva (Digital 2025: Croatia).

S pojavom weba 2.0 jasno se ukazalo i na razliku u osobnoj i masovnoj komunikaciji, posebice kad je riječ o marketingu. Masovna je komunikacija jednosmjerna i najčešće neosobna i informativna za veći broj ljudi. Najčešće se provodi tradicionalnim medijima. Iako su se pojavile dvojbe oko toga da bi internetska komunikacija mogla ugroziti tradicionalne medije, upravo je internet upotpunio dotadašnje medije i ukinuo neka ograničenja, poput geografskih. Za razliku od masovne, osobna je komunikacija dvosmjerna i marketinške se poruke usmjeravaju prema ciljanom kupcu i češće se ostvaruje kroz digitalne kanale (Ljevak, 2019).

Upravo je ta dvosmjerna komunikacija, koja postaje razmjenjena između dvoje ili više ljudi, ukazala na potrebu za jednom novom vrstom pismenosti, onom informacijskom, u kojoj se naglašava kultura komunikacije u *online* prostoru. Publika od pasivne postaje aktivna, ali i interaktivna. Osim informacijske, s pojavom masovnih i digitalnih medija u sve je većem fokusu i medijska pismenost. Medijska pismenost nastoji ukazati na važnost prepoznavanja lažnih vijesti i dezinformacija, skrenuti

pozornost na govor mržnje, virtualno nasilje, agresivno reklamiranje. Iako mediji, kako naglašava Zgrabljic Rotar (2023), nisu ni štetni ni korisni, mogu biti i jedno i drugo, a to je posebice prisutno u vremenu kad nas okružuju, i kad, zapravo, ne možemo bez njih. Sve više komunicira se isključivo u virtualnom svijetu, kako privatno tako i poslovno, a i svakodnevni se život sve više odvija na digitalnim medijima. Na važnost medijske pismenosti nastoji se ukazati i kroz obrazovne politike i djelovanje srodnih udruga, ustanova i institucija koje se bave tom temom s ciljem pružanja i prepoznavanja kvalitetnog sadržaja namijenjenog korisnicima svih uzrasta. Medijski je utjecaj na stavove i razmišljanja u vremenu u kojem živimo ogroman, a počesto je naglašen i sveprisutnim oglašavanjem i reklamama prilagođenim našim interesima, čime se stavovi i razmišljanja sve više pojačavaju, a u određenim slučajevima postaju i ekstremni.

2.1. Društvene mreže i knjižnice

Od svojih početaka knjižnice imaju nezamjenjivu ulogu u društvu. Čuvanje i prenošenje znanja konstanta su, unatoč tome što se medij promijenio od glinenih pločica preko papira do ekrana. Stoga ne čudi da Hebrang Grgić (2013) navodi kako su upravo knjižničari na sveučilištima bili ti koji su odmah prepoznali važnost Facebooka i pokušali se uključiti na novu društvenu mrežu kako bi se približili svojim korisnicima. Međutim, prema tadašnjim pravilima mogli su se otvoriti samo osobni profili koji predstavljaju pojedinca, a ne i tvrtke. Problem je riješen 2007. godine otvaranjem Facebook stranica namijenjenih tvrtkama, ustanovama i organizacijama koje su se htjele profesionalno predstaviti i ponuditi široj javnosti svoje usluge, ne zadirući pritom u privatnost svojih pratitelja.

Budući da fizičke prepreke u digitalnom svijetu više praktički ne postoje, mnogi su se pojedinci upravo zahvaljujući društvenim mrežama povezali sa skupinama koje dijele slične hobije, profesionalna usmjerenja, glazbene ili filmske preference i slične afinitete. Prema mišljenju stručnjaka, takva vrsta povezivanja ne proizlazi iz osjećaja izolacije u digitalnom okruženju, nego prije svega iz ljudske potrebe za međusobnom interakcijom (Briggs i Burke, 2011: 334, navedeno prema Leburic, Čapin i Čurković, 2021: 54). Upravo je ta potreba najvidljivija u mrežnim zajednicama koje okupljaju čitatelje i ljubitelje knjige – zajednicama koje su od samih početaka društvenih mreža među najbrojnijima i najaktivnijima. Od malih, zatvorenih grupa do širokih zajednica s gotovo neograničenim brojem članova, od stranica izdavačkih kuća do službenih profila različitih knjižnica – digitalni prostori posvećeni knjizi danas su raznoliki, sadržajni i živopisni. U njima je izražena živa komunikacija među članovima, osobito kada se raspravlja o određenim djelima, piscima ili temama vezanim za književnost. Takve zajednice često nastaju oko istomišljenika: onih koji rado čitaju djela istih autora ili žanrova, ali i svih koje povezuje zajednička ljubav prema čitanju. Nije stoga iznenađujuće što knjižnice okupljaju

veliki broj pratitelja na svojim mrežnim kanalima – riječ je o korisnicima koji nisu nužno i članovi knjižnica, nego o ljudima koji prepoznaju kvalitetu, relevantnost i vrijednost sadržaja koji knjižnice nude u digitalnom okruženju.

I hrvatske su knjižnice dosta brzo prepoznale važnost uključivanja na web 2.0. Knjižnice grada Zagreba, mreža knjižnica na području glavnog grada, svoju su Facebook stranicu otvorile 5. studenoga 2010. godine. U početku je ta stranica pružala informacije o svim knjižnicama iz mreže, no s obzirom na to da postoji velik broj knjižnica i svaka od njih ima neku svoju posebnost, s vremenom se prepoznala potreba da knjižnice i njihovi ogranci otvore vlastite stranice. Knjižnica Gajnice, ogranak Knjižnice Vladimira Nazora koja djeluje na zapadnome dijelu Zagreba, svoju je stranicu Facebook otvorila sredinom travnja 2020. godine.

2.2. Nove zadaće knjižničara 2.0

Uloga se knjižničara neizbježno mijenja kako se mijenjaju i knjižnice. Osim što se brine za građu, jedna je od njegovih osnovnih zadaća komunicirati s korisnicima kako bi im prenio informacije o uslugama koje knjižnica nudi. Ta se komunikacija može odvijati u fizičkom prostoru knjižnice, ali i onome virtualnom. Stoga je važno da knjižničari razvijaju svoje kompetencije kako bi bili spremni prepoznati korisničke potrebe.

U svom doktorskom radu Holcer (2015) knjižničarem 2.0 naziva onoga knjižničara koji je računalno, informacijski i medijski pismen. Ti se pojmovi često poistovjećuju ili smatraju istoznačnicama, no oni to nisu. Dok se računalna pismenost u najkraćim crtama definira kao sposobnost korištenja računala, informacijski pismene osobe znaju kako pronaći i ispravno koristiti informacije potrebne za rješavanje određenog problema, a medijski pismene osobe sposobne su kritički razlučiti informacije koje im pružaju masovni mediji.

Te su tri vještine neizbježne za uspješno upravljanje društvenim mrežama knjižnica. Naime, sadržaj koji se objavljuje na Facebooku najčešće ima „funkciju zabave, umrežavanja, brze i ekonomične komunikacije (...)“ (Zgrabljic Rotar, 2023: 122), no može biti i prepun dezinformacija, lažnih i neprovjerenih vijesti, govora mržnje i sl. S razvitkom weba 2.0, komentiranje na društvenim mrežama, kao i sudjelovanje u stvaranju vijesti, postalo je dostupno i otvoreno svima. Iako ogromno internetsko polje katkad djeluje neprijateljski, povjerenje, sigurnost, pouzdanost i privatnost neke su od odlika na koje se pojedinci žele osloniti prilikom služenja internetom. Zbog toga se naglašava i koliko je važno da se tijekom komunikacije korisnici osjećaju sigurno i slobodno. Kao što je rečeno, društvene su mreže u komunikaciju na svakodnevnoj razini unijele ogromnu količinu dezinformacija te nesankcionirani govor mržnje koji su, posljedično, doveli do toga da se „smanjilo povjerenje

u institucije, ali i umanjila sigurnost društvenih zajednica“ (Grbeša Zenzerović, Nenadić i Nenadić, 2022: 7).

Tu nastupa knjižničar 2.0, zadužen da oko knjižnične društvene stranice stvori sigurno okruženje za svoje pratitelje, zajednicu otvorenu svima bez diskriminacije i cenzure, u kojoj će se korisnicima davati točne i provjerene informacije na koje se mogu osloniti. Također, zadaća knjižničara 2.0 upravo je svojim korisnicima ponuditi alate za informacijsko i medijsko opismenjavanje. Kao pomoć knjižničarima u novoj vrsti zaduženja, Holcer je objavila *Smjernice za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama* (Holcer, 2017). Planiranje i provođenje knjižničnih aktivnosti i usluga na društvenim mrežama uključuje nekoliko faza: organizaciju tima, istraživanje, planiranje ciljeva i aktivnosti, utvrđivanje društvenih mreža koje odgovaraju ciljevima, detaljno informiranje o odabranim društvenim mrežama, planiranje aktivnosti i usluga, pokretanje i razvoj aktivnosti i usluga na društvenim mrežama, evaluaciju i trajno stručno usavršavanje i eksperimentiranje (Holcer, 2017).

3. Facebook stranica KGZ-a – Knjižnica Gajnice

Kao što je spomenuto, Knjižnice grada Zagreba prisutne su na društvenoj mreži Facebook već 15 godina. S vremenom se, s obzirom na to koliku količinu informacija bi jedna stranica morala prenijeti, jer riječ je o čak dvanaest područnih knjižnica s mrežom od dvadeset sedam ogranaka na ukupno četrdeset i dvije lokacije, kao i bibliobusnom službom s četrdeset i osam stajališta, pokrenula inicijativa za otvaranjem pojedinačnih knjižničnih stranica. Ta se potreba naglo pojačala s pandemijom bolesti COVID-19. Nakon što je došlo do *lockdowna*, u kojem su knjižnični korisnici odjednom ostali fizički odsječeni od izvora informacija, Knjižnice grada Zagreba reagirale su tako što su otvorile nekoliko Facebook stranica: KGZ – Knjižnica Vladimira Nazora i KGZ – Knjižnica Gajnice 14. travnja, KGZ – Knjižnica Vrapče 17. travnja, KGZ – Knjižnica Medveščak 20. travnja i KGZ – Bibliobusna služba 23. travnja 2020. Ništa od toga ne bi bilo moguće da na tim lokacijama nisu postojali motivirani zaposlenici koji su bili spremni preuzeti na sebe novi posao radom od kuće.

Društvena uloga knjižnica, pogotovo u izazovnim vremenima, prema *IFLA-inim/ UNESCO-ovim smjernicama za razvoj službi i usluga za narodne knjižnice* (IFLA/ UNESCO, 2003), podrazumijeva da su knjižnice nositelji promjena, da omogućuju slobodu informiranja i pristup svima, da zadovoljavaju lokalne potrebe, ali i da postaju one koje ruše zidove. Iako se u tom kontekstu ponajviše misli na knjižnice poput bibliobusne službe, društvene mreže knjižnica također uklanjaju sve prepreke u dostupnosti pojedinih usluga.

3.1. Otvaranje stranice

Administratorice su na početku bile autorice ovog teksta. Sve su tri u to vrijeme radile kao knjižničarke na dječjem ili odjelu za odrasle Knjižnice Gajnice. Već pri početnom promišljanju o vrsti objava koje će stranica objavljivati, nametnula se pomisao kako je, upravo zbog izvanrednih okolnosti u kojima se svijet našao, članovima knjižnice – osnovnoj ciljanoj publici – potrebno pružiti ne samo obavijesti o radu knjižnice i pravila društveno odgovornog ponašanja u njoj u vrijeme pandemije bolesti COVID-19, već i dodatni sadržaj kako bi im se vrijeme provedeno u izolaciji i nesigurnosti barem malo upotpunilo i obogatilo.

Pritom se posebno mislilo na djecu koja su u *lockdownu* ostala bez redovitih sadržaja koje im je pružao odjel za djecu i mlade Knjižnice Gajnice. Prvenstveno su to bile tjedne pričaonice „Svijet priča“ i zato je prva ideja bila kreirati pričaonicu na Facebooku. Prva objava 23. travnja, u sklopu Noći knjige, bila je priča za djecu *Krijesnica Svjetlica* Maje Brajko-Livaković koju je čitala i uživo emitirala knjižničarka dječjeg odjela Morena Livaković Ivanović iz svog doma. Međutim, tu su postojale određene prepreke jer prema pravilima društvene mreže Facebook, djeca mlađa 13 godina ne smiju imati otvoren profil. Administratorice su stoga pazile na to da uvodne rečenice zadrže neutralnost, odnosno na to da se više obraćaju roditeljima nego djeci, uz pretpostavku da će oni biti prisutni i s djecom pratiti priču, što se već iz prvih komentara na objavu moglo i iščitati (slika 1).



Slika 1. Primjer korisničkog komentara

Još jedno važno pravilo je ono koje se tiče zaštite autorskih prava. Poštujući to pravilo, sve *online* priče bile su čitane i snimane s dopuštenjem autora. Tijekom vremena, priče su dobile prepoznatljivu vizualnu formu, a ostvarene su i brojne suradnje sa samim autorima. Osim priča domaćih autora i onih prevedenih na hrvatski, sadržaj je kasnije obogaćen i pričama na stranim jezicima, za što je postupak dobivanja autorskih prava bio posebno zahtjevan, a iziskivao je komunikaciju s većim i manjim izdavačkim kućama diljem svijeta, ali i uključivao pozitivne reakcije inozemnih autora i izdavača. Također, *oživjele* su i retro-priče, kad su se čitale stare, gotovo zaboravljene slikovnice (tablica 1).

Tablica 1. Objave na Facebooku vezane za pročitane priče

	Datum objave na Facebook stranici KGZ – Knjižnica Gajnice	Autor i naslov, poveznica na YouTube kanal KGZ-a	Broj pregleda (na dan 16. 6. 2025.)	Broj oznaka „svida mi se“ (na dan 16. 6. 2025.)	Priču čitali
1.	23. 4. 2020.	Brajko-Livaković. M. Krijesnica Svjetlica https://fb.watch/bOXVwQmhEr/	596	72	Morena Livaković Ivanović
2.	29. 4. 2020.	Pervan, J. Doktor Crveni Nos https://fb.watch/bOYc_oezp/	234	32	Morena Livaković Ivanović
3.	5. 5. 2020.	Pongračić, E. O zmaju koji je volio cvijeće https://fb.watch/bOYjaA-Eqbk/	314	41	Morena Livaković Ivanović
4.	13. 5. 2020.	Pjetlić Zlatni Krestić i čudotvorni mlinčić (ruska narodna bajka) https://fb.watch/bOYIdMRwQK/	818	45	Ana-Marija Malbašić
5.	20. 5. 2020.	Guljašević, I. Drveni neboder https://fb.watch/bOYvrj5vww/	405	27	Ana-Marija Malbašić
6.	27. 5. 2020.	Šimleša, M. Suli u avanturi : putovanje https://fb.watch/bOYPGB8qCB/	1271	43	Ana-Marija Malbašić i Morena Livaković Ivanović
7.	14. 12. 2020.	Pervan, J. Mrljek i Prljek slave fujkasti rođendan : priča o prljavim rukama https://youtu.be/284i-H1u3NBI	431	22	Morena Livaković Ivanović
8.	21. 12. 2020.	Guljašević, I. Tri strašna zmaja https://youtu.be/RolfMILf7dA	415	37	Ana-Marija Malbašić
9.	3. 2. 2021.	Šimleša, M. Suli u avanturi: škola https://youtu.be/RGp7mcAhL8M	1062	33	Maja i Anabela Šimleša, autorica i njezina kći
10.	24. 2. 2021.	Manojlović Vračar, N. Oblak u žutom kaputu https://youtu.be/1h7IDREc4FY	209	19	Nikolina Manojlović Vračar, autorica

11.	2. 4. 2021.	Premec, D. Vera među knjigama https://youtu.be/6eNYHtQyZvg	215	17	Davorka Semenčić Premec, autorica i kolegica
12.	23. 4. 2021.	Gjurković, T. Lisica je naučila da sreća stanuje u srcima https://youtu.be/_dmxHCv8cdY	556	14	Tea Knežević, autorica
13.	19. 5. 2021.	Volenc, D. Pčelice prijateljice u medenom kraljevstvu https://youtu.be/QrZigSH3PGM	134	16	Dubravka Volenc, autorica
14.	23. 6. 2021.	Hawthorne, L. Alba : riba koja živi sto godina https://youtu.be/csrsYHTYWT8	165	21	Ana-Marija Malbašić
15.	15. 9. 2021.	Online priča na stranom jeziku: Balázs B. Kismackó története: Az igazi bölcsesség https://youtu.be/r-gM8zFSBT8	230	22	Annemari Štimac, hungarologica i kolegica
16.	13. 10. 2021.	Online retro priča: Janikovszky, E. Bucko i Mucko https://youtu.be/Zo_RZbCatcQ	219	30	Ana-Marija Malbašić
17.	17. 11. 2021.	Online priča na stranom jeziku: Brech, N. Den store fuglejakten https://youtu.be/P7Cm1PSPNNY	192	24	Nada, Nataša i Selma Zednik, članica sa snahom i unukom koje žive u Norveškoj i tečno govore norveški
18.	22. 12. 2021.	Online priča na stranom jeziku: Merewether, K. Kuwi's very shiny bum https://youtu.be/38NwsuX-KV6E	96	12	Katja Mirković, živi u Australiji
19.	19. 1. 2022.	Online retro priča: Taw Mlinu, Š. Tri kume lije https://youtu.be/r9VGWuDt-sM	258	20	Ana-Marija Malbašić
20.	9. 3. 2022.	Online retro priča: Rukavica (ukrajinska narodna bajka) https://youtu.be/hA-9Bw3KXorU	324	30	Ana-Marija Malbašić
21.	13. 4. 2022.	Online priča na stranom jeziku: Misenta, Marisol. Secreto de familia https://youtu.be/YWXXV60U92s?si=cO4KsGW-fn1CyhTnl	420	42	Maria Alejandra Arriaga Raguž, članica, izvorna govornica španjolskog
22.	18. 5. 2022.	Online retro priča: Matošec, Milivoj. Lina-Lena https://youtu.be/iN-FVx119X2Y?si=FOPZZqMfu-l6eF-QU	143	26	Ana-Marija Malbašić

23.	8. 6. 2022.	Online priča na stranom jeziku: Tullio. Francesco – Altan. Pimpa e l'amico Gianni https://youtu.be/ExU16dYyL9U?si=5SVWAsUM-bt8aKGVA	384	27	Bernardo i Greta Hlede, nećaci članice, izvorni govornici talijanskog
24.		Online priča na stranom jeziku: De Pennart, Geoffroy. Jean Toutout et Marie Pompon	po uputi izdavača smjela se emitirati samo mjesec dana, nakon čega je morala biti trajno skinuta sa stranice	Jasna Skala, članica	

U čitanju i snimanju tih priča nerijetko su pomagali i sami članovi knjižnice, kao i djelatnici obližnjih poduzeća (jedna od retro-priča snimljena je u poslovnicu Hrvatske pošte koja se nalazi u neposrednom susjedstvu knjižnice), čime se pomoću te društvene mreže ojačala istinska suradnja uživo u zajednici. Od ukupno 24 priče, najveći doseg (3450) imala je šesta priča, emitirana 27. svibnja 2020., kada su obje knjižničarke dječjeg odjela čitale priču Maje Šimleše „Suli u avanturi: putovanje“. Zanimljivo je i to da je sama autorica u veljači sljedeće godine čitala jednu svoju priču, ali s manjim dosegom (1933). Sve *online* priče postoje i na YouTube kanalu Knjižnica grada Zagreba, čime je stvoren trajan doprinos i ovoj virtualnoj platformi.

Kao što je navedeno i u *IFLA-inim Smjernicama za narodne knjižnice*, briga za korisnike zapravo ostala je podjednaka onoj tijekom uobičajenog načina rada, tj. prilagođena djelovanju u digitalnom prostoru: „knjižnične su usluge ispravno planirane, odgovarajuće pripremljene i pouzdane, a usluge su pružene i izvan zgrade knjižnice kada to potrebe korisnika zahtijevaju“ (IFLA-ine smjernice, 2011: 53).

3.2. Edukacija administratora

Ivana Hebrang Grgić u svom članku „Facebook knjižničar“ (2013) navodi kako je važno da knjižničari koji se prihvate administratorskog posla poštuju ne samo pravila koja im uvjetuje društvena mreža, nego i općenita pravila lijepog ponašanja na internetu, kao i gramatička i pravopisna pravila jezika na kojem objavljuju.

Kako bi olakšali knjižničarima koji kreću s administriranjem Facebook stranica svojih knjižnica i pobrinuli se za to da bude što manje pogrešaka, članovi Uredništva društvenih mreža Knjižnica grada Zagreba kontinuirano provode edukaciju novih administratora. Edukacija se, ovisno o uvjetima, provodi uživo i na daljinu.

Osim uputa koje navodi Hebrang Grgić (2013: 38), poput onih da

„ne treba pisati preopširne poruke, ali ne treba ih niti previše kratiti kako ne bi izgubile smisao; na upite treba odgovarati brzo, točno i jasno; treba poznavati profil korisnika/sugovornika; treba biti svjestan da sadržaj koji se objavljuje može vidjeti velik broj ljudi i može biti dugo dostupan; ne treba odgovarati na provokativne poruke; na službenim stranicama ne treba objavljevati previše informacija ali niti prerijetko objavljevati informacije, privatne razgovore treba voditi preko privatnih poruka, a ne preko javnih objava i komentara“.

Uredništvo društvenih mreža od administratora knjižničnih stranica traži i da se posebno posvete zagovaranju svojih knjižnica u javnom prostoru.

To se u prvom redu odnosi na pravovremeno objavljivanje promjena u poslovanju koje se tiču knjižnice, knjižničnih pravila i novih usluga koje se uvode, podupiranja drugih knjižnica iz mreže, objavljivanja sadržaja vezanog za promociju knjiga i čitanja i sl.

U svojim *Smjernicama za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža* Holcer navodi kako su trajna edukacija, kao i eksperimentiranje s novim trendovima, uslugama i načinima komunikacije, važni kako bi se zadržala pozitivna slika „u javnosti o knjižnici kao mjestu koje se razvija u skladu s napretkom informacijsko-komunikacijskih tehnologija“ (Holcer, 2017: 157). Upravo zbog toga Uredništvo društvenih mreža potiče administratore na razne dodatne edukacije koje se održavaju ili interno ili ih organiziraju neki drugi suradnici (poput Centra za stalno stručno usavršavanje knjižničara pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu) kako bi poboljšali svoje vještine knjižničara 2.0.

3.3. Stvaranje sadržaja

Prema Neves (2018), četiri su ključna koraka za korištenje digitalnog marketinga u knjižnicama, a u sljedećem će se poglavlju prikazati kako su se kroz rad Facebook stranice KGZ – Knjižnica Gajnice ti koraci ispunili:

1. Nije dovoljno biti samo prisutan na internetu; važno je biti zapažen, odnosno aktivno sudjelovati na mreži.
2. Sadržaj treba biti relevantan i zanimljiv stvarnim i potencijalnim korisnicima.
3. Veze s publikom trebaju se stalno održavati obraćanjem pažnje na komentare i povratne informacije.
4. Između korisnika i knjižničnih proizvoda, usluga i resursa knjižničari trebaju biti ti koji će uspostaviti snažne veze.

Holcer u *Smjernicama* (2017) navodi važnost planiranja aktivnosti i usluga koje će se ponuditi na društvenoj mreži, kao i evaluaciju tih usluga. Uz *online* priče kojima se krenulo za vrijeme *lockdowna*, administratorice Facebook stranice

KGZ – Knjižnica Gajnice odlučile su da se i druge objave na stranici uglavnom povežu u rubrike. Praćenjem takvih rubrika bilo je jednostavnije utvrditi koje od njih imaju bolji domet i prihvaćenost pratitelja te ih, stoga, vrijedi nastaviti, a koje prolaze nezapaženo te ih treba ili promijeniti ili u potpunosti ukinuti.

Valja napomenuti da je fleksibilnost od samih početaka bila jedna od odlika ove stranice, jer se nije inzistiralo na onome što se prilikom kreiranja knjižničarkama činilo kao dobra rubrika, ako pratitelji nisu odgovarajuće reagirali. No, polazilo se i od značajki koje ističu i braća Heath u svojoj knjizi *Ideje koje pokreću*, a to je da sadržaj bude „jednostavan, neočekivan na način da nas tjera da saznamo više, konkretan, vjerodostojan, emotivan i da iza svega postoji priča“ (Heath i Heath, 2010: 20–22). Također, objave su zadovoljile i tri kreativna principa koja se danas smatraju „ključnima za širenje ideja u svijetu nove moći: bile su poticajne i pozivale na djelovanje, povezivale su ljudi u zajednice istomišljenika te su bile rastezljive, tj. mogle su se lako prilagoditi i širiti“ (Heimans i Timms, 2024: 13). Uz spomenuto poštivanje autorskih prava kod *online* priča, ta se dobra praksa nastavila pri kreiranju svih rubrika i ostalih objava na Facebook stranici. Osim navođenja autora, administratorice su gotovo otpočetka navodile i imena prevoditelja te ilustratora, što je dotada bila rijetka praksa u javnom prostoru. Treba svakako spomenuti i označavanje nakladnika u objavama, što korisnicima olakšava traženje informacija, a izdavačima je dobra promocija.

3.4. Rubrike

Tijekom petogodišnjeg djelovanja, administratorice gajničke Facebook stranice osmislile su i uvele popriličan broj rubrika. Neke su od njih još uvijek aktivne, a neke su se s vremenom, zbog nezainteresiranosti pratitelja ili iscrpljenosti teme, jednostavno *ugasile*.

3.4.1. Ugašene rubrike

Rubrike koje su nekad bile aktivne na Facebook stranici jesu:

„Dajte mi nešto slično“ – primjer rubrike od koje se očekivao velik uspjeh, s obzirom na praktično iskustvo rada knjižničara informatora u narodnoj knjižnici. Rubrika je nastala ponukana upitima članova o knjigama iste ili slične tematike. Sadržavala je kratki opis teme, jednu, uglavnom vrlo popularnu knjigu koja se njome bavi te još tri slična naslova. Međutim, unatoč tome što u samom fizičkom prostoru knjižnice preporuke takve vrste nailaze na vrlo dobar prijem, u virtualnom prostoru zanimanje za te preporuke bilo je slabo.

„Dobrosusjedske subote“ – rubrika u kojoj su predstavljane knjižnice iz drugih dijelova Hrvatske, ali i druge knjižnice iz mreže Knjižnica grada Zagreba. Bila je dobro prihvaćena, no jednostavno je došlo do iscrpljivanja teme.

„Glazbeni ponedjeljci“ – rubrika s poveznicom na YouTube kojom se započinjalo tjedan, a u kojoj bi se naslov ili tema pjesme na određeni način dovodila u vezu s knjižnicom ili knjigama. Uz izuzetke pojedinih objava, rubrika nije izazvala osobit interes kod pratitelja, kao ni rubrika „Filmske subote“ u kojoj se uz razne zanimljivosti preporučivalo ekrinizirane romane.

„Po književnoj preporuci slavni“ – rubrika je opisivala knjižnice znamenitih osoba, od onih Karla Lagerfelda i Hanne Arendt do engleske kulinarske zvijezde Nigelle Lawson.

„Riješimo problem knjigom“ – tematska preporuka slikovnica ili knjiga iz tzv. roditeljske biblioteke kojima se pristupa određenim problemima u odrastanju i/ili teškim životnim situacijama kao što su smrt, razvod ili bolest i slično. Ideja za rubriku nastala je na temelju informacijskih upita koje su dobivale knjižničarke na dječjem odjelu.

Postojale su i rubrike koje su i same imale ograničeno vrijeme objavljivanja, a među njima se nalaze dvije:

„Leksikon“ – još jedna od autorskih rubrika ove stranice koja je u dvotjednom ritmu, izmjenjujući se petkom s Crticama, objavljivana tijekom dvije godine. Knjižničarka Zvezdana Balić stupila je u kontakt s više od 40 domaćih književnika i književnica s molbom da ispune „leksikon“. Uz nemalo oduševljenje, većina autora i autorica odazvala se molbi, a njihovi odgovori na leksikonska pitanja, prilagođena knjižničnim interesima, objavljivani su na stranici. Izbor od 20 autora i autorica pretočen je u izložbu koja je u travnju i svibnju 2024. godine krasila izloge Knjižnice Gajnice, a nakon toga gostovala i u mnogim drugim knjižnicama diljem Zagreba (od Knjižnice Podsused do Knjižnice Medveščak) postajući tako primjer virtualnog sadržaja pretočenog u fizički oblik koji, osim što postaje opredmećen, gostovanjem u drugim knjižnicama potiče stvarnu suradnju među kolegama i promovira domaće autore.

„Život u Gajnicama“ – serijal od četiri epizode snimljen u okviru projekta „65 plus“, u kojem se, uz pomoć članice knjižnice, povjesničarke umjetnosti Maše Štrbac, sa stanovnicima Gajnica razgovaralo o počecima naselja i životu od 1950-ih do 1980-ih godina u tom dijelu grada. Serijal je izvrsno prihvaćen (treća epizoda ima oko 3 600 pregleda), dijeljen i komentiran i na lokalnoj Facebook stranici naselja (Gajnice jučer danas sutra).

3.4.2. Aktivne rubrike

Među rubrikama koje su i dalje aktivne, a samim time i dobro posjećene, jesu:

„Anegdote iz naše knjižnice“ – šaljiva rubrika u kojoj se navode stvarne anegdote koje su se dogodile u knjižnici, najčešće povezane s pogrešnim nazivom tražene knjige. Vrlo dobro prihvaćena rubrika koja ponekad potiče pratitelje na pisanje vlastitih primjera.

„Biografske subote“ i „Stripovske subote“, kasnijih godina nadopunjene „Putopisnima“, „Bajkovitim subotama“ i „Mitološkim subotama“ – rubrike kojima o sadržaju dovoljno govore njihovi nazivi. Sve one predstavljaju (najčešće) jednu knjigu iz svog područja, čime administratorice ustraju u promoviranju publicistike koja ima vrlo zahtjevnu, ali nažalost ne tako brojnu publiku.

„Crtice“ – rubrika koja traje gotovo od samih početaka stranice, uz nekoliko podvrsta: „Knjiške crtice“, „Čitateljske crtice“ i „Crtice o pripovijedanju“. Rubrika donosi jednu zanimljivost o čitanju ili piscima, a kao povod odabira često se uzima obljetnica pojedinog autora.

Iz albuma „Nismo mi od jučer“ – rubrika u kojoj se neki od pratitelja i članova knjižnice prepoznaju u fotografijama iz davnih dana rada Knjižnice Gajnice. Gostovanja, predavanja, likovne radionice, predstave, pisanje domaćih zadaća i referata, izrada plakata... sve one aktivnosti koje se od davnih dana provode u knjižnicama ostale su zabilježene, a njihovim objavljivanjem lokalna se zajednica prisjeća svojih veza s knjižnicom.

„Knjižničari preporučuju“ – još jedna dugovječna i rado čitana rubrika po kojoj je ova stranica prepoznatljiva: kratke preporuke svih knjižničarki iz Knjižnice Gajnice okupljaju se oko određene teme, a uz kratak opis sadržaja navodi se i zašto je ta knjiga njima osobno važna. Objave su popraćene vlastitim fotografijama navedenog naslova, knjige smještene u okruženje koje pokušava pratiti atmosferu preporuke, što doprinosi autentičnosti i izbjegava se uniformiranost koju bi proizvelo postavljanje isključivo naslovnice (slika 2).



Slika 2. Primjer objave iz rubrike „Knjižničari preporučuju“

„Opuštena nedjelja“ – kratke objave nedjeljama, najčešće bez riječi, uz ilustraciju ili fotografiju povezanu s knjigama i čitanjem.

„Ponedjeljkom pitamo“ – jedna od najdugovječnijih rubrika, koju su pratitelji izvrsno prihvatili, rubrika u kojoj se, u dvotjednom intervalu, postavlja pitanje u vezi s čitateljskim navikama pratitelja (tablica 2). Ta rubrika koja od svojih početaka najviše komunicira s pratiteljima i potiče ih na interakciju opravdano se može smatrati jednim od zaštitnih znakova te stranice. Od 85 objava u prvih pet godina postojanja stranice, od prve objave 10. svibnja 2021. do 31. ožujka 2025. najviše odgovora – njih čak 150 – pristiglo je na pitanje „Opišite omiljenu vam knjigu, ali samo pomoću emotikona“ od 10. siječnja 2022. U njoj su administratorice, ali i drugi pratitelji pokušavali odgonetnuti o kojoj je knjizi riječ, kao i u drugoj objavi koja je izazvala preko stotinu komentara, a riječ je već o prvoj objavi u toj rubrici s prijedlogom pratiteljima da „otvore 37. stranicu knjige koju trenutačno čitaju i napišu posljednju rečenicu na toj stranici“. Iz tih je primjera vidljivo kako pratitelji vole i očekuju dvosmjernu komunikaciju, što trajno treba imati na umu, te su se administratorice redovite trudile odgovarati na svaki komentar ili ga, barem, popratiti određenim emotikonom, kako bi pratitelji znali da je njihov komentar pročitano.

Tablica 2. „Ponedjeljkom pitamo“

	datum	pitanje	broj oznaka „svidami se“ (na dan 20. 6. 2025.)	broj komentara (na dan 20. 6. 2025.)
1.	10. 5. 2021.	Otvorite 37. stranicu knjige koju trenutno čitate i napišite posljednju rečenicu na toj stranici.	19	120
2.	24. 5. 2021.	Kojoj biste knjizi promijenili kraj i zašto?	8	6
3.	14. 6. 2021.	Koju ste knjigu čitali bez predaha?	11	56
4.	28. 6. 2021.	Koji vam je knjiški negativac bio simpatičan?	3	2
5.	12. 7. 2021.	Napišite knjigu koju trenutno čitate i lajkajte one koje ste pročitali!	18	72
6.	26. 7. 2021.	Od čitanja koje knjige ste odustali?	14	46
7.	23. 8. 2021.	Nakon koje ste knjige poželjeli pročitati cijeli autorov opus?	14	45
8.	9. 8. 2021.	Život kojeg književnog lika biste htjeli proživjeti?	6	1
9.	6. 9. 2021.	Koju lektiru niste nikad pročitali?	9	23
10.	20. 9. 2021.	Koju biste knjigu preporučili mlađem sebi?	12	6
11.	10. 4. 2021.	Koja vam se knjiga nije svidjela, a mnogi je hvale?	5	16
12.	18. 10. 2021.	S kojom ste se knjigom hrvatskog autora „hrvali“?	10	13
13.	15. 11. 2021.	Koja vam je omiljena knjiga iz djetinjstva?	14	25
14.	29. 11. 2021.	Sudite li knjigu po koricama?	11	8
15.	13. 12. 2021.	Što ste čitali ovog vikenda?	14	21
16.	27. 12. 2021.	Poklanjate li knjige za Božić?	20	7
17.	10. 1. 2022.	Opišite omiljenu vam knjigu, ali samo pomoću emotikona.	19	150
18.	24. 1. 2022.	kojeg biste književnika ili književnicu htjeli upoznati i zašto?	15	8
19.	7. 2. 2022.	Koji vam je najljepši ljubavni roman?	12	9
20.	21. 2. 2022.	Možete odgovoriti na samo jedan poziv... (poziv iz Hogwartsa, mama, saznajte tko se krije iza pseudonima „Elena Ferrante,“ Sherlock Holmes traži novog suradnika)	24	6
21.	7. 3. 2022.	Koja vam je bila najdosadnija knjiga – ikad?	9	31
22.	21. 3. 2022.	Koja vam je najdraža lutkarska predstava?	5	1
23.	4. 4. 2022.	Koji vam je omiljeni strip iz djetinjstva, a koji iz odrasle dobi?	4	7
24.	18. 4. 2022.	S kojom ste se knjigom osjećali – slobodno?	6	3
25.	2. 5. 2022.	Za koju vam je knjigu žao što ste je pročitali?	4	13
26.	16. 5. 2022.	Koji vas je književni lik najviše izživcirao?	5	7
27.	30. 5. 2022.	Koji vam je najdraži zagrebački književnik ili književnica?	10	8
28.	20. 6. 2022.	U kojoj pozi najradije čitate?	12	6
29.	27. 6. 2022.	Kojeg autora toliko volite da s nestrpljenjem iščekujete svako novo djelo?	4	12

30.	25. 7. 2022.	Koji bi bio naslov knjige koja bi opisivala vaš život?	5	7
31.	22. 8. 2022.	Što ste pročitali na godišnjem?	7	6
32.	5. 9. 2022.	Opišite najdražeg književnog junaka ili junakinju bez navođenja njegova ili njezina imena	4	0
33.	26. 9. 2022.	Koliko ste najdulje čitali neku knjigu?	1	4
34.	3. 10. 2022.	Naslovnicom ili naslovom knjige opišite nam posao kojim se bavite.	10	10
35.	17. 10. 2022.	Zbog koje ste se knjige zaljubili u čitanje?	7	7
36.	14. 11. 2022.	Koja vas knjiga uvijek može razveseliti?	6	9
37.	28. 11. 2022.	Koji lik vam je omiljen u knjizi koju trenutno čitate?	9	13
38.	26. 12. 2022.	Koja vam je bila najbolja knjiga pročitana ove godine?	9	8
39.	9. 1. 2023.	Koji „klasik“ niste pročitali?	6	10
40.	16. 1. 2023.	Koju ste knjigu pročitali u jednom danu?	10	13
41.	30. 1. 2023.	U koje doba dana obično čitate?	7	7
42.	13. 2. 2023.	Koji su vaši čitalački rituali?	4	2
43.	6. 3. 2023.	Knjige kojih izdavača najradije čitate?	8	7
44.	13. 3. 2023.	Znate li što je GRČ?	8	3
45.	4. 3. 2023.	Čijem izboru knjiga najviše vjerujete? U komentaru označite tu osobu/osobe!	10	14
46.	8. 5. 2023.	Koliko knjiga broji vaša privatna knjižnica?	9	3
47.	29. 5. 2023.	Koju biste knjigu voljeli vidjeti ekraniziranu?	10	13
48.	12. 6. 2023.	Opišite radnju nekog romana u najviše 10 riječi!	5	18
49.	26. 6. 2023.	Što planirate čitati na godišnjem odmoru?	16	9
50.	10. 7. 2023.	Što ste čitali proteklog vikenda?	7	6
51.	24. 7. 2023.	Koja vam je najdraža filmska adaptacije neke knjige?	20	36
52.	7. 8. 2023.	Jeste li ikad napisali ili pokušali napisati knjigu?	13	1
53.	28. 8. 2023.	Koliko ste knjiga pročitali tijekom godišnjeg odmora?	11	12
54.	18. 9. 2023.	Odustajete li od čitanja knjige koja vam se na početku ne sviđa ili je „morate“ pročitati do kraja?	21	21
55.	2. 10. 2023.	Koju odličnu knjigu koju ste pročitali ne znate kome biste preporučili?	18	12
56.	16. 10. 2023.	Koju knjigu priželjkujete čitati u hrvatskom prijevodu?	11	4
57.	30. 3. 2023.	Koji su vam najdraži prijevodi?	15	1
58.	27. 11. 2023.	Koju biste knjigu kriminalističkog žanra preporučili čak i onima koji ga inače ne čitaju?	23	20
59.	11. 12. 2023.	Koji vam je klasik jednostavno bio – dosadan?	12	30
60.	8. 1. 2024.	Kojom ste knjigom započeli novu, 2024. , godinu?	14	23

61.	22. 1. 2024.	Koju biste knjigu ljubavnog žanra preporučili čak i onima koji ga inače ne čitaju?	15	24
62.	5. 2. 2024.	Koja vam je najdraža prva knjiška rečenica?	23	14
63.	19. 2. 2024.	Koji književni žanr najviše čitate?	15	7
64.	1. 4. 2024.	Koju biste knjigu povijesnog žanra preporučili čak i onima koji ga inače ne čitaju?	13	4
65.	15. 4. 2024.	Koju ste riječ pogrešno govorili sve dok je niste vidjeli na papiru?	18	23
66.	29. 4. 2024.	Koja vam je najbolja knjiga pročitana u prvoj trećini 2024. godine?	18	10
67.	13. 5. 2024.	Koju biste knjigu znanstveno-fantastičnog žanra preporučili čak i onima koji ga inače ne čitaju?	14	14
68.	10. 6. 2024.	Koju slikovnicu ili knjigu posebno pamтите po ilustracijama?	16	13
69.	24. 6. 2024.	Koja vam je najdraža „knjiga za plažu“?	11	2
70.	8. 7. 2024.	Radite li popis knjiga za čitanje na godišnjem odmoru?	16	9
71.	22. 7. 2024.	Volite li više čitati na plaži dok se sunčate ili u hladu?	10	0
72.	5. 8. 2024.	Knjige kojeg žanra nikad ne čitate na godišnjem odmoru?	13	7
73.	19. 8. 2024.	Učlanjujete li se u lokalne knjižnice dok ste na godišnjem odmoru?	23	13
74.	2. 9. 2024.	Da ste lik knjige koju trenutno čitate, tko biste bili i gdje biste se nalazili?	15	13
75.	16. 9. 2024.	Gospodar prstenova: film ili knjige?	23	13
76.	30. 9. 2024.	S kojom ste knjigom pozdravili jesen?	13	13
77.	14. 10. 2024.	Čitate li više knjiga istovremeno ili se posvetite samo jednoj?	18	15
78.	28. 10. 2024.	Jeste li imali priliku slušati nekog pripovjedača ili pripovjedačicu uživo?	16	6
79.	11. 11. 2024.	Jeste li ikad čitali knjigu u kojoj je glavni lik po zanimanju isto što i vi? Koliko ste sličnosti u poslu primijetili?	11	1
80.	9. 12. 2024.	Koja vam knjiga ima najljepšu naslovnice?	20	10
81.	23. 12. 2024.	Otkrijte nam najbolju knjigu pročitane ove godine.	21	16
82.	6. 1. 2025.	Postavljate li si čitateljske ciljeve na početku godine?	13	7
83.	20. 1. 2025.	Koju ste knjigu najdulje čitali, neovisno o broju stranica?	12	4
84.	17. 2. 2025.	Koju knjigu nikad niste dovršili?	19	50
85.	31. 3. 2025.	Koju knjigu odgadate (pro)čitati?	14	8

„Preporuke s mreža“ – fotografije izložbenih mreža smještenih u prostoru knjižnice, na kojima se izlažu knjige u fizičkom prostoru knjižnice, najčešće tematski, žanrovski ili autorski povezane.

„Što čitaju knjižničari“ – preporuka knjige koju neka od administratorica stranice trenutano čita, uz navođenje citata i kratak opis radnje.

„Zanimljivosti o lektirama“ – određeni naslov iz osnovnoškolske ili srednjoškolske lektire obrađen na drugačiji način, uz navođenje zanimljivosti iz života autora ili samog djela. Rubrika je vrlo dobro prihvaćena, a tempo objavljivanja je jednom mjesečno, uz iznimku ljetnih mjeseci.

„Znanost petkom“ / „Dječja znanost petkom“ – rubrike koje promoviraju po jednu knjigu iz raznih područja znanosti s odaslog i dječjeg odjela. Na te objave posebno dobro reagiraju izdavači i dijele ih često na vlastitim stranicama, što svima povećava vidljivost.

3.5. Ostale objave

Uz stalni ritam rubrika, na Facebook stranici Knjižnice Gajnice objavljuju se informacije o izvanrednim okolnostima i organizaciji rada u knjižnici, kao što su slučajevi nestanka struje u zgradi, problemi s mrežom, građevinski radovi u prostoru i sl. Također, korisnici na Facebook stranici mogu pronaći informacije o radnom vremenu i neradnim danima. To je vrsta informacija koje se obavezno objavljuju na mrežnim stranicama knjižnice (Knjižnice grada Zagreba – Knjižnica Gajnice), ali iz iskustva je jasno da većina korisnika prvo odlazi potražiti odgovore na društvenoj mreži.

Osim tih tzv. servisnih informacija, postoji još jedna kategorija objava koje su vrlo rado primljene, a to su obavijesti o održanim knjižničnim aktivnostima, kao i najave novih. Riječ je o najavi izložbi, fotografijama i snimkama održanih susreta i/ili radionica. Takve objave uvijek izmame dosta reakcija korisnika, osobito kada je riječ o događanjima u koja su uključena djeca polaznici knjižničnih programa. Naravno, prilikom kreiranja sadržaja administratorice uvijek paze na zaštitu privatnosti, pa se dječja lica ne vide osim ako za to nije dobivena posebna privola roditelja. Jedna od objava za koju je tražena privola nastala je povodom manifestacije Noći knjige 2023. godine. Tema Noći knjige bila je umjetna inteligencija, pa je knjižničarka Morena Livaković Ivanović s djecom koja su uključena u stalnu aktivnost „Svijet priča“ snimila video o tome kako djeca doživljavaju robote. Kao književni predložak poslužila je slikovnica Kašmira Huseinovića *Roboti*, a djeca su s veseljem sudjelovala. Posebnost gajničke Facebook stranice je i u povremenom emitiranju uživo događanja iz knjižnice, bilo da je riječ o književnim susretima ili koncertima. To, također, nailazi na iznimno puno reakcija, a ponovo „briše“ ograničenja fizičkog prostora stvarajući sadržaj u virtualnom prostoru dostupnom svima. Ponovno, pratile su se *IFLA-ine Smjernice za narodne knjižnice* (IFLA-ine smjernice, 2011), osobito reakcije korisnika na postojeće usluge i nove inicijative.

Objave koje uvijek izazovu najviše pozornosti i nerijetko imaju najveći doseg jesu one koje se tiču isključivo samog knjižničnog prostora. Primjerice, objava o razbijenom staklu na odjelu za djecu i mlade je imala doseg od gotovo 24 000 ljudi koji su je vidjeli, a upravo je Facebook objava dovela do kontaktiranja nekoliko medija koji su potom napravili i reportažu o knjižnici, ali i problemu s kojim su se zaposlenici knjižnice susreli. Veliki dosezi takvih objava pokazuju i povezanost s lokalnom zajednicom i njihovu empatičnost, solidarnost, ali i veliku naklonost knjižnici, njezinim zaposlenicima i uslugama.

4. Online zajednica i odjek

Budući da se sa stranicom krenulo tijekom pandemije bolesti COVID-19, kad nije postojala mogućnost promocije same Facebook stranice u fizičkom prostoru knjižnice, vijest o novoj stranici morala se proširiti među korisnicima na samoj društvenoj mreži. Za to su korisni bili osobni profili knjižničarki, kao i kvartovska grupa „Gajnice jučer danas sutra“, ali i drugi profili knjižnica koji su međusobno proširili vijesti. Naravno, nakon što su se otvorila vrata knjižnice, povećao se i broj pratitelja koji su za stranicu doznali usmenim putem.

Naime, pažljivo osmišljene svakodnevne objave koje prije svega za cilj imaju popularizaciju i promociju knjige i čitanja, uz oslušivanje reakcija pratitelja, nisu ostale nezamijećene. Broj pratitelja na internom polugodišnjem izvještaju 2025. godine iznosio je 1918, uz 1 500 oznaka „sviđa mi se“ čime je KGZ – Knjižnica Gajnice postala, nakon krovne stranice Knjižnica grada Zagreba i stranice najdugovječnije zagrebačke književne tribine, „Književnog petka“ te stranica galerija koje su postojale i ranije od pojedinačnih stranica knjižnica u mreži Knjižnica grada Zagreba („Galerija VN“, „Galerija Prozori“), stranica s najvećim brojem pratitelja u mreži. U broju od 21 službenih stranica knjižnica, galerija i projekata u mreži Knjižnica grada Zagreba, peto mjesto je zaista vjerodostojan pokazatelj iznimnog angažmana i popularnosti stranice. Valja napomenuti kako je tzv. *organic reach*, odnosno doseg objava i broj pratitelja postignut isključivo putem objava koje ni na koji način nisu potpomognute plaćanjem njihova promoviranja.

Osim tog uspjeha u virtualnom svijetu, posebno je važno to što je stranica poslužila kao poveznica i sredstvo zbližavanja s lokalnom zajednicom, odnosno stanovnicima naselja Gajnice. Nadalje, knjižnica se svojim djelovanjem na stranici približila i kolegama iz struke iz drugih gradova, a povezala se i s autorima knjiga i slikovnica, likovnim umjetnicima, izdavačkim kućama, knjiškim *blogerima*, prevoditeljima i svima ostalima koji se bave kulturnim djelovanjem. Time je Facebook stranica KGZ – Knjižnica Gajnice opravdala svoj opis „društvene mreže“, a knjižničarke administratorice naziv knjižničar 2.0.

5. Zaključak

Posao knjižničara, kao i ostalog osoblja zaposlenog u knjižnici, s vremenom se nepovratno mijenja. Postaje usklađen s izazovima suvremenog vremena i nastoji ići ukorak s vremenom koje poprima sve odlike digitalnog doba. Tako se nekadašnji uobičajeni popisi zaduženja samih knjižničara neprestano iznova upotpunjuju modernim tehnološkim zahtjevima među kojima su i digitalni mediji, a posredno s njima i virtualne zajednice, poput društvenih mreža. Facebook, Instagram i TikTok samo su neke od društvenih mreža na kojima svoje profile imaju i knjižnične zajednice koje prvenstveno nastoje promovirati (vlastite) knjižnične usluge, ali i donositi zanimljiv, zabavan i edukativan sadržaj namijenjen svojim pratiteljima. Administratorice Facebook stranice KGZ – Knjižnica Gajnice, svojim su radom na stranici stvorile virtualnu zajednicu koja nužno i ne podrazumijeva isključivo uobičajene korisnike fizičkih prostora te knjižnice, već su knjižničnu ponudu proširile kako bi ona, zahvaljujući tome što geografske i druge prepreke više ne predstavljaju problem – bila dostupna svim korisnicima interneta. Kreiranje kvalitetnog i raznolikog sadržaja namijenjenog raznim pratiteljima različitih dobnih skupina te administriranje stranice na ovoj društvenoj mreži pokazalo se kao odgovoran, katkad iscrpljujući, ali izuzetno kreativan posao koji je iziskivao nemali broj dodatnih radnih sati i posvećen angažman svih administratorica. Ipak, mnogobrojni opisani primjeri pokazuju kako je moguće i u višegodišnjem radu stvarati praćen, dijeljen i vidljiv sadržaj koji, osim što zabavlja, i podučava, donosi vidljive promjene i u uobičajenom poslovanju. Povezujući standardne usluge s onim digitalnim Knjižnica Gajnice postala je potpunija, dostupnija i prisutnija u životima svojih korisnika, pritom ne odustajući od svojih načela, poštujući autorska prava, djelujući u skladu s misijom i vizijom ustanove kojoj pripada, ali i pokazujući svestranost svojih zaposlenika čije djelovanje postaje vidljivije i ruši stereotipe. Osim što je izniman alat za promociju, Facebook se pokazao kao jedan od važnih oblika knjižničarskog povezivanja i društvenog dijaloga.

LITERATURA

- Digital 2025: Croatia. [citirano: 2025–07–28]. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-croatia?rq=Croatia>
- Grbeša Zenzerović, M. i I. Nenadić (2022). *Jačanje otpornosti društva na dezinformacije: analiza stanja i smjernice za djelovanje*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije, 2022. [citirano: 2025–08–12]. Dostupno na: https://aem.hr/wp-content/uploads/2022/09/Studija_dezinformacije_2-izdanje.pdf
- Heath, C. i D. Heath (2010). *Ideje koje pokreću: [zašto neke ideje opstanu i ostaju, a druge nestaju]*. Zagreb: Lider press.
- Hebrang Grgić, Ivana. (2013). „Facebook knjižničar“: umijeće komuniciranja na društvenim mrežama U: Ana Barbarić i Dorja Mučnjak (ur). *Slobodan pristup informaci-*

- jama: 12. okrugli stol: zbornik radova.* (str. 33–46;). Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.
- Heimans, J. i H. Timms (2024). *Nova moć: kako moć funkcionira u našem hiperpovezanom svijetu – i kako je podrediti sebi.* Zagreb: VBZ.
- Holcer, Dunja. (2015). *Hrvatske narodne knjižnice i društvene mreže: doktorski rad.* Zagreb: Filozofski fakultet. [citirano: 2025–07–20]. Dostupno na: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/5713>
- Holcer, Dunja. (2017). Smjernice za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 60, 4: 147–159. [citirano: 2025–07–20]. Dostupno i na: <https://izdanja.hkdrukstvo.hr/casopisi/vbh/article/view/494/550>
- IFLA/UNESCO (2003). *Narodna knjižnica: IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga.* Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.
- IFLA-ine smjernice (2011). *IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice.* Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.
- Leburić, A.; Ćapin, D. i M. Čurković (2021). *Ljudski i socijalni kapital: povezanost i razvojni potencijali na društvenim mrežama.* Split: Redak.
- Ljevak, P. (2019). *Nakladnici na društvenim mrežama: poslovne strategije nakladnika i korisnici digitalnih društvenih mreža.* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Neves, B. C. (2018). Strategist librarian on social media: conceptual approach and possibilities of digital marketing in public libraries. *Informação & Sociedade* 28, 3: 323–337. (citirano: 2025–07–20). Dostupno na: <https://scispace.com/pdf/strategist-librarian-on-social-media-conceptual-approach-and-tezybbjhw7.pdf>
- Zgrabljic Rotar, N. (2023). *Uvod u medije i medijsku pismenost.* Zagreb: Leykam international.