

## OSOBN, PROMOTIVNO I ELEKTRONIČKI POSREDOVANO KOMUNICIRANJE S KORISNICIMA U KNJIŽNICI

**DANIJELA PETRIĆ**

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović«  
Koprivnica

**Primljeno** 17. 6. 2001.

**Prihvaćeno** 10. 11. 2001.

Rad ima dvije pozitivne recenzije

UDK/UDC: 027.022

024

Stručni članak

Professional paper

### Sažetak

*U ovom radu autorica je uvodno obradila pojavne oblike komunikacijskih aktivnosti knjižničara, i to edukaciju, informiranje i savjetovanje. Jedan od ciljeva rada je kako korisniku što potpunije približiti knjižnicu jer sustav današnjeg obrazovanja teži k osposobljavanju za samostalno učenje, odnosno samostalno služenje različitim izvorima informacija. U sklopu komunikacijskih aspekata ispitivanja, mijenjanja mišljenja te aktiviranja korisnika analizirala je ispitivanje mišljenja, stavova i potreba na osnovi ankete, primjenjujući metodologiju istraživanja komunikoloških pojava. Kao primjer je uzela Knjižnicu i čitaonicu »Fran Galović« u Koprivnici. Dobivenim rezultatima istraživanja predložila je mijenjanje mišljenja i aktiviranja korisnika kako bi se poboljšala usluga knjižnice, primjenjujući, uz anketu, i iskustva iz stranih, poglavito glede knjižničarstva, razvijenih zemalja. Težište rada je analiza komuniciranja s korisnicima u spomenutoj koprivničkoj knjižnici kako bi se uputilo na mogućnosti pozitivnih promjena i poboljšanja.*

**Ključne riječi:** komunikacija, knjižnica, korisnici, edukacija, informiranje

**Key words:** communication, library, users, education, information.

### 1. UVOD

#### 1.1. Pojavni oblici komunikacijskih aktivnosti u radu knjižničara (edukacija, informiranje, savjetovanje)

Kako bi komunikacija između knjižničara i korisnika bila što uspješnija, knjižničar bi trebao posjedovati sposobnost komuniciranja. Knjižničar bi, prije svega, trebao biti komunikativna osoba. Uz prirodne osobne vještine, trebala bi to biti školovana osoba sa stečenim stručnim iskustvom, koja će moći korisniku dati brzu i točnu informaciju na detaljno analiziran upit.<sup>1</sup> Suvremene informacijske tehnologije traže od knjižničara da, uz suvereno vladanje znanjima knjižničarstva te informatičkim područjem, sve više osvaja i područja vezana uz znanja i vještine komuniciranja. Zbog toga se sve više

<sup>1</sup> D. Sečić na sličan način spominje komuniciranje knjižničara s korisnikom u knjizi Informacijska služba u knjižnici, Rijeka, 1995., str. 41

pozornosti posvećuje komunikologiji i njezinim rezultatima u praksi. Knjižničar zapravo mora razvijati budućeg korisnika. Da bismo postigli određeni stupanj zajedništva u komuniciranju, treba poznavati osobu ili osobe koje žele komunicirati, a time se pospješuje razvoj korisnika.<sup>2</sup> Pod razvojem korisnika podrazumijevamo sve aktivnosti radi stjecanja naklonosti potencijalnog korisnika, zatim uspostavljanja međusobnog razumijevanja o problemu na kojem se surađuje, stvaranja pozitivnog stava te, konačno, poticanja želje kod korisnika da koristi usluge knjižnice. Stjecanje naklonosti, razumijevanja, razvijanje pozitivnih stavova te poticanje na aktivnost psihička su stanja korisnika, koja se stvaraju prvenstveno u međusobnom komuniciranju knjižničara i korisnika.

Knjižničar se pri edukaciji korisnika pojavljuje u ulozi organizatora same edukacije, ali i njezina izvođača. Valja također naglasiti kako pristup problemu edukacije korisnika zahtijeva da se u obzir uzme cjelokupni informacijski i komunikacijski proces i da se u tom kontekstu raščlani interakcija korisnika i knjižnice u cjelini. U tom procesu svaka knjižnica ima svoju specifičnu ulogu. Obrazovanje korisnika kontinuiran je proces s dvjema glavnim sastavnicama koje možemo nazvati usmjeravanje i poučavanje.

Usmjeravanje se bavi općenitim upoznavanjem korisnika s uslugama koje mu knjižnica nudi, kao i s njihovim korištenjem, a pritom je glavni cilj da se korisnika osposobi za samostalni rad.

Usmjeravanje uzima u obzir i spoznajne ciljeve i sklonosti. Njime se želi stvoriti povoljna atmosfera za djelotvornu komunikaciju između korisnika i knjižničara, a knjižnice predstaviti kao ugodne, prijateljske ustanove u kojima korisnik, koji traži informacije, može dobiti pomoć. Korisnik bi trebao steći dojam da je osoblje knjižnice stručno i da mu je voljno pomoći. Korisnika se želi potaknuti da traži pomoć knjižničara bez osjećaja bojažljivosti ili neugode. U tom procesu u nastavnim ustanovama, školama i sveučilištima veliku ulogu imaju i nastavnici pojedinih predmeta ili kolegija. Oni trebaju učenicima i studentima prenositi svoja pozitivna iskustva, uvjeriti ih i pokazati kako je traženje informacija jedan od važnijih dijelova njihova školovanja. Zbog toga je u obrazovnim ustanovama na svim razinama posebno važna dobra komunikacija između nastavnika i knjižničara.<sup>3</sup>

Poučavanje i upoznavanje s izvorima informacija korisnika iz određene struke potrebno je ponajprije na sveučilištu te ostalim višim i visokim školama, a odvija se u dvije etape: na uvodnoj ili dodiplomskoj razini te na specijalističkoj ili poslijediplomskoj razini. Korisnika se poučava kako se pretražuju kazala, časopisi, sažeci, baze podataka, posebni katalozi itd. Organizirano poučavanje treba omogućiti da se korisnik upozna s procesom tijeka informacija od pošiljatelja do primatelja, različitim informacijskim kanalima, njihovim mogućnostima, prednostima i nedostacima. Tu prije svega valja istaknuti mogućnosti odabira različitih tipova informacijskih usluga u komunikaciji te potrebu da se korisnik nauči ispravno koristiti uslugama tekućeg informiranja i retrospektivnih bibliografskih i faktografskih pretraživanja. Bitno je da se korisnik u komunikaciji s knjižničarom upozna s metodama pretraživanja literature u obliku popisa korištene literature, bibliografskih i drugih bilježaka, odnosno ispravnog citiranja korištenih izvora i prikazivanja rezultata jer je to veoma važno za rješavanje njegova konkretnog problema kao što su izrade seminarskih, znanstvenih, stručnih i sličnih radova.<sup>4</sup>

Usmjeravanje, poučavanje i prenošenje znanja na korisnika, bez obzira na to u kojim se oblicima izvodi, komunikacijske su aktivnosti u radu knjižničara. Da bi prenosilac znanja, odnosno predavač, mogao znanje uspješno prenijeti drugima, mora se posebno pripremiti u tom segmentu svojeg rada. Glavni je zadatak svakog edukatora, pa tako i u komuniciranju u knjižnici, da pomaže ljudima u stjecanju određenih znanja i vještina. Žele li knjižničari imati važnu komunikacijsku ulogu u »društvu koje uči«, moraju maksimalno razviti sposobnosti za podučavanje i razvijanje vještina kako bi pomogli

<sup>2</sup> K. R. Reardon, *Interpersonalna komunikacija*, Zagreb, 1998., str. 17

<sup>3</sup> D. Sečić, n. dj., str. 32

<sup>4</sup> D. Sečić, n. dj., str. 37

korisnicima ne samo da koriste fondove knjižnice, nego i sve ostale raspoložive izvore informiranja, bez obzira na medij. Danas se nametnula svojom važnošću poduka korisnika za uporabu Interneta, obrazovanje za upravljanje informacijama i obrazovanje za njihovo svekoliko korištenje.

Timski rad i tijesna komunikacija s korisnicima sve su prisutniji oblik rada, a potrebe i zahtjevi korisnika određuju razinu povezivanja, strukturu fonda, stupanj njegove obrade i vrstu usluga unutar knjižnice. Kako knjižnica svoju vrijednost i značaj potvrđuje na razini korisnika, on uvijek mora biti u središtu njezina interesa, prema njemu mora biti usmjereno cjelokupno njezino komunikacijsko djelovanje.

Knjižnicama predstoji više ulaganja u sustav informiranja i obrazovanja. Korisnik je osoba prema kojoj su u komunikaciji usmjereni osnovni ciljevi i funkcije knjižničarstva. On je element u komunikaciji koji stvara procese te određuje njihov karakter i intenzitet. Kada govorimo o obrazovanju korisnika, najčešće se misli na proces stjecanja znanja i razvijanja vještina vezanih uglavnom uz korištenje informacijskih izvora. Uvođenje novih tehnologija te njihove brze i drastične promjene zahtijevaju uvijek novo obrazovanje i osposobljavanje kako knjižničnog osoblja, tako i njihovih korisnika. Korisnik želi dobiti relevantnu i potpunu informaciju u što kraćem vremenu i sa što manje uloženog truda. Krajnji korisnici žele naučiti onoliko koliko im je potrebno da bi ovladali tehnikama jednostavnog pretraživanja te steći samo ona znanja koja su im potrebna da svoje zahtjeve prilagode mogućnosti računala. Uloga osoblja knjižnice u tom je pogledu posrednička i obrazovna.

Glavni je cilj knjižnicu što više i potpunije približiti korisniku jer sustav današnjeg obrazovanja treba težiti osposobljavanju za samostalno učenje te za samostalno služenje različitim izvorima informacija. Pritom se sve više daje prednost samoučenju, a sve je manje podučavanja. To mora biti jedan od glavnih zadataka komunikacije u obliku obrazovanja s tim da je tehnologija toliko napredovala da to čini mogućim.<sup>5</sup>

## 1.2. Mogući utjecaji komunikacije između korisnika i knjižničara na poboljšanje usluga i zadovoljstvo korisnika

U komunikaciji s korisnicima vrlo je važna povratna informacija zato što jedino korisnik može ocijeniti je li dobivena informacija zadovoljila njegovu informacijsku potrebu.

Knjižnica mora uspostaviti povratnu vezu s korisnicima zbog kontrole i evaluacije svojeg rada. Pomoću povratne veze postiže se maksimalna podudarnost između stvarnih potreba korisnika, izražavanja tih potreba u informacijskom zahtjevu i sadržaja informacija koje daje knjižnica.<sup>6</sup> Kvalitetna usluga rezultira promjenom u korisnikovoj misaonoj te emotivnoj sferi, zadovoljstvu i povjerenju, što dalje može uvjetovati novu potrebu ili zahtjev.<sup>7</sup>

Pri razmjeni informacija s korisnicima razlikujemo nekoliko oblika komuniciranja:

a) intrapersonalno komuniciranje - oblik komuniciranja u kojem nastojimo potaknuti korisnika na razgovor sa samim sobom te da stekne pozitivno mišljenje o knjižnici (na pozitivan stav mogu utjecati razni faktori: od vanjskog i unutarnjeg uređenja, izgleda knjižničara i uređenja izloga pa do samog ponašanja knjižničara);

b) interpersonalno komuniciranje - iskazuje se u razgovoru knjižničara i korisnika, odnosno kada dvije ili više osoba međusobno primaju i pružaju informacije (Vrlo je česta ograda između bibliotečnog

<sup>5</sup> D. Stančin-Rošić, *Obrazovanje korisnika za 21. stoljeće*, Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, zbornik radova s međunarodnog savjetovanja u Varaždinu, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin 1998., str. 135

<sup>6</sup> M. Ivakić, *Korisnički orijentirana knjižnica, Korisnici u 21. stoljeću - izazov za knjižničarsku struku*, 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998., str. 25

<sup>7</sup> M. Ivakić, n. dj., str. 19

osoblja i korisnika. S obzirom na to da je upotreba knjižnice visokoindividualizirana, što bolje poznamo naše korisnike, to ćemo im pružiti bolju uslugu.<sup>8</sup>);

c) intragrupno - komuniciranje unutar grupe korisnika koji međusobno razmjenjuju informacije;

d) intergrupno - komuniciranje između pojedinih grupa korisnika;

e) masovno komuniciranje - komuniciranje pomoću tiska, radija i televizije, a poruka se istodobno upućuje velikom broju primatelja (Takvim načinom komuniciranja skreće se osobita pozornost na potencijalne korisnike koji često ne znaju da knjižnica postoji i da može zadovoljiti njihove informacijske potrebe. Upućuju se poruke o radnom vremenu, prikazi knjiga u lokalnim novinama, oglašavaju se razne aktivnosti poput književnih večeri i manifestacijskih programa koje je knjižnica provela ili će provoditi na radiju i televiziji i sl.).

Navedeni oblici komuniciranja sadrže verbalno i neverbalno komuniciranje. Pri verbalnom komuniciranju, kao što i sam naziv na to upućuje, koristimo se riječima. Neverbalno komuniciranje je komuniciranje bez riječi, ali i neizostavna pratnja verbalnom komuniciranju. Informacije se ne prenose riječima, nego raznim pokretima tijela, ruku, izrazima lica, načinom odijevanja i sl. Izgovorena poruka najčešće dobiva svoj puni smisao uz pomoć neverbalnog komuniciranja kojim utječemo i na emocije korisnika.<sup>9</sup>

Važno je istaknuti da tijekom prvog posjeta korisnika treba obavijestiti o svim uslugama koje knjižnica pruža te ga upoznati s organizacijom prostora kako bi sam mogao pronaći željenu informaciju.

Međutim, mnogi autori, i iz razvijenijih zemalja, upozoravaju da je jedan od glavnih problema u obrazovanju korisnika to što mnoge knjižnice nisu prostorno tako organizirane da se pojedinac može u njima jednostavno snaći. Raspored prostora zna biti neprikladan, a još češće u knjižnicama nedostaju putokazi, potrebne oznake i tiskane upute za korištenje kataloga. Ako i postoje putokazi, često su napravljeni i postavljeni prema napatku bibliotekara koji više uzimaju u obzir svoje, a manje korisničke potrebe. Stoga se često događa da se vođenje po knjižnici, kao najčešći oblik upoznavanja skupina korisnika s prostorima i službama, organizira baš zbog nedostatka dobrih putokaza i pomagala za orijentaciju.<sup>10</sup>

Svrha i cilj putokaza, informacijskih vodiča, jest da korisnik upozna knjižnicu i ima uvid u usluge koje mu ona nudi. Raspored knjižne građe trebao bi biti što prikladniji za korisnika, a ne za knjižničara. Korisnik bi se bolje snalazio među policama u kojima je knjižna građa omeđena abecednim graničnicima. Korisnici se vrlo rijetko služe katalogima ako na njima ne postoje jasne i kratke upute o njihovoj upotrebi. Kako bi se korisnik što bolje upoznao s prostorom knjižnice, rabe se različite metode i tehnike za njegovo poučavanje koje se, prema D. Sečić, mogu razvrstati na one koje su prikladne za: a) skupno poučavanje; b) individualno učenje; c) za oboje. Skupine se uglavnom poučavaju putem predavanja, seminara i demonstracija, odnosno obilaska i razgledavanja knjižnice. Za razliku od predavanja, prikazivanje filmova ili videokaseta te uporaba audiokaseta prikladni su i za skupinu i za pojedinačno poučavanje. Poučavanju pojedinaca namijenjeni su tiskani vodiči, putokazi, pripremljene praktične vježbe, tekstovi za samoučenje i individualna pomoć knjižničara.<sup>11</sup>

Često knjižničari korisnike instruiraju kako da se kreću i snalaze u zgradi i kako da upotrebljavaju sustave koji im uzrokuju nepotrebne teškoće. To knjižničarima daje dvostruku prednost: ostavljaju dojam da žele pomoći, a ujedno impresioniraju korisnika mističnošću knjižničarstva. Da su sustavi bili

<sup>8</sup> M. Line, *Koncipiranje (oblikovanje) bibliotečnih i informacijskih sustava po mjeri čovjeka*, str. 58; 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.

<sup>9</sup> Usp. F. Šulak, *Promocijsko djelovanje prodavaonice*, Zagreb, 1985.; str. 32 - 33.

<sup>10</sup> D. Sečić, n. dj., str. 32

<sup>11</sup> D. Sečić, n. dj., str. 34

koncipirani tako da se korisnik može njima sam koristiti, nijedna od spomenutih navodnih prednosti ne bi se osvarila. User service is a much more worthy ideal than user education.<sup>12</sup>

## 2. POTREBE KORISNIKA

### 2.1. Definiranje korisničkih potreba

Prvi ozbiljni rad o istraživanju korisničkih potreba je članak »Information needs and uses« (1968.) W. J. Paisleyja. On je smatrao da korisnika treba promatrati kao pripadnika nekoliko različitih sustava koji dotiču sve vidove njegova života i rada. Ponašanje korisnika, kao elementa kulturnog sustava, određeno je političkim sustavom, pripadnošću određenoj profesionalnoj skupini, komuniciranjem s kolegama i sl. Znatna utjecaj na ponašanje korisnika dolazi iz sfere njegova misaonog svijeta. Na toj se razini, a u vezi s utjecajima iz okruženja, javlja motivacija, određuje stupanj stvaralaštva ili pak struktura poimanja.<sup>13</sup>

Prvo načelo knjižničarstva glasi: »Knjižnice su za korisnike«. Iako većina knjižničara prihvaća to načelo, ne znaju kako da utvrde zadovoljavaju li knjižnice uistinu potrebe svojih korisnika. Zato, a u interesu struke, treba ispitati mišljenje korisnika o uslugama knjižnice.<sup>14</sup>

Konceptualno tumačenje komunikacijskog procesa u knjižničarstvu teži oblikovanju teorijskih odnosa između korisnika koji traže informaciju (searching for information) i sposobnosti knjižnične zbirke da osigura traženu informaciju (providing the information). U tom smislu cilj knjižnice treba odrediti u skladu s potrebama korisnika, a njezinu uspješnost u ostvarivanju postavljena cilja valja procjenjivati prema zadovoljstvu korisnika.<sup>15</sup>

Provedbom ankete među korisnicima dobiva se povratna informacija o stupnju zadovoljstva postojećim uslugama, ali i uvid u potrebe i želje za novim uslugama, kao i potrebe zajednice u čijem se okruženju knjižnica nalazi.

Pokretačka snaga potrebna za uspješno upravljanje bilo kojom vrstom knjižnice postaje vrlo složena s obzirom na: (1) sve veće potrebe da se zna sadašnje korisnike knjižnice, tko su potencijalni korisnici i kako bi se one koji je ne koriste moglo privući i pretvoriti u aktivne korisnike; (2) brze promjene brzine i važnosti u radu korisničkih službi; (3) drastične promjene u njihovu poslovanju, proizvodima i uslugama; (4) povećanu potrebu za: a) težnjom k potpunoj kvaliteti i još vrednijom informacijom (total quality and value-added approach) u njihovim službama; b) poduzetničkom kulturom; (c) promidžbom i marketingom.<sup>16</sup>

Ured za istraživanje ponašanja korisnika (Centre for Research on User Studies - CRUS), osnovan na sveučilištu u Sheffieldu 1976. godine, imao je za cilj određivanje teorijskog sklopa za istraživanja korisnika knjižnica i njihovih potreba. U CRUS-ovim studijama upućuje se na razlike između tzv. općih korisničkih skupina i profesionalnih skupina. Posebna je pozornost posvećena kategoriji onih članova zajednice koji se ne obraćaju knjižnicama i sličnim ustanovama, dakle kategoriji nekorisnika (nonusers). Za organizaciju djelotvornih knjižničkih službi posebno su važne spoznaje o interesima i potre-

<sup>12</sup> M. Line, Koncipiranje (oblikovanje) bibliotečnih i informacijskih sustava po mjeri čovjeka, str. 47; 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar 1998.

<sup>13</sup> T. Arapac-Gazivoda, Teorijske osnove knjižnične znanosti, Filozofski fakultet, Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti, Zagreb, 1993., str. 116; W. J. Paisley, Information needs and uses, ARIST, 3, New York, 1968., str. 4 - 6

<sup>14</sup> D. J. Urquhart, Načela bibliotekarstva, Rijeka 1986., str. 20

<sup>15</sup> T. Arapac-Gazivoda, n. dj., str. 146; J. Nitecki, On the modality discourse in the theory of librarianship, Arlington 1979., str. 13 - 15

<sup>16</sup> K. Čveljo, Sve raznolikiji korisnici informacija predstavljaju za informacijske stručnjake sve veći izazov i izvor mogućnosti - kratak pregled, str. 4 - 5, 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.

bama navedene kategorije jer je funkcija knjižnične ustanove, posebno u dijelu pučkoga knjižničarstva, širenje opće kulture. Stoga su prijeko potrebni podaci o obrazovnoj strukturi stanovništva, stupnju nepismenosti, utjecaju masovnih medija, etičkim skupinama i njihovim sustavima vrijednosti. U CRUS-ovoj terminologiji korisnik se određuje kao primatelj koji je uočio nepravilnost u svojem poimanju svijeta i koji nastoji pronaći one poruke koje će mu omogućiti da tu nepravilnost ispravi.<sup>17</sup>

Obično je jednostavno analizirati korištenje postojećih knjižnica, zahtjeve korisnika i stupanj njihova zadovoljenja te procijeniti njihovo mišljenje o postojećim uslugama. Mnogo je teže procijeniti njihove potrebe. Brojne potrebe nikad ne prerastu u zahtjeve, a ima i takvih koje korisnik nije svjestan; korisnik će često prepoznati informacijsku potrebu tek kada mu se stave na raspolaganje sredstva da se on zadovolji. U analizama informacijskih zahtjeva korisnik se obično grupira prema nekoj značajnoj osobini. Odabrana osobina ovisit će o lokalnim okolnostima i može biti područje interesa organizacije u kojoj je pojedinac zaposlen ili prirode njegova posla. Nekorisnici nisu samo oni koji nisu svjesni postojanja usluga, ne mogu doći do njih, ne znaju kako da ih koriste ili nemaju u njih povjerenja, nego i oni koji niti ne znaju da su im informacije potrebne.<sup>18</sup>

Prema W. Kschenka, pojedinačne potrebe korisnika mogu se promatrati s četiri različita motrišta:

- s motrišta područja o kojemu se želi dobiti određena informacija
- s motrišta stupnja razumijevanja, koji se dostiže korištenjem informacija
- s motrišta oblika pružanja posebnih informacija
- s motrišta svrha za koje se određena informacija potražuje.<sup>19</sup>

## 2.2. Utjecaj korisničkih potreba na kreiranje nabavne politike i popunu fonda knjižnice

Izgradnja knjižničnog fonda složen je proces kojim se nastoji otkriti slabost fonda, ali i slabost s obzirom na potrebe korisnika, raspoložive izvore znanja i obavijesti unutar zajednice korisnika, te sve to ispraviti i poboljšati.<sup>20</sup>

Oblikovanje knjižničnog fonda dinamičan je i kontinuirani proces koji je potrebno neprestano dograđivati, imajući pri tome na umu namjenu knjižnice, financijska sredstva, strukturu postojećeg fonda te, dakako, želje korisnika. Kako bi se doznale želje korisnika, knjižnica izrađuje u tu svrhu posebnu datoteku - datoteku desiderata. Naime, korisnici na listiće upisuju podatke o publikaciji za koju smatraju da bi bila važna za knjižnični fond, a knjižnica je ne posjeduje.

Poimanje korisnosti knjižničnoga fonda sa stajališta korisnika uvijek će ovisiti o stupnju njegova poimanja značenja sadržanih u fondu. Isto se može reći i za knjižničara. Stoga bi knjižničar trebao biti posrednik u komunikacijskim procesima unutar knjižničnoga diskursa kako bi omogućio tumačenje teksta da bi se korisnicima olakšao pristup zabilježenom znanju.<sup>21</sup>

Komuniciranje s korisnicima omogućava knjižnici da se upozna sa željama i potrebama korisnika te da na temelju toga izgrađuje svoju politiku nabave. Ako je, npr., riječ o narodnoj knjižnici, sigurno je da ona neće trebati nabavljati mnogo stručne literature iz područja medicine jer korisnici ne iskazuju mnogo zanimanja za takve teme. Međutim, takvu će literaturu trebati stručna knjižnica koja djeluje u sklopu medicinskog fakulteta ili instituta jer to zahtijeva struktura njezinih korisnika.

<sup>17</sup> T. Arapac-Gazivoda, n. dj., str. 117.; User studies: an introductory guide and selected bibliography, University of Sheffield, 1979., str. 2

<sup>18</sup> M. Ivakić, n. dj., str. 20

<sup>19</sup> T. Arapac-Gazivoda, n. dj., str. 117; W. Kschenka, Probleme und Stellung der Bibliothekswissenschaft im System der Wissenschaften, Zentralblatt für Dokumentation 24, 1973., str. 15 - 20

<sup>20</sup> K. Tadić, Rad u knjižnici, Opatija, 1994., str. 33; E. G. Evans. Developing library collections, Littleton, Colo: Libraries Unlimited, 1979., str. 340

<sup>21</sup> Usp. T. Arapac-Gazivoda, n. dj., str. 147

Potrebe i zahtjevi korisnika određuju razinu povezivanja, strukturu fonda, stupanj njegove obrade i vrstu usluga unutar određenog knjižničkog sustava, a o njima će ovisiti broj i priroda funkcija nužnih za postavljanje odgovarajuće strukture sustava. Svaki informacijski sustav mora biti projektiran i kreiran uz punu suradnju njegovih sadašnjih i budućih korisnika te imati njegovu podršku. Mnogi korektno integrirani informacijski sustavi završili su kao neuspješna investicija zato što su bili nametnuti svojim korisnicima te su ih oni sabotirali. Informacijski sustav treba biti jednostavan za korištenje i u što većoj mjeri pristupačan.<sup>22</sup>

Drugim riječima, knjižnica može posjedovati fond koji odgovara njezinim korisnicima, ali ako taj fond nije obrađen na način pristupačan korisnicima i ako je modul za pretraživanje u postojećem informacijskom sustavu nekomunikativan s korisnikom, publikacija je »izgubljena«.

Budući da knjižnice u novije vrijeme imaju manje novca, iako je razrađen plan nabavne politike uglavnom prema željama korisnika, nemoguće je uskladiti sve želje korisnika s knjižničnim fondom, nego se one selektiraju najčešće prema dva opća načela selekcije:

- a) načelu vrijednosti (kakvoće)
- b) načelu potražnje.

Prema načelu vrijednosti, odnosno teoriji selekcije koja se zasniva na njemu, knjižnice trebaju prikupljati onu građu koja će intelektualno obogatiti život njihovih korisnika. Selekcija je pritom pozitivna, tj. u fond se uključuje ona građa za nabavu koje postoje valjani razlozi, ali ne isključuje se građa za koju se pretpostavlja da će loše utjecati na korisnika. Smatra se da je knjižnica osnovana zato da bi odgajala i obrazovala, i da je stoga jedna od kulturnih ustanova koje doprinose stvaranju boljšeg svijeta. Prema načelu potražnje, smatra se da se pučke knjižnice osnivaju kako bi zadovoljile potrebu za obavijestima i publikacijama stanovnika određenog područja. Zbog toga treba najprije ustanoviti postoji li takva potreba, a tek potom dogovoriti sustave kojima će se ona zadovoljiti. Sadržaj fonda bit će stoga određen potrebama, a ne prethodno sročnim planom koji obuhvaća sva područja. Prema tom načelu nabavit će se više primjeraka publikacije za koju postoji veliko zanimanje, nego po jedan primjerak one publikacije za koju neće postojati potražnja.<sup>23</sup> Sasvim je jasno da specijalizirane knjižnice neće moći prihvatiti načelo potražnje, koje je prihvatljivo za pučke knjižnice, zato što one moraju sadržavati u svojem fondu svu literaturu koja se odnosi na specijalizirano područje.

Nitecki predviđa mogućnost da knjiga kao fizički entitet s odrednicom pasivne uloge u komunikacijskom procesu između njezina stvaraoca i čitatelja može u određenim slučajevima pokrenuti dijalog - na primjer, svojim izgledom, opremom, temom i slično. Ali, odnos spram njezina sadržaja stvara primatelj koji sam oblikuje poruku u svojoj svijesti. Na drugom planu knjižnična se komunikacija sagledava kao čin koji utječe ne samo na sadržaj nositelja poruke i sklonost primatelja, nego i na ovovremenost dijaloga.<sup>24</sup> Knjižnica ne može biti zatvorena ustanova, nego institucija koja će pratiti nove trendove u svijetu i biti aktivna u nastojanju da ih prihvati sredina u kojoj se knjižnica nalazi.

Iako potrebe i želje korisnika utječu na izgradnju knjižničkog fonda, treba uzeti u obzir i one korisnike koji nisu u stanju izraziti svoju potrebu ili pak ne znaju za njeno postojanje.

Empatija je u interpersonalnoj komunikaciji važna i zato što su česte situacije nedostatka informacija na osnovi kojih bi se moglo zaključivati o osjećajima drugih. Posrijedi je dosta slabo sredstvo za opisivanje složenih osjećaja. Ona komunikatorima omogućava da dođu do informacija o drugima, koje zatim mogu upotrijebiti u izboru riječi, stilu prezentacije i izboru strategija.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> M. Ivakić, n. dj., str. 17

<sup>23</sup> K. Tadić, n. dj., str. 40

<sup>24</sup> T. Arapac-Gazivoda, n. dj., str. 137; J. Nitecki, *Metaphors of librarianship: A suggestion to a metaphysical model*; *Journal of Library History* 3, str. 25

<sup>25</sup> K. K. Reardon, *Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću*, Zagreb, 1998., str. 76 - 77

Problem nastupa kada korisnici imaju strah od komunikacije ili kada knjižničar tijekom komunikacije postavi neartikuliran upit pa ga korisnik dobro ne razumije i da pogrešan odgovor koji je u ovom slučaju korisnikova potreba.

Komunikacijski strah ili komunikacijska aprehenzija nije ništa drugo nego oblik straha od stvarne ili pretpostavljene komunikacije s drugima. Neki se ljudi jednostavno boje komunicirati. Taj strah djeluje na njihovo ponašanje tijekom komunikacije.<sup>26</sup>

Dolazeći u knjižnicu, ljudi ulažu energiju potrebnu u komuniciranju zato što očekuju da će iz toga dobiti nešto za sebe. Ako knjižnica posjeduje informacije važne korisniku, najednom će mu postati zanimljiva. Misli li korisnik da mu knjižnica može pružiti ono što treba, ući će u razmjenu s knjižničarom kao posrednikom do željene informacije.

### 3. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH ZADATAKA KNJIŽNICE I ČITAONICE »FRAN GALOVIĆ« KOPRIVNICA

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« u Koprivnici je narodna knjižnica, ali ujedno i županijska matična knjižnica.

Tradicija knjižničarstva u Koprivnici postoji još od 1846., a krajem 1945. godine osnovana je današnja Knjižnica i čitaonica.<sup>27</sup>

Godine 1981. dodijeljena joj je sadašnja zgrada, smještena u samom središtu grada, čiji je prostor adaptiran i funkcionalno iskorišten za rad suvremenoga knjižničkog poslovanja, organiziranog po odjelima i službama: Dječji odjel s pričaonicom i kompjutorskom igraonicom, Studijski odjel s čitaonicom časopisa i zavičajnom zbirkom, Služba nabave i obrade knjižne građe, Bibliobusna služba i Županijska matična služba. Knjižnica posjeduje oko 52.000 svezaka knjiga, 87 naslova periodike i oko 400 AV medijskih jedinica. Od ostale građe skupljaju se zemljopisne karte, a za zavičajnu zbirku i plakati, katalozi izložba, pozivnice, prospekti i ostali oblici sitnoga tiska. Knjižnica ima 16 zaposlenika. Od kraja 1996. godine pri Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« smješteno je Hrvatsko čitateljsko društvo, osnovano s ciljem okupljanja stručnjaka raznih profila u istraživanju, promicanju i poticanju pismenosti u svim vidovima - čitanju, pisanju, jeziku i govoru.<sup>28</sup> Godine 1998. bilo je učlanjeno 4156 korisnika, ostvareno je 29.950 posjeta, a posuđeno 55.536 knjiga.<sup>29</sup>

#### 3.1. Aktualni oblici komuniciranja s korisnicima

UNESCO-ov »Manifest za narodne knjižnice« ističe važnost i ulogu narodnih knjižnica u društvu. Narodna knjižnica kao mjesni prilaz znanju osigurava uvjete za učenje tijekom cijelog života, neovisno odlučivanje i kulturni razvitak pojedinaca i društvenih skupina. U »Manifestu« se izražava UNESCO-ovo uvjerenje da je narodna knjižnica vitalna snaga u obrazovanju, kulturi i obavješćivanju te bitan čimbenik u njegovanju mira i duhovnoga blagostanja svijesti muškaraca i žena.<sup>30</sup>

U ovom radu zastupljen je samo komunikacijski aspekt djelatnosti knjižnice. Suvremena komunikacija odnosi se na raznovrsne oblike rada s korisnicima, kojima im se pomaže u odabiru literature i svih ostalih potrebnih informacija. Ako knjižničar ne posjeduje informacije potrebne korisniku, upućuje ga na eventualne

<sup>26</sup> K. K. Reardon, n. dj., str. 88 - 89

<sup>27</sup> B. Loborec, D. Feletar, Bibliotekarstvo u općini Koprivnica, Podravski zbornik 12, Koprivnica, 1986., str. 86 - 100

<sup>28</sup> D. Sabolović-Krajina, Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« Koprivnica, u: Vodič kroz knjižnice Koprivničko-križevačke županije, Koprivnica - Križevci - Đurđevac 1997., str. 9 - 14

<sup>29</sup> Izvješće o radu Knjižnice i čitaonice »Fran Galović« u 1998. godini, Koprivnica, 26. veljače 1999., str. 1

<sup>30</sup> A. Horvat, UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice 1994., Gradska biblioteka Rijeka, Rijeka, 1997.



izvore, dokumente ili ustanove. Osim toga, aktualne i potencijalne korisnike educira se pomoću raznih kulturno-edukativnih i animacijskih aktivnosti kojima ih se upoznaje s poviješću zajednice, aktualnom problematikom, poznatim osobama iz svijeta i Hrvatske, pismenošću, zaštitom prirodne i kulturne baštine itd.

Prva usluga koju korisnik dobiva u knjižnici polazi od knjižničara informatora koji će dočekati korisnika, prihvatiti njegov zahtjev, osobno ili telefonski, riješiti ga, uputiti korisnika u samostalno rješavanje ili pak tražiti odgovore od drugih knjižnica ili informacijskih središta.<sup>31</sup>

Dolaskom u knjižnicu korisnik se susreće s unutarnjim i vanjskim faktorima promocijskoga djelovanja knjižnice. Vanjski faktori su okoliš, izlog i ulaz u knjižnicu. Njihov je zadatak da potaknu, privuku, pozovu prolaznike u posjet knjižnici. Grupu unutarnjih faktora čine interijer knjižnice, usluge koje nudi i knjižnično osoblje. Djelujući posredstvom spomenutih faktora, knjižnica odašilje informacije o sebi, koje kod korisnika stvaraju pozitivne ili negativne stavove, odnosno cjelokupni dojam koji možemo nazvati imidž knjižnice. Neformalnim komuniciranjem šire se informacije o knjižnici tako da korisnici prenose znancima svoje dojmove. Tako se zapravo među ljudima širi dobar ili loš glas o knjižnici. Planskim koordiniranim djelovanjem na unutarnje i vanjske faktore može se utjecati na zadovoljstvo korisnika.<sup>32</sup>

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« smještena je u samom središtu grada Koprivnice pa je time zadovoljena UNESCO-ova uputa za narodne knjižnice koja kaže: »Službe trebaju biti fizički pristupačne svim članovima zajednice. To zahtijeva prikladno smještene knjižnične zgrade«.<sup>33</sup>

Izlog je vezan uz prijenos informacijskih poruka. Izlog koji ima poželjne osobine dobre poruke u komuniciranju lakše će zaustaviti korisnika, zadržati ga pred svojom ponudom, zadovoljiti njegove potrebe za intelektualnim informacijama i potaknuti ga da uđe u knjižnicu.<sup>34</sup>

Tijekom 1998. godine u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« bile su postavljene 64 izložbe uglavnom knjižne i srodne građe, kojima se popularizirala knjiga, te su obilježene godišnjice, društvena, kulturna i druga zbivanja. Ovdje ćemo izdvojiti izložbe uz obljetnice A. Nemčića Gostovinskog, J. Kozarca, P. Preradovića, Đ. Sudete, G. Garcie Márqueza, M. Dolenc Dravskog, F. Galovića i J. Klovića te tematske izložbe »Vincekovo«, »Maškare«, »Kamo nakon osnovne škole«, »Nogomet - najvažnija sporedna stvar na svijetu«, »Svjetski dan hrane«, »Međunarodni dan dječje knjige«, »Dan hrvatske knjige«, »Zrinsko-frankopanski dan«, »Međunarodni dan pismenosti«, »Međunarodni dan borbe protiv AIDS-a«, »Svjetski dan čovjekove okoline«, »Za živu Dravu«, »Za čistu Koprivnicu« i »Kajkaviana Podraviana - izbor iz kajkavske poezije«.<sup>35</sup>

Kada je korisnik uočio knjižnicu i povezoao njezino postojanje sa svojom eventualnom potrebom, on će ući u nju. Ulaz bi stoga kao prijelazna zona između ulice i zgrade knjižnice trebao omogućiti prolazniku da ga lako uoči te da stvori dojam kako je prolaznik dobrodošao. Knjižnica vodi brigu o ispunjenju tih uvjeta. obraća se pozornost na održavanje čistoće oko ulaza. Na ulazna vrata stavljaju se lako uočljive informacije o radnom vremenu i razne druge obavijesti. Samim ulaskom u knjižnicu nalaze se informativni letci, nadohvat ruke korisniku, s radnim vremenom i obavijestima o uslugama koje se nude na pojedinim odjelima.<sup>36</sup>

Unutarnji prostor predstavlja komunikacijsko okruženje i aktivno utječe na uspostavljanje, trajanje i način odvijanja susreta s korisnikom, knjižnom građom i knjižničarima. Da bi se korisnik u slobodnom pristupu knjižnoj građi što bolje snašao, knjige na policama trebaju biti pregledno složene, a mjes-

<sup>31</sup> T. Nebesny, Informacijsko-referalna služba, u: Upute za poslovanje narodnih knjižnica, Zagreb, 1996., str. 70

<sup>32</sup> Usp. F. Šulak, Promocijsko djelovanje, n. dj., str. 41 - 42

<sup>33</sup> A. Horvat, n. dj.

<sup>34</sup> Usp. F. Šulak, Promocijsko djelovanje, n. dj., str. 44 - 58

<sup>35</sup> Izvješće o radu, n. dj., str. 3

<sup>36</sup> Usp. F. Šulak, Promocijsko djelovanje, n. dj., str. 60



Snimio Milan Fiker

*Pogled na zdanje Knjižnice i čitaonice "Fran Galović" u središtu Koprivnice (zgrada sa zastavom, gore), te detalj iz unutrašnjosti prije preuređenja (dolje)*



Snimio Milan Fiker

ta izlaganja stalna. Uz to, trebaju biti ispunjeni uvjeti pristupačnosti, privlačnosti i informiranosti. Zadovoljavanjem tih kriterija izgrađujemo svojevrсни vodič kroz prostor knjižnice.

U Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« provodi se stručni smještaj knjižne građe na police prema određenim stručnim skupinama i koristi se univerzalna decimalna klasifikacija (UDK). Unutar pojedine stručne skupine građa se reda abecednim nizom. Na početku pojedine stručne skupine, koja je omeđivačem odvojena od prethodne, nalaze se oznake o stručnoj skupini i njezinu nazivu. Korisnik u klasičnom katalogu ili pretraživanjem baze podataka računala može dobiti informaciju o knjizi, koja sadrži, među ostalim, i signaturu (oznaka prema kojoj se publikaciji određuje mjesto na polici).

Osim kataloga, i knjižničari trebaju uvijek biti na raspolaganju korisnicima za odgovaranje na njihove upite, ali i za upoznavanje s prostorom knjižnice.

Da bi mogao uspješno komunicirati s korisnicima, uz široko opće znanje, informator mora dobro poznavati knjižnični fond, strukturu svih kataloga i referentne zbirke svoje knjižnice. Poželjno je također da kao informator radi osoba koja se lako ophodi s ljudima, a može djelovati i pedagoško-andragoški. Korisnik mora shvatiti da je njegov upit primljen najozbiljnije i da će se doista provjeriti svi izvori koji mogu pomoći u pronalaženju odgovora. Važno je da informator umješno potiče korisnikove napore i uvjeri ga u svoju stručnost i spremnost da odgovori na postavljeni upit.<sup>37</sup>

Uobičajeno je za korisnika da ga uvijek uslužuje isti knjižničar koji je već upoznat s njegovim potrebama. Ako to nije isti knjižničar, korisnik se teže snalazi i ima problema oko izbora. Izgled i ponašanje knjižničara, odnosi među knjižničarima i njihov cjelokupan rad na odjelu sastavni su dijelovi atmosfere s kojom se korisnik susreće.<sup>38</sup>

### 3.2. Mogućnosti za inoviranje u komunikaciji s korisnicima

Gledano sa šireg aspekta, knjižnica nije samo mjesto gdje se može posuditi određenu knjigu ili dobiti informaciju o literaturi za pojedine književne, stručne, znanstvene i druge radove. Uz sve nabrojene aktivnosti koje se javljaju u komunikacijskom procesu u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović«, valjalo bi istaknuti mogućnosti koje bi se mogle inovirati kako bi se pridonijelo što većem razvoju i razumijevanju zavičaja i zajednice, ali i pojedinca kao multikulturalne osobe otvorene za najširu suradnju i komunikaciju.

Bilo bi dobro uvesti neke od inovacija koje se kao prijedlozi navode u daljnjem tekstu.

#### 3.2.1. Ulaz za invalide i nepokretne osobe

Prema UNESCO-ovu »Manifestu«, narodna knjižnica treba osigurati dostupnost građe i usluga korisnicima s tjelesnim oštećenjima.<sup>39</sup> Budući da ulaz u zgradu knjižnice nije pristupačan osobama s tjelesnim oštećenjima, to načelo ne može biti zadovoljeno. Korisnik invalid, nažalost, zbog neprikladnog ulaza ne može do potrebne literature doći sam, nego samo uz pomoć neke osobe. Lokalna zajednica, tj. Grad i Županija, morali bi pomoći svim građanima, pa tako i onima s tjelesnim oštećenjima da se osjećaju što normalnije i da mogu kvalitetnije zadovoljavati svoje potrebe u knjižnici. To bi se najlakše moglo postići time da lokalne političke uprave financiraju gradnju lakšeg i adekvatnog pristupa osobama s tjelesnim oštećenjima i nepokretnima, odnosno osobama koje moraju koristiti pomagala za kretanje kao što su kolica.

<sup>37</sup> K. Tadić, n. dj., str. 145

<sup>38</sup> Usp. F. Šulak, Osobna prodaja, n. dj., str. 42

<sup>39</sup> Usp. UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice, 1994.

### 3.2.2. Knjige za slijepe

Knjižnica se mora prilagoditi svim potrebama koje se javljaju u zajednici. Među ostalim, postoje potrebe osoba s oštećenjem vida, a kako bi se one zadovoljile, knjižnica bi trebala u svoj fond uključiti građu za slijepe. Međunarodno pismo za slijepe ili Brailleova abeceda sastoji se od najviše šest poredanih točaka koje se metalnim šiljkom štapića utiskuju u papir, a slijepa ih osoba sa suprotne strane opipom razaznaje.<sup>40</sup> Literarna djela mogu se snimiti i na slušne vrpce koje bi korisnici mogli posuditi. Kontaktiranjem s Međunarodnom udrugom slijepih osoba ili posredstvom sličnih udruga knjižnica bi mogla stvoriti zasebni odjel za slijepe osobe. Time bi proširila svoju djelatnost, ali i uvelike pomogla osobama sa znatno oštećenim vidom u lokalnoj zajednici i šire posredstvom međuknjižnične razmjene specifične knjižnične građe.

### 3.2.3. Osnivanje glazbenog odjela

U želji da zadovolje najširi spektar korisnika, odgovore na jedan od svojih glavnih zadataka te omoguće svakom korisniku da dođe do tražene informacije, narodne knjižnice osnivaju odjele koji nabavljaju, obrađuju, čuvaju i daju na korištenje audio-vizualnu građu. Zvučne snimke nužne su za upoznavanje glazbenih djela, učenje stranih jezika i dr. Putem zvučnih ili videozapisa do informacije mogu doći hendikepirani korisnici koji imaju problema s čitanjem ili teškoće u držanju knjige i okretanju stranica, zatim slijepi korisnici, pacijenti u bolnicama i mnogi drugi.<sup>41</sup>

U sklopu glazbenog odjela knjižnica bi mogla organizirati promocije CD-a te glazbeno-literarne večeri s književnicima i glazbenicima Koprivničko-križevačke županije, a time bi se uspostavila komunikacija s korisnicima sa šireg aspekta, koja bi ih potaknula na eventualne potrebe kojih nisu svjesni.

### 3.2.4. Klupski prostor

Pod geslom »Što bolje poznajemo naše korisnike, to ćemo im pružiti bolju uslugu«,<sup>42</sup> realizacijom klupskog prostora za književnike, istraživače, studente, prosvjetne i kulturne djelatnike ostvarila bi se komunikacija među korisnicima, ali i komunikacija između knjižničara i korisnika. To bi bio prostor gdje bi se u opuštenoj atmosferi odvijali razgovori, razmjenjivala iskustva, održavale književne večeri manjeg opsega, predstavljale knjige i časopisi, a sve radi postizanja uspješnije komunikacije s korisnicima.

U knjižnici postoji prostor pod nazivom Multimedijalna dvorana, koji se tek djelomično koristi za predstavljanje knjiga, književne večeri i manja predavanja, ali on bi trebao biti samo dio zamišljenog klupskog prostora. Stoga bi Multimedijalnu dvoranu trebalo proširiti još jednom prostorijom gdje bi se održavali neposredni kontakti, razgovori, radionice i razmjenjivala iskustva na okruglom stolu uz mogućnost okrepe čajem, sokovima i kavom iz postavljenog automata, dok bi dvorana zadržala svoju dosadašnju funkciju.

### 3.2.5. Komuniciranje putem Interneta

Preko online kataloga knjižnica obznanjuje svoje kataloge najširem krugu korisnika. Stoga je vrlo važno odmah na početku, u općim informacijama, definirati kategorije korisnika kojima je knjižnica namijenjena, a u odjeljku usluga jasno definirati pravila posuđivanja. Napomenama poput »Što je novo u knjižnici«, »Što je novo na web stranicama« ili »Svracamo vam pozornost« potaknut će se zanimanje lokalnih korisnika za novosti u knjižnici u koju navraćaju, dok će sve korisnike zanimati što je novo

<sup>40</sup> B. Klaić, Veliki rječnik stranih riječi, Zagreb 1974., str. 181

<sup>41</sup> S. Vukasović-Rogač, Glazbeni odjel, u: Upute za poslovanje, n. dj., str. 103

<sup>42</sup> M. Line, n. dj., str. 58

na web stranicama, je li to neka nova veza na zanimljivi Internet izvor, nova baza podataka ili novi katalog knjižnice.<sup>43</sup> Izradom online kataloga uspostavila bi se komunikacija s korisnicima koji zbog nekih razloga ne mogu doći u knjižnicu pa bi kod kuće mogli pretraživati bazu podataka kako bi utvrdili posjeduje li knjižnica određenu publikaciju. Time bi se uspostavila komunikacija i s drugim knjižnicama. Primjerice, ako ne posjedujemo publikaciju koju korisnik traži, može se pretražiti katalog druge knjižnice i uputiti korisnika u nju ili izvršiti međuknjižničku posudbu. Kada bi bio uspostavljen takav integralni sustav u Hrvatskoj, mogla bi se postići bolja komunikacija među knjižnicama, a to bi dovelo do efikasnijega zadovoljenja korisnikovih potreba.

### 3.2.6. Poticanje razvoja općinskih knjižnica

Uz postojeću mrežu gradskih knjižnica u Đurđevcu, Koprivnici i Križevcima te općinskih knjižnica u Đelekovcu, Ferdinandovcu, Goli, Legradu, Novigradu Podravskom, Peterancu, Podravskim Sesvetama i Virju<sup>44</sup>, zadatak je županijske matične službe Knjižnice i čitaonice »Fran Galović« u Koprivnici da u suradnji s općinama dovrši stvaranje mreže općinskih knjižnica njihovim osnivanjem u Drnju, Hlebinama, Kalinovcu, Kalniku, Kloštru Podravskom, Koprivničkim Bregima, Molvama, Rasinji, Sokolovcu, Svetom Ivanu Žabnu i Svetom Petru Orehovcu. To je nužno zbog potrebe decentralizacije knjižnične djelatnosti na području koje pokriva županijska matična služba u sastavu Knjižnice i čitaonice »Fran Galović«.

Uz to, dobrom koordinacijom knjižnične djelatnosti moglo bi se u općinskim knjižnicama razvijati djelatnosti kvalitetnije komunikacije s novom građom, poglavito vezanom uz informatiku, s građom iz studijskog odjela, kao i s mogućnošću preseljenja određenih radionica i igraonica u određenim terminima iz Koprivnice u općinske knjižnice. U općinskim knjižnicama moglo bi se izdavati dio građe za slijepe osobe, ako bi bilo iskazanog zanimanja, a uz pomoć županijskih i općinskih vlasti poticalo bi se lokalno izdavaštvo te stvaranje općinskih zavičajnih zbirki.

### 3.2.7. Djelatnosti knjižnice za nacionalne manjine i vjerske skupine

Na području grada Koprivnice i bliže okolice, prema popisu stanovništva iz 1991. godine, zabilježeni su pripadnici nekoliko nacionalnih manjina, a Hrvati čine 89,9 posto ukupnog pučanstva. Zabilježene su i vjerske skupine, a rimokatolika je 87,2 posto.<sup>45</sup> Od nacionalnih manjina najbrojniji su Srbi (5,02 posto), a ostale manjine - Slovenci, Muslimani, Mađari, Česi, Nijemci, Slovaci, Rusini, Ukrajinci, Crnogorci, Makedonci, Albanci, Grci, Židovi i drugi - nemaju veći udio u ukupnom pučanstvu. Nakon rimokatolika, najzastupljenija vjerska skupina su pravoslavci (4,55 posto), a ostale vjere - grkokatolici, evangelici, židovi, muslimani, adventisti i drugi - imaju malen udio.<sup>46</sup>

Ti podaci pokazuju nam različitost ne samo nacionalno-konfesionalnog sastava stanovništva na području koje pokriva Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« Koprivnica, nego i različitost kulturnih potreba miješanog stanovništva. To se može iskoristiti za poboljšanje komunikacije između korisnika pripadnika raznih religija te nacija i koprivničkih knjižničara tako da se pokušaju zadovoljiti specifične potrebe spomenutih korisnika. Moglo bi se urediti posebne police s knjigama za pripadnike pojedinih nacionalnih manjina i manjinskih vjerskih skupina, ali i organizirati različite sadržaje kao što su izložbe

<sup>43</sup> J. Stojanovski, Knjižnice i World Wide Web, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin 1998., str. 217 - 223

<sup>44</sup> Vodič kroz knjižnice, n. dj., str. 41 - 42

<sup>45</sup> Statistički pregled podataka i adresar poslovnih subjekata Koprivničko-križevačke županije, Koprivnica, 1996., str. 6

<sup>46</sup> Narodnosni i vjerski sastav stanovništva Hrvatske 1880. - 1991. po naseljima, 3. dio, Zagreb, 1998., str. 1475

o nacionalnim manjinama, njihovim domovinama i manjinskim vjerskim skupinama, književno-glazbene večeri, predstavljanja knjiga na njihovim jezicima i o njima, prigodna predavanja kojima bi se njegovale specifične vrijednosti, ali i predstavila kultura pripadnika drugih narodnosti i vjerskih skupina.

Promjene koje su zahvatile sustav javnih knjižnica odnose se na pripadnike nacionalnih manjina i etničkih grupa. Za njih se, prema potrebi, osiguravaju literatura i druge informacije na njihovu materinskom jeziku.

IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions) je ulogu javnih knjižnica na području multikulturalnih zajednica još preciznije odredila »Smjernicama za javne knjižnice«. Prema tom dokumentu, knjižnice bi trebale »identificirati potrebu i probleme etničkih i jezičnih manjina na svojem području, nabaviti knjižnični materijal, organizirati aktivnosti te poticati korištenje«.<sup>47</sup>

### 3.2.8. Multimedijalni centar za djecu

Cilj i zadatak multimedijalnog centra bio bi zadovoljiti barem osnovne potrebe današnjeg djeteta na područjima učenja i obrazovanja (intelektualne potrebe, praktično upoznavanje i rad s elektronskim aparatima) te zabave i raznovrsnog kreativnog rada. Svi sadržaji koji se nalaze na medijima u takvom centru trebaju biti primjereni i zanimljivi djeci od predškolske do srednjoškolske i starije dobi.

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« posjeduje audiofond s dječjim pričama u odgovarajućoj izvedbi, videofond s animiranim, igranim i dokumentarnim filmovima, zbirku CD-ROM-ova s igrama za razne uzraste, kreativnog karaktera za likovno izražavanje, edukativno-obrazovni fond poput enciklopedija, atlasa, programa za učenje stranih jezika i sl. Knjižnica organizira kompjutorske radionice u kojima se obučavaju korisnici (djeca) za rad na PC multimediji.

No, proširenjem aktivnosti na audioslušaoanicu, video i filmske projekcije te klasične multimedijalne aktivnosti, koje se ostvaruju objedinjeno na razne načine korištenjem tiskane građe, privuklo bi se i najmlađe korisnike koji bi istodobno stekli naviku dolaska u knjižnicu.<sup>48</sup> Kada bi multimedijalni centar imao veći prostor, moglo bi se koristiti navedene medije u svrhu edukacije najmlađih korisnika.

### 3.2.9. Informacijska djelatnost za mladež

Budući da je sve prisutniji problem kako mlade pridobiti, educirati i »povući s ulice« u knjižnicu, »centar znanja«, trebalo bi u knjižnici organizirati centar sa stručnim osobama koje bi mladima davale informacije o školovanju, stipendijama i svemu što se odnosi na obrazovanje, ali i one svakodnevne vezane uz spolnost, alkohol, drogu, odnose među prijateljima, ali i s roditeljima. Knjižnica se mora odazvati razvojnim, informacijskim i socijalnim potrebama mladih.

Švedska je knjižnica prva 1992. godine otvorila informacijski servis za mlade - UNGINFO. Informacijska djelatnost podijeljena je na dva dijela: a) informacije o školovanju, stipendijama, škola- ma učenja stranih jezika, sveučilištima te gdje se i kako može pronaći i dobiti posao u drugim država- ma; b) »svakidašnje« informacije: spolnost i međusobni odnosi, stanovanje, ekonomija, poroci (pušenje, alkohol, droga), odgoj, služenje vojnoga roka.

Centar financira lokalna uprava. Stalno je zaposlen jedan knjižničar i jedan nezaposleni mladi čovjek. Posebno je zanimljiv projekt »BookRock«, koji servis priređuje u suradnji s glazbenim odjeli-

<sup>47</sup> Lj. Radović, Narodne knjižnice u 21. stoljeću i programi za korisnike na jezicima manjina, u: 31. skupština, n. dj., str. 103 - 104

<sup>48</sup> Usp. S. Štefančić, Medioteka ili multimedijalni iskaz gradske knjižnice (u Zagrebu) na kraju 20. stoljeća, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 308

ma knjižnica u srednjim školama. U prilog ide i rad izvan radnog vremena knjižnice, npr. subotom navečer.

Ciljevi UNGINFO-a su: ostvariti neutralni prostor za susretanje mladih ljudi, združivanje različitih generacija i multikulturalni kontakti, stimuliranje mladih da razmišljaju internacionalno i time ih navesti na razumijevanje drugih kultura, opskrbiti što širi krug ljudi informacijama o mladima.<sup>49</sup>

### 3.2.10. Ostale mogućnosti osuvremenjivanja komunikacije s korisnicima

Od ostalih mogućnosti svakako bi valjalo istaknuti stvaranje radionica za razvijanje ljudskih prava i sloboda te osjećaja zaštite prirodne i kulturno-povijesne baštine na području gdje djeluje knjižnica, poglavito utjecajem na mlade naraštaje korisnika. Trebalo bi također organizirati izlete i kontakte s korisnicima na terenu gdje se nalaze pojedini zaštićeni kulturni i prirodni spomenici. Pri tome bi valjalo kontaktirati s javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim područjima prirode Koprivničko-križevačke županije, regionalnim Zavodom za zaštitu spomenika kulture, muzejima, galerijama, školama i lokalnim vlastima.

Osim toga, bilo bi zanimljivo stvoriti bazu podataka unutar zavičajne zbirke o znamenitim osobama i događajima na području županije, koju bi poglavito mogli koristiti znanstveni i stručni djelatnici, kao i studenti, učenici, novinari i drugi korisnici. Uz to, zanimljivo bi bilo pokrenuti izdavanje književnih djela te stručnih i znanstvenih radova vezanih uz lokalnu zajednicu, ali i knjižničarstvo, stvaranje kojih je potaknuto književno-umjetničkim radionicama, stručnim i znanstvenim skupovima koji bi se mogli organizirati unutar knjižnice.

Moglo bi se pokrenuti i informativno-edukativno-stručni list »Galović«, koji bi izdavala knjižnica, a bio bi u prvom redu usmjeren na poboljšanje komunikacije s korisnicima kao i prije navedene moguće aktivnosti.

## 4. KOMUNIKACIJSKI ASPEKTI ISPITIVANJA, MIJENJANJA MIŠLJENJA TE AKTIVIRANJA KORISNIKA

### 4.2. Ispitivanje mišljenja, stavova i potreba

Pri vrednovanju određene knjižnične usluge, npr. referentne službe ili dostupnosti građe, kriteriji od kojih se polazi da bi se utvrdio stupanj zadovoljstva korisnika, odnosno stupanj uspješnosti usluge prema postavljenim ciljevima, uobičajeno su: relevantnost, korisnost, zadovoljstvo, točnost, vrijeme i troškovi. Mjerila kojima se utvrđuje stupanj uspješnosti i učinkovitosti su razne skale (npr., za utvrđivanje stupnja zadovoljstva, korisnosti, ekonomičnosti usluge).

Mišljenja korisnika uobičajeno se prikupljaju na osnovi metoda intervjua, ispitivanja i opažanja, a korisničke prosudbe zatim valja analizirati da bi se zaokružile ocjene o isplativosti ulaganja u određene usluge.<sup>50</sup>

U knjižnicama se vrše istraživanja kako bi se prikupili primarni i sekundarni podaci za utvrđivanje potreba stanovništva za uslugama knjižnice. U istraživanju neke komunikološke pojave razlikujemo četiri vremenski i logički odvojene faze:

- I. Postavljanje i formuliranje problema istraživanja. Problem treba precizno i jednostavno formulirati. Osim općenitog formuliranja problema, moguće je i određivanje radne hipoteze koja predstavlja tvrdnju o postojanju određenog odnosa između pojave koju proučavamo i drugih pojava.

<sup>49</sup> S. Resman, Knjižnica - informacijsko središće za mlade, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 296 - 297

<sup>50</sup> T. Aparac, Evaluacija knjižničnih službi i usluga u narodnoj knjižnici, u: Međunarodno savjetovanje Narodne knjižnice izazov promjena, Lovran, 25. i 26. rujna 1997., Zbornik radova, Zagreb 1997., str. 72 - 73

- Npr., problem je zavičajna zbirka koju se rijetko koristi. Možemo postaviti i hipotezu, npr. da korisnici nisu dovoljno obaviješteni o njezinu postojanju.
- II. Odabir prikladnih metoda za prikupljanje podataka nameće sam formulirani problem. Odabir metoda istraživanja sastoji se od utvrđivanja okvirnog nacrtu istraživanja te odabira faktografskih i analitičkih metoda koje će biti primijenjene.
  - III. Obrada i analiza prikupljenih podataka podrazumijeva obradu dobivenih podataka, a zatim predstavljanje i obrazlaganje dobivenih rezultata.
  - IV. Verificiranjem zaključaka dobivenih analizom dobivamo odgovor na postavljeni problem.<sup>51</sup>

## 4.2. Metode istraživanja

Pri izboru metode istraživanja rukovodimo se vrstama podataka koje želimo istražiti. Podaci mogu biti primarni, odnosno oni koji se prikupljaju radi rješavanja određenog problema, ili sekundarni, tj. već prikupljeni podaci.

- I. Opažanje ne podrazumijeva samo vizualno opažanje, nego i sve ostale vrste opažanja, npr. njušno, slušno i sl. Opažanje provodimo uz jasan cilj, pritom detaljno bilježeći ponašanje okoline i pojave koju se promatra (npr. ponašanje korisnika među policama, pred izlogom i sl. Opažanje obuhvaća nekoliko općih karakteristika. Sistematičnost opažanja zahtijeva od osobe koja vrši opažanje da ima jasan cilj i plan opažanja, da utvrdi sve okolnosti u kojima vrši opažanje te da pripremi pomoćna pomagala i instrumente za opažanje. Nadalje, treba voditi računa o svim detaljima i biti objektivan, odnosno razlikovati činjenice od vlastitih interpretacija. Na kraju, rezultati opažanja moraju se registrirati.
- II. Introspekcija se kao metoda istraživanja koristi za ispitivanje unutarnje svijesti ispitanika, njegovih sjećanja, misli, stavova, motiva, čuvstava. Ispitanici katkad ne poznaju dovoljno sami sebe pa odgovori na pitanja nisu uvijek dovoljno precizni. Neizbježna je metoda kod anketiranja ili intervjuiranja jer ispitanik, da bi odgovorio na postavljeno pitanje, mora zaviriti u svoje unutarnje »ja«.
- III. Eksperiment je sličan opažanju, ali razlika je u tome što eksperimentator kontrolira uvjete pod kojima se neki događaj događa, a opažatelj prati tijek događaja bez ikakve kontrole. Npr., mijenjaju se uvjeti korištenja građe za eksperimentalnu grupu i uspoređuje se s kontrolnom grupom.
- IV. Proučavanje dokumentacije skraćuje put istraživaču. Ako prethodno prikupi dokumentaciju o problemu koji istražuje te je detaljno prouči kako bi mogao koristiti iskustva, podatke i teorije drugih istraživača, tada ne gubi vrijeme na otkrivanje onoga što je već poznato. Dokumentacija obuhvaća nesistematizirane podatke (novinske vijesti, slike, filmovi i sl.), monografske radove i studije drugih istraživača o istom ili srodnom problemu, opće priručničke i sintetičke prikaze te dokumentaciju graničnih područja. U knjižnici to mogu biti interne statistike, popisi najčitanijih knjiga i sl.
- V. Metodu uzorka koristi se da bi se izbjeglo istraživanje pojava koje obuhvaćaju velike skupine ljudi. Uzima se jedan dio populacije koji služi za sva potrebna istraživanja. Bitna karakteristika uzorka jest da mora biti maksimalno reprezentativan, odnosno mora sadržavati sva bitna svojstva iz populacije iz koje je odabran u istoj proporciji u kojoj su ona u njoj sadržana.<sup>52</sup>

### 4.2.1. Anketa kao način prikupljanja podataka

Mjerenja djelotvornosti i isplativosti određene usluge valja pažljivo planirati i uskladiti s knjižničnom funkcijom koja se vrednuje jer različite funkcije zahtijevaju drukčiji evaluacijski pristup.

<sup>51</sup> M. Zvonarević, *Socijalna psihologija*, Zagreb, 1981., str. 63 - 68

<sup>52</sup> M. Zvonarević, n. dj., str. 88 - 102



Ovisno o cilju istraživanja i dionici koju se nastoji vrednovati, korisno je uvrstiti poredbene i istraživačke metode, funkcionalne usporedbe, metode matematičke i statističke analize te kvalitativne i ekonomske analize.<sup>53</sup>

U istraživanjima učinka javnog komuniciranja najviše se primjenjuje anketa. Na taj način doznajemo što ljudi misle, njihove stavove, odnosno shvaćanja, što ih zanima. Kako se to sredstvo ispitivanja ne bi kompromitiralo, valja znati formulirati pitanja te tko će na njih odgovarati. Ispitanik će odgovoriti na pitanje samo ako ga razumije i ako je kompetentan na njega odgovoriti, odnosno pitanje ne bi smjelo prelaziti razinu njegovih intelektualnih sposobnosti.

Anketa u širem smislu riječi označava svaki istraživački postupak kojim se neposredno, dakle iz prve ruke, prikupljaju podaci o ekonomskim, demografskim, sociološkim, psihološkim i drugim osobinama ispitanika. U užem smislu anketa označava samo onaj postupak tijekom kojega se odabranim ispitanicima usmenim ili pisanim putem postavlja određeni broj pitanja na koja oni usmeno ili pisano odgovaraju. Odgovori se zatim podvrgavaju raznim kvantitativnim, kvalitativnim i kauzalnim analizama.<sup>54</sup>

Da bi rezultati istraživanja pomoću ankete bili što vjerodostojniji, anketu treba pažljivo pripremiti i provesti, a zatim temeljito i stručno analizirati. Prema navedenom, anketa nije tako jednostavna metoda istraživanja kao što se to na prvi pogled čini.

Svaka anketa treba imati jasno postavljen cilj i svrhu zbog koje se primjenjuje. Opsegom se nastoji izbjeći stvaranje opširnih anketa od stotinu i više pitanja, a njihov broj ovisi o spremnosti na suradnju budućih respondenata.

Prema obliku, anketa može biti usmena ili pisana. Prednost usmene ankete je u tome što anketar može respondentu objasniti pitanje koje mu nije sasvim razumljivo, a prema reakcijama respondenta anketar može stvoriti mišljenje o vjerodostojnosti odgovora. Prednost pisane ankete je u tome što omogućava anonimnost respondenta te istodobno isključuje utjecaj anketara na odgovore respondenata.

Najveću pozornost zahtijeva sastavljanje pitanja koja mogu biti otvorena i zatvorena. Na pitanja otvorenog tipa respondent odgovara prirodno i spontano, bez bilo kakvih krutih okvira. Kod zatvorenih pitanja respondentu su ponuđena dva ili više odgovora. Za otkrivanje prikrivenih ili podsvjesnih stavova respondenata sastavljaju se specijalna i maskirana pitanja za koje postoji niz posebnih postupaka: postavljanje pitanja znanja, postavljanje pitanja kojima će nezgodna alternativa postati prihvatljiva, sugestivna pitanja, evazivni odgovori, pozitivno pitanje prethodi negativnom, pitanje o »drugima«, korištenje eufemizama, pitanja o iskrenosti i postavljanje kontrolnih pitanja.<sup>55</sup>

#### 4.2.2. Primjena anketnog postupka u istraživanju stavova, mišljenja i potreba korisnika knjižnice

Anketno istraživanje provedeno je u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« 1998. godine. Istraživanjem su bili obuhvaćeni svi segmenti populacije, a rezultati upućuju na njihov stav spram postojeće ponude usluga, strukture fondova, rasporeda knjižne građe, dostupnosti fonda, cijene usluga, komunikacije s knjižničarima i snalaženja u prostoru knjižnice.

Anketom se željelo dobiti prijedloge za poboljšanje usluga. Anketni upitnici uručivali su se korisnicima pri dolasku u knjižnicu (osobno). Istraživanje je provedeno na uzorku od 130 ispitanika (3 posto ukupnog članstva), svih segmenata korisničke populacije.<sup>56</sup>

<sup>53</sup> T. Arapac, *Evaluacija knjižničnih*, n. dj., str. 73

<sup>54</sup> M. Zvonarević, n. dj., str. 117

<sup>55</sup> M. Zvonarević, n. dj., str. 117 - 128

<sup>56</sup> D. Sabolović-Krajina, Lj. Ernečić, M. Koržinek: *Marketing u službi potreba korisnika knjižnice*, u: 31. skupština, n. dj., str. 105

## Vrste pitanja u anketi

Anketa je bila pisana i anonimna. Ispitanicima je postavljeno 14 pitanja, od kojih su dva otvorenog tipa, devet zatvorenog tipa i tri kombinirana, odnosno zatvorena elementima otvorenog (ispitaniku su ponuđeni odgovori na pitanje, ali ako niti jedno ne odražava njegovo mišljenje, ponuđena je mogućnost da ga sam napiše). Pitanjima se željelo dobiti uvid u stavove korisnika spram postojeće ponude usluga, strukture fondova, snalaženja u prostoru knjižnice, cijene usluga, komunikacije s knjižničarima i rada knjižnice općenito, ali i prijedloge za poboljšanje usluga. Nadalje, postavljeno je pitanje jesu li korisnici zadovoljni izborom knjiga te dnevnog i tjednog tiska, časopisa, CD-ROM-ova. Također su postavljena pitanja je li članarina previsoka, prihvatljiva ili preniska, jesu li potpuno razumljive postavljene oznake koje omogućavaju lakše snalaženje u knjižničnim fondovima, kakva je suradnja s knjižničarima (potpuno neuspješna, uglavnom neuspješna, ni uspješna ni neuspješna, uglavnom uspješna, potpuno uspješna) te konkretni prijedlozi za poboljšanje rada i usluga knjižnice.

## Metode za analizu podataka

**Kvalitativna analiza** služi se postupkom komparacije i deskripcije različitih svojstava istih predmeta i pojava ili obrnuto, čime se dobiju rezultati poput deskripcije, klasifikacije i definicije objekata analize.<sup>57</sup>

Npr., u obradi ankete komparirali su se odgovori muškog i ženskog spola, po obrazovanju korisnika (osnovna škola, srednja škola, fakultet, magistar znanosti, doktor znanosti), po zanimanju korisnika i sl. Nakon komparacije vidjelo se razlikuju li se odgovori dobiveni komparacijom po kvaliteti.

**Kvantitativna analiza** koristi različite oblike kako bismo dobili najbolju sliku podataka koje smo željeli obraditi, a to su: utvrđivanje relativne čestote (najčešće u obliku postotaka), određivanje reprezentativnih vrijednosti poput određivanja aritmetičke sredine, utvrđivanje razlika između aritmetičkih sredina ili postotaka raznih uzoraka, računanje odstupanja od teorijskih vrijednosti, izračunavanje korelacije i kovarijacije među varijablama koje ispituje, a potom i faktorska analiza koja nam omogućava otkrivanje zajedničkih faktora među varijablama i izračunavanje trendova koji nam omogućuju da prijeđemo iz opisa trenutačnog stanja u predviđanje budućih događaja.<sup>58</sup>

### 4.2.3. Rezultati analize podataka

Za obradu rezultata koristilo se utvrđivanje relativne čestote u obliku postotaka. Rezultat ankete je sljedeći:

U istraživanju je sudjelovalo 130 ispitanika, od toga dvije trećine ženskog spola (87 ili 66%) i jedna trećina muškog spola (43 ili 34%). Po stupnju obrazovanja najviše ispitanika pohađa ili je završilo srednju školu (67 ili 51%), zatim osnovnu školu (38 ili 29%), a slijede oni s fakultetskom naobrazbom (23 ili 18%) te po jedan magistar znanosti i doktor znanosti.

Učenici osnovnih (njih 34 ili 26%) i srednjih škola (31 ili 24%) najbrojniji su među ispitanicima, što odgovara njihovoj zastupljenosti u korisničkoj strukturi knjižnice. Slijede djelatnici u gospodarstvu (25 ili 19%) te ostale kategorije korisnika.

Najveći broj ispitanika knjižnicu koristi do pet godina (57 ili 44%) i od pet do deset godina (45 ili 35%). Ispitanici najviše koriste posudbene odjele (Odjel za odrasle njih 39 ili 32%, Dječji odjel 38 ili 30%, Bibliobus 32 ili 26%), a Studijski odjel koristi 15 ispitanika ili 12%. Od usluga se najviše koristi posudba knjiga (128 ili 73%), a slijedi čitanje stručnih časopisa, dnevnog i tjednog tiska, pretraživanje CD-ROM-ova i Interneta.

<sup>57</sup> M. Zvonarević, n. dj., str. 174

<sup>58</sup> M. Zvonarević, n. dj., str. 176 - 177

Strukturom knjižnog fonda ispitanici su uglavnom zadovoljni. Izborom knjiga zadovoljna su 72 ispitanika ili njih 58%, a potpuno zadovoljno je njih 36 ili 29%. Izborom dnevnog i tjednog tiska zadovoljna su 32 ispitanika ili 49%, a potpuno zadovoljno njih 27 ili 41%. Izborom CD-ROM-ova zadovoljan je 21 ispitanik ili 40%, a potpuno zadovoljno njih 19 ili 36%. Od vrste knjiga najviše se koriste školska lektira (67 odgovora ili 37%) i beletristika (62 ili 37%), a slijede stručna literatura (26 ili 14%) i priručnici (23 ili 13%). Oznake koje omogućavaju snalaženje u knjižničnim fondovima za 61 ispitanika (47%) su uglavnom razumljive, a za njih 47 (36%) lako razumljive. Članarina je za 94 ispitanika ili 72% prihvatljiva, a za njih 27 ili 21% previsoka. Suradnju s knjižničarima 82 ispitanika (63%) ocijenila su potpuno uspješnom, a 33 ispitanika (33%) uglavnom uspješnom. Rad knjižnice u cjelini zadovoljava 62 ispitanika (48%), a njih 56 (43%) u potpunosti zadovoljava.

53 odgovora, odnosno 50% ukupnih prijedloga za poboljšanje rada i usluga knjižnice odnosi se na knjižnu građu, 28 odgovora (27%) na poboljšanje kvaliteta usluga općenito, 21 odgovor (20%) na nedostatak prostora, a 3 odgovora (3%) na rad osoblja. Traži se veći izbor knjiga, više knjiga za lektiru, više primjeraka istog naslova, više novih naslova, bestselera, stručnih i informatičkih knjiga te časopisa. Predlaže se niža članarina, produljenje radnog vremena i roka posudbe te više raznolikih radionica. Također se predlaže proširenje radnog prostora i postavljanje razumljivijih oznaka. Prijedlozi za rad osoblja su malobrojni, a odnose se na veću ljubaznost osoblja, njihov kvalitetniji rad i povećanje broja knjižničara kako bi se izbjegla čekanja i gužve.<sup>59</sup> Tradicionalna usluga, tj. posudba knjiga, dominantna je u radu Knjižnice i čitaonice »Fran Galović«.

#### 4.3. Mijenjanje mišljenja i aktiviranje

Da bismo nakon utvrđenih rezultata ankete promijenili mišljenje korisnika u pozitivnom smjeru i rad učinili kvalitetnijim na zadovoljstvo korisnika, potrebno je izvesti poboljšanja i ukloniti nedostatke prema mišljenju korisnika. Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« ima Stručno vijeće koje bi trebalo raspravljati, među ostalim svojim djelatnostima, i o mijenjanju mišljenja i aktiviranju. Nužno je smanjiti članarinu, a to je dijelom učinjeno za one grupacije korisnika kojima je, prema mišljenju Uprave knjižnice, to najpotrebnije. Socijalni su slučajevi oslobođeni članarine, a bitno je smanjena i za studente, učenike i vojnike. U obzir je uzeto povećanje radnog prostora za korisnike, što je i izvršeno preuređenjem, ali je ono uvjetovalo smanjenje radnog vremena zbog pomanjkanja zaposlenika u novom prostoru. Nužno je povećati broj zaposlenika kako bi korisničke potrebe iskazane u anketi bile zadovoljene te kako bi se moglo produljiti radno vrijeme na zadovoljstvo korisnika. Također bi povećani broj knjižničara u neposrednoj komunikaciji s korisnicima pridonio izbjegavanju čekanja i gužvi.

Rok za posudbu knjiga povećan je na zahtjev korisnika sa 20 na 30 dana uz dodatnu mogućnost produljenja. Prema mojim usmenim ispitivanjima, korisnici su u novom prostoru zadovoljniji jer se i bez knjižničara informatora lako snalaze u traženju građe. To se prvenstveno odnosi na Dječji odjel. No, ipak još nedostaju graničnici (označivači početnih slova na policama), smjerokazi građe, vodiči po knjižnici i detaljniji te grafički privlačno dizajnirani informativni leci. Kvalitetniji i ljubazniji rad osoblja u smislu zadovoljenja potreba korisnika trenutačno nije u potpunosti ostvaren jer se knjižničari, kojih je premalo, trebaju još bolje educirati u komuniciranju s korisnicima, koje je osobito važno pri prvom kontaktu, ali i poslije.

Za poboljšanje usluga, osim rezultata dobivenih anketom, korisno bi bilo koristiti iskustva iz stranih, u pravilu razvijenih zemalja gdje je knjižničarska struka bogato razvijena. Nove ideje uvelike bi pri-

<sup>59</sup> D. Sabolović-Krajina, Lj. Ernečić, M. Koržinek: Marketing u službi potreba korisnika knjižnice, u: 31. skupština, n. dj., str. 105

donijele zadovoljstvu korisnika. Treba naglasiti da se komuniciranje s drugim knjižnicama može ostvariti i odlaskom knjižničara na stručne skupove, doškolovanje, u stručne posjete, preko Interneta i sl.

Kako korisnike privući u knjižnicu, razviti kod njih spoznaju da članstvom u knjižnici postaju vredniji kao načitanje i obrazovane osobe, stvoriti imidž intelektualca, načitanje i dobro informirane osobe koja će kao takva moći sudjelovati u obogaćivanju obrazovnog, znanstvenog i kulturnog života sredine u kojoj živi, postaju aktualna pitanja ne samo razvijenih, nego i zemalja u tranziciji u koje spada Republika Hrvatska. Stoga bi bilo korisno predstaviti iskustva nekih razvijenih zemalja kao moguće primjere knjižnici.

Christina Tovote u svojem djelu »Važno je biti vidljiv - marketing knjižničnih usluga u društvu koje se mijenja - švedski primjer« navodi niz poduzetih kampanja za knjižnice, koje su dovele do povećanja broja posjetitelja i posudba. Npr., u sklopu kampanje pod nazivom »Knjižnica je vaša« izrađeni su posteri u suradnji s poznatim Šveđanima (književnici, sportaši, pjevači, glumci, ugledni političari), koji su uz sliku dotične osobe sadržavali njihovo mišljenje o knjižnicama. Posteri su distribuirani po knjižnicama, objavljeni u nacionalnim novinama i dostavljeni svim lokalnim dužnosnicima diljem Švedske. Rezultat kampanje bio je povećanje proračuna predviđenog za knjižnice, pa čak i gradnja novih. Tovote napominje kako je vrijeme za marketing knjižničara, a temeljna zadaća knjižnice je jamstvo slobode govora i informacija. Knjižničari trebaju korisnicima objektivno predočiti informacije i uputiti ih u načine korištenja nove informatičke tehnologije.<sup>60</sup>

U Danskoj je uobičajeno upoznavanje javnosti s fondovima, aktivnostima i djelovanjem knjižnica. Tako se poduzimaju kampanje kojima je cilj privući pozornost javnosti za narodne knjižnice. Dan knjižnice je godišnji događaj koji slave pojedine knjižnice u suradnji s Udrugom knjižnica radi zadobivanja javne podrške za svoj rad. Velika se pozornost posvećuje uređenju knjižnica - unutarnjoj dekoraciji i dizajnu. Time se kreira relaksirajuća atmosfera s funkcionalno dizajniranim interijerom koji odgovara i osoblju i korisnicima.<sup>61</sup>

U Engleskoj se rad narodnih knjižnica povezuje s rekreacijom i razonodom u sustavu lokalnoga grupiranja i financiranja pojedinih društvenih sektora pa se unutar iste zgrade većih knjižnica nalaze lokalni informacijski servisi, trgovine suvenira, coffee shopovi i izložbeni prostori, odnosno stvara se imidž knjižnice kao ležernog mjesta gdje se može dobiti potrebna knjižna građa ili informacija, ali i obavijest o aktualnim lokalnim kulturnim, sportskim i drugim zbivanjima, kupiti dar ili popiti kava.<sup>62</sup>

## 5. OBLICI KOMUNICIRANJA S KORISNICIMA U KNJIŽNICI I ČITAONICI »FRAN GALOVIĆ«

### 5.1. Osobno komuniciranje

Izravna informativna djelatnost je onaj oblik rada kojim se ostvaruje osobni kontakt s korisnicima. Provođa se u svim narodnim knjižnicama, pa i u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović«, i to organiziranjem dežurstva knjižničara informatora za rad s korisnicima tijekom cijeloga radnog vremena knjižnice. Osobnim kontaktom s korisnicima ostvaruje se informativna, savjetodavna i edukativna zadaća knjižnice.<sup>63</sup>

<sup>60</sup> C. Tovote, The importance of Being Visible - Marketing Library Services in a Changing Society. The Swedish example u: Narodne knjižnice izazov promjena, Zagreb, 1997., str. 44 - 50

<sup>61</sup> D. Sabolović-Krajina, Studijski boravak u Danskoj, u: Vjesnik bibliotekara Hrvatske, br. 1 - 4, Zagreb, 1993., str. 86 - 87

<sup>62</sup> D. Sabolović-Krajina, Odnosi s javnošću - izazov knjižničarskoj struci, 30. skupština Hrvatskoga bibliotekarskog društva, Primošten, 1996., str. 14

<sup>63</sup> T. Nebesny, Informacijsko-referalna služba, n. dj., str. 70

Komuniciranje knjižničara i korisnika možemo analizirati uz pomoć općeg modela komuniciranja. Knjižničar je kao izvor informacija stručna osoba koja ulijeva povjerenje svojim nastupom. Korisnik ili primatelj informacije u procesu komunikacije izaziva ponašanje koje knjižničaru predstavlja povratnu informaciju na temelju koje prilagođava svoj način komuniciranja. Poznavanje načina komuniciranja konkretno se manifestira u vođenju razgovora.

Najčešće spominjane osobine knjižničara kao voditelja razgovora su temperament i karakter. Temperament obuhvaća onu grupu psihičkih osobina čovjeka koje dolaze do izražaja u tipičnom načinu emocionalnog ponašanja, a uglavnom je određen naslijeđem. Važne osobine za rad knjižničara u neposrednom kontaktu s korisnicima su emocionalna stabilnost, dakle da emocije uvijek ima pod kontrolom, da ga ne uzbuđuju sitnice, ali da nije ni potpuno ravnodušan.<sup>64</sup> Nervozna osoba može itekako izazvati odbijanje korisnika. Temeljna je pretpostavka za uspješno vođenje razgovora s korisnikom dobra pripremljenost knjižničara. Budući da u svojem radu upoznaje korisnika, bilo bi preporučljivo da jednog korisnika uslužuje uvijek ili gotovo uvijek isti knjižničar.

Knjižničaru u radu može pomoći i bilježenje kratkih napomena o korisniku, što omogućava programski paket METEL WIN koji koristi Knjižnica i čitaonica »Fran Galović«. U bazi se nalazi popis knjiga koje je svaki korisnik pročitao. Budući da je nekim korisnicima teže komunicirati i ne znaju izraziti svoje želje i potrebe, knjižničar može na temelju predočenih podataka i poznavanja korisnika pokušati zadovoljiti njegovu potrebu.

Najneposredniji oblik promocije knjige je pojedinačna individualna promocija, tj. preporučivanje određene knjige pojedinom korisniku. To je zapravo osnovni oblik pedagoškog i animatorskog rada knjižničara, a zahtijeva potpuno poznavanje knjiga i dobro poznavanje psihologije čitatelja kako bi se prosudilo koju knjigu kojem korisniku i na koji način treba preporučiti.<sup>65</sup>

Potrebno je uspostaviti socio-psihološku dijagnostiku čitanja tako da se uz kraći razgovor s čitateljem o onome što je pročitao i kako mu se sviđalo, odnosno što mu se koliko sviđelo u pročitanim knjigama, može pouzdano odrediti koje se publikacije mogu koristiti za održavanje i razvijanje čitalačkog zanimanja i ukusa. To zahtijeva prethodna šira izučavanja i uopćavanja, a zatim pozornu i produbljenu primjenu takve metodologije u svakoj knjižnici i sa svim korisnicima.<sup>66</sup>

Osim informacija o korisniku, knjižničar treba biti informiran o uslugama koje nudi jer ako nije dovoljno stručna osoba, njegov je ugled kao informatora i savjetnika narušen. To bi bila priprema za vođenje razgovora, ali treba naglasiti fazu uspostavljanja kontakta s korisnikom, tijekom kojeg treba primijeniti naučeno.

Interpersonalno komuniciranje uključuje, uz verbalno, i neverbalno komuniciranje (pokreti lica, usmjeravanje pogleda, pokreti ruku, nogu, glave, držanje tijela, kretanje u prostoru). Dobra se osnova za komunikaciju s drugom osobom može ostvariti kada je gledamo u oči jer se u konverzaciji najbolje vidi lice sugovornika, a ono je najizraženiji dio tijela za identificiranje emocija. Pozdraviti korisnika glasno, jasno, prijateljskim tonom, izgovarati često njegovo ime, slušati i razumjeti ga važno je kako bi korisnik mogao osjetiti da mu se želi pomoći. Prvi kontakt je vizualni prvih nekoliko sekundi. Stjecanjem naklonosti, simpatije, olakšavamo komunikaciju. Pritom knjižničar treba voditi računa o svojem izgledu, držanju, govoru tijela, odijevanju i sl. Očekivati korisnika sjedeći udobno zavaljen u stolicu znači »meni je ovdje dobro«, a gesta »obje ruke na zatiljku« znači »znam odgovore na sva pitanja« ili »možda ćeš jednoga dana biti pametan poput mene«. <sup>67</sup> Takve i slične geste izazivaju antipatiju i odbojnost kod korisnika čime se može narušiti ugled cijele knjižnice.

<sup>64</sup> Usp. F. Šulak, *Osobna prodaja*, n. dj., str. 91 - 96

<sup>65</sup> P. Kobaš, *Marketing u bibliotečno-informacijskoj djelatnosti*, Orašje, 1985., str. 127

<sup>66</sup> P. Kobaš, n. dj., str. 83

<sup>67</sup> A. Pease, *Govor tijela*, Zagreb, 1991., str. 99

Nakon saznanja što je korisniku potrebno (bilo da je korisnik sam uočio svoju potrebu ili mu je knjižničar pomogao pitanjima kako bi ga potaknuo na razmišljanje), to se pokušava i zadovoljiti. Korisnik koji se vraća u knjižnicu zadovoljan je uslugom. Promptnim reagiranjem na prigovore korisnika uklonit će se izraženo nezadovoljstvo i steći njegovo povjerenje, što uvjetuje novu potrebu ili zahtjev.

Maurice Line iznosi popis zahtjeva koje žele korisnici, a to su, među ostalim, sljedeći:

1. Ljubazno i za pomoć spremno osoblje, bibliografski i tehnički obrazovano, uvijek prisutno i željno pitanja (npr., da ne zabiju nos u knjigu kad im se približim), koje tolerira pitanja iako im se čine glupa i koji to čine na prirodan način, a ne shvaćaju kao prisilu ili usiljenu ljubaznost. Privid ljubaznosti ne treba biti nadomjestak stvarnih osjećaja.
2. Volja uprave i osoblja da prihvate kritiku i sugestije te da se prema njima postupi kada je to opravdano, kao i izvještavanje o tome (ne očekujem da će svi moji zahtjevi i prijedlozi biti uvaženi, ali svakako očekujem odgovore na sve njih).<sup>68</sup>

Osobno komuniciranje između knjižničara i korisnika u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« je često djelomice i zato što većina publikacija još nije predmetizirana pa korisnik koji ne zna naslov ili ime autora određene publikacije ne može koristiti elektroničko pretraživanje baze podataka jer mu ono neće dati potpun odgovor na postavljeni upit. Stoga korisnici traže pomoć knjižničara, osobito pri sastavljanju bibliografije za određenu temu stručnog rada. Katkad korisnik ima informacije o knjizi (ime autora, naslov, sporedni naslov i sl.), ali se ne snalazi među policama pa traži pomoć. Takvi slučajevi mnogo se češće javljaju u Studijskom i Dječjem odjelu, a manje u Odjelu za odrasle. Od knjižničara se pravom očekuje da pruži stručnu pomoć korisnicima, ali i da radi na permanentnom obrazovanju korisnika za samostalno korištenje usluga i raznih pomagala za pretraživanje.

I u neposrednom radu s korisnicima knjižničari vrše promociju same knjižnice, stvarajući povoljniju atmosferu i imidž. Knjižničar kao komunikator mora obavljati vrlo složen posao: poučavati o problemu, poticati na traženje knjiga, upućivati korisnika kako da ih nađe, odvesti ga do police s knjigama, predložiti nekoliko naslova i dati obrazloženje, donijeti odgovarajuće knjige (ako korisnik ne zna precizno izraziti želju), davati informacije, potvrditi pravilnost čitateljeva izbora, usmjeriti ga na bolji izbor, davati upute o korištenju fondova te razgovarati o pročitanim knjigama.<sup>69</sup>

## 5.2. Promotivno komuniciranje

Promotivne aktivnosti su veoma važna komponenta u marketinškom nastupu ponuđača, a cilj im je da pospješuju proces razmjene i potrošnje. Često se nazivaju i komunikacijskim spletom, kanalom koji povezuje proizvod ili uslugu ponuđača s latentnom potrebom potrošača. U njih ubrajamo sve vidove komuniciranja između ponuđača i potrošača, ali se češće ističu informacijska i persuazivna funkcija tog spleta. Kao sintezu brojnih definicija možemo istaknuti da se pod promotivnim aktivnostima, odnosno promocijom, podrazumijeva splet različitih aktivnosti kojima ustanove komuniciraju s pojedincima, grupama ili javnošću u obliku osobnih i neosobnih poruka radi usklađivanja međusobnih interesa i potreba.<sup>70</sup>

Za knjižnične djelatnosti primjerenija je definicija kojom se promocijske aktivnosti predstavljaju kao kontinuirani komunikacijski proces razmjene obavijesti, poruka i interakcije ustanove s bližom i daljnjom okolinom. Različite aktivnosti koje kreira organizacija čine komunikacijsku sponu između mase, pojedinca i izvora. Elementi promocijskih aktivnosti su: oglašavanje, propaganda, publicitet i odnosi s javnošću s aspekta knjižničnih djelatnosti. Motivacija za promociju službi i usluga narodnih knjižnica je edukacija stanovništva i podizanje kulturne razine društva.<sup>71</sup>

<sup>68</sup> M. Line, n. dj., str. 54 - 55

<sup>69</sup> P. Kobaš, n. dj., str. 126

<sup>70</sup> P. Kobaš, n. dj., str. 115.

<sup>71</sup> S. Može, n. dj., str. 62

Djelovanjem promocijskih aktivnosti na lokalno stanovništvo knjižnica informira javnost o svojem postojanju. Apsurdno je da danas mnogo ljudi ne zna da knjižnica uopće postoji i koja je njena funkcija. Mnogo je i onih koji znaju za njeno postojanje, a ipak je ne posjećuju jer smatraju da im ona uopće nije potrebna.

U Knjižnicu i čitaonicu »Fran Galović«, prema izvješću o radu za 1998. godinu, bilo je učlanjeno 4165 korisnika,<sup>72</sup> a ako uzmemo da je grad Koprivnica prema posljednjem popisu stanovništva iz 1991. godine imao 29.272 stanovnika,<sup>73</sup> znači da se knjižnicom koristi tek nešto više od 14% stanovnika. To je relativno malo za gradsko stanovništvo, ali to se stanje promišljenim promocijskim djelovanjem može poboljšati. Uz to, istaknimo da je u okolici grada Koprivnice, koja obuhvaća obližnja sela, 1991. godine živjelo 60.658 stanovnika,<sup>74</sup> pa se prema tome knjižnicom koristi tek 6,9% stanovnika koji gravitiraju Koprivnici. I na tom se području također promocijski može dodatno djelovati. Napomenimo i to da postoje, ne tako rijetki, slučajevi da stanovnici miješaju knjižnicu s knjižarom. Općenito bi se u komunikacijskom aspektu promocijskoga djelovanja knjižničarska struka mogla i morala osmišljenije, kontinuirano i kvalitetnije, pa ako treba i agresivnije predstavljati javnosti, jačajući ugled, ali i privlačeci potencijalne nove korisnike.

Odnosi s javnošću, kako bi se pridobilo povoljan stav javnosti, moraju biti brižno organizirani. »Osnovni cilj odnosa s javnošću je sistematsko djelovanje na pojedine segmente unutarnje i vanjske javnosti, okruženja poduzeća, radi stvaranja željene slike, predodžbe, dojma o poduzeću ili instituciji i njezinim aktivnostima.«<sup>75</sup>

Konkretno je riječ o tri osnovna cilja, kojima se u užoj i široj javnosti želi postići sljedeće:

- predstavnike vlasti, države ili lokalne uprave uvjeriti da su knjižnice potrebne kako bi se oni zauzeli za osiguranje novca za nabavu građe, opremanje knjižnica i slično
- u širokim slojevima društva stvoriti klimu sklonu knjižnicama
- zaposlenike knjižnica upoznati s planovima i ciljevima knjižnične politike.<sup>76</sup>

Prijenosnici informacija upućenih korisnicima i široj javnosti mogu biti raznoliki. Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« redovito i sustavno objavljuje priloge u lokalnom tisku te radove u stručnim časopisima i glasilima iz knjižničarstva. Dodatne aktivnosti oglašava na lokalnim radiopostajama, predstavlja nove i zanimljive knjige, izvještava pučanstvo o radnom vremenu te drugim djelatnostima. Svaka manifestacija medijski je popraćena TV-prilozima lokalnog dopisništva Hrvatske radiotelevizije, a neki su prilozi bili prikazani u središnjem Dnevniku i važnijim kulturnim emisijama. Knjižnica obavještava korisnike o obnovljenom fondu putem biltena prinova s kratkim anotacijama o bibliografskoj jedinici. Godinama redovito u svojim izlozima na središnjem koprivničkom trgu postavlja izložbe knjiga s knjižnom i slikovnom građom te zanimljive pojave vezane uz knjižničarstvo. Tako izložbe nisu namijenjene samo članovima, nego i široj populaciji, a na taj se način gradi svijest o postojanju knjižnice. Javne tribine, predstavljanja knjiga, književne večeri, predavanja i priredbe namijenjene cjelokupnom stanovništvu najavljuju se putem medija, a knjižnica sama izrađuje plakate i pozivnice. Također organizira savjetovanja i okrugle stolove o određenim temama, a zbog pomanjkanja novca često traži pokrovitelje.

Na području edukacije organiziraju se posjeti učenika i dječjih vrtića, pričaonice za najmlađe korisnike radi poticanja čitalačkih interesa te kompjutorske radionice za djecu osnovnoškolskog uzrasta, čiji je cilj razvijanje informatičke pismenosti i snalaženje u radu s novim medijima. Izrađuju se informativni letci sa raznim temama i uputama.

<sup>72</sup> Izvješće o radu Knjižnice i čitaonice »Fran Galović« u 1998. godini, str. 1

<sup>73</sup> Statistički pregled podataka i adresar poslovnih subjekata Koprivničko-križevačke županije, Koprivnica, 1996., str. 24

<sup>74</sup> D. Feletar, Promjene u prostornom rasporedu stanovništva Podravine 1991. godine, Podravski zbornik, 17, Koprivnica 1991., str. 54

<sup>75</sup> J. Sudar, G. Keller, Promocija, Zagreb, 1991., str. 322

<sup>76</sup> D. Sečić, n. dj., str. 91 - 92

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« poznata je i po humanitarno-promotivnoj akciji »Ljetna tržnica«. Riječ je o prodaji otpisanih knjiga građanima, i to po simboličnim cijenama, a dobiveni novac Knjižnica daruje gradskim osnovnim školama poglavito za potrebe školskih knjižnica.

Uz navedene promotivne načine komuniciranja s korisnicima, Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« u Koprivnici provodi još neke promocijske aktivnosti. Uvedene su usluge rezerviranja knjiga i telefonskog davanja obavijesti, a knjižnica prikuplja darove od lokalnih nakladnika, autora i Ministarstva kulture te ih raspodjeljuje školskim i općinskim knjižnicama Koprivničko-križevačke županije. Također pomaže rad knjižnica u drugim županijama. Prije se ta djelatnost odnosila na pružanje pomoći knjižnicama stradalima tijekom Domovinskog rata, a u novije se vrijeme pomaže u obnovi spaljene gimnazijske knjižnice u Bjelovaru. Uz to, Knjižnica »Fran Galović« organizirala je akciju prikupljanja prvenstveno stručnih knjiga na hrvatskom jeziku o Republici Hrvatskoj, poglavito o podravskom kraju, i darovala ih knjižnicama u Velikoj Britaniji kako bi pridonijela promociji hrvatskoga naroda, osobito podravskog kraja, u inozemstvu. Također je pružila pomoć školama u provođenju državnog kviza »Kroz osmijeh i knjige zaboravimo brige«, anketirala je korisnike o zadovoljstvu uslugama knjižnice i izradila adresar nakladnika i tiskara na području Koprivničko-križevačke županije. Osobito je uspješna bila akcija »Vratite zaboravljene knjige - zaboravit ćemo zakasninu«.

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« postala je nacionalno sjedište Hrvatskoga čitateljskog društva i time pojačala svoj ugled ne samo među drugim knjižnicama i kulturnim djelatnicima, nego i u lokalnoj te nacionalnoj zajednici. U sklopu svojih djelatnosti bila je domaćin međunarodnom savjetovanju »Mladi i čitanje u multimedijalnom okruženju«, koje je organiziralo Hrvatsko čitateljsko društvo, a organizirala je i međunarodni skup o pokretnim knjižnicama - bibliobusima. Sve te aktivnosti promotivno su djelovale na javnost, a mediji su o njima redovito izvještavali. Knjižnica je organizirala i stručne izlete po Hrvatskoj, ali i u Sloveniju i Austriju, što je također bilo dobro popraćeno u medijima. Promotivno djelovanje pojačali su aktivni školskih knjižnica Koprivničko-križevačke županije, ali i uključivanje u manifestacije na gradskoj razini. Riječ je o »Koprivničkom ljetu« i »Galovićevoj jeseni« te akciji u sklopu manifestacije »Mjesec hrvatske knjige«.

Iz navedenog se može zaključiti da Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« provodi aktivnosti radi promocije same ustanove, ali i nositelja informacija, prvenstveno knjige. Knjižnica bi trebala još intenzivnije i kontinuirano razmišljati čime bi se sve mogla poslužiti da bi joj postala sklona većina stanovnika.

Radi promocije knjižnice treba navesti i one granične aktivnosti koje se navode kao dodatne usluge potrošaču. Sve aktivnosti granične promocije dijele se na usluge potrošačima, dizajn i ambalažu.<sup>77</sup>

U skupinu usluga potrošačima ubrajaju se sve aktivnosti knjižničara koje on provodi u razgovoru s korisnikom (o pročitanim knjigama), zatim fotokopiranje knjižne građe, pretraživanje Interneta, CD-ROM-ova i sl.

Primjenom dizajna na prostorije i opremu knjižnica postaje ugodnije i privlačnije mjesto korisniku. Ugodan prostor osobito je važan za Dječji odjel na koji bi djeca rado dolazila i zadržavala se pa bi za njih knjižnica cijeli život ostala nezaobilazno mjesto.

Ambalaža je u novije vrijeme sve privlačnija i izdavači knjiga je sve češće koriste u promotivne svrhe. Zaštitne omotnice, koje izrađuju knjižnice, mogu biti popraćene anotacijama s kataloškim oznakama prilagođenima interesima korisnika, koje bi ih potaknule da pročitaju knjigu.<sup>78</sup>

Uspjeh promotivnog programa leži u dobroj taktici, tj. uključenju najvećega broja zaposlenika u točno određenom vremenu. Područje treba biti statistički ispitano uz javnu ocjenu korisnika, a kvaliteta mora biti u prvom planu.<sup>79</sup>

<sup>77</sup> J. Sudar, Promotivne aktivnosti, u: P. Kobaš, n. dj., str. 128

<sup>78</sup> Usp. P. Kobaš, n. dj., str. 128 - 129

<sup>79</sup> S. Može, n. dj., str. 64



### 5.3. Elektronički posredovana komunikacija

Prvi i glavni razlog uporabe računala u knjižnici jest automatizacija svih knjižničarskih poslova, i to od nabave knjižne građe, katalogizacije, posudbe i izrade statističkih podataka do pretraživanja koje provode i knjižničari i korisnici.

Kao zadaća narodne knjižnice u UNESCO-ovu »Manifestu« spominje se, među ostalim, olakšavanje razvitka obavijesnih vještina i kompjutorske pismenosti.<sup>80</sup> Razvoj se može postići jedino obrazovanjem i stalnim stručnim usavršavanjem. U sve složenijim uvjetima života i sve kompleksnijim aspektima ljudske djelatnosti, naglim promjenama u razvoju i u svijetu sve agresivnijeg dotoka informacija, sve je prisutnija potreba za brzim pristupom znanju, odnosno informacijama: njihovu pronalaženju, selekcioniranju i ovladavanju tehnikama pohrane i pretraživanja. Glavni izazov postaje ovladavanje visokom razinom znanja i vještina potrebnih da se shvate i koriste mogućnosti novih tehnologija. Najdjelotvornija uporaba i primjena novih tehnologija u onim je slučajevima kada je prilagođavanje njenih mogućnosti maksimalno korisno za bitne funkcije knjižnične djelatnosti, ali prvenstveno s orijentacijom na krajnjeg korisnika, njegove potrebe i svrhovitost uporabe informacijskih izvora.<sup>81</sup>

U knjižnicama se još donedavno pojam računalno (kompjutorsko) pretraživanje uglavnom odnosilo na online pretraživanje baze podataka, a danas se pomoću računala, uz knjižnične izravno dostupne javne kataloge (Online Public Access Catalogue - OPAC), najviše koriste baze podataka na CD-ROM-u. Pretraživanje računalnih baza podataka vještina je koja počiva na istim principima na kojima se temelji svako pretraživanje kataloga i bibliografija jer i ručno i računalno pretraživanje slijedi opću logiku rješavanja problema.<sup>82</sup>

Knjižničari, da bi išli ukorak s razvojem novih tehnologija, imaju obvezu stalnog usavršavanja i stjecanja novih znanja. Ta znanja odnose se, među ostalim, i na područje uporabe novih tehnologija kako bi se poslije moglo primijeniti za educiranje korisnika i pomoći u poplavi dokumenata i informacija.<sup>83</sup>

U mrežnim sustavima knjižnica govori se o elektroničkim, digitalnim i virtualnim knjižnicama. Elektroničke knjižnice imaju baze podataka na elektroničkom mediju i stavljaju ih korisnicima na dostup online. Digitalne svoju tiskanu građu pretvaraju u digitalni oblik na webu, a virtualne knjižnice zapravo su distribuirane digitalne knjižnice, tzv. »bez zidova«, u stalnoj interakciji na Internetu.<sup>84</sup>

Kontinuiranom i kvalitetnom obučavanju knjižničara Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« posvećuje znatnu pozornost. Knjižničari su tijekom 1998. godine prisustvovali međunarodnim konferencijama (»Informacijsko društvo 21. stoljeća - uloga knjižničarskih udruga«, Budimpešta; »Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću«, Varaždin; »Mladi i čitanje u multimedijalnom okruženju«, Koprivnica) i seminarima (»Dječje knjižnice budućnosti - da li samo multimedijalne i interaktivne«, Zagreb), a sudjelovali su i u Elektroničkoj radionici o pretraživanju Interneta. Edukacija korisnika na području razvijanja informatičke pismenosti provodi se u sklopu Kompjutorske radionice na Dječjem odjelu u kojoj su se djeca upoznala s korištenjem CD-ROM-ova. Na Studijskom odjelu obučavali su se korisnici za rad na Internetu i multimediji.

Primjenom računalnog paketa METEL WIN omogućeno je pretraživanje baze podataka knjižničarima i korisnicima. Modul za pretraživanje izvodi se na tri osnovna načina:

- standardno pretraživanje (po ključevima)

<sup>80</sup> UNESCO-ov Manifest, n. dj.

<sup>81</sup> D. Stančin-Rošić, n. dj., str. 133 - 134

<sup>82</sup> D. Sečić, n. dj., str. 48

<sup>83</sup> J. Lasić-Lazić, A. Slavić, Obrazovanje knjižničara za 21. stoljeće - zajednička briga onih koji obrazuju i onih koji zapošljavaju, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 123 - 124

<sup>84</sup> Usp. V. Turčin, Knjižničarska zvanja i znanja u novom informacijskom okruženju, u Narodne knjižnice, n. dj., str. 62

- pretraživanje pomoću hiperpretraživača (full tekst)
- primjena integratora.

Standardno pretraživanje odvija se pomoću autorstva, naslova, predmetnice, UDK oznake, signature i ISBN-a (International Standard Book Number). Standardno pretraživanje koriste knjižničari u onim slučajevima kad su korisnikovi upiti precizni.

Pretraživanje uz pomoć hiperpretraživača koriste knjižničari u slučaju kada upit nije precizno definiran pa se pretražuje po dodatnim kriterijima.

Integrator omogućava kombiniranje unutar pojedinih kriterija.

Pretraživanje baze podataka za korisnike preko Interneta još nije omogućeno, no predviđa se u skoroj budućnosti. Takvo online pretraživanje moglo bi se odvijati na dva osnovna načina: pretraživanje po osam kriterija iz kataložnog opisa i pretraživanje po UDK koje je namijenjeno krajnjem korisniku koji ne treba imati osnovna znanja iz područja knjižničarstva. U sklopu takva pretraživanja predviđa se i postupak rezervacija preko Interneta tako da korisnik upiše svoje ime i prezime, broj članske iskaznice i lozinku koju mu dodjeljuje knjižnica.<sup>85</sup>

Pristup Internetu revolucionirao je odnos i pristup narodnih knjižnica izvorima znanja i informacija. Zadaća narodnih knjižnica ne iscrpljuje se pri tome u osiguranju vlastitog pristupa (za potrebe pretraživanja informacija, izrade vlastite web stranice, stavljanje vlastite baze, OPAC-a, na web ili sl.), nego i u osiguravanju mogućnosti osobnog pristupa svakom korisniku, odnosno građaninu.<sup>86</sup>

Internet omogućava knjižnici dobivanje ažurnih i brzih informacija. Općenito su korisnici impresionirani komunikacijom na Internetu. No, zbog širenja i globalizacije Internet sadrži masu nepreglednih informacija koje često ne odgovaraju istini pa ih je potrebno stručno ažurirati i vrednovati tako da korisnik dobije valjanu obavijest.

Knjižničar koji upućuje korisnika na određenu građu ili informacije treba za svaku web stranicu razmotriti sljedeće kriterije:

- autorstvo izvora (tko je napisao, obradio i skupio informacije koje se nalaze na web stranici); pri tome treba razlikovati stranice koje donose samo linkove od onih koje donose faktografske informacije:
  - izdavača (ustanovu)
  - mjesto pohrane dokumenta (poslužitelj)
  - upute za ostale izvore i mogućnost provjere (verifikacije) izvora
  - ažuriranje, odnosno vrijeme nastanka dokumenta.<sup>87</sup>

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« izradila je 1998. godine svoju web stranicu na Internetu, koja ima informativni karakter, a 1996. godine uveden je Internet za samostalno pretraživanje korisnicima ili uz pomoć knjižničara. Prema podacima iz europskih i nekih drugih razvijenih zemalja, vidi se da naše uvođenje Interneta nimalo vremenski ne zaostaje za njima, poglavito ako se istakne da je ova knjižnica u manjem gradu.

Zanimljivo je osvrnuti se na iskustvo Finske o radu na Internetu. Godine 1994. u Finskoj se počelo koristiti Internet, a samo tri godine kasnije gotovo 70 posto narodnih knjižnica bilo je spojeno na Internet. Finska Cable Book Library prva je Internet narodna knjižnica u svijetu.<sup>88</sup>

<sup>85</sup> Usp. M. Šošćarić, D. Tkalec, Razvitak i primjena računalskog knjižničarskog paketa Metel Win, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 180 - 188

<sup>86</sup> D. Katalenac, Narodna knjižnica kao people's network, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 18 - 19

<sup>87</sup> V. Turčin, Korištenje i vrednovanje izvora na Internetu u narodnim knjižnicama, u: Knjižnice europskih gradova, n. dj., str. 194 - 195

<sup>88</sup> Usp. E. Lounasvouri, The Experience of Working on Internet at Finnish Public Libraries, u: Narodne knjižnice izazov promjena, n. dj., str. 28

Francuska knjižnica »Georges Pompidou« svojim korisnicima nudi slobodan pristup Internetu na 9 PC-a, a sadrži i softverski odjel sa 16 PC-a i zbirkom od 86 CD-ROM-ova.<sup>89</sup>

U kontekstu online pretraživanja baze podataka pridaje se sve veća važnost razgovoru knjižničara s korisnikom. Zbog toga se posljednjih desetljeća osobito proučavaju komunikacijske prepreke između korisnika i knjižničara (koje mogu onemogućiti pronalaženje prave informacije), ali i teškoće koje nameću same baze podataka, odnosno njihovo računalno ustrojstvo. Sam intervju organizira se tako da se dobiju što precizniji odgovori na specifična pitanja. To je važno jer usluge online pretraživanja korisnik često mora razmjerno skupo platiti.<sup>90</sup>

Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« ima posebno izrađen obrazac u kojemu bilježi korisnikov upit, temu ili informaciju koju traži. Ako korisnik ne zna što traži, knjižničaru pomažu odgovori na njegova pitanja. Nakon nađenoga zadovoljavajućeg odgovora knjižničar bilježi web adresu, dokument i sve ostale informacije kako bi u slučaju da mu drugi korisnik postavi isto pitanje imao spreman odgovor, ali i smjernice i upute gdje može pronaći traženu informaciju.

## 6. ZAKLJUČAK

U ovom diplomskom radu uvodno su obrađeni pojavni oblici komunikacijskih aktivnosti u radu knjižničara, i to edukacija, informiranje i savjetovanje. Pri tome je važno napomenuti kako knjižničar ne samo da mora posjedovati sposobnost komuniciranja, nego kao organizator i/ili izvođač ima i veliku ulogu u edukaciji korisnika. Uz to, knjižničar informira korisnike poučavanjem i upoznavanjem s izvorima informacija te ih savjetuje prigodom njihova istraživanja. Pri tome su prenošenje znanja, informiranje i savjetovanje, bez obzira na to u kojim se oblicima izvode, izrazito komunikacijske aktivnosti.

Osnovni je cilj knjižnici što potpunije približiti korisniku jer sustav današnjeg obrazovanja teži k osposobljavanju za samostalno učenje, odnosno samostalno služenje različitim izvorima informacija. Pri razmjeni informacija s korisnicima obrađene su sljedeće vrste komuniciranja: intrapersonalno, interpersonalno, intragrupno, intergrupno i masovno.

Pri tome je važno definirati potrebe korisnika, utjecaj korisničkih potreba na kreiranje nabavne politike i popunu fonda knjižnice. Analizirala sam komunikacijske zadatke Knjižnice i čitaonice »Fran Galović« Koprivnica, i to aktualne oblike komuniciranja s korisnicima, kao i mogućnosti za inoviranje u komunikaciji s korisnicima koju bi se moglo poboljšati (ulazom za invalide i nepokretne osobe, nabavom knjiga za slijepe, osnivanjem glazbenog odjela i klupskog prostora, poboljšanjem komuniciranja na daljinu, poticanjem razvitka mreže općinskih knjižnica, djelatnostima knjižnice za nacionalne manjine i vjerske skupine, ustrojavanjem multimedijalnoga centra za djecu, informacijskim djelatnostima za mladež) i pritom došla do zaključka da postoji još niz mogućnosti proširenja i jačanja komunikacije s korisnicima.

U sklopu komunikacijskih aspekata ispitivanja, mijenjanja mišljenja te aktiviranja korisnika posebno sam analizirala ispitivanje mišljenja, stavova i potreba na osnovi ankete, primjenjujući metodologiju istraživanja komunikološke pojave. Dobivenim rezultatima predložila sam mijenjanje mišljenja i aktiviranje korisnika kako bi se poboljšala usluga knjižnice, primjenjujući i iskustva iz stranih, poglavito u pogledu knjižničarstva, razvijenih zemalja.

Težište diplomskog rada je komuniciranje s korisnicima u koprivničkoj Knjižnici i čitaonici »Fran Galović«. Osobnim komuniciranjem s korisnicima došla sam do spoznaje da se u neposrednom radu s članovima poboljšava ne samo komunikacija, nego i promovira sama knjižnica stvaranjem povoljnije

<sup>89</sup> Usp. M. Montano, Public Services at the Bibliotheque Publique d'Information - Centre Georges Pompidou, u isto, str. 41

<sup>90</sup> D. Sečić, n. dj., str. 43

atmosfere i imidža. Također je vidljivo da knjižnica promotivnim aktivnostima ne samo informira javnosti o svojem postojanju, nego odnosima s javnošću jača komunikaciju s potencijalnim novim korisnicima i uvjerava zajednicu u svrhu i potrebu svojeg postojanja. Uspjeh promotivnog programa leži u dobroj taktici, tj. uključenju najvećega broja zaposlenika u točno određenom vremenu na prostoru djelovanja knjižnice. Koprivnička Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« koristi se i elektronički posredovanom komunikacijom, i to automatizacijom svih knjižničarskih poslova do pretraživanja i za knjižničare i za korisnike, a tome kontinuirano posvećuje znatnu pozornost. Dakle, možemo reći da je u ovom diplomskom radu sustavno obrađeno komuniciranje s korisnicima u Knjižnici i čitaonici »Fran Galović« Koprivnica te su navedene mogućnosti pozitivnih promjena i poboljšanja.

## IZVORI I LITERATURA

1. Arapac, T., Evaluacija knjižničnih službi i usluga u narodnoj knjižnici, u: Međunarodno savjetovanje Narodne knjižnice izazov promjena, Lovran 25. i 26. rujna 1997., Zbornik radova, Zagreb, 1997.
2. Arapac-Gazivoda, T., Teorijske osnove knjižnične djelatnosti, Filozofski fakultet, Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti, Zagreb, 1993.
3. Čveljo, K., Sve raznolikiji korisnici informacija predstavljaju za informacijske stručnjake sve veći izazov i izvor mogućnosti - kratak pregled, u: 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.
4. Evans, E. G., Developing library collections, Libraries Unlimited. Littleton 1979.
5. Feletar, D., Promjene u prostornom rasporedu stanovništva Podravine 1991. godine, Podravski zbornik, 17, Koprivnica, 1991.
6. Horvat, A., UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice 1994., Gradska biblioteka Rijeka, Rijeka, 1997.
7. Ivakić, M., Korisnički orijentirana knjižnica, Korisnici u 21. stoljeću - izazov za knjižničarsku struku, u: 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.
8. Izvješće o radu Knjižnice i čitaonice »Fran Galović«, Koprivnica, 26. veljače 1999. godine
9. Katalenac, Narodna knjižnica kao people's network, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin 1998.
10. Klaić, B., Veliki rječnik stranih riječi, Zagreb, 1974.
11. Kobaš, P., Marketing u bibliotečno-informacijskoj djelatnosti, Orašje, 1995.
12. Lasić-Lazić, J., Slavić, A., Obrazovanje knjižničara za 21. stoljeće - zajednička briga onih koji obrazuju i onih koji zapošljavaju, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
13. Line, M., Koncipiranje (oblikovanje) bibliotečnih i informacijskih sustava po mjeri čovjeka, u: 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.
14. Loborec, B. i Feletar, D., Bibliotekarstvo u općini Koprivnica, Podravski zbornik 12, Koprivnica, 1986.
15. Lounsavouri, The Experience of working on internet at Finnish Public Libraries, u: Narodne knjižnice izazov promjena, Zbornik radova s međunarodnog savjetovanja u Lovranu, 25. - 27. rujna 1997., Zagreb, 1997.
16. Montano, M., Public Services at the Bibliotheque Publique d'Information - Centre Georges Pompidou, u: Narodne knjižnice izazov promjena, Zbornik radova s međunarodnog savjetovanja u Lovranu, 25. - 27. rujna 1997., Zagreb, 1997.
17. Može, S., Strategija marketinga i marketinški program narodnih knjižnica, Vjesnik bibliotekara, br. 3 - 4, Zagreb, 1992.

18. Narodonosni i vjerski sastav stanovništva Hrvatske 1880. -1991. po naseljima, 3. dio, Zagreb, 1998.
19. Nebesny, T., Informacijsko-referalna služba, u: Upute za poslovanje narodnih knjižnica, Zagreb, 1996.
20. Piese, A., Govor tijela, Zagreb, 1991.
21. Radović, Lj., Narodne knjižnice u 21. stoljeću i programi za korisnike na jezicima manjina, u: 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.
22. Reardon, K. R., Interpersonalna komunikacija, Zagreb, 1998.
23. Resman, S., Knjižnica - informacijsko središće za mlade, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
24. Sabolović-Krajina, D., Ernečić, Lj., Koržinek, M., Marketing u službi korisnika knjižnice, u: 31. skupština Hrvatskoga knjižničarskog društva, Zadar, 1998.
25. Sabolović-Krajina, D., Knjižnica i čitaonica »Fran Galović« Koprivnica, u: vodič kroz knjižnice Koprivničko-križevačke županije, Koprivnica - Križevci - Đurđevac 1997.
26. Sabolović-Krajina, D., Odnosi s javnošću - izazov knjižničarskoj struci, 30. skupština Hrvatskoga bibliotekarskog društva, Primošten, 1996.
27. Sabolović-Krajina, D., Studijski boravak u Danskoj, Vjesnik bibliotekara Hrvatske, br. 1 - 4, Zagreb, 1993.
28. Sečić, D., Informacijska služba u knjižnici, Rijeka, 1995.
29. Stančin-Rošić, D., Obrazovanje korisnika za 21. stoljeće, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, u: Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović«, Varaždin, 1998.
30. Statistički pregled podataka i adresa poslovnih subjekata Koprivničko-križevačke županije, Koprivnica, 1996.
31. Stojanovski, J., Knjižnice i World Wide Web, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
32. Sudar, J., Keller, G., Promocija, Zagreb, 1991.
33. Šoštarić, M., Tkalec, D., Razvitak i primjena računalnog knjižničkog paketa Metel Win, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
34. Štefančić, S., Medioteka ili multimedijalni iskaz Gradske knjižnice (u Zagrebu) na kraju 20. stoljeća, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
35. Šulak, F., Osobna prodaja, Zagreb, 1992.
36. Šulak, F., Promocijsko djelovanje prodavaonice, Zagreb, 1985.
37. Tadić, K., Rad u knjižnici, Opatija, 1994.
38. Tovote, C., The importance of being visible - Marketing Library Services in a Changing Society. The Swedish example, u: Narodne knjižnice izazov promjena, Zagreb, 1997.
39. Turčin, V., Knjižničarska zvanja i zvanja u novom informacijskom okružju, u: Narodne knjižnice izazov promjena, Zbornik radova s međunarodnog savjetovanja u Lovranu, 25. - 27. rujna 1997., Zagreb, 1997.
40. Turčin, V., Korištenje i vrednovanje izvora na Internetu u narodnim knjižnicama, u: Knjižnice europskih gradova u 21. stoljeću, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice »Metel Ožegović« Varaždin, Varaždin, 1998.
41. Urquat, D. J., Načela bibliotekarstva, Rijeka, 1986.
42. User studies: an introductory guide and selected bibliography, Universiti of Sheffield, Sheffield, 1979.

43. Vukasinović-Rogač, S., Glazbeni odjel, u: Upute za poslovanje narodnih knjižnica, Zagreb, 1996.

44. Zvonarević, M., Socijalna psihologija, Zagreb, 1981.

## Summary

### **Personal, promotional and electronic media-based communication with users in a library**

*By Danijela Petric*

*This text describes various communication activities of librarians, like education, information and advising.*

*One of the goals to achieve was to get the library in the most comprehensive way possible to its users.*

*As today's education is aimed at teaching an individual to be self-taught, there is a need to teach users to use various sources individually and independently.*

*Within the communications aspects of this survey, and based on the plan to activate users and help them change their opinions on the library, the author analyzed the survey results in users' opinions, standpoints and needs. The author applied a methodology of communication research.*

*The model for the survey was town library »Fran Galovic« of Koprivnica.*

*The results received were used to change opinions and activate library users, in order to achieve improvements in library services.*

*Along with a survey questionnaire, experiences from developed countries were used too, particularly those related to libraries.*

*The paper is focused on an analysis of communication with library users within the model library »Fran Galovic«. It gives clues to possibilities for positive changes and further improvements.*