

Универзитет у Београду

Филолошки факултет

Драгана Д. Јовановић

Функције савремених медија у унапређењу
библиотечко-информационе делатности :
упоредна анализа искустава у Србији и
Француској

Докторска дисертација

Београд, 2016.

Université de Belgrade

Faculté de Philologie

Dragana D. Jovanović

Le rôle des médias contemporains dans le
développement des sciences de l'information et
des bibliothèques : une analyse comparative des
expériences serbes et françaises

Thèse de doctorat

Belgrade, 2016

University of Belgrade

Faculty of Philology

Dragana D. Jovanović

The Function of Contemporary Media in the
Promotion of Library and Information Services:
a Comparative Analysis of Serbian and French
Experience

Doctoral dissertation

Belgrade, 2016

Универзитет в Белграде
Филологический факультет

Драгана Д. Йованович

Функции современных средств массовой
коммуникации в продвижении библиотечно-
информационной деятельности :
сравнительный анализ опытов в Сербии и
Франции

Докторская диссертация

Белград, 2016.

Ментор:

Др Гордана Стокић Симончић, редовни професор, Универзитет у Београду,
Филолошки факултет

Чланови комисије:

Др Жељко Вучковић, редовни професор, Универзитет у Новом Саду, Педагошки
факултет у Сомбору

Др Зорица Томић, редовни професор, Универзитет у Београду, Филолошки
факултет

Датум одбране:

Мојој породици

Изузетну захвалност за настајање овог рада дугујем својој менторки, професорки Гордани Стокић Симончић, која је препознала моју велику жељу и потребу да се о овој теми изразим, и прихватила ме као кандидата без обзира на веома кратак рок који смо имале на располагању, помогавши ми да препознам праву тему, која обједињује и продубљује моја професионална искуства из медијског и библиотекарског света. Хвала на додатним подстицајима, на саветима око уобличавања текста, и спремности да истрајемо до краја.

Велико хвала Весни Укропини, која ме је прва упутила у тајне каталогизације, пруживши ми изузетно темељну и чврсту основу за даљи напредак у свету библиотекарства; Меланији Блашковић која ме је пратила као редактор и свесрдно помагала у свакодневном раду, Љиљани Клевернић, за сву пружену помоћ, поверење и подршку, Слађани Субашић, за драгоцене савете и за искуство у креирању библиографије.

Велику захвалност осећам према Библиотеци Матице српске у целини, која је као институција подржала моје напоре у даљем усавршавању, као и њеним бившим и садашњим запосленима који су ми на свој начин помогли.

Веома сам захвална и колегама из француских библиотека које сам имала прилике да посетим, као и Министарству културе Француске, и Јавној библиотеци информација у Паризу, који су ми омогућили да рад буде поткрепљен непосредним искуствима.

За постојање емпиријског дела рада захвалност дугујем свима који су у истраживању учествовали, поделивши са мном своје ставове о савременим медијима у библиотекарству.

Хвала професору Војиславу Јовановићу, који је био пример какав прави научни радник треба да буде.

Хвала Дејану зато што зна шта ми је важно и даје ми крила да то остварим, хвала Дори и Дени за инспирацију и снагу, хвала мами, тати, Милану, Теји, Мими, Весни, Дуди, без којих би све било много теже...

... и хвала тој девојчици у вртићу која ми је једном давно рекла чаробне речи: *Све се може, кад се хоће...*

РЕЗИМЕ:

Појмови библиотеке и медија стоје у нераскидивој вези по најмање два основа: мисија библиотеке се одувек остварује посредством различитих медија, од глиненых плочица, преко књиге, до дигиталних носилаца информација; поред тога, библиотека и сама функционише као медиј, преносећи информације на хоризонталном и, што је још важније, вертикалном временском плану.

У сусрету са новим медијским изазовима, условљеним експлозивним развојем савремених технологија, библиотека тражи своје место у свету умрежених комуникација. Институција чија би позиција у друштву знања требало да буде централна, није довољно призната, а њена је улога у приступу информацијама маргинализована.

Нове дигиталне технологије створиле су услове за нови начин приступања информацијама, за нове модалитете учења, комуникације, пословања. Комуникациони обрасци су еволуирали, и данас се у највећој мери заснивају на проактивном ставу, као и принципима интерактивности, партиципативности, непосредности, неформалности, што су одлике концепта под називом веб 2.0.

Која је улога савремених медија у библиотечко-информационој делатности? Како библиотекари виде утицај савремених медија у својој професији? Да ли се нови медији у довољној мери, и на прави начин користе за унапређење библиотекарства? Које су могућности за њихову бољу, свеобухватнију и сврсисходнију употребу у овој области?

Учињен је покушај да се дође до одговора на ова питања кроз компаративно истраживање, поређењем француских и српских примера у овој области, са циљем да се дају смернице за унапређење српског библиотекарства на основу француских искустава.

Ова комплексна тема захтевала је примењивање више истраживачких метода и техника: компаративне методе, методе теоријске анализе, историјске методе, посматрања, емпиријске неексперименталне методе (*survey*), анализе садржаја, интервјуа, као и дескриптивне методе. У настајању рада драгоцену су била непосредна искуства, стечена током студијског боравка у Паризу, у оквиру програма француског Министарства културе и информација „*Profession culture*“,

првенствено у Јавној информативној библиотеци и Националној библиотеци Француске.

Рад обухвата: 1) анализу теоријских мисли о односу медија и библиотека, као и о савременим медијима у библиотекарству, које су разрадили водећи француски и други филозофи, социолози, комуниколози, теоретичари медија и библиотекарства; 2) емпиријско истраживање о ставовима српских и француских библиотекара о савременим медијима и њиховом утицају на библиотекарство; 3) преглед комуникационих образаца у француским библиотекама, заснованих на савременим медијима.

На крају рада предложени су елементи за модел за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији, са акцентом на употреби нових медија у комуникацији и пословању, при чему се наглашава нужност свеобухватног, систематског, стратешки заснованог приступа.

Радам се сагледава библиотечко-информациони систем кроз призму савремених медија, који су дефинисани као медији који функционишу посредством интернета, нарочито веба 2.0; нагласак је на њиховој важности у функционисању овог система, и неопходности њихове примене у свим сегментима библиотечко-информационог пословања.

У раду се подвлачи померање фокуса ка кориснику библиотечких услуга и неопходност његовог укључивања у систем који су досад чинили библиотека, библиотечки фондови, и корисник као спољни фактор. Такође, наглашава се и неопходност повећања видљивости библиотеке, ради учвршћивања њене позиције и улоге у друштву, што савремени медији чине у знатној мери лакшим.

Савремени медији и концепти на којима су засновани створили су услове за ново стање духа, за нове начине спознаје света и функционисања друштва; с тим у вези, овим истраживањем подвлачи се неопходност примене ових концепата у реалном животу и пословању, а нарочито у библиотечко-информационој делатности, и библиотеци као институцији која би у складу са својом мисијом и медијском природом морала бити у средишту медијске револуције.

Кључне речи: библиотечко-информациона делатност, савремени медији, веб 2.0, *Галика*, друштвене мреже, дигитализација, интерактивност, заједничка интелигенција, дигитална библиотека, комуникологија

Научне области: Библиотекарство, односи библиотека с јавношћу, комуникологија

УДК: 02:[316.77:004.738.5

Résumé:

La notion de bibliothèque et la notion de média sont liées très étroitement sur la base d'au moins deux prémisses: la mission de la bibliothèque se réalise depuis toujours par l'intermédiaire des médias différents, de tablettes d'argile, à travers de livres, jusqu'aux supports d'information numériques; en plus, la bibliothèque elle-même fonctionne comme un média, en transmettant des informations sur le plan horizontal, et, ce qui est encore plus important, sur le plan temporel vertical.

Les nouveaux enjeux médiatiques, résultants d'un très fort développement des nouvelles technologies, ont obligé la bibliothèque de chercher une nouvelle place pour soi dans le monde dépendant des communications en réseau. Une institution laquelle devrait occuper une position centrale dans la société de la connaissance, aujourd'hui n'est pas assez valorisée, et son rôle dans le processus d'obtention d'information est marginalisé.

Ces nouvelles technologies ont créé les conditions pour de nouveaux modes d'accès à l'information, nouveaux modes d'apprendre, de communiquer, de organiser le fonctionnement des entreprises. Les modèles de communication ont évolué, pour être basés aujourd'hui sur une attitude proactive, et sur les principes de interaction, de participation, d'une absence de formalisme, ce qui représentent les qualités du concept nommé le web 2.0.

Quel est le rôle des médias contemporains dans les sciences de l'information et des bibliothèques (SIB)? Comment les médias contemporains influencent-ils la profession de bibliothécaire, d'après les membres de cette profession? Les médias contemporains sont-ils utilisés dans une mesure adéquate, et d'une meilleure manière, pour le développement des SIB? Quelles sont les possibilités pour qu'ils soient utilisés mieux, et dans les buts plus précis et plus larges dans ce champ?

Nous avons essayé de trouver des réponses à ces questions par l'intermédiaire d'une recherche comparative, en faisant une comparaison entre les exemples français et serbes dans ce champ, pour essayer de donner à la fin des lignes directrices pour le développement de la profession en Serbie, sur la base des expériences françaises.

Pour répondre à ce thème complexe, il a fallu appliquer plusieurs méthodes et techniques de recherche: méthode comparative, méthode d'une analyse théorique,

méthode historique, observation, *survey*, analyse de contenu, interview, et méthode descriptive. Dans la réalisation de notre recherche, la contribution précieuse, ce sont les expériences obtenues durant le stage professionnel à Paris, dans le cadre du programme „Profession culture“, surtout dans la Bibliothèque publique d'information, et dans la Bibliothèque nationale de France.

Notre thèse comprend trois parties: 1) une analyse de la pensée théorique sur le thème de rapport entre les médias et les bibliothèques, et d'utilisation des médias dans les SIB, sur la base des oeuvres des plus importants philosophes, sociologues, communicologues, théoriciens des médias et des bibliothèques, français et autres; 2) une recherche empirique sur les attitudes des bibliothécaires français et serbes à l'égard des médias modernes et leur influence sur les SIB; 3) une analyse des modèles de communication dans les bibliothèques françaises, basés sur les médias modernes.

A la fin, nous avons proposé des éléments pour un modèle de développement des SIB en Serbie, tout en soulignant l'utilisation des médias contemporains dans la communication et l'organisation de travail, et en accentuant le besoin d'une approche stratégique, systématique, et générale.

Dans notre thèse, le système bibliothécaire est traité à travers les médias modernes, contemporains, définis comme les médias fonctionnant par l'intermédiaire de l'internet, et surtout le web 2.0; l'accent est sur leur importance dans le fonctionnement de ce système, et sur la nécessité de leur utilisation dans tous les domaines des SIB, et d'organisation de travail des bibliothèques. Nous soulignons également le fait que l'attention est transférée sur l'utilisateur des services des bibliothèques, ce qui provoque le besoin de l'intégrer dans le système qui, jusqu'aujourd'hui était composé de la bibliothèque et de ses collections, avec l'utilisateur qui n'était qu'un facteur extérieur. Également, nous accentuons la nécessité d'une plus grande visibilité de la bibliothèque, afin de fixer sa position et de préciser son rôle dans la société, ce qui est rendu beaucoup plus facile par l'utilisation des médias modernes.

Les médias modernes, et les concepts sur lesquels ils sont basés, ont créé des conditions pour la naissance d'un nouvel esprit, des nouveaux modèles de connaître le monde, et d'organisation de fonctionnement de la société; par rapport à ce fait, nous voudrions souligner par notre travail une nécessité de l'application de ces concepts dans la vie réelle et dans l'organisation de travail, et surtout dans les SIB, et dans

l'organisation de travail dans la bibliothèque, en tant qu'une institution qui, suivant sa mission, et sa nature médiatique, devrait occuper une position centrale dans la révolution médiatique.

Les mots-clés: sciences de l'information et des bibliothèques (SIB), médias modernes, web 2.0, *Gallica*, réseaux sociaux, numérisation, interaction, intelligence collective, bibliothèque numérique, communication

САДРЖАЈ

УВОД	... 18
Предмет и циљеви истраживања	... 18
Методе и технике истраживања	... 21
Структура рада	... 25
1. БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ МОДЕРНИХ КОМУНИКАЦИЈА	... 27
1.1. Библиотека и њена улога у друштву	... 27
1.1.1. Концепти електронске, дигиталне и хибридне библиотеке	... 32
1.1.2. Библиотека или медијатека?	... 36
1.2. Нови медији комуникације	... 39
1.2.1. Конвергенција медија	... 40
1.2.2. Интернет и веб 2.0	... 43
1.2.3. Заједничка интелигенција и култура учествовања као темељи концепта 2.0	... 48
1.2.4. Медији засновани на вебу 2.0	... 50
1.2.4.1. Карактеристике друштвених мрежа као основних алата веба 2.0	... 51
1.2.4.2. Друштвене мреже посвећене књигама и читању	... 59
1.2.4.3. Платформе за дељење мултимедијалних садржаја	... 60
1.2.4.4. Синдикација садржаја, вики-алати и блог	... 63
1.2.4.5. Платформе за означавање и описивање интернет садржаја (<i>social bookmarks</i>)	... 64
1.3. Библиотеке у сусрету са новим медијским изазовима	... 65
1.3.1. Библиотека као медиј	... 65
1.3.2. Библиотека 2.0	... 74
1.3.3. <i>Отварање</i> и умрежавање библиотеке	... 81
1.3.4. Имиџ библиотеке и библиотекара као основ за репозиционирање у друштву	... 89
1.3.5. Ризици и дилеме у коришћењу модерних комуникационих канала	... 95

2. БИБЛИОТЕКЕ И БИБЛИОТЕКАРИ У АКТУЕЛНИМ КУЛТУРНИМ ОКОЛНОСТИМА : НА ПРИМЕРУ ФРАНЦУСКЕ И СРБИЈЕ	... 99
2.1. Културна политика и културни модели	... 99
2.2. Француски културни модел	... 102
2.2.1. Положај библиотеке и библиотекара у Француској	... 106
2.2.2. Основна одређења припадника библиотекарске професије у Француској	... 108
2.2.3. Место савремених медија у Националној библиотеци Француске	... 110
2.2.3.1. Комуникација путем савремених медија у Националној библиотеци Француске	... 115
2.2.3.2. Веб-страница Националне библиотеке Француске	... 115
2.2.3.3. Иновације у претраживању општег електронског каталога Националне библиотеке Француске	... 116
2.2.3.4. Национална библиотека Француске на Фејсбуку	... 117
2.2.3.5. Национална библиотека Француске на Твитеру	... 122
2.2.3.6. Синдбад – или „Питајте библиотекара Националне библиотеке Француске“	... 125
2.2.4. Дигитална библиотека <i>Галика</i> и њено представљање алатима веба 2.0	... 126
2.2.4.1. Веб-страница <i>Галике</i>	... 129
2.2.4.2. <i>Галика</i> и алати веба 2.0	... 130
2.2.4.3. Информативно писмо и блог	... 133
2.2.4.4. <i>Галика</i> на Фејсбуку	... 134
2.2.4.5. <i>Галика</i> на Твитеру	... 136
2.2.4.6. <i>Галика</i> на Пинтересту	... 139
2.2.4.7. <i>Галикин</i> претраживач	... 140
2.2.5. Савремени медији у Јавној информативној библиотеци (<i>Bibliothèque publique d'information - Bpi</i>)	... 144
2.2.5.1. Веб-странице Јавне информативне библиотеке	... 147
2.2.5.2. Вебмагазин <i>Бализ</i>	... 148

2.2.5.3. Сервис за постављање питања библиотекарица – Еурекоа	... 150
2.2.5.4. Јавна информативна библиотека и друштвене мреже	... 152
2.2.5.5. Дигитално посредовање и дигитални посредник Силвер Мерсје	... 153
2.2.6. Париске јавне библиотеке и савремени медији	... 156
2.2.6.1. Викибиб	... 157
2.2.6.2. Савремени медији у припреми отварања медијатеке „Канопе ла Фонтен“	... 158
2.2.6.3. Савремени медији у припреми отварања медијатеке „Франсоаз Саган“	... 160
2.2.6.4. Комуникациони сервис за професионалце у библиотечкој струци – Агорабиб	... 161
2.3. Библиотеке у транзиционом моделу културе у Србији	... 163
2.3.1. Положај библиотеке и библиотекара у Србији	... 165
2.3.1.1. Правни оквир библиотечко-информационе делатности у Србији	... 167
2.3.1.2. Образовање библиотекара у Србији	... 168
2.3.1.3. Професионална удружења	... 169
2.3.1.4. Место савремених медија у српском библиотекарству	... 170
2.3.1.4.1. Место нових медија у Народној библиотеци Србије	... 174
2.3.1.4.2. Место нових медија у Библиотеци Матице српске	... 178
2.3.1.4.3. Библиотека града Београда у сусрету са новим медијима	... 182
2.4. Културни модели и место савремених медија у библиотекама у Француској и Србији : компаративни осврт	... 183
3. ОДНОС ПРЕМА САВРЕМЕНИМ МЕДИЈИМА : СТАВОВИ БИБЛИОТЕКАРА У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ	... 187
3.1. Библиотекари о савременим медијима : опис истраживачког узорка	... 188
3.1.1. Пол	... 188
3.1.2. Старост	... 189
3.1.3. Образовање	... 190
3.1.4. Врста посла	... 191

3.1.5. Резултати истраживања	... 192
3.1.5.1. Степен коришћења друштвених мрежа у односу на врсту библиотеке	... 219
3.1.5.2. Став о утицају интернета на библиотекарство у зависности од година старости	... 220
3.1.6. Закључна разматрања истраживања	... 221
4. ПРИЛОГ ИЗГРАДЊИ КОМУНИКОЛОШКОГ МОДЕЛА У БИБЛИОТЕЧКО-ИНФОРМАЦИОНОЈ ДЕЛАТНОСТИ СРБИЈЕ	... 224
ЗАКЉУЧАК	... 236
ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ	... 249
БИОГРАФИЈА АУТОРА	... 260

УВОД

Предмет и циљеви истраживања

Предмет истраживања на тему „Функције савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности: упоредна анализа искустава у Србији и Француској“ јесте, с једне стране, однос између библиотека и медија, и са друге стране употреба медија, на првом месту савремених, у унапређењу библиотечко-информационе делатности. Под савременим медијима подразумевају се првенствено медији који функционишу посредством интернета, нарочито веба 2.0.

Овако дефинисан предмет истраживања сагледава са више аспеката: први аспект је медиолошки, што значи да се анализира функционисање саме библиотеке као медија; други аспект представља начин на који се медији унутар библиотеке користе у унапређењу библиотечког пословања и организације рада; и трећи аспект је начин на који медији, посебно савремени, доприносе промовисању библиотека, у циљу повећања њихове видљивости и оснаживања њихове улоге у друштву.

Веза између библиотека и медија није нова: библиотека је одувек у својој суштини и сама медиј, и одувек је медије користила за остваривање своје мисије; без обзира на врсту носиоца, преношење информација, односно знања, остваривало се преко неког, за дату епоху карактеристичног средства, омогућавајући тако, осим дисеминације информација и знања кроз простор, на хоризонталној временској оси, и остваривање комуникације кроз време, што је човечанству пружило привилегију да памти.

Цео свет данас се налази пред великим медијским изазовом. Снажан, прогресиван развој комуникационих и информационих технологија, и њима условљених нових медија, довео је до кључних промена у свакодневном личном и професионалном животу, пословној организацији и комуникацији, које пресудно утичу нарочито на установе и предузећа чији су предмет информација и знање, каква је и библиотека. Начин спознаје света се променио, а библиотека као центар чији је задатак да у тој спознаји посредује има обавезу да ту промену прихвати и

према њој уобличи нови приступ организовању процеса рада, кориснику као субјекту у остваривању комуникације, и на крају, а можда и пре свега – као неопходан услов за све даље кораке – да сагледа и редефинише сопствени положај у свету умрежених комуникација. Кључни фактор у том преображавању јесу припадници струке, библиотекари, чија је улога да изнесу све наведене задатке; тој мисији мора претходити њихова самоспознаја, саморазумевање у контексту нових друштвених, комуникационих, епистемиолошких парадигми. Притом треба имати у виду да је промена о којој говоримо постала константан процес, са којим је нужно држати корак и у њему учествовати. Библиотека у том окружењу трага за новим моделима пословања, организације, комуникације, који би јој обезбедили место у умреженом свету базираном на интеракцији, партиципацији, размени информација, индивидуалном приступу и доступности сваковрних ресурса.

Доминантни фактор у развоју савремених библиотека јесте окретање према дигиталној дистрибуцији информација посредством инфраструктуре глобалне мреже. То даље условљава помак од традиционалне улоге библиотеке као посредника између књиге и читаоца, и сервисног центра за штампане публикације, према улози опскрбљивача мрежних услуга за дигиталне информационе ресурсе.

Овим радом покушали смо да дамо допринос сагледавању позиције библиотеке у данашњем тренутку у односу на нове медије; да откријемо какав утицај они остварују на пословање библиотеке, на њено представљање у јавности и комуникацију на свим нивоима; да укажемо на могућност заузимања нових позиција и креирање нових организационих, пословних и комуникационих парадигми.

Поред тога, испитивање функције савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности имало је за циљ да расветли природу релације између библиотека и медија са теоријског аспекта, да укаже на њихову суштинску повезаност, и на нужност њиховог конструктивног односа. Дисертација је настала из жеље да се испитају теоријске основе и да се емпиријски провери на које се начине, и у које сврхе користе медији у библиотекарству; колико доприносе јавној видљивости и препознатљивости

библиотеке као институције и библиотекарства као професије. Један од мотива за ово истраживање је и жеља да се допринесе редефинисању и јаснијем схватању кључних концепата библиотекарства у дигиталном, умреженом окружењу 21. века – библиотекара, корисника, информације, као и саморазумевању, самоспознаји припадника професије у дигиталним условима живота, комуникације и пословања. Такође, жели се указати на два правца у којима медији делују у контексту библиотека и библиотекарства: с једне стране, колико медији доприносе афирмацији и изградњи позитивне слике о библиотечно-информационој делатности у јавности, а с друге стране, жели се нагласити и допринос савремених медија промени начина самог пословања, унутрашње организације, техничко-технолошким условима за остваривање мисије библиотечно-информационе делатности. Даље, у контексту динамизације и развоја интерактивности у сваком сегменту приватног, друштвеног, и пословног окружења, убрзане дисеминације информација, и еволуције двосмерне комуникације, што је обједињено концептом 2.0, овим радом се указује на то да је за библиотекаре нужно да заузму активан став у креирању свог имиџа и представљању своје професије, као и у развоју принципа савременог пословања у својој струци, користећи за то могућности које пружају, да не кажемо намећу, савремени медији, као неопходан инструмент за реализацију тог циља.

Истраживање је засновано на испитивању теоријских концепата значајних за ову тему, у првом делу, и на компаративној анализи искустава у библиотекарству у Француској и Србији, у другом делу, са циљем да се понуди модел креативне употребе медија и нова комуникациона парадигма библиотеке, заснована на француским примерима.

Француска искуства изабрана су као релевантна, с обзиром на то да потичу из средине у којој је развијена медиолошка мисао, од филозофа, социолога и теоретичара културе Жана Бодријара (1929-2007), до Режија Дебреа, утемељивача концепта и теорије медиологије¹; средине која има разгранату и богату библиотечку мрежу и значајне културне институције, и сматра се традиционалним обрасцем напредне културне политике. Овај избор се темељи и на уверењу да француске библиотеке у већој мери, и на организованији начин

¹ Неологизам који је први пут употребио Дебре у свом делу „Интелектуална моћ у Француској (1979).

користе предности савремених медија у унапређењу својих функција, имајући у виду да је Француска земља која је у готово свакој историјској епохи од ренесансе наовамо предводник културних и друштвено-политичких збивања, у којој је развијен критички дух и аналитичка мисао, у комбинацији са смелим и прогресивним ставовима. Претпоставка је да искуства из земље каква је Француска, где постоји дуга историја развоја и библиотека и медија, у којој је у 16. веку први пут у свету уведена институција обавезног примерка, где је и теоријска мисао која разрађује ове два концепта утемељена и развијена, могу послужити као узор за библиотекарство у Србији, која у многим сегментима, па и овом, тежи приближавању европским вредностима и принципима.

Радам се испитују француска искуства на теоријском и емпиријском плану, са циљем да се на основу добијених резултата понуди модел коришћења медија у библиотекама у Србији, у смислу оптимизације организације посла, едукације библиотекара, и интерактивне комуникације са корисницима и спољном циљном јавношћу.

Методе и технике истраживања

Комплексност теме рада, која подразумева и теоријско и емпиријско истраживање, условила је примену више метода, техника и одговарајућих истраживачких инструмената. Примењене су методе посматрања, теоријске анализе, историјска метода, емпиријска неекспериментална метода (*survey*), анализа садржаја, као и дескриптивна и компаративна метода. Од инструмената су коришћени упитник уз одговарајуће скале процене, као и интервју.

Упитник на основу којег је спроведена ова анализа спада у једнократне упитнике комбинованог карактера; састављен је у највећој мери од затворених питања. Чине га два дела – објективни и субјективни, где се први односи на питања о чињеницама у вези са организацијом медијске презентације, а други део чине питања која се тичу субјективних ставова представника професије у вези са местом савремених медија у унапређењу функција њихових библиотека и

библиотечко-информационе делатности уопште, као и са имицом библиотекарске професије.

Резултати истраживања обрађени су статистички, и приказани описно и графички. За статистичку обраду кориштен је софтверски пакет *SPSS 17*. У дисертацији се користе мере дескриптивне статистике: фреквенце и проценти. Повезаност категоријских варијабли испитивана је помоћу Хи-квадрат теста за табеле контингенције или помоћу Фишеровог теста. За испитивање јачине повезаности варијабли користи се Пирсонов коефицијент корелације. Тест се сматрао статистички значајним за п-вредност мању од 0,05. Истоврсни подаци подвргнути су компаративној анализи.

Примена компаративног метода у библиотекарству логичан је израз настојања да се ова струка у једној земљи унапреди, на основу поређења са библиотекарством у другој земљи (или земљама), чији би модели и парадигме могли допринети развоју професије.² Џон Ф. Харви назива компаративном библиотекарском науком „објективно и прецизно статистичко и фактографско поређење и контрастирање, смештено у друштвени, културни и библиотечки контекст, одређеног предмета из библиотечке науке, у две или више земаља.“³ Питер Јохан Лор, један од најзначајнијих савремених теоретичара у области интернационалног и компаративног библиотекарства, дефинише компаративно библиотекарство као подручје научног истраживања које анализира и на прецизан начин пореди феномене библиотечко-информационе науке у две или више држава

² О компаративном библиотекарству говори се од средине 20. века, када је први пут овај израз употребио амерички аутор Чејс Дејн. Он пореди компаративни приступ у библиотекарству са применом овог метода у науци, тврдећи да је библиотекарима, као и научницима, неопходна размена идеја, и професионална критика из страног угла гледања, уз нагласак на томе да бисмо сопствени учинак повећали разменом идеја и информација са страним библиотекарима. Дејн такође тврди да ће развој библиотекарства увек бити заснован на принципу покушаја и грешке (што је констатација која добија на важности са чињеницом да је овај је принцип своје пуно значење остварио почетком 21. века, са концептом веба 2.0, који се великим делом темељи управо на њему). „Имајући то у виду, требало би да уложимо максималан труд да се учимо на покушајима и грешкама других. А један од начина за то је да читамо о експериментима које су изводили библиотекари у Француској, Данској, Шведској...“, Chase Dane, „Are we too self-centered?“, *Wisconsin Library Bulletin*, January-February (1954): 94.

³ John F. Harvey, “Toward a Definition of International and Comparative Library Science“, (1972): 9 <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED073809.pdf> (преузето 22.02.2016.)

или различитих средина са циљем да установи и разуме њихове сличности и разлике, и дође до утемељених општих карактеристика.⁴

Имајући у виду наведене дефиниције сучељене су професионална пракса у Француској и Србији.

Емпиријско истраживање је великим делом засновано на непосредним искуствима стеченим током студијског боравка у Паризу, у мају и јуну 2015. године, у оквиру програма француског министарства културе за занимања у култури под називом „Profession culture“, и разговорима са француским експертима у домену комуникације у библиотекама. На листи библиотека и установа које су током овог студијског боравка посећене налазе се следеће институције: Национална библиотека Француске (*Bibliothèque nationale de France – BnF*) у Паризу, Јавна информативна библиотека у Паризу (*Bibliothèque publique d’information – Bpi*), агенција за културну анимацију „Библиотеке Париза“, Библиотека „Маргерит Дирас“ у Паризу, лудотека у Фосу, јавна библиотека у Кремлен Бисетру, новоотворена јавна библиотека „Франсоаз Саган“ у Паризу, медијатека у Серису, библиотека институције „AVH“, и одељење за комуникацију и односе с јавношћу мреже париских јавних библиотека.

На рад су утицала и искуства прикупљена, између осталог, и на следећим догађајима: на интернационалном семинару под називом „Espaces émergents“, о новим праксама у библиотекама, одржаном у мају 2015. у Јавној информативној библиотеци; на завршној конференцији у Министарству образовања Француске поводом националног пројекта везаног за дигитализацију у образовању, уз присуство председника Француске, ресорног министра, и водећих интелектуалаца и еминентних стручњака у овој области; на презентацији пројекта „Медијатека Канопе ла фонтен“ (*La médiathèque de la Canopée La Fontaine*), нове библиотеке у срцу Париза, чије је отварање предвиђено за април 2016. године; на стручном састанку у Одељењу за комуникацију у Јавној информативној библиотеци поводом редефинисања стратегије наступања на друштвеној мрежи Фејсбук и на веб-страници намењеној професионалцима у библиотекарству; и током серије активности везаних за отварање нове париске библиотеке „Франсоаз Саган“.

⁴ Peter Johan Lor, “Definitions, scope and dimensions”<http://pjlор.files.wordpress.com/2010/06/chapter-2-2012-02-06.pdf>

Емпиријски део рада базиран је на испитивању и анализи искустава, мишљења и ставова библиотекара у Србији и Француској у вези са присуством савремених медија у обављању библиотечно-информационе делатности, њеној афирмацији и њеном приближавању јавности. Истраживањем је обухваћено по око стотину испитаника у обе земље, из јавних и високошколских, као и из националних библиотека у Француској и Србији.

Приликом израде дисертације консултована је стручна литература из области менаџмента у библиотекама, употребе нових медија у библиотекарству, културне политике у Француској и Србији, али и извештаји о раду библиотека, закони и други правни акти који се односе на домен културе и библиотечно-информационе делатности двеју земаља. Приметан је недостатак новије стручне литературе из области употребе медија у библиотекарству у Србији, што је надокнађено литературом објављеном у Француској, у којој се из ове области може пронаћи далеко више извора.

Током истраживања било је и одређених потешкоћа. Приликом спровођења анкете на којој се базира емпиријски део рада, српски библиотекари, изузев у случајевима личног познанства, генерално су тромије реаговали, или нису уопште били спремни да испуне упитник. У француском узорку проблем је био са запосленима у Националној библиотеци Француске, до којих је било изузетно тешко доћи, а и тада једним делом нису били спремни на сарадњу, па је било веома захтевно прикупити довољан број одговора из ове библиотеке, како би резултат био релевантан. Док се код српских библиотекара отпор према испуњавању упитника може објаснити незаинтересованошћу, па чак и одбојношћу према новим медијима⁵, недовољним познавањем теме, као и генералном пасивношћу, код библиотекара из Националне библиотеке Француске то није случај; њихова неприступачност повезана је са супериорним статусом због припадности елитној институцији културе у Француској⁶. Технички гледано,

⁵ Из угла аутора поражавајућа је чињеница да је један библиотекар у Србији одбио да учествује у истраживању јер је спровођено електронским путем, наводећи као образложење да се принципијелно противи савременим средствима комуникације и нема регистровану адресу електронске поште.

⁶ Овакав однос, са своје стране, иде прилог претпоставци да културна политика Француске препознаје библиотекаре, посебно националне библиотеке, као изузетно важне чланове француског друштва, да им пружа оквире који им дају сигурност, самоувереност, чак и одређени степен осећања више вредности.

у Француској је дистрибуција упитника била знатно олакшана слањем кроз организоване системе комуникације међу библиотекарама, какви су Агорабиб и Фејсбук-налог Јавне информативне библиотеке за библиотекаре (*Bpi pro*). Услед непостојања овакве врсте повезаности, дистрибуција упитника међу српским библиотекарама била је спорија, и заснивала се углавном на личном контакту. Велику улогу у овом смислу одиграла је друштвена мрежа за пословно повезивање Линкедин, која повезује стручњаке и припаднике различитих професија, омогућивши контакт са библиотекарама који су потом дали свој допринос у истраживању одговоривши на упитник.⁷

У вези са нашом темом писала је Милена Драгићевић Шешић, која је у својој магистарској тези детаљно разрадила француски културни модел⁸; Зорана Вранеш је упоредним приступом анализирао културну политику у, између осталог, Србији и Француској. О библиотеци као медију први је писао Џеси Хок Шир (1903-1982), који је у теоретском смислу разрадио појам библиотеке као медија комуникације⁹; сагледавању ове проблематике знатно је допринео француски филозоф Режи Дебре, одређујући библиотеку као медиј чији је приоритетни задатак културна трансмисија, односно преношење информација и знања кроз време. У Француској је у последњих десет година веома често обрађивана тема промоције библиотеке кроз друштвене мреже, што је једна од функција нових медија у библиотекарству. Међутим, према нашим сазнањима, истраживање овакве врсте није рађено, нити је на тему функција савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности писано у Србији.

Структура рада

Рад се састоји из две тематске целине: у првом делу успоставља се теоријски оквир који повезује библиотекарство и медије, и заснива потка за

⁷ У самим почецима емпиријског дела истраживања показао се, на овај начин, недостатак организованог система комуникације међу припадницима библиотекарске струке у Србији; повезаност постоји, али остаје на индивидуалном нивоу.

⁸ В. М. Драгићевић Шешић, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“ (magistarski rad, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, 1981.).

⁹ В. Gordana Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva* (Pančevo : Mali Nemo, 2002).

проучавање савремених медија у контексту библиотечко-информационе делатности, на основу изучавања теоријске мисли релевантних француских и других мислилаца, као и дефинисања кључних концепата значајних за овај контекст. Други део обухвата две целине: на првом месту је упознавање са кључним примерима из француског библиотекарства, са примерима добре праксе, на основу избора од две значајне француске библиотеке: Националне библиотеке Француске, са њеном дигиталном библиотеком – *Галиком*, и Јавном информативном библиотеком. Ове две, односно три библиотеке одабране су будући да у овом контексту представљају узор и водећи пример и за француске библиотекаре. Друга целина у другом делу рада представља резултате истраживања спроведеног на тему односа библиотека и медија, и присуства савремених медија у библиотекама и библиотекарству. Истраживање је реализовано путем упитника који су испунили библиотекарски у Србији и Француској, запослени у националним, универзитетским и јавним библиотекама. Резултати су подвргнути статистичкој анализи и упоређени по различитим критеријумима. У закључним разматрањима испитивања потврђује се да су хипотезе на којима је истраживање засновано исправне. Показује се да су библиотекарски у Француској боље упознати са кључним концептима на којима је утемељено функционисање савремених медија; високо вреднују интерактивност, комуникацију са корисницима; у већој мери користе друштвене мреже за промоцију свог рада. Српски библиотекарски су се, очекивано, показали конзервативнијим, несигурнијим и пасивнијим у односу на француске колеге. охрабрујућа је, међутим, чињеница да српски библиотекарски високо оцењују утицај који савремени медији могу да остваре у библиотекарству, што је добра полазна основа да, уз одговарајући систематски приступ и образовни оквир, савремени медији заиста дају свој пуни допринос унапређењу библиотечко-информационе делатности у Србији.

Закључку рада претходи предлог елемената за *комуниколошки* модел за унапређење библиотечко-информационе делатности са нагласком на употреби савремених медија.

1. БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ МОДЕРНИХ КОМУНИКАЦИЈА

1.1. Библиотека и њена улога у савременом друштву

Библиотеке, као једно од обележја цивилизације, имају задатак да подстичу људски ум, да наводе на оригинално размишљање, да својим садржајима изазивају стварање нових разноврсних идеја, дела, активности. У демократском уређењу улога библиотеке посебно је значајна, с обзиром на то да приступ информацијама и знању омогућава обавештеност, чиме је отворен простор за постојање објективности, компетентности за доношење одлука, и обезбеђен један од кључних услова за слободу избора. Друштвену одговорност библиотеке наглашава и Чејс Дејн: „Важност библиотеке у демократском друштву зависи од тога колики труд она улаже у то да човек на улици буде добро информисан. Један од најважнијих циљева библиотеке јесте да се побрине да ниједно средство комуникације није ускраћено грађанину.“¹⁰

Улога библиотеке одувек је била везана за сакупљање, чување, и преношење информација, односно забележеног људског знања. Требало би овде нагласити и разлику између информације и знања; ова два појма, иако повезана и у извесном степену блиска, разликују се у квалитативном и концептуалном смислу. Информација је заправо темељ знања; знање од информација полази и на њима се заснива, али се не може на њих и свести. Док су информације неповезане, разнородне и самосвојне, знање настаје синтезом, представља систем који настаје методично и постепено; знање потиче изнутра, а информација споља. О информацији као темељу знања говори и Младен Чуданов, повезујући информационе и комуникационе технологије са његовом дистрибуцијом, што је значајно за контекст библиотека: „По важећим дефиницијама информација се може у потпуности посматрати као основа знања. Иако Робертсова¹¹ и Хислоп¹²

¹⁰ Chase Dane, „Are we too self-centered?“, *Wisconsin Library Bulletin*, January-February (1954): 93.

¹¹ Joanne Roberts, „From Know-how to Show-how? Questioning the Role of Information and Communication Technologies in Knowledge Transfer“, *Technology Analysis & Strategic Management*, vol. 12, issue 4 (2000) : 429-443; DOI:10.1080/713698499.

¹² Donald Hislop, „Mission impossible? Communicating and sharing knowledge via information technology“, *Journal of Information Technology* (2002) 17, 165–177; doi:10.1080/02683960210161230.

сматрају да информационе и комуникационе технологије немају значајан допринос дистрибуцији знања, већина осталих аутора у пољу управљања знањем сматрају информационе и комуникационе технологије значајним фактором у креирању и дистрибуцији знања.¹³

Библиотеку, тако, можемо посматрати као сабиралиште и посредника у преношењу информација и знања; навешћемо у том смислу као аргументацију део текста *Манифеста UNESCO-а о јавним библиотекама*, где се наводи да су то места која представљају „снажну силу у служби образовања, културе, и информација, и суштинско средство за [...] допринос духовном развоју човечанства.“¹⁴

Данас, у доба моменталног преношења информација, улога, а по некима чак и само постојање библиотека доводи се у питање. Не само да је писани документ истиснут са пиједестала који му је вековима припадао, него је и само ауторство као такво постало предмет преиспитивања. Исто тако, дошло је до потпуног преокрета када је реч о приступу информацијама и знању: од тога да је материјални документ који је носилац информације од самих својих почетака па све донедавно био посматран као реткост, драгоценост, до које није могао свако да стигне, дошли смо до ситуације да смо данас изложени непрекидном току, преобилују садржаја који нас затрпавају са разних страна. Оно што је раније била привилегија учених појединаца, интелектуалаца, истраживача, научника, данас је надхват руке масама, посредством справа које им се буквално налазе у џеповима, и технологија које су засноване на *user-friendly* концепту. До најразличитијих садржаја долази се у најкраћем року, уз заобилажење административних формалности и просторно-временских ограничења. Да се послужимо синтагмом коју је употребио Де Керкхоу – ова „растућа синергија умрежених комуникација“¹⁵ омогућила је развијање нових облика односа који не зависе од места и времена.

Питер Брофи је један од заступника тезе да су библиотеке угрожене прогресивним развојем технологије која омогућава свеprisутност и екстремно

¹³ Mladen Čudanov, *Organizacija i strateška primena IKT-a* (Beograd: Zadužbina Andrejević, 2011).

¹⁴ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, „Manifeste de l'UNESCO sur la bibliothèque publique“, UNESCO, http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html (преузето 12.01.2016.)

¹⁵ Derrick de Kerckhove, *L'intelligence des réseaux* (Paris : O. Jacob, 2000), 17.

лаку доступност информација : „Претње су велике, и могу разорно да утичу на библиотеке, онакве какве су тренутно – може се догодити да њихове основне делатности ишчезну.“¹⁶

Библиотеке су суочене са многобројним изазовима који се непрестано умножавају: електронски папир, нови модели издавања публикација, онлајн књижаре, електронска трговина, дигитална телевизија, интеграција вишеврсних извора у савременом образовном окружењу, електронска трговина, мобилне комуникације, паметни телефони, штампање на захтев – ово су само неки од кључних фактора који директно или посредно утичу на библиотекарство као струку, и на библиотеке као институције.

Тектонске промене које захватају читав свет преобликујући индустријско друштво у постиндустријско нису ефекат само једне нове технологије, него сливања и мултиплицирања више различитих технологија које се међусобно прожимају, утичући једна на другу и настављајући развој и деловање у међусобном садејству. Нова морфологија информатичког друштва утемељеног на знању, информацији, учењу, условљава успостављање нових парадигми за све елементе који га чине, па и за библиотеке, уколико теже опстанку у том новом свету умрежене интелигенције.

Неминовно се у том контексту поставља питање да ли се у новом систему организације знања и информација, који је устројен на темељу новонасталих механизма долажења до информација, њиховог бележења, размене, организовања, чувања, да ли се, дакле, у том новом систему може наћи места за традиционалне приступе тим процесима, и што је за нас још важније, за институције које су у досадашњем универзуму имале те задатке, убрајајући у њих на првом месту библиотеке. Да ли је за ове установе могуће да преузму обрасце и парадигме поникле у, можемо слободно рећи, претходној фази развоја човечанства, и да ли оне могу бити довољно флексибилне и мудре да то учине на прави начин, остајући верне себи, својој фундаменталној улози и задацима, устројеним током прохујалих векова „аналогних“ времена, и условљених њима, а истовремено суштински прихватајући принципе функционисања данашњег, и још више сутрашњег света. „Да ли би можда било најбоље да се библиотекари и

¹⁶ Piter Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, (Beograd : Clio, 2005), 16.

информатичари приклоне неизбежном и сами пронађу нове вештине и простор за рад у информатичком друштву?¹⁷

Библиотека се већ неко време налази на прекретници, у потрази за новим парадигмама које би одредиле, усмериле, обликовале и дефинисале њен даљи развој, а можда и омогућиле њен опстанак. У помало парадоксалној ситуацији, где се готово преко ноћи свако нашао у могућности да буде у улози која је дотад припадала само одабранима; где свако не само да има услове да дође до информације, него то може да учини лако, комфортно и до јуче незамисливо брзо, у свако доба и на сваком месту; у тој и таквој ситуацији дојучерашњи ауторитет у области знања и информација приморан је да се бори за своје место, да објашњава своју улогу, да се намеће и тражи начин да прилагоди своје ресурсе, у најширем, па и пренесеном смислу те речи.

Ово представља особито захтеван задатак када се има у виду да је главни конкурент библиотеке – способан да, по општевладајућем мишљењу, надомести све њене функције на задовољавајући начин – управо свеприсутни и свемогући интернет. Поставља се питање да ли, и како, библиотека може да искористи предности које се заснивају на модерним технологијама, и да концепте који јој творе конкуренцију упрегне у своју службу.

Приликом покушаја да се изнађе одговор на ово питање, треба имати у виду једну од основних карактеристика дигиталног доба, а то је хиперпродукција информација која доводи до њиховог преобиља; у непрестаном генерисању и умножавању кроз различите канале губи се свест о потреби чувања и преношења кроз време, што уосталом представља и огроман изазов. „Као што је рекао Стил (Stille), једна од највећих иронија информатичког доба је та што је 20. век несумњиво сакупио више информација него било који период у историји, али је и изгубио више података него периоди пре њега! Овим он упућује на то да, док количина података рапидно расте, животни век медија на коме су оне забележене се скраћује (увођењем нових, нових... и нових медија). Ово нису само технолошки проблеми него и концептуални изазови који постају све очигледнији у ери дигиталних медија.“¹⁸

¹⁷ Ibid, 10.

¹⁸ Ivana Ćirić: „Interpretacija kulturnog nasleđa u virtuelnoj realnosti“ *Kultura*, 129 (2010): 297.

Питер Брофи у овом контексту говори о „универзуму информација“, где овај појам подразумева свеукупност забележених информација које постоје на свету, и које су потенцијално доступне. Задатак библиотеке био би да из тог хаоса који представља „универзум информација“, издваја садржаје које је из универзума могућих извора одабрала одређена библиотека. „Не може се превише нагласити да се овај процес бирања у суштини тиче обезбеђивања гаранције квалитета“.¹⁹ Јер, како би то рекао Бодријар, налазимо се у универзуму у коме има све више информација, а све мање смисла.²⁰

Библиотекари се суочавају са овим процесима организовано, системски, у оквиру својих институција, али и на индивидуалном плану: неке од најзначајнијих карактеристика савремених начина комуникације, образовања, пословања, уопштено речено функционисања у свим сегментима живота у данашњем тренутку, јесу самоекдукација, лично иступање, учење системом покушаја, импровизација, непосредност.

Како пише Питер Дракер (1909-2005) у свом *Посткапиталистичком друштву*, светска привреда ће у предстојећој епохи знања остати тржишна, али ће њоме доминирати *капитализам информација*. „Индустрије које су се у последњих четрдесет година помериле у средиште привреде имају за предмет производњу и дистрибуцију знања и информација [...]. Непривредне делатности које производе и примењују знање – образовање и здравство – у свим развијеним земљама расту много брже и од привредних активности заснованих на знању.“²¹ Сигнификантно је да Дракер, који у свом делу *Посткапиталистичко друштво* тврди да се свет налази у средишту процеса преласка ка друштву знања, само једном спомиње библиотеке, које би морале имати једну од кључних улога у овом периоду транзиције, као и у том и таквом будућем друштву.

Не сме се, међутим занемарити чињеница да су библиотеке карактеристична појава за релативно висок ниво развоја неке цивилизације, када је одређено друштво у економском смислу довољно јако да може да их финансира, а само се темељи на принципима демократског приступа информисању и доступности образовања. Библиотеке од самих својих почетака

¹⁹ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 127.

²⁰ Žan Bодријар, *Simulakrumi i simulacija* (Novi Sad : Svetovi, 1991), 83.

²¹ Piter Draker, *Postkapitalističko društvo* (Beograd : Grmeč-Privredni pregled, 1995), 182.

настају из жеље да се оствари комуникација људи са забележеним људским знањем, и комуникација људи преко тог знања, без обзира на границе које намећу простор и време, при чему је ова комуникација таква да се на њој темељи даљи напредак и развој цивилизације.²² Због тога је улога библиотеке неизмерно важна: библиотека јесте медиј, средство преношења информација, порука, које се не само кроз простор, него и кроз време, по вертикалној оси, преносе кроз људске генерације. Без обзира на то да ли је порука забележена на глиненим плочицама, папирусу, пергаменту, хартији, или неком од модерних дигиталних средстава комуникације, без обзира на то да ли је руком писана, штампана или нумерички забележена, налази своје место у процесу комуникације које се остварује кроз библиотеку.

У том смислу се и о самој библиотеци може говорити као о носиоцу процеса, који омогућава константно трајање преношења информација, о носиоцу и омогућитељу вертикалног (истина једносмерног) протока знања.

1.1.1. Концепти електронске, дигиталне и хибридне библиотеке

Усвајање нових парадигми када се ради о долажењу до информација, њиховом усвајању и дељењу, повлачи за собом питање сврсисходности досадашње структуре организовања и приступања информацијама. Као и многа друга средства медијације, посредовања, библиотека се данас суочава са читавим једним универзумом у експанзији, који јој представља конкуренцију и прети да је угрози. Другим речима, библиотека више нема монопол над чувањем и преношењем информација који је вековима био неспоран. Логика мреже утиче на све сегменте друштва, на све области живота – рад, забаву, комуникацију, учење, производњу, културу, науку.

„Чувајући се од опасности да западнемо у технолошки детерминизам, морамо признати да су информационе и комуникационе технологије почеле да мењају целокупну природу публикувања, преношења и коришћења информација. Глобална рачунарска мрежа (*World Wide Web*), као јавно средство, за непуних

²² Gordana Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva* (Pančevo : Mali Nemo, 2002), 57-70.

десет година постојања потпуно је изменила навике у вези са информацијама.”²³ Овај феномен утиче на пословање, радне процесе, комуникацију и стратегије развоја у свим врстама предузећа и институција; библиотека, као чвориште стицања информација, и библиотекарство као наука о организовања информација и знања у доба (или по завршетку) информационе револуције трпи у овом смислу још већи притисак у односу на неке друге делатности.

Дигитално окружење представља реалност. Развој технологије је неповратан, и све последице тог развоја данас су наш стварни свет; обрасци који припадају претходној епохи нису више конкурентни, нису примењиви у новој средини и прети им изумирање. Ову чињеницу многи тешко прихватају, налазећи оправдање у ставу да је реч о некаквом помодарству или некој врсти забаве, споредног дешавања, док им измиче суштина – да сви они који се не прилагоде новонасталој ситуацији највероватније нестају. Можемо то посматрати као неку врсту еволутивног испита, примењујући законе опстанка, природне селекције, прилагођавања и борбе за живот у природном окружењу које је претрпело удар метеора, или неку другу врсту велике промене.

„Данас не можемо знати какав ће бити коначни исход промена у организацији библиотека, које ће донети нове технологије. Можемо, међутим, тврдити да ће у библиотеци будућности, за коју се често користе термини дигитална, виртуелна или библиотека без зидова, аутоматизација омогућити децентрализацију и библиотека и библиотечких услуга. У иностраној литератури може се прочитати термин *information cottage* који означава структуру библиотеке будућности и пунктове преко којих ће се одашиљати информације. Са становишта корисника то значи да ће библиотечке услуге бити географски распршене, а кориснику омогућено да их самостално користи. Могло би се закључити, даље, да ће бити доведено у питање физичко постојање библиотека.“²⁴

Питер Брофи је на самом почетку 21. века покушао да разграничи појмове као што су *дигитална, електронска, виртуелна и хибридна* библиотека, прецизирајући да терминологија још увек није утврђена, и да ти термини још увек траже своја места. Сам Брофи се, говорећи о савременој библиотеци и библиотеци

²³ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 10.

²⁴ Гордана Стокић Симончић и Жељко Вучковић, *Управљање библиотекама у добу знања* (Источно Сарајево: Матична библиотека, 2007), 133-134.

будућности, највише служи термином *дигитална* библиотека, наводећи да он покрива најширу област. *Хибридном* библиотеком Брофи означава установу на преласку са традиционалне на дигиталну библиотеку: „Замисао хибридне библиотеке је веома важна управо зато што наглашава да у стварном свету може и мора заједно да се управља и традиционалним и дигиталним изворима информација.“²⁵

Дигитална библиотека условиће развој библиотечких услуга у више праваца, између осталог доведиће до смањивања географских и осталих ограничења у доступности информација; до интегрисаног приступа разним врстама информација; унапређење ефикасног и економичног доласка до информација; и учествоваће у развоју информатичког друштва. Од дигиталне библиотеке данас се очекује „да омогући доступ библиотечким изворима без физичког улажења у библиотеку; да омогући библиографску компилацију и библиографску контролу дигиталних публикација; да обезбеди доступност библиотечким колекцијама путем навигацијских алата лаким за коришћење; да учини библиотечку делатност економски исплативом на нивоу целе заједнице [...]; да пружа корисницима ефикасан интерфејс код тражења непосредних информација [...]; да има решену инфраструктуру за приступ јавности и да поседује јасан правилник за коришћење и преузимање електронског библиотечког материјала; да подстиче сарадњу између библиотека и других институција с намером очувања наслеђа [...]; да доприноси грађењу друштва знања [...]; да доприноси развоју интернетске културе у целини.“²⁶

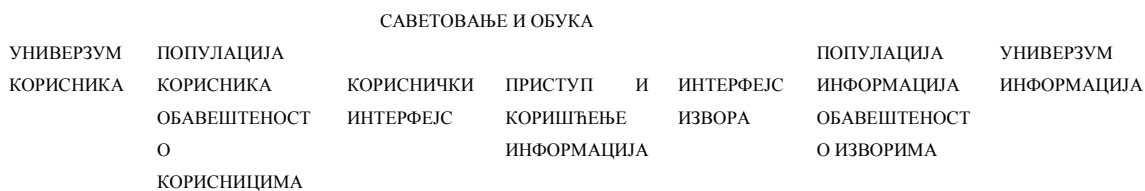
Дигиталну библиотеку, према Брофију, између осталог карактерише схватање да се информације важне за њене кориснике налазе у различитим, бројним базама података у физички удаљеним објектима различитих врста, али повезаним електронским мрежама. Коришћење оваквих информација повлачи за собом и сложена права интелектуалне својине, организацију, као и потребу за усклађивањем стандарда и протокола за описивање извора, њихово декодирање и испоруку. За разумевање дигиталних библиотека потребно је успоставити

²⁵ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 97.

²⁶ Марија Ласло, Јадранка Ласић-Лазичић и Јасмина Ловринчевић, „Шта није јасно око електронске библиотеке или који су традиционални концепти библиотекарства подесни за електронску библиотеку“, у *Електронска библиотека : зборник радова*, ур. Александра Вранеш и Љиљана Марковић (Београд : Филолошки факултет, 2008), 74.

концепцијски оквир који обухвата три кључна сегмента, а то су: *друштвени домен* који подразумева људски фактор, са пратећим питањима информационе писмености и информационог права и политике; *информациони домен*, који подразумева организацију информација и истраживања, с посебним акцентом на улози метаподатака; и *системски домен*, у који спадају интеракција на релацији човек – рачунар, као и посреднички програми и архитектура система.²⁷

Брофи је понудио и општи модел библиотека, где библиотека са својим ресурсима и услугама стоји између универзума корисника, и универзума информација, по следећем шаблону:



Слика 1: Брофијев општи модел библиотеке²⁸

Са преласком на дигиталне библиотеке, усложњава се и дигитализује и *кориснички интерфејс*, како га назива Брофи. Ако кориснички интерфејс схватимо као тачку додира и комуникације између корисника и библиотеке, стварно или виртуелно место на којем ће се користити услуге, онда ћемо овим појмом у традиционалним библиотекама обухватити и саму зграду библиотеке, као и њено особље, лисне каталоге, ознаке на полицама, пултове, и сва остала физичка средства и ресурсе. Насупрот томе, са окретањем библиотеке електронским услугама и начину пословања, интерфејс све више постаје електронски. Као први интерфејс Брофи наводи приступну веб-страницу библиотеке, „која првобитно само представља услуге, али тај интерфејс ће све више нудити и услуге на вишем нивоу. Он ће омогућити корисницима да формулишу сложене стратегије претраживања, пружаће савете и повратне

²⁷ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 94-95.

²⁸ Ibid, 139.

информације и бити конструисан тако да одражава приоритете и интересовања индивидуалних корисника.²⁹ Брофијево предвиђање развоја оваквог концепта великим делом се остварило, мада ни он није успео да сагледа сву силину којом ће експлодирати нови медији у веома блиској будућности.

Нова парадигма сарадње у библиотекама мора повезати пословање библиотеке у физичком и виртуелном свету, односно задатке и функције библиотеке у реалном контексту са концептима дигиталног и онлајн окружења: „Унапређење библиотечног пословања у физичком свету није више могуће без доброг познавања идеја и концепција потеклих из виртуелног света. Такође, пословање библиотека у физичком свету не може се више одвојити од оног у виртуелном свету. Ова два аспекта пословања библиотека нераздвојиво су повезана и међусобно утичу један на други у тој мери да значајно лошији квалитет пословања у једном неумитно утиче на значајно уназађивање пословања у другом.“³⁰ Унапређење пословања библиотека које би се заснивало искључиво на виртуелном развоју, водило би ка томе да библиотеке изгубе корак у физичком свету. Нова парадигма сарадње која би унапредила функционисање библиотеке, подразумева не само коришћење концепата веба 2.0 на мрежи, него и њихово усвајање и интегрисање у пословању у реалном простору и времену. Ауторство корисника, интерактивност, транспарентност информација у библиотечком систему пословања – неки су од принципа на којима би данашња библиотека требало да се заснива.

То предвиђа и модел *хибридне* библиотеке, коју Брофи дефинише као установу која ће „заснивати своје услуге на мешавини физичких објеката (књиге, штампана периодика, видеотраке и слично), и електронских 'ствари' (веб-странице, информационе услуге на даљину, CD-ROM-ови, и тако даље).“³¹ Замисао хибридне библиотеке веома је важна управо зато што наглашава да у стварном свету може и мора заједно да се управља и традиционалним и дигиталним изворима информација.

²⁹ Ibid, 131.

³⁰ Adam Sofronijević, „Novaparadigma saradnje u bibliotekama : više od web 2.0 tehnologija“, *Kultura*, 129 (2010): 52.

³¹ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 96.

Ауторке Ласло, Ласић-Лазих и Ловринчевић истичу да библиотека од традиционалне постаје аутоматизована када почне да примењује технологију ради дигитализације, омогућавања машинске читљивости каталога, похрањивања, претраживања и испоруке библиотечког материјала. „Када аутоматизована библиотека има могућност рада у локалној мрежи, тј. кад јој се приступа с удаљених места ради консултовања каталога у вези са фондом или информацијама у вези саме библиотеке [...], онда се ради о електронској библиотеци. Ако је електронска библиотека припојена на интернет помоћу оптичких каблова и са библиотечком грађом која је претежно у дигиталној форми, онда се ради о дигиталној библиотеци. Ако библиотека у свој фонд укључује штампани материјал заједно са грађом на електронским медијима и организира дигиталне збирке и мрежне сервисе, тада је то тзв. хибридна библиотека. Већина се савремених библиотека може сматрати хибриднима.“³² Ове ауторке наглашавају да у пракси ипак нема доследне примене тих назива, па се електронска и дигитална библиотека употребљавају у истом смислу.

1.1.2. Библиотека или медијатека?

Дуги низ векова у библиотекама су се сакупљале и чувале књиге, на шта упућује и сам њихов назив. С појавом нових медија – аудио и видео касета, а затим и CD-а, DVD-а и интернета, у Француској се појавио појам *медијатека*. То је био начин да се укаже на то да се у библиотекама појављују нови носачи информација, нови медији (или медијуми), али је овај назив и одраз жеље да се нагласи *савременост* библиотека.

У речнику Више школе за информационе и библиотечке науке (*Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques - ENSSIB*)³³, реномиране образовне установе у француском образовном систему у области библиотекарства и информатике, термин медијатека дефинише се на следећи

³² Ласло, Ласић-Лазих и Ловринчевић, „Шта није јасно око електронске библиотеке или који су традиционални концепти библиотекарства подесни за електронску библиотеку“, у *Електронска библиотека : зборник радова*, ур. Александра Вранеш и Љиљана Марковић, 78.

³³ Реч је о онлајн речнику на веб-страници Школе, који представља продукт колаборативног рада. Константно се допуњава, а аутори су професори и сарадници Школе.

начин: „Семантички особени термин 'медијатека' постоји готово искључиво у Француској. Од седамдесетих година двадесетог века (медијатека у Мецу прва је понела ово име 1972. године) овај термин означава јавну библиотеку која прихвата различите носаче информација. Укратко, то је модерна библиотека која треба да престане да носи то име ... [јер] променити име значи променити имиџ“.³⁴

Било је и других термина који су предлагани у ову сврху, као што је *политека* ("*polythèque*"), која никада није прихваћена; реч *медијатека* постепено је ушла у језик и током осамдесетих година се наметнула у овом смислу.

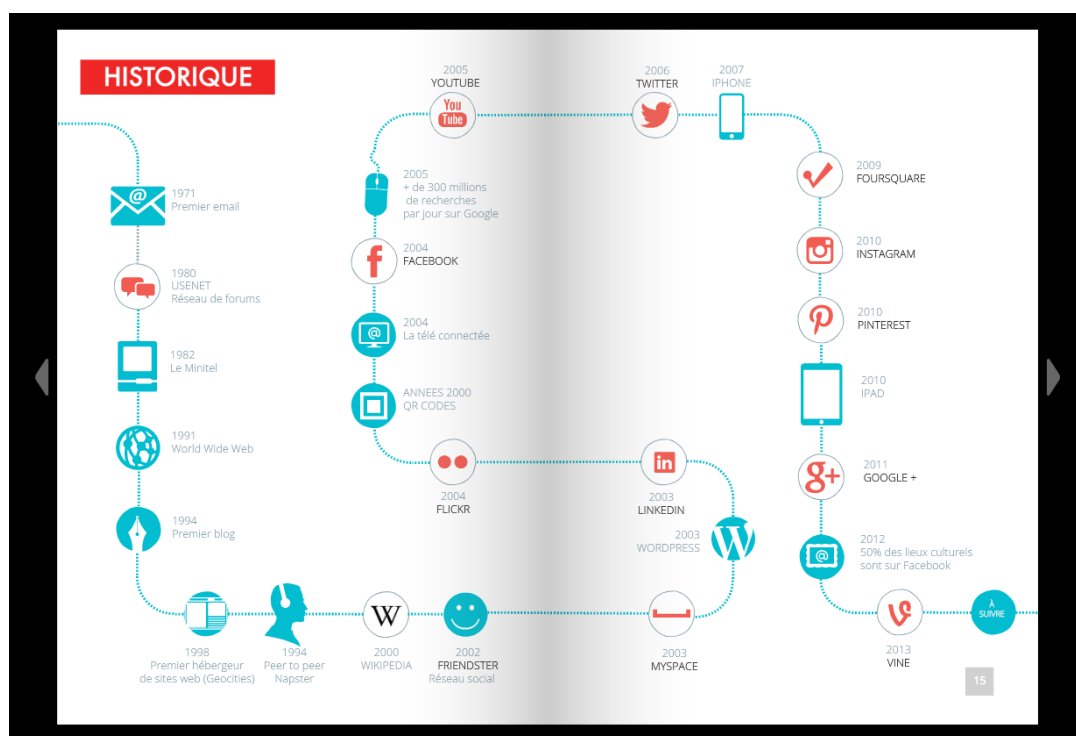
Велики је број установа у Француској које у свом званичном имену носе назив *медијатека*, да наведемо само неке од њих: медијатека у Арлу, Бовеу, Шамберију, Корбеју, Ле Ману, Нансију, Нанту, Ниму, Сету, Сент Назеру... Међутим, овај термин никада није у потпуности заменио термин *библиотека*; и код припадника библиотекарске професије, и код шире јавности приметно је мешање ова два термина, или паралелна употреба једног и другог. Постоје и тврдње да је термин *медијатека* на заласку, и да је реч о пролазном тренду. Да није баш сасвим тако показује и чињеница да ће се нова установа великог значаја у Паризу, чије је отварање предвиђено за април 2016. године звати медијатека, а не библиотека – *La médiathèque de la Canopée La Fontaine* – о којој ће нешто више речи бити у другом делу рада.

Без обзира на то да ли ће се поменути термин задржати у француском језику, и евентуално проширити и на друге језике, овај феномен битан је као показатељ да у француском друштву постоји јасна свест о томе да је библиотека као институција *савремена*, да прати развој технологије, да прихвата технолошке иновације, и да су различити медији као преносиоци информације, без обзира на то којој врсти припадали, посредници у трансмисији, и као такви имају своје место у библиотеци. Исто тако, ова појава одраз је жеље да се библиотека ослободи имиџа застареле, превазиђене институције, да се њеним преименовањем нагласи потреба за њеним постојањем у временима која долазе.

³⁴ École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, „Différence médiathèque / bibliothèque“, <http://www.enssib.fr/content/difference-mediathèque/bibliothèques> (преузето 18.11.2015.)

1.2. Нови медији комуникације

Иако је од појаве првих масовних медија прошло тек незнатно време у односу на векове развоја људске цивилизације, њихов напредак је толико брз, да се стиче утисак да су они одвајкада присутни у друштву. Транзистор се појавио средином педесетих година двадесетог века, затим се шездесетих појавила телевизија, а седамдесетих први рачунари. Специфичност ових комуникационих технологија јесте у томе што подразумевају бројност, и омогућавају преношење поруке до великог броја реципијената истовремено. Са појавом медија заснованих на интернету осим масовности развиле су се и друге дистинктивне карактеристике тих нових канала комуникације, које их чине феноменом за себе.



Слика 2 : Историја развоја нових медија³⁵

³⁵ Извор: Министарство културе и информација Француске, http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/guide_reseaux_sociaux/index.htm#/15 (преузето 06.03.2016.).

Дефиниција савремених, или нових медија подложна је сталним променама, будући да је условљена савременим технологијама, чији рапидан развој онемогућује дугорочно, или бар релативно трајно фиксирање датог појма. Најгрубље и најуопштеније речено, што уједно даје и увек актуелну дефиницију, савремени, односно нови медији јесу медији засновани на савременим, новим технологијама, који за остваривање своје функције преношења поруке користе облике комуникације и продукције уведене новим технолошким процесима. „Новим медијима се такође означавају врсте дигитализованих медија, као што су дигитални текстови, дигиталне статичне слике, дигитални видео, дигитални звук и просторне виртуелне конструкције. Популарно гледано, категорије које се сматрају новим медијима су: интернет, веб-презентације, мултимедија, видео-игре, ЦД-РОМ, ДВД и виртуелна реалност.“³⁶

1.2.1. Конвергенција медија

Француски теоретичар медија и комуникологије, Доминик Волтон, дефинише нове медије као медије који су настали приближавањем информатике, телекомуникација и аудиовизуелних техника. Услови за овакву конвергенцију настали су са појавом и развојем дигитализације. „Већином је ту реч о медијима које подржава нека врста мреже (компјутер, телефонски терминал или телевизор). Али, то могу бити и аутономни медији, као што је CD-ROM. Примена нових медија може подразумевати четири основна поља делатности: слободно време, услуге, посао и образовање.“³⁷

Клајн и Шипка дефинишу конвергенцију на следећи начин: „1. геом. узајамно приближавање двеју линија или равни; 2. мат. својство низа бројева да теже истој граничној вредности (лимесу); 3. фиг. узајамно зближавање, тежња ка истом или сличном циљу.“³⁸

³⁶ Aleksandar Babić i Mladen Miroslavljević, „Novi mediji i pisanje za internet“, u *Uvod u medije i komunikacije*, urednik Miloš Babić (BanjaLuka ; Travnik : Besjeda ; Internacionalni univerzitet Travnik, 2015), 259.

³⁷ Dominique Wolton. *Internet, et après ?* (Editions Flammarion : Paris, 2000), 229.

³⁸ Иван Клајн и Милан Шипка, *Велики речник страних речи и израза* (Нови Сад : Прометеј, 2008), 639.

Важан допринос проучавању овог феномена дао је амерички теоретичар медија Хенри Џенкинс: „Када кажем конвергенција, тим појмом истовремено желим да нагласим следеће: бујицу информација које круже посредством многобројних медијских платформи, сарадњу између бројних медијских индустрија, и несталну природу корисника медија који су у сталној потрази за свим могућим врстама дистракције. У свету конвергенције медија свака важна прича се исприча, сваки бренд се прода, и сваком потрошачу се додворавају преко бројних медијских платформи.“³⁹

Џенкинс се не слаже са дефинисањем конвергенције медија као технолошког процеса који обједињује разноврсне медијске функције на истом уређају, и изричито се противи таквом ставу; он заступа тезу да конвергенција представља културну измену, у смислу да се потрошачи подстичу да траже нове информације и да успостављају везе између разуђених медијских садржаја. Суштина Џенкинсонове идеје јесте у томе да је конвергенција није негде споља, изван нас, на неком од уређаја које користимо за комуникацију, без обзира на то колико је софистицирана технологија на којој су ти уређаји засновани; конвергенција настаје у нашој глави, и реализује се кроз интеракцију са другима. Другим речима: „Метаморфоза информације у *хиперинформацију* имплицира другачији начин сагледавања, схватања стварности, спознавања универзума.“⁴⁰

Тај феномен, још увек у процесу развоја, представља извор велике медијске моћи, којом још увек покушавамо да овладамо: „Ми учимо како да користимо ту моћ у својим свакодневним активностима, у оквиру културе конвергенције. Још увек нам та колективна моћ служи за разоноду, али ускоро ћемо те вештине користити за 'озбиљније' сврхе.“ Џенкинс наводи да овај феномен почиње да мења начин на који функционишу религија, образовање, закон, политика, маркетинг, па чак и војска.

У том контексту и од библиотека се очекује да се прикључе неком незаустављивом кретању чији се крајњи циљ и правац развоја још увек не зна, а сами библиотекарски често имају неко нејасано осећање да је реч о нечему веома

³⁹ Henry Jenkins, „Introduction: 'Worship at the Altar of Convergence'“, http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23560/2007_21_31.pdf?sequence=1 (преузето 24.12.2015.).

⁴⁰ Gérard Ayache, *Homo sapiens 2.0 : introduction à une histoire naturelle de l'hyperinformation* (Paris : M. Milo, 2008), 175.

важном, мада још увек не могу јасно да формулишу шта је то тачно. Хенри Џенкинс упозорава да ће та несигурност која прати конвергенцију потрајати, наглашавајући да улазимо у еру транзиције и трансформације начина на који медији функционишу.

Приликом разматрања проблематике опстанка старих медија неминовно се намеће питање „шта су то 'старе', а шта 'нове' технологије и даље, колико је век 'нових' технологија. И сада је већ јасно, али ће се у блиској будућности сасвим сигурно показати да 'старе' и 'нове' технологије могу да опстану само у интеракцији.“⁴¹ Сличан став заузима Доминик Волтон, који сматра да је превазиђено гледиште да су нови медији супротност 'старих' медија, уз напомену да их треба посматрати као целину. Волтон тврди да су они су комплементарни, и да не постоји прогрес којим су повезани. „Оно што чини комуникацију није техника, него људи и друштво“.⁴² Ова Волтонова мисао компатибилна је са Џенкинсонвим тезама које смо претходно навели. Комуникација постаје све ефикаснија, са преласком са телефона на радио, са телевизије на информатику, и на данашње мултимедије, али њена техничка димензија превазилази њене основне компоненте, људску и друштвену. Међутим, технички напредак у комуникацији није довољан да омогући напредак саме људске и друштвене комуникације: „Да је напредак технике заиста довољан да побољша разумевање међу људима, то би већ било познато пре једног столећа: напредак који су представљали телефон, радио, телевизија, а затим и информатика, нису спречили још горе сукобе који су обележили двадесети век.“⁴³

Поставља се питање да ли са толико брзим развојем технологије и начина комуникације, човек који се налази у средишту збивања, прецизније речено комуникационог чина и комуникационих процеса, има времена да спозна оруђе које му се налази у рукама, да њиме овлада и употреби га у своју корист? Према Волтону, свака критичка мисао спрам нових комуникационих технологија дочекује се сумњичаво, као одраз страха од напретка и технолошке револуције. Илустративна је слика коју употребљава Волтон: људско биће суочено са све

⁴¹ Ana Savić, „Biblioteke, muzeji, arhivi i presklipping servisi: čuvari kulturne baštine ili informacioni servisi“, *Kultura*, 129 (2010): 118.

⁴² Wolton, *Internet, et après ?*, II.

⁴³ Ibid, IV.

бржим напретком нових технологија изгледа као бели зец из „Алисе у земљи чуда“ – константно касни, жури и покушава да буде бржи.⁴⁴

1.2.2. Интернет и веб 2.0

Феномен чија је експанзија обележила крај 20. века пресудно је утицао на све сегменте друштва, али и личног живота и самодефинисања појединца: „Интернет је постао метафоричко пребивалиште Ја, а идентитет корисника је резултат повезивања и веза које он успоставља. Интернет је медијум за проширење нашег интелектуалног и емоционалног идентитета у времену глобализације.“⁴⁵ Иако се у свакодневном говору интернет и веб често користе као синоними, треба нагласити да је веб један од сервиса интернета, који је омогућио рекло би се максималну експлоатацију овог светског система умрежених рачунарских мрежа.

Веб су у *CERN*-у⁴⁶, у Женеви, створили Енглец Тим Бернерс Ли и Белгијанац Робер Кајо, 1990. године. У почетку развоја интернета, деведесетих година двадесетог века, веб-странице, израђене у *html*-у, биле су налик на изложбени простор; то су биле статичне веб-странице, где је интеракција са посетиоцем била ретка и тешко остварива. У доба концепта који је ретроактивно добио назив веб 1.0, корисник је био *сурфер* – пасивни конзумент понуђених садржаја. На прелазу у нови миленијум, прогресивни развој технологије отворио је нови сајбер-простор који је ускоро добио препознатљиве обресе.

Изузев неколико иновација као што је метод *Ajax* (*Asynchronous JavaScript and XML*), технологије на којима се заснивају услуге и производи 2.0 постоје већ неко време. Први викији су се појавили још 1995. Нетскејп (*Netscape*) је креирао формат *RSS* 1999. године. Термин *блог* се појавио још раније – 1997. Од 1995. форуми и *newsletter* листе представљају претече друштвених мрежа.

⁴⁴ Ibid, 33.

⁴⁵ Milica Andevski i Željko Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija* (Vršac : Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“, 2012), 75.

⁴⁶ CERN – акроним од фр. Conseil européen pour la recherche nucléaire, бившег имена данашње Европске лабораторије за физику честица, највећу овакве врсте у свету.

Сам појам *веб 2.0* појавио се у лето 2004. године, током састанка у организацији издавачке установе 'O'Reilly'. Као последица експлозије интернета 2001. године, непрестано су се појављивали нове веб-странице и апликације, које су повезивале сличне особине: једноставност, интерактивност, и поновна употреба садржаја. Израз 2.0 изабран је да означи нову генерацију, попут нове верзије софтвера које се именују на овај начин (што је својеврстан парадокс, имајући у виду да је тешко мрежу поистоветити са софтвером). Тим О'Рејли у свом чланку под називом „Шта је веб 2.0?“, у којем је поставио теоријске основе концепта веб 2.0, дефинише седам основних принципа на којима се овај концепт заснива. У основи се налази прелазак са модела „one to many“ на модел „many to many“, а успех и развој оваквих апликација везује се за велики број корисника који организују сопствене интересне заједнице, и за појам 'колективне интелигенције'. Набројаћемо неке од карактеристика овог концепта: усмереност на спољну средину, на широк круг корисника, на добро организовану комуникацију с корисницима, на представљање разноврсних услуга, разноликост начина презентације и преноса докумената и информација.

За развој веба 2.0 била су потребна најмање два предуслова: први од њих је био појава нових технологија, као што је *Ajax*, које су омогућиле развој интерактивности и брзине апликација; други је подразумевао еволуцију самих корисника, који су све више имали потребу да деле своје садржаје путем мреже.

Први корисници веба 2.0 називају се *генерацијом „Y“*, чиме се подразумевају људи рођени после 1978. године, мада неки извори наводе и 1980. као граничну годину. У том смислу употребљава се и енглески термин *digital native*. Овај појам је осмислио и први пут употребио Марк Пренски још 2001. године, говорећи о односу ученика и професора у дигиталној ери⁴⁷. Под синтагмом *digital native* Пренски подразумева особе које су рођене у дигиталном окружењу, које су по рођењу „проговориле“ на „матерњем језику“ дигиталних технологија. Ови припадници друштва на различитим меридијанима свет спознају на нови начин, што повлачи тезе да се и њихов мозак развија и функционише другачије.

⁴⁷ Marc Prensky, „Digital Natives, Digital Immigrants“, *MCB University Press*, vol. 9, No 5 (2001).

Овоме је супротстављен појам *digital (im)migrant*, којим се означава особа којој дигитално окружење није природно, будући да је одрасла у аналогном друштву, користећи фиксни телефон, гледајући телевизију и слушајући радио, речју користећи класичне медије, а обухвата особе рођене највећим делом између 1960. и 1970. године. Ови појединци се са мање или више успеха труде да усвоје вештине потребне за функционисање у дигиталном окружењу, мада су им и даље својствени дигитални рефлекси, које Пренски назива „акцентима“, задржавајући аналогнију са матерњим и страним језиком. Овакву класификацију допуњава термин „аналогист“, којим се означавају особе рођене пре 1960. године, и које се веома тешко одричу свог функционисања заснованог на папиру, којима је информатичко окружење потпуно страни.

Према генерацијској теорији чији је представник и аустралијски социолог Марк Меккриндл, генерацију „Y“ наследила је генерација „Z“, чији су представници рођени између 1995. (по неким је доња граница 2000.) и 2009. године. Меккриндл за ову генерацију, по аналогији са термином *digital natives*, нуди назив *digital integrators*. Други аутори користе и термине као што су генерација *plug-and-play*, *millennials*, *the game boy generation*, *the cut and copy generation*. Њима је својствена визуализација уместо вербализације, концепт ‘седи и учи’ замењен је концептом ‘покушај и види’, а спознавање садржаја (*umta*) замењује овладавање процесом (*како*). Карактеристике ове генерације су кретање вебom системом покушаја и грешке, игнорисање упутстава и помоћних објашњења, веровање да је све што је на вебу тачно, збуњеност или недовољна упућеност у етичка питања као што су права својине. Према резултатима пројекта у организацији компанија *MTV* и *Red Peak Youth*, који су објављени у децембру 2015. године, сами припадници генерације „Z“ изабрали су за себе име *founders*, односно оснивачи. У овом истраживању учествовало је преко хиљаду испитаника узраста 14 година и млађих. Овакав избор имена указује нам на то да ова генерација себе види као активну, спремну на раскид са традицијом и утемељавање нових вредности, на стварање нових парадигми у свим животним доменама. Они се осећају као да граде нови свет, отворенији и разноврснији у сваком погледу. Меккриндл предлаже и назив за следећу генерацију, коју именује *генерацијом алфа*, чиме сугерише почетак неког новог циклуса.

Ову проблематику сагледао је и коментарисао и медијски визионар Маршал Маклуан: „Данашња деца одрастају у апсурду зато што лебде између два света и два вредносна система, од којих их ниједан не усмерава ка зрелости, јер они не припадају у потпуности ниједном од њих, већ се налазе у хибридном чистишту вредности које су у сталном сукобу. Очекивање да ће 'укључено' дете електричног доба реаговати на старе образовне методе је исто што и очекивати да ће орао да плива. То једноставно није у његовом окружењу и стога је неразумљиво. [...] оно жуди за дубоким учествовањем, а не линеарном издвојеношћу и униформним секвенцијалним обрасцима.”⁴⁸

Овај генерацијски јаз који се продубљава само акцентује низ опасности и ризика којима се коришћењем интернета излажу првенствено млади, и све млађи корисници. Насиље и порнографски садржаји, контакти са непознатим особама проблематичних намера, стварање нереалне слике стварног живота и односа у њему, све то су претње којима су изложена данашња деца и млади људи.

Културне и образовне институције, каква је и библиотека, могле би да одиграју значајну улогу у едукацији младих, њиховом образовању, и критичком сагледавању експонирања путем друштвених мрежа и интернета генерално. „Библиотекари морају да буду тамо где се налази нова генерација корисника. С обзиром на то да информациона писменост постаје све битнија, библиотекарима су потребни нови алати за учење који привлаче, а нису наметнути, или досадни корисницима. Веб 2.0 изгледа као једна од најбољих могућности за упознавање са начинима учења нових генерација, и захтевима новог доба.”⁴⁹ Да би ту и такву улогу оствариле, нужно је да саме институције достигну значајан ниво познавања употребе, начина функционисања и владајућих правила понашања и комуникационих парадигми у виртуелном свету, како би правилно и ефикасно обављале едукативну функцију и остваривале културну (транс)мисију у овом специфичном смислу. „Библиотекари ће морати да користе нова оруђа (веб 2.0) [...] Ова технологија се мора употребљавати ако библиотекари желе да буду релевантни у очима нове генерације. Тада могу да подстичу и кориснике да

⁴⁸ McLuan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 41-42.

⁴⁹ Serap Kurbangolu, „Information literacy in the electronic age“, *Електронска библиотека : зборник радова* (Београд : Филолошки факултет, 2008): 55.

користе алате веба 2.0, као што су блогови и викији, али да буду критични према садржају.⁵⁰

У том контексту веома је значајна улога младе научне дисциплине која се назива критичка педагогија медија. „Основна сврха и мисија критичке педагогије медија била би да ученицима, студентима и грађанима омогући да схвате савремену културу и друштво, да створе сопствени идентитет и отпорност према медијским манипулацијама, као и да подстакне медије да стварају алтернативне и креативне облике културе ради трансформације савременог медијализованог и отуђеног друштва.⁵¹

Пишући о борби Џесија Шира да премости јаз између библиотека и информатичког друштва, Гордана Стокић Симончић истиче: „Медији који су полако потискивали књигу, прокламовали су, истовремено, експресне квазиинформације и општу полуобавештеност.⁵² Ова констатација и данас је, можда још и више, примењива, као и Валеријева опсервација о *четвртаством месту*: „Читање новина води према томе да се све чита као новине. Новине су једно четвртасто место на коме се аутори и читаатељи чудовишно окупљају све док на крају не остану саме будале. И још: то је четвртасто место на коме аутор трује читаатеље који га чине глупим.⁵³ Обе ове опсервације наводе на исти траг: на критички став према медијима. С тим у вези је и појам медијске компетенције, који може имати веома различита значења; како наводе Андевски и Вучковић, медијска компетенција подразумева разумевање медија и медијских порука и садржаја, владање медијима, употребу медија, стварање и процењивање медија. Препорукама IFLA-е⁵⁴ о медијској и информационој писмености, ове категорије се одређују као основно људско право у свету који је све више дигиталан, међузавистан и глобалан, које могу премостити разлику између добре и лоше информације, оснажујући појединце и повећавајући њихово знање у овом домену. IFLA одређује медијску и информациону писменост као „знање, ставове и скуп вештина које су потребне како би се знало када и које информације су потребне; где и како те информације прибавити; како их критички проценити и

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*, 79.

⁵² Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 59.

⁵³ Pol Valeri, *Sveske*, (Beograd : Službeni glasnik, 2010).

⁵⁴ IFLA – International Federation of Library associations and institutions.

организовати једном кад се нађу; и како их користити етички.“ Медијска и информациона писменост обухвата све врсте информационих ресурса: усмене, штампане и дигиталне. Посебан нагласак даје се доживотном учењу у овој области.⁵⁵

1.2.3. Заједничка интелигенција и култура учествовања као темељи концепта 2.0

У време када се појавио током 2004. године, концепт 2.0 је подразумевао нови тренд на мрежи, али се у међувремену значење овог термина проширило, па се тако данас употребљава за различите активности и секторе, као што су „наука 2.0“, „предузеће 2.0“, „новинарство 2.0“, и слично. Ван контекста глобалне мреже, израз 2.0 постао је означитељ нових пракси у послу, образовању, у чијој је основи заправо нови начин комуникације и размене – података, информација, знања. Овај концепт друштвене, конверзационе мреже, који је заснован на дељењу (енг. *share*), на узајамном деловању, подразумева и једно ново стање духа; овај феномен не подразумева само нове технологије и производе на њима засноване, него употребу, нове вештине и начин размишљања.

Принцип који је темељ Википедије и осталих сличних веб-страница и платформи подразумева, како смо већ напоменули, замену класичног модела „један многим“ (један емитер садржаја и милиони реципијената) моделом „многи многим“ (сваки корисник мреже је уједно и потенцијални креатор садржаја). На тај начин, успех и богатство садржаја зависи од броја корисника и од тога да ли су и како организовани у заједнице.

У том смислу говоримо о заједничкој, колективној интелигенцији. Како наводи Хенри Џенкинс, творац овог термина је Пјер Леви, француски филозоф и комуниколог, рођен 1956. у Алжиру, којег Џенкинс назива и сајбер-теоретичарем. Леви наглашава разлику између подељеног знања, односно информације коју група сматра релевантном и због тога је дели са другима, и колективне интелигенције, која чини укупан збир свих информација које поседује сваки од

⁵⁵ „IFLA Препоруке о медијској и информационој писмености“ (2011), http://bds.rs/wordpress/wp-content/uploads/2013/07/Preporuke-IFLA-o-medijskoj-i-informacionoj-pismenosti_srp-cirilica.pdf (преузето 29.03.2016.).

чланова групе понаособ, и којима сви имају приступа. То је колективно знање, које није могуће објединити у једној особи. „Али друштво мора брижљиво да испита сваку информацију која припада корпусу његовог колективног знања: погрешне информације могу довести до умножавања грешака...“⁵⁶

Појам културе учествовања коси се са традиционалним концептом пасивног посматрача. Више се не може говорити о одвојеним улогама произвођача и потрошача у медијском свету – треба их посматрати као учеснике у заједничком креативном процесу, који се реализује у складу са новим правилима која још увек нико од нас не разуме у потпуности. У том смислу француски аутори говоре о појави 'consommateurs', или 'consommauteurs', што непреводивом игром речи (фр. *consommateur* – потрошач и *acteur* у смислу активни учесник, односно *auteur* – аутор) указује на сједињавање улоге потрошача, односно корисника информације, и њеног креатора, аутора, у некој врсти симбиозе која настаје, бивствује и расте на обострану корист.

Овај феномен има неизмеран значај када се посматра са аспекта маркетинга: повезивањем улоге аутора и конзумента долази до кружења садржаја, чиме се ствара звук сличан зујању инсекта (*buzz* – енглески термин који означава зујање инсекта). Реч је о техници карактеристичној за *вирални маркетинг*⁵⁷, која је преузета из усмене културе, али са појавом и развојем веба 2.0 и друштвених мрежа добија нови смисао и важност. У најкраћем, то је имитација феномена „од уста до уста“, поводом неког догађаја, производа, услуге, или комерцијалне понуде. *Buzz* функционише тако што сам потенцијални конзумент постаје медиј, што доводи до наглашавања или мењања оригиналне маркетиншке поруке. Може бити спонтан, или тенденциозно изазван одговарајућим маркетиншким активностима.

Треба имати у виду да нису сви учесници у таквом комуникационом процесу једнаки: корпорације, па чак и појединци унутар корпоративних медија имају далеко већу моћ од било којег другог појединог потрошача или чак групе појединаца. А неки од потрошача имају много већи утицај у односу на остале

⁵⁶ Henry Jenkins, *La culture de la convergence* (Paris : A. Colin, 2013), 45.

⁵⁷ Маркетиншка техника за коју је карактеристично да рекламу дистрибуирају сами корисници, и то добровољно. Путем друштвених мрежа и других сервиса интернета реклама се у идеалном случају шири неизмерно брзо, попут вируса, па се стога назива виралним, или вирусним маркетингом.

појединце који учествују у комуникацији. Тај њихов потенцијал препознају *community* менаџери, који преко таквих појединаца на друштвеним мрежама посредно утичу на групе окупљене око њих и преносе им на тај начин своју поруку.

1.2.4. Медији засновани на вебу 2.0

Иако се у области информационих технологија већ дуго говори о следећем степену еволутивног развоја веба 2.0 (*веб 3.0* је термин стар готово десет година и још увек се чека одговор на питање да ли ће он означавати семантички или предметни веб, како неки сматрају), он је и даље основа за највећи број савремених инструмената комуникације.

Тешко је изразити све оно што веб 2.0 обухвата, али навешћемо неке од најзначајнијих концепта и појмова за библиотекарски свет: садржаји које креирају сами корисници (енг. *user generated contents* — UGC) — који једним делом чине такозвану блогосферу, у коју између осталог спадају подкасти, видеоблогинг, микро-блогинг; веб-странице за размену података као што су *Flickr*, *Photobucket* или *Instagram* за слике, *Youtube* за видео, за *Librarything* или *Babelio* библиотечке каталогe, *Delicious* за дељење одабраних садржаја на интернету; алати за заједнички рад (*wiki*); професионалне или пријатељске друштвене мреже; формат RSS – *Rich Site Summary*, или *Really Simple Syndication*; индексација садржаја коју реализују сами корисници интернета (таговање и фолксономија); мешапови (енг. *mashups*) — сложене, мешовите апликације, а посебно оне које користе принцип геолокализације; генерално гледано, иновативни интерфејси за креирање, визуелно представљање и дистрибуцију података преко мреже.

Различите алатке и апликације веба 2.0 које се користе у библиотекама могу се класификовати у неколико група: друштвене мреже; синдикација садржаја; друштвене ознаке (*bookmarks*); фолксономија (таговање); подкастинг; слике, фотографије и аудио садржаји; видео садржаји; блогови; вики-алати; презентације; алати за библиографске референце; ћаскања, поруке, видео-конференције, и други алати.

1.2.4.1. Карактеристике друштвених мрежа као основних алата веба 2.0

„Све урбанији карактер наше цивилизације има за последицу да се број наших пријатеља и познаника константно повећава, док се степен блискости смањује; оно што имамо да кажемо све мање је упућено појединцима, а све више групама, и то све бројнијим. Наш стварни саговорник, са којим заиста комуницирамо, то је сваким даном све више – Јавност“.⁵⁸ Рекло би се – написано данас, али истина је да су ове речи старе више од стотину година; њихов аутор је Габријел Тард (1843-1904), француски филозоф и социолог, који је, како видимо, проникао у ванвременску суштину развоја комуникације, и као да је насликао оно што се данас подразумева под појмом друштвених мрежа.

Појам друштвене мреже био је познат, са социолошког аспекта гледано, давно пре појаве данашњих друштвених мрежа базираних на интернету. Још је амерички социолог Стенли Милграм (1933-1984) засновао теорију „малог света“ према којој су практично сви чланови друштва повезани у једну велику мрежу, а просечна удаљеност између нека два члана овакве мреже је највише шест посредника. Марк Греноветер, још један амерички социолог, рођен 1943. године, проучавао је везе између чланова група, заступајући тезу о јачини слабих веза, по којој већи број различитих информација добијамо од особа са којима је повезаност слабија.

Маршал Маклуан дао је готово пророчку слику данашњег умреженог света у којем се информације моментално деле сједињујући готово читаво човечанство у „глобално село“. Према Маклуану, цео свет ће у блиском моменту будућности бити сједнињен у племе. „То ће бити потпуно ретрибализован свет дубоког учествовања. Ми смо већ ступили на глобалну позорницу путем радија, ТВ-а и компјутера у коме је цео свет Догађај. Наш целокупни културни хабитат, који смо некада посматрали као нешто што само обухвата људе, путем ових медија и свемирских сателита се трансформише у живи организам који је и сам обухваћен новим микрокосмосом или *connubium*-ом надземаљске природе. Доба индивидуалности, приватности, подељеног или 'примењеног' знања, 'тачака гледишта' и специјалистичких циљева замењује се потпуном свесношћу

⁵⁸ Gabriel Tarde, *L'opinion et la foule* (Paris : F. Alcan, 1922), 24.

мозаичког света у коме су простор и време савладани телевизијом, млазњацима и компјутерима – симултаним, 'све-у-исти-мах' светом у коме се све огледа у свему другом у једном потпуном електричном пољу, свет у коме се енергија не производи и не схвата традиционалним везама које стварају линеарни, узрочни процес мисли, већ интервалима, или размацама, које Линус Паулинг схвата као језик ћелија који ствара синестетичку интегралну дисконтинуирану свест.⁵⁹

Многи доживљавају друштвене мреже као синоним за веб 2.0. Феномен друштвених мрежа заснован је на партиципацији у виртуелним онлајн заједницама, које карактерише дељење, колаборативност и интерактивност. Друштвена мрежа Фејсбук постала је 2010. године најпосећенија веб-страница на свету, превазишавши Гугл. Овај догађај симболично означава почетак успеха друштвених мрежа у актуелном смислу термина.

Два основна принципа на којима се темељи особеност друштвених мрежа јесу лични идентитет у дигиталној форми и везе које се успостављају са другима. Припадници оваквих социјалних група најчешће граде свој идентитет путем профила. Он обично садржи неку врсту визуелне идентификације, и краће или дуже информације о кориснику, које могу бити строго формалног карактера, и такве да одговарају реалности, што је обавезно код професионалних мрежа типа Линкедина, или неофицијалне, у целости или парцијално фиктивне природе, што се среће код мрежа каква је Твитер.

Без обзира на то што се понекад посматрају са извесном дозом презира, и сматрају извором лаких садржаја које конзумирају припадници најширих друштвених структура, не обавезно образованих и културно освешћених, важно је разумети да се ради о веома моћном оруђу. Пример „Арапског пролећа“⁶⁰ показује како су друштвене мреже пресудно утицале на грађанско самоорганизовање, а на основу предизборних активности кандидата за новог председника САД⁶¹ може се

⁵⁹ Mekluan, *Elektronski mediji i kraj culture pismenosti*, 56-57.

⁶⁰ Под овим појмом подразумева се низ протеста и демонстрација широм Блиског истока и Северне Африке, окарактерисаних као побуне против диктатуре. Први протести су се догодили у Тунису, 2010. године, а затим се проширили и на друге земље. Координација маса и план акције побуњеника ширили су се преко главних друштвених медија, Фејсбука и Твитера, па се овај случај истиче као успешан пример утицаја друштвених мрежа у политичкој борби.

⁶¹ Почетком 2016. године у јеку су предизборне кампање за избор новог председника САД, који ће се одржати у новембру 2016. године. Друштвене мреже представљају један од главних алата у политичким надигравањима; као карактеристичан пример издвојићемо карикатурално представљање претендента за кандидата Републиканске Странке, Доналда Трампа, чија је слика са

закључити колико је важна улога социјалних мрежа у политичкој борби, која знатно другачија откад је виртуелни јавни простор отворен за критике, коменатре, увреде и похвале сваког појединца који има потребу за таквим иступима.⁶²

Вртоглаво брзи развој и огроман успех који су за врло кратко време постигле платформе са друштвеним мрежама навели су многе културне установе, међу којима су и библиотеке, да се и оне упусте у испитивање могућности које нуде ови канали комуникације, првенствено са циљем да их употребе као оруђе за промовисање својих услуга и нови начин приступа својим фондовима.

Иако се друштвене мреже често перципирају као безвредни виртуелни простори, којима круже гласине и непроверене информације, који су потпуно супротни од вредности које најчешће везујемо за појам библиотеке, оне се свакако могу схватити и као прилика за нови вид приступа корисницима, и као учинковит инструмент за репозиционирање библиотека у доба интернета.

Фејсбук (Facebook, <http://facebook.com/>) је интернет страница друштвеног карактера, коју је основао Марк Закерберг у фебруару 2004. године. Првобитно је ова друштвена мрежа била намењена искључиво студентима универзитета Харвард, али је врло брзо ова интерна намена превазиђена, да би мрежа постала отворена за све кориснике интернета старије од 13 година који имају регистровану адресу електронске поште, постајући глобални друштвени феномен. Фејсбук је 2012. године достигао број од милијарду корисника.

Корисници Фејсбука имају регистроване профиле, односно странице, у зависности од тога да ли је реч личном или пословном налогу. Основна страна састоји се од *зида* који омогућава комуникацију са „пријатељима“, или „фановима“ ако се ради о пословном кориснику. „Пријатељства“ се успостављају тако што један од корисника шаље захтев другом. Степен отворености профила предмет је подешавања, што значи да постоји могућност индивидуалног регулисања нивоа доступности информација објављених на профили другим корисницима и „пријатељима“. Правила Фејсбука допуштају све осим говора

брковима попут Хитлерових кружила друштвеним мрежама, ефектно поредећи његове ставове са фашистичким.

⁶² Маркетиншки потенцијал друштвених мрежа и код нас је препознат и признат, чему у прилог иде и чињеница да је одавно у неким од огласа за посао маркетинг-асистента или менаџера у Србији један од неопходних услова минимум хиљаду конекција, такозваних „пријатеља“ или следбеника на некој од најпопуларнијих друштвених мрежа.

мржње, голотиње, порнографије и насиља, и такви садржаји су цензурисани, што се десило и са контроверзном Курбеовом сликом „Порекло света“, чије је објављивање на овој друштвеној мрежи забрањено.

Велики успех Фејсбука почива у највећој мери на томе што ова платформа омогућава појединцима да друштву предоче своју сопствену слику о себи, другачију од оне у не-вирутелном друштву, као и неке аспекте своје личности који по њиховом мишљењу нису довољно видљиви, односно прихваћени у реалном животу, или би желели да их нагласе. Технолошка медијација даје могућност исказивање сопства или његовог дела које може бити фантазија, пародија, екстрем, који истовремено изражава и преобликује фрустрације из свакодневног личног и професионалног живота. Већ сам избор профилне слике указује на то какав је приступ корисника и каквим жели да се представи: да ли је одабрана стварна фотографија корисника или стилизована слика, лого, *аватар*⁶³; да ли је приказан амфас, или на неки други начин, да ли му се види лице или је сакривено, да ли је у свакодневној ситуацији или неком специфичном тренутку, да ли је приказан у крупном плану или из даљине и слично.

Нарцизам, сујета, хвалисавост, то је у великом степену погонско гориво ове друштвене мреже. За наведене карактеристике везан је и термин „екстимност“, као супротности од интимност, (фр. *extimité/intimité*), у смислу експониране интимности. Реч је о термину који се помиње још од 1923. године, када га уводи француски књижевни критичар Албер Тибодде (1874-1936). Овај концепт добија свој данашњи смисао са мишљу француског психолога, психијатра и психоаналитичара Сержа Тисерона, рођеног 1948. године, и његовим делом „Преекспонирана интимност“ (*L'intimité surexposée*), који он даље развија у другим својим текстовима. Према Тисерону, интима је суштаствена људском бићу, али начини на који се она изражава непрестано се мењају из жеље за екстимношћу. Екстимност се заснива на излагању одређених делова наше приватности у јавност, са жељом да се добије повратна информација о њиховој вредности. Она се разликује од егзибиционизма и од конформизма. С једне

⁶³ Термин потиче из санскрита. У хиндуизму означава божанска отелотворења на земљи, при чему таквих облика може бити читав низ; тако Вишну има десет инкарнација, међу којима су корњача, риба, Буда и друге. У информатичком смислу, аватар је лик који представља дигитални идентитет корисника на мрежи.

стране, екстимност доприноси изградњи самопоштовања и стварању богатije приватности и већег броја веза. Она чува кључ емпатије на интернету, која је са своје стране кључ за патолошке процесе.⁶⁴ Колико потенцијалних опасности овакво излагање доноси, никада није сувишно нагласити. Посебно су угрожени млади људи, који су оваквој пракси и најсклонији, не сагледавајући притом довољно њене могуће последице и лоше аспекте: отварање простора за деловање појединаца или група конкретних криминалних интенција, нарочито коришћењем инструмената за геолокализацију⁶⁵; стварање услова за искривљену самоперцепцију; омогућавање интензификације вршњачког насиља – то су само неки од пратећих ефеката претераног излагања путем Фејсбука и осталих савремених медија.

Поред свега, утицај Фејсбука у актуелном тренутку је неизмеран. Свака већа веб-страница садржи, најчешће у дну стране, и „иконице“ за инстант поделу садржаја преко Фејсбука, што је један од показатеља утицаја ове социјалне мреже у креирању јавног мњења системом који је виртуелна имитација технике „од уста до уста“, што је и један од најефикаснијих принципа у маркетингу.

Твитер (Twitter, <http://twitter.com/>) је виртуелна друштвена мрежа која постоји од 2006. године. Омогућава својим корисницима да пишу и објављују кратке поруке, дужине до 140 карактера. Ове објаве се називају твитовима (енгл. *tweet* – цвркнут), а лого представља стилизовану птицу, што заједно указује на идеју ове мреже – да путем тих кратких јављања ствара увек присутан бруј који прати свакодневицу. Ове објаве се у реалном времену појављују на такозваној временској линији следбеника који прате датог корисника, а могу се погледати и накнадно приступом његовој профилној страници. Твитер поставља питање „Шта се дешава?“, што га везује за *овде* и *сада*, за актуелни тренутак корисника на датом месту; истовремено, он даје осећај свеprisутности, јер сва та „овде и сада“ су кроз њега повезана и чине један систем.

Дистинктивне функције без којих је данас Твитер незамислив развијале су се с временом и употребом, посредством система конвенција које су сами

⁶⁴ Serge Tisseron, Intimité et extimité, *Communications*, vol. 88, no 1, (2011), http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2011_num_88_1_2588 (преузето 26.03.2016.).

⁶⁵ Идентификација географског положаја особе посредством предмета као што су мобилни телефон или онлајн компјутер.

корисници постепено наметали, а компанија је на то реаговала уврштавајући их у део услуге. Овај механизам је посебно важан јер се на њему може сагледати принцип функционисања успешног феномена базираног на вебу 2.0, који суштински прати његову логику: правила нису задата а priori, нису екстерна, она потичу од самих корисника, она су аутохтона, суштаствена, инхерентна самом систему. Свакако постоји базични сет правила из којих је поникла читава концепција, али она се допуњују, мењају, еволуирају, и то спонтано, великом брзином, и на иницијативу корисника.

Једна од карактеристичних функција Твитера јесте и обраћање директно некој особи додавањем знака „@“ испред њеног корисничког имена. Овакву објаву могу видети и сви други чланови мреже, који такође могу да се прикључе дискусији. Још једна веома значајна пракса на Твитеру јесте *ретвит* (енг. ReTweet — RT), која се састоји у копирању нечије поруке и њеном дистрибуирању у сопственој мрежи. Функција *ретвита* пружа могућност моменталне дисеминације и промовисање одређене информације, што га чини врло моћним оруђем, већ препознатим и прихваћеним нарочито на пољу политике и новинарства. У последње време моћ Твитера препознаје се и у другим животним областима и професијама, између осталих и у библиотекарској, али и у још неким, донедавно незамисливим доменима.

Илустративан је пример који је крајем децембра 2015. потресао католичку јавност: један француски свештеник је отворио налог на Твитеру у име Девике Марије како би, „разгрнуо прашину са вере“ и приближио је верницима, са циљем да их на неформалан начин уведе у Божићне празнике. Овај налог је за само неколико дана стекао више хиљада следбеника на Твитеру.⁶⁶ Иако је наишао првенствено на згражавање већег дела хришћанске јавности, овај случај нас наводи на размишљање, и питање да ли се овакав вид пропагирања вере и приближавања религији може упоредити са традиционалним средствима за те циљеве? Да ли је дрвена кутија вертепа замењена профилном сликом и фиктивним изјавама виртуелне Богородице?

⁶⁶ Твитер-налог <https://twitter.com/VersNoel> (преузето 19.12.2015.).

Овај случај је значајан због тога што је добар показатељ колико се проширују границе досега и деловања нових медија, који задиру у сфере које су донедавно сматране недохватљивим за такву врсту комуникационог канала.

За разлику од Фејсбука, за Твитер важи да његови корисници махом боље владају новим технологијама, и да су то највећим делом припадници млађих генерација. На овој друштвеној мрежи постоје и посебна правила, кодови, који творе један нарочит, „твитерашки“ језик, особен у визуелном, синтаксичком и логичком смислу; карактерише га присуство *хаштагова* (енг. *hashtag*), који служе за микроиндексацију порука означавањем кључних речи такозваним „тарабама“ (знаком „#“). Овакве карактеристике, које доприносе особености Твитера, уједно га чине и недовољно приступачним за нове кориснике, што доприноси томе да Твитер још увек није досегао стадијум општепопуларне, „мејнстрим“ друштвене мреже, за разлику од Фејсбука, који је знатно транспарентнији. За све нове кориснике, па тако и за библиотекарe који желе да користе ову мрежу у свом раду од посебног је значаја да усвоје кодове и правила понашања карактеристичне за Твитер, и користе их на природан начин. Циљ би за библиотеку на Твитеру требало да буде интеграција одређене циљне групе, али тако да и сама библиотека оствари припадност тој заједници; „то је свакако и једна од највећих последица које Твитер оставља у библиотекама: наводи их да из улоге установе која пружа услуге корисницима пређу у позицију једног од чланова заједнице.“⁶⁷

Снага ове друштвене мреже лежи у брзој, тренутној дисеминацији и мултипликацији информације, што омогућава праћење развоја догађаја у реалном времену. Уколико је информација релевантна, по процени корисника Твитера, она врло брзо постаје *вирална* (енг. *viral*), што значи да се шири попут вируса.

У овом раду велика пажња посвећена је управо Твитеру јер се ова друштвена мрежа, имајући у виду све њене наведене карактеристике, може означити као парадигма феномена веба 2.0; као што се у њених 140 карактера изражава есенција мисли, тако она представља есенцију концепта на којем је заснована.

У јануару 2016. Твитер је, према подацима са веб-странице „Socialbakers“, имао 316 милиона корисника, и 500 милиона објављених твитова дневно.

⁶⁷ Lionel Maurel, „Ce que Twitter fait aux bibliothèques (et ce qu’elles peuvent lui faire en retour)“, *Bibliothèques 2.0 à l’heure des médias sociaux* (Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2012), 109.

Осим општепознатих, великих друштвених мрежа, постоје разноврсне специјализоване друштвене мреже које користе стручњаци или заинтересовани за одређене специфичне области.

Линкедин (LinkedIn, <http://www.linkedin.com/>) је специјализована друштвена мрежа која је покренута 2003. године, као виртуелно место намењено пословној комуникацији и контактима између професионалаца у одређеним областима и пословних људи. Заснована је на пословним профилима корисника и ограничена искључиво на професионални домен.

Мајспесј (MySpace, <http://www.myspace.com/>) представља интерактивну социјалну мрежу која садржи личне профиле корисника и повезује пријатеље, групе, блогове, фотографије, видео-клипове и музику, као и интерне поруке и претраживач. Ова друштвена мрежа настала је пре Фејсбука, 2003. године, као мрежа општег карактера; након што је Фејсбук преузео доминацију на овом пољу, Мајспејс се после више успона и падова и промене власништва коначно преоријентисао на област музике.

Нинг (Ning, <http://www.ning.com/>) је водећа платформа за оне који желе да креирају своју сопствену друштвену мрежу. Поред ових, општепопуларних и познатих социјалних мрежа, постоје и многе друге, као што су Xing, Hi5, Alianzo, Librofilia, Lazoos, Domestika, и тако даље.

Инстаграм (Instagram) је апликација и платформа за дељење фотографија и видео-клипова посредством мреже пратилаца, који имају могућност да реагују поводом објављених садржаја. Инстаграм је покренут 2010. године и врло брзо је стекао велику популарност, па је тако у септембру 2015. године имао 400 милиона корисника. Један од алата који доприноси његовој распрострањености јесте и могућност примене разноврсних филтера који дају различите естетске димензије фотографијама.

Пинтерест (Pinterest) је америчка веб-страница основана 2010. године, која такође служи за дељење фотографија путем мреже повезаних корисника, али за разлику од Инстаграма ове фотографије су повезане у тематске албуме. Корисници на основу својих интересовања прате одређене теме и имају могућност приступа фотографијама које други корисници тематски групишу и објављују.

Сам назив је кованица, и представља две повезане енглеске речи које значе „прикачити“ и „интересовање“ (*pin* и *interest*). Посебно значајно место у одређивању ове мреже има концепт *геолокализације*, који означава повезивање географског простора са одређеном темом.

1.2.4.2. Друштвене мреже посвећене књигама и читању

Научници, истраживачи и студенти могу да деле садржаје, праве забелешке, похрањују и организују научне публикације путем сервиса као што су CiteUlike или Connotea. Постоје и мреже као што је Diigo, која није превише позната широј јавности, а служи за означавање и дељење одабраних садржаја. Ови садржаји подразумевају не само насловне стране веб-страница, него и на чланке, библиографске референце, или мултимедијалне документе. Оваква разноврсност информација тешко може да се уклопи у класични библиотекарски систем, који је настао на основу класификације штампаних монографских публикација.

Лајбраритинг (LibraryThing, <https://www.librarything.com/>) је друштвена интернет-апликација за каталогизацију, дељење и чување књижних каталога и различитих метаподатака, коју користе аутори, појединци, књижаре и издавачи. Постоји од 2003. године, а у децембру 2015. ова мрежа имала је преко 2 милиона корисника и 100 милиона каталогизованих публикација. „*Thingamabrarians*“, што је неформални назив за кориснике ове мреже, могу да своје каталоге чувају као потпуно приватне, али већина се ипак одлучује да податке који им припадају дели са другим корисницима, који их могу претраживати по наслову, аутору, или преко *тагова* којима су јединице означене. Оно што је Лајбраритинг за англофоне кориснике, то је мрежа под називом **Бабелио** (*Babelio*, <http://www.babelio.com/>) за франкофоне љубитеље књиге и читања, и професионалце у овој области. Обе ове платформе омогућавају евалуацију прочитаних дела, критику, као и таговање путем кључних речи, које олакшавају претраживање по различитим критеријумима: према тематици, читаности, најбољим оценама, и слично. Димензија друштвене мреже представља основу ових платформи, јер корисници прелазе са линка на линк, проналазећи дотад непознате наслове, и успостављају

везе са осталим корисницима на основу сродних интересовања. Профили корисника засновани су на читалачком аспекту личности, и не захтевају никакве личне информације. На Бабелију је *аватар* често фотографија корисника где је лице сакривено иза корица књиге. Иако бестселери најчешће представљају доминантну категорију на овим веб-страницама, њихова предност лежи у могућности проналажења саговорника за размену мишљења о неком ретком делу. За професионалце у домену библиотекарства значајна је услуга коју нуди Бабелио управо за библиотеке и запослене у њима: сервис под називом Бабелтек (франц. Babelthèque) пружа могућност повезивања Бабелија са системом *OPAC* и веб-страницом одређене библиотеке. На тај начин се садржаји које на Бабелио уносе његови корисници – коментари, критике, цитати, облаци тагова – повезују са подацима у библиотечком каталогу. Тиме се званични подаци, који су плод рада каталогизатора и других професионалаца у библиотечко-информационој делатности, обогаћују мање официјелним садржајима, који су, истина, најчешће резултат уплива лаика, али тиме библиотечки запис добија на животности и на непосредности.

1.2.4.3. Платформе за дељење мултимедијалних садржаја

Овакве платформе су нека врста депоа, чији се садржај може претраживати помоћу одговарајућих алатки, претраживача и тагова, за разлику од друштвених мрежа типа Фејсбука и Твитера, чије је функционисање базирано на такозваној „временској линији“, која наглашава хронолошки аспект ових веб-страница.

Иако постоји категорија коментара корисника, који дају димензију заједништва и повезивања, они не чине срж и особеност оваквих платформи, и ретко кад објављени садржаји постају предмет неких живљих расправа и размене мишљења; то су најчешће позитивна или негативна, сажето изражена мишљења, и не позивају на неки одговор или узвратно мишљење. У првом плану код оваквих веб-страница је предмет објављивања, а не аутор, односно корисник који је садржај објавио.

Јутјуб је колаборативна платформа за објављивљење и гледање видео садржаја. Према наводима статистичког веб-страница „Socialbakers“ објављеним у јануару 2016. године Јутјуб се месечно гледа чак шест милијарди сати.⁶⁸

Посебно интересантан феномен у контексту промоције и пропагирања књиге и читања јесте **Буктјуб** (BookTube). Овај неологизам скован је од енглеске речи за књигу, *book*, и назива платформе *YouTube*. Реч је о појави која је настала још 2005. године, али се тек 2009. проширила, прво у Сједињеним Америчким Државама, да би данас била присутна на светском нивоу, посебно у Шпанији, Аргентини, Енглеској и Француској. У најкраћем, *буктјуб* је медијско средство којим читаоци, који се називају *буктјуберима*, изражавају чињенице, своје мишљење и утиске о прочитаним књигама, и то на врло непосредан, ефектан и упечатљив начин. Они снимају кратке видео-записе на тему прочитаног дела, и објављују је посредством личног канала на Јутјубу. Обично се налазе у свом приватном простору, пуном књига, а посебан акценат је на индивидуалном печату, духовитости, а често и необичном наступу уз певање, глуму и екстравагантну визуелну презентацију. Да би проширили круг публике, често *буктјубери* имају и свој блог, и тематски повезане профиле на најпопуларнијим друштвеним мрежама општег или литерарно профилисаног карактера. На америчком подручју најпознатија *буктјуберка* је Кристин Ричио на каналу „Poland bananas BOOKS“, који постоји од 2010. и има преко 200 хиљада следбеника и близу милијарду седамсто хиљада прегледа укупно (податак крајем 2015. године), док су у Француској међу најпопуларнијима Нин на каналу под називом „Lectures de Nine“, и Жистин са „Fairy Neverland“.

⁶⁸ „YouTube statistics directory“, <http://www.socialbakers.com/statistics/youtube/> (преузето 08.01.2016.).



La recherche « pretty book spines » renvoie plusieurs centaines de résultats sur Youtube. C'est tellement kiffant de parler du dos des livres.... Si, si, je vous assure !

Trois exemples de booktubers

Pour illustrer tout ce qui précède, voici une première vidéo avec la célèbre Christina ([polandbananasBOOKS](#)) qui parle avec EN-THOU-SIAS-ME d'un livre de Jennifer L. Armentrout :



Слика 3: Буктјубери

С обзиром на то да је реч о алату који је суштински везан концепт веба 2.0, он има све особине које одликују савремени медиј, између осталог интерактивност, таговање, допринос публике у креирању садржаја. Имајући у виду да се на овај начин повезује читалачка популација, првенствено млађи људи који на специфичан начин деле утиске и разговарају о књигама и књижевности, Буктјуб има неке карактеристике *глобалног читалишта* 21. века. Премда постоје услови да се у овом феномену види и евентуални правац развоја књижевне критике, чињеница је да са растом популарности, најистакнутији појединци у овој области престају да буду независни; њихови наступи постепено се комерцијализују будући да издавачке куће у њима препознају нови канал за ширење утицаја на потрошачку читалачку публику.

Појава овог феномена показује да постоји празан простор за посредовање између читалаца и књиге, који је у некој мери припадао библиотеци и који јој је са доласком нових технологија измакао. Исто тако, ова појава нам указује на изузетно битну чињеницу, која може бити помало изненађујућа, а то је да су младе генерације и даље везане за класичну књигу, штампану на папиру. Овом

закључку у прилог иде и податак да је током 2015. године опала продаја е-књига у Великој Британији и Сједињеним Америчким Државама.⁶⁹

1.2.4.4. Синдикација садржаја, вики-алати и блог

RSS је скраћеница за *Rich Site Summary*, или *Really Simple Syndication*. Реч је о породици веб-формата који се користе за дисеминацију садржаја веб-страница које се често мењају, уз услов да се корисник пријави за ову услугу. Може да садржи и слике, аудио и видео садржаје и друге врсте датотека. RSS документ назива се и "доводом" или "каналом", а садржи или сажетак садржаја са придружене интернет странице, или читав текст, као и пратеће метаподатке. Најновије верзије водећих претраживача могу да читају RSS формате без икаквог додатног софтвера.

Према дефиницији колаборативног онлајн речника *Dicodunet*⁷⁰, вики је динамична веб-страница на којој сваки посетилац може да уноси измене. Реч „вики“ потиче из хавајског језика, где је „wikiwiki“ придев или прилог са значењем „брз(о)“. Вики концепт омогућава колаборативно уређивање и објављивање докумената на мрежи, и то сваком посетиоцу дате стране, без употребе HTML кодова. Викије један од најкарактеристичнијих феномена веба 2.0, имајући у виду његово утемељење на идејама заједничке интелигенције, партиципације и дељења. Осим најшире познате колаборативне онлајн енциклопедије, *Википедије*, постоје многобројне специјализоване вики веб-странице, попут Јуриспедије (међународно право), Библиопедија (франкофона колаборативна енциклопедија библиотекарско-информационе делатности), и других.

⁶⁹ Agathe Auproux, „Chute des ventes d’ebooks au Royaume-Uni et aux Etats-Unis en 2015“, *Livres Hebdo*, 17.02.2016. <http://www.livreshebdo.fr/article/chute-des-ventes-debooks-au-royaume-uni-et-aux-etats-unis-en-2015> (преузето 18.02.2016.).

⁷⁰ Колаборативни онлајн речник *Dico du Net*, www.dicodinet.com.

Блог је веб-страница која се периодично мења, објављивањем текстова или чланака које може писати један или више аутора. Текстови су поређани обрнуто хронолошком поретку, тако што су најновији на врху листе. Објављени написи могу да се коментаришу, а обично садрже и спољне линкове.

Блогови су настали стицањем два услова – упрошћавањем технике објављивања на интернету, с једне стране, и жеље за дељењем онога што знамо са што већим бројем људи. Креирање блог-налага је једноставно и не захтева много информатичког знања, а за приступ садржајима на блоговима довољно имати интернет-конекцију, за разлику од већине друштвених мрежа где су садржаји углавном доступни ако је корисник регистрован и има свој профил на датој друштвеној мрежи. Међу познатијим бесплатним хостинг веб-страницама за блокове налазе се Blogger, Bloc.cat и La Costelera. Власник блога има слободу да објављује све што сматра релевантним, а најчешће су написи везани за једну тему која их окупља у смисаону целину. Садржај који се објављује на блогу представља оригинално дело, које одражава идентитет аутора. У последњој деценији блогови су се веома развили и остварују знатан утицај у такозваној блогерској заједници, и посредно у широј јавности.

1.2.4.5. Платформе за означавање и описивање интернет садржаја (*social bookmarks*)

Blinklist (<http://blinklist.com/>) је релативно нова друштвена мрежа за означавање садржаја, која је у последње време у експанзији.

Digg (<http://digg.com>), је веб-страница која представља комбинацију означавања (*social bookmarking*), *блоговања* и синдикације у нехијерархијски организованом систему који омогућава објављивање чланака на различите теме. Карактеристична је демократичност на којем почива ова платформа, будући да корисници на одређени начин гласају за постављене чланке, одређујући тиме њихов значај и позиционирање на главној страни.

Delicious, (<http://www.delicious.com>), представља сервис за похрањивање, организовање и дељење садржаја са интернета, уз њихову категоризацију помоћу

система означавања који се назива фолксономија (таговање). Постоји од 2003. године и важи за најпопуларнију веб-страница ове врсте. Мотоове веб-странице гласи: „Discover, share, and organize the hottest links online“.

Reddit, (<http://www.reddit.com>), јесте интернет страница за означавање садржаја на којем посетиоци могу да оставе линкове за веб-садржаје, а други посетиоци могу да гласају у корист или против тих линкова. Овај механизам одређује рејтинг и пласман датих линкова на овој веб-страници.

StumbleUpon (<http://www.stumbleupon.com>) представља комерцијалну веб-страницу са друштвеном мрежом која омогућава посетиоцима да деле интересантне странице Ову веб-страницу је у мају 2007. године купио „Ибеј“, за 75 милиона долара.

Постоје и друге веб-странице за означавање и дистрибуцију интернет-садржаја, као што су: MisterWong (<http://www.mister-wong.es>), Simpy (<http://www.simpy.com>), Connotea (<http://www.connotea.org/>), MyYahoo (<http://es.my.yahoo.com>), Menéame (<http://meneame.net>), LaTafanera (<http://latafanera.cat>), Fresqui (<http://www.fresqui.com>), Furl (<http://www.furl.net>), и други.

1.3. Библиотеке у сусрету са новим медијским изазовима

1.3.1 Библиотека као медиј

Веза између библиотека и медија је по својој природи вишеслојна, и може се разматрати на неколико различитих нивоа. Оба ова концепта имају заједничко исходиште – и један и други су се развили на темељу потребе за комуникацијом, која је иманентна људској природи.

Етимолошки гледано, појам медиј води порекло од латинског придева *medius*, *-a*, *-um*, чије је значење “средњи, који се налази у средини, умерен”, што повлачи данашње значење ове именице у српском језику: “1. а. средство

комуникације и изражавања (нпр. речи, музика, карикатура); б. средство јавног информисања (новине, радио, ТВ, интернет итд.)”⁷¹ По својој дефиницији, библиотеке су институције које сакупљају, чувају, организују и омогућавају коришћење забележених људских искустава. За разјашњавање везе између концепта библиотеке и концепта медија значајно је подвући њихову двоструку повезаност: управо се преко медија као средства изражавања остварује мисија библиотеке, али и сама библиотека у тако дефинисаном поретку функционише као медиј – посредник између корисника и блага које чува.

Дуалност појма *медиј*, без обзира на то што друго наведено значење представља само својеврстан продужетак, проширење првог значења, а некада се ова два значења и преплићу, у неким случајевима може довести до нејасноће. На то указује и Режи Дебре, наглашавајући да треба брижљиво разликовати медијум од медија, називајући их лажним пријатељима у медиологији. Он упозорава на вишеструка значења термина *медијум*: „...та реч је замка. Она, у ствари, упућује на више разнородних реалија, које не противрече једна другој, често се преклапају, али никад се не мешају. Медијум може означавати: 1) уопштени поступак симболизације (артикулисани говор, графички знак, аналогна слика); 2) комуникациони код у друштву (језик којим се користе они који говоре или пишу); 3) физички носилац процеса исписивања или складиштења (камен, папирус, магнетна трака, микрофилм, CD-ROM) и 4) уређај за дифузију уз одговарајући начин протока информација (рукопис, штампа, дигитализација).“⁷² Овакву разлику наглашава и Зорица Томић: „Медијуми су средства комуникације која комбинују различите форме, као што је на пример књига, будући да може садржавати речи, графиконе и цртеже. Медијуми захтевају извесну технолошку подршку, која је у највећем броју случајева, потпуно изван контроле многих од нас“. С друге стране „медији су технолошка средства масовне комуникације, као што су ТВ, радио, филм, новине, интернет итд. Медији користе све форме комуникације стварајући неку врсту моста између комуникатора и реципијента.“⁷³

За Маршала Маклуана појам медија је веома растегљив, а одређује га у складу са својом филозофијом медија као човекових продужетака, као и са својом

⁷¹ Клајн и Шипка, *Велики речник страних речи и израза*, 746.

⁷² Debre, *Uvod u mediologiju*, 49.

⁷³ Zorica Tomić, *Komunikologija*, (Beograd : Čigoja štampa, 2003), 28.

девизом *Медиј је порука*: „Морате да имате на уму да је моја дефиниција медија широка, она укључује све технологије које омогућавају продужење човековог тела и чула, од обуће до компјутера. И оно кључно што морам да нагласим јесте да су друштва увек била под већим утицајем природе медија путем којих људи комуницирају него под утицајем комуникативног садржаја.“⁷⁴

Као најопштије одређење медија навешћемо дефиницију коју дају Милица Андевски и Жељко Вучковић, који наводе да се у најширем смислу, сваки облик којим се представља неки садржај, може се означити као медиј.⁷⁵

Медиј је, према претходно изнетим дефиницијама, онај који је у средини – посредник у преношењу информације између учесника у комуникацији, односно размени података. И мисија библиотека је од самих својих почетака, и у самој својој суштини, уско везана са појмом посредовања, прецизније речено неодојива од њега. Преласком са система усменог преношења знања, условљеним појавом писма, појавила се потреба да се графички забележена искуства обједињују, чувају и преносе. Током хиљада година, од појаве првих сумерских библиотека, носиоци забележених информација су се са технолошким прогресом такође мењали. Од глинених таблица, преко папируса, пергамента, папира, па све до данашњих дигиталних носилаца записа, медији које библиотека сабира су еволуирали, што су библиотеке спремно пратиле и прихватале. На тај начин, библиотеке су се увек налазиле у самом епицентру дешавања – функционисале су као средишта из којих се ширило људско знање, односно информације. Веза између медија и библиотека била је призната и током 20. века. Томе је, како смо већ указали, посебан допринос дао Џеси Шир, дефинишући библиотеку као медиј комуникације⁷⁶, чему у прилог иду и речи Чејса Дејна: „Библиотека је први и главни посредник у организацији и употреби комуникационих медија: омогућава циркулисање књига, води форуме, сарађује са радијом и телевизијом, и обезбеђује периодичку и новине.“⁷⁷

Џон Мекензи Овен, са Амстердамског универзитета, разликује традиционалне и библиотеке будућности на основу опозиције између улоге

⁷⁴ Mekluan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 21.

⁷⁵ Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*, 80.

⁷⁶ Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 57-70.

⁷⁷ Chase Dane, „Are we too self-centered?“, *Wisconsin Library Bulletin*, January-February (1954): 93

посредника између издавача и крајњих корисника (традиционална библиотека), и улоге *медијатора знања*, што је карактеристично за библиотеку будућности. „Концепт медијације знања подразумева посредничку улогу библиотеке које повезују корисничке потребе са доступним знањем које је садржано у информационим ресурсима, независно од тога где се ти ресурси налазе, и у каквом су облику.“⁷⁸ Поново је, како видимо, нагласак на томе да је улога библиотеке нераскидиво повезана са појмом посредовања, са појмом медијације, који подразумева да се медијатор, посредник налази између две или више реалних датости, стављајући их тиме у неки однос.

Француски филозоф и медиолог Режи Дебре у основи везује медијацију за Хегелову дијелектику, где она значи основну законитост развоја духа. Дух се супротставља самом себи непрекидним порицањем и самопревазилажењем, представљајући тиме медијаторску, дијалектичку активност. Медијација је, слично томе, средство самоостваривања.⁷⁹ Медијација, ипак, „није само 'нешто што је у средини', она учествује у стварању онога у чему посредује. [...] Она обликује. Често превазилази и оно што је саму покреће.“⁸⁰

У данашње доба делује готово парадоксално тражити перспективу за библиотеку у посредовању између корисника и универзума информација које нуди интернет; у ери када има све више појединаца који су способни да самостално долазе до информација, наизглед је излишна потреба за установом која би у се овом смислу нашла у улози посредника. Интернет се у неком смислу може схватити као неизмерна виртуелна библиотека, као што га одређују неке од првобитних дефиниција. Ово поређење интернета и традиционалне библиотеке ипак може бити само парцијално; основна разлика међу њима је то што је библиотека сређена колекција, са алатима и посредницима (библиотекарима) који омогућавају претрагу и проналажење садржине, а интернет то није. Глобална мрежа заправо је подстакла развој институције посредовања, што је сасвим логично када се има у виду да је у поплави и преобиљу тешко наћи праву

⁷⁸ J. S. Mackenzie Owen, “The future role of libraries in the information age” (1997), <http://eprints.rclis.org/5656/1/Future-role-of-libraries.htm> (преузето 13.12.2015.).

⁷⁹ Režis Debre, *Uvod u mediologiju* (Београд : Clio, 2000), 145.

⁸⁰ Ibid , 149.

информацију, из чега следи да би стручњак за тражење и проналажење информације, односно библиотекар, требало да буде на цени; или, да парафразирамо Нила Гејмена – Гугл вам може дати сто хиљада одговора, а библиотекар вам може дати прави одговор.⁸¹

У прилог овој тези, да је посредовање у преносу информација заправо једна од најактуелнијих трендова данашњице, иде и постојање бројних веб-страница које не презентују своју сопствену понуду, него обједињују и сабирају производе других компанија, како би корисницима уштедели време у претраживању и пружили им проверену и релевантну информацију. И ово представља неки вид *аутсорсинга*⁸², који је један од владајућих принципа на којима се темељи функционисање модерног модела пословања.

Поред тога, однос медија и библиотека може се, следећи мисао Режиша Дебреа, сагледати кроз њихову хоризонталну, односно вертикалну функцију преношења информација; наиме, функција медија јесте дисеминација информација у одређеном тренутку, кроз простор. Ту улогу има и библиотека, али, за разлику од масовних медија, библиотеке имају и далеко значајнији задатак, а то је културна трансмисија, односно преношење порука кроз време.⁸³

Мисије медија и библиотека би, следствено томе, требало да се надопуњују, и да заједно чине једну ширу целину. Медији би требало да подупиру функције библиотеке, које би, са своје стране, требало да се налазе у средишту медијске револуције, интегришући хоризонталну и вертикалну функцију медија. Добру теоријску потку за проучавање улоге библиотеке као учесника у процесу вертикалног, хронолошког преношења информација и знања дао је управо Дебре; он је неологизмом „медиологија“ означио научну дисциплину чији је предмет проучавања човек као преносилац. У свом делу „Увод у медиологију“, Дебре детаљно развија концепцију преношења порука на хоризонталном и вертикалном временском плану.

⁸¹ Neil Gaiman, „Why our future depends on libraries, reading and daydreaming“, *The guardian*, 15.10.2013, <http://www.theguardian.com/books/2013/oct/15/neil-gaiman-future-libraries-reading-daydreaming> (преузето 04.03.2015.)

⁸² Енг. *outsourcing* – принцип ангажовања спољног сарадника, односно предузећа, за извршавање одређених послова за предузеће.

⁸³ Piter Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku* (Београд : Clio, 2005), 13.

Дефинишимо најпре шта је библиотека за Дебреа: „Под овом речи ('полица за књиге') подразумевамо складиште писаних знакова који се у облику књига и штампе остављају у нарочитим здањима ради чувања и повремениог прегледавања. То материјално нагомилавање представља извор сећања, спољни чинилац унутрашње трансмисије. Намена тог пасивног сабиралишта није само да сачува вековно наслеђе. Оно, самим својим постојањем, као модел заједнице писмених, себи својственим ритуалима (егзегеза, превод, компилација) подстиче утискивање нових трагова. Библиотека рађа писце, као кинотека синеасте.“⁸⁴ Даље Дебре износи веома важно виђење библиотеке, одређујући је као носиоца носиоца — невидљивог извршиоца трансмисије чији је библиотека видљиви медијум, али не и покретач.⁸⁵ Дебре у наставку указује на врло битну чињеницу, а то је да често долази до мешања поступка и процеса, и да многи подлежу заблуди да физички пренос информација значи и пренос знања у друштву, што доводи до својеврсне кризе трансмисије.

Под појмом трансмисије Дебре подразумева све што се односи на динамику колективног памћења, док појмом комуникације означава проток порука у одређеном тренутку. Како би подвукао ову супротност, Дебре наглашава да се комуникација састоји од преноса информација у простору, у оквиру једне исте временско-просторне сфере, а трансмисија од преноса информација у времену, између различитих временско-просторних сфера. За разлику од комуникације, која подразумева социолошку перспективу, повезујући “овде” и “другде”, из чега настаје друштво, трансмисија је везана за историјску перспективу, будући да повезује “некад” и “сад”, чиме настаје континуитет, односно култура.

Неопходан услов за постојање трансмисије јесте претходно постојање комуникације, која је последњих година доживела експанзију, и у данашњем тренутку је наочиглед доминантна у односу на саму трансмисију. Тако је за њено сагледавање потребно, као што каже Дебре, превазићи хоризонт комуникације. „Њено превазилажење не представља њено занемаривање или заборављање, већ уклапање у сложенију целину. Комуникација представља тренутак дуготрајнијег

⁸⁴ Debre, *Uvod u mediologiju*, 17.

⁸⁵ *Ibid*, 18.

процеса и део шире целине, коју по договору зовемо трансмисијом.⁸⁶ Нужно је схватити да комуникација и трансмисија не треба да стоје у паралелном односу, без тачке додира и преклапања; управо супротно, ова два регистра егзистирају у међусобном прожимању, при чему је комуникација неопходан, али не и једини услов за остваривање трансмисије.

Дебре указује на то да за извршење трансмисије није довољно продужити везе (које спајају пошиљаоца са примаоцем), начинити сложенију мрежу (један, два или више праваца), од канала направити индустрију (штампа, радио, телевизија). Суштина је у томе да постојање трансмисије не зависи од неког механичког, већ институционалног посредника међу људима. Ова тврдња поткрепљена је тезом о постојању све бројнијих машина за комуникацију, у које се убрајају и телевизија и рачунар, док машина за трансмисију не постоји, јер је трансмисија представља комуникацију коју усавршава неко тело, индивидуално или колективно, физичко или административно. Она се може (боље) остваривати уз коришћење технике, али се не може заснивати само на техници, и свакако је карактерише то да се одвија у времену, уз поштовање утврђених обавеза, хијерархије и протокола, и етапно напредовање.

У комуникацијским друштвима, за које је карактеристично све успешније освајање простора и све мање успешно владање временом, учестало се јавља илузорно веровање да се културна трансмисија може остварити путем техничких средстава комуникације. Уз то, комуникациона индустрија се обнавља све већом брзином, чиме се наглашава раскорак између спорог напретка институција које су задужене за трансмисију, доводећи до тога да оне делују превазиђено, и у екстремном исходу непотребно. Мас-медији као средства мондијализације наглашавају везе између *овде* и *другде*, односно превазилажење разлика између њих; повезаност ових ентитета видљивија је и очигледнија у односу на везе између *пре* и *после*. Заменом значаја дела и целине долази до тога да се трајно нађе у подређеном положају у односу на пролазно, што је својеврстан парадокс, јер ни то пролазно не би могло да буде реализовано да није засновано на ономе што је трајно. То је узрок већ споменуте кризе трансмисије, и у ширем контексту, кризе цивилизације.

⁸⁶ Ibid.

Кључни концепт за сагледавање комплексног односа медија и библиотека јесте управо наведени појам уклапања у комплекснију целину. Када се тај концепт постави у основу ове релације, добија се полазна тачка за сагледавање и разумевање суштинске повезаности између (масовних) медија као сервиса комуникације у реалном времену, на хоризонталном временском плану, и библиотека као “агенција друштва”, како их је дефинисао Џеси Шир, које посредују у преношењу информација на вертикалном, историјском плану. „Пошто је библиотекарство дефинисао као делатност посредовања у друштву, Шир је прецизирао да се то посредовање врши у процесу комуникације као социјалном феномену.“⁸⁷ „Штавише, парафразирајући Маршала Маклуана и његов текст под називом *Медиј је порука*, Шир наглашава да библиотека као медиј додатно обликује саму поруку. У процесу уобличавања поруке библиотека има низ предности над другим медијима. Оне почивају на специфичним задацима које библиотека обавља у друштву, тј. на документационој, меморијској и функцији организовања знања у библиотеци. Испуњавајући задатке прикупљања, чувања и организовања грађе у, по одређеном критеријуму сређене, фондове, библиотека своје услуге намењује појединцу, а не колективу. Она му пружа упориште за рад и приморава га на активан однос према порукама које се у библиотеци чувају. Шир исправно примећује да корисник библиотеке није пасивни посматрач већ активни учесник у процесу комуникације, те да библиотека, за разлику од радија, телевизије или новина, подстиче мисаоне процесе човека и у знатној мери искључује могућност цензуре или манипулације. Својим фондовима и њиховом презентацијом библиотека утиче на ширину човековог погледа на свет и, на посредан начин, богати културу чији је део, још једном исправно примећује Шир, доследно, међутим, потискујући чињеницу да коришћење библиотека нема димензију обавезности, да библиотека нема агресиван наступ попут неких других медија, те да су думети њеног утицаја ипак ограничени.“⁸⁸

Овде можемо уочити још неке од кључних разлика између библиотеке као медија, и медија за масовну комуникацију : док се мас-медији обраћају (што) широј публици, библиотека комуницира са појединцем, а не колективом ; за разлику од мас-медија, библиотека налаже активан став корисника у процесу

⁸⁷ Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 57.

⁸⁸ Ibid, 58-59.

комуникације. Природа порука које се преносе кроз ове две врсте медија, као и наведене разлике, значајна су аргументација за тезу да су библиотеке као медији далеко значајније и вредније. То, међутим, не значи да библиотека не треба да се послужи другим медијима, да искористи њихове предности, како би унапредила и учврстила свој статус. И библиотека мора бити спремна и способна да надживи медијум првобитне комуникације, укратко, да прихвати своје доба.⁸⁹ Многи аутори сматрају да је један нужних корака у овом процесу повезивање између библиотека, архива и музеја с једне стране, и медија с друге стране: „Једна од основних функција медија је стављање информације на располагање јавности и управо та функција у ери глобализације може да се означи као спојно место масовних медија, библиотека, архива и музеја. На тој тачки настају различити видови сарадње система који се баве информацијом у било ком њеном облику.“⁹⁰ Овом тезом наглашава се став да промењена, односно савремена улога наведених институција културе може да се оствари њиховом сарадњом, и коришћењем масовних медија, као и информационих и комуникационих технологија шире гледано, у остваривању њиховог коначног (заједничког) циља.

Савремени медији имају више основних и изведених функција. Међу основним функцијама медија јесу: надзор над околином – обављају улогу стражара у друштву; повезивање делова друштва и усмеравање на решавање проблема; трансмисија културних тековина; маркетиншка функција; и функција забаве, која се може сматрати и изведеном. У изведене друштвене функције медија спадају: сазнавање и учење; релаксација и разонода; социјално повезивање; функција изградње и развијања личног идентитета (коју медији у одређеној мери злоупотребљавају намећући унификоване идеалистичке представе и гушећи индивидуализам, креативност и критичку мисао).⁹¹ Дobar део ових функција остварује, или би могла да преузме и библиотека, као јемац права на проверену, квалитетну, ваљану, и валидну информацију, које је један од првих принципа демократски утемељеног друштва. Међутим, готово као аксиом у свести данашњег човека присутна је опозиција између асоцијација на медије, који

⁸⁹ Debre, *Uvod u mediologiju*, 19.

⁹⁰ Ana Savić, „Biblioteke, muzeji, arhivi i preskliping servisi: čuvari kulturne baštine ili informacioni servisi“, *Kultura*, 129 (2010): 116.

⁹¹ Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*, 6-8.

подразумевају актуелност, динамику, савременост, у односу на библиотеке, које имплицирају трајност, мир, стабилност, али и анахроност. Таква перцепција библиотека и библиотекарства у односу на медије и медијске садржаје може се окарактерисати пре свега као површна. Имајући у виду да библиотеке увек прате промену коју диктира промена технологије, а следствено томе и медија, у сваком смислу, код савремених библиотека препознаје се спремност да одговоре захтеву дигиталног времена. Веома је важно нагласити да у томоновом комуникационом обрасцу библиотечки корисник има активну улогу – он је агенс, субјекат у комуникационом и сазнајном процесу, за разлику од конзумента медијских садржаја, који је пасивизиран и представља објекат који се обликује према тржишним, политичким и другим потребама. Оно што је кључно за остваривање нове комуникационе парадигме улоге јесте разумевање корисничких потреба: „Постоје многе, веома цењене улоге које библиотеке могу обављати у XXI веку, али ће најмоћнија бити улога 'информационог посредника унутар заједнице', тела које разуме и уме да се поистовети са заједницом својих корисника, добро познаје универзум информација и његову организацију, и истовремено активно развија и побољшава механизме који повезују та два света.“⁹²

И ако, као што каже Маршал Маклуан (1911-1980), медиј јесте порука, онда је и сама библиотека порука, као што су и поруке садржане у њој, које све заједно остају лишене сврхе у одсуству реципијента. „Због данашњег страховитог убрзања кретања информација, имамо шансу да разумемо, предвидимо и утичемо на силе окружења које нас обликују – и на тај начин преузмемо контролу над нашом судбином,“⁹³ тврди Маклуан, што је за библиотечко-информациону делатност од пресудне важности, и на чему се заснива и овај рад.

1.3.2. Библиотека 2.0

Када је реч о контексту библиотечко-информационе делатности, веб 2.0, и концепт 2.0 генерално, имају веома велики утицај на улогу библиотека и

⁹² Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 241.

⁹³ Maršal Mekluan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti* (Loznica : Karpos, 2012), 20.

библиотекара, која губи своју традиционалну компоненту, имајући у виду да проток информација замењује њихово похрањивање, повезивање преузима улогу збирки, *аутор* у класичном смислу налази се у истој равни са корисником, који и сам постаје онај који производи садржаје. Ово дељење, на којем јесте заснована идеја која се означава термином веб 2.0, повезује библиотекара и корисника који, сваки на свој начин, раде на истом задатку – протоку информација – у складу са логиком да се услуга побољшава са повећањем броја учесника у њеној реализацији. Веб 2.0 тако наглашава ефекат феномена које се на енглеском назива *long tail*, у слободном преводу „дугачак траг“. Овај термин је сковао амерички аутор Крис Андерсон 2004. године, док је објављивао у магазину *Wired*, означавајући њиме тезу да производи за којима влада слабија потражња могу у збиру достићи или превладати производе који су бестселери, али једино ако је дистрибуциони канал довољно широк.

Непрегледна количина неуређених података, мобилност, реално време — ове карактеристике данашњег интернета потпуно су стране традиционалној концепцији библиотека. Међутим, библиотеке и веб 2.0 имају и заједничке тачке, у погледу друштвене улоге, културног посредовања и преношења информација. Веб 2.0 технологије нуде библиотекама многобројне могућности, као што су боља услуга за њихову већ постојећу публику, излазак изван зидова и оквира веб-страница установе, и проналажење потенцијалних корисник тамо где они јесу.⁹⁴ Утицај веба 2.0 на библиотеке свакако је неминован. Како наводи велики ауторитет модерног француског библиотекарства, Бертран Каланж, „веб 2.0 ће убедити библиотеке да се другачије поставе, у погледу понуде услуга и садржаја, и да се дубље упусте у ову свакодневну праксу публике, а зашто да не и да експериментишу са доприносом корисника: имају добру позицију за тако нешто. Веб 2.0 подстиче на децентрализацију библиотека, на њихово активно укључивање у спољашње мреже, у вишеструка партнерства: и библиотеке тако улазе у еру протока.“⁹⁵

Са појавом и развојем веба 2.0, и библиотека као институција суочила се са измењеним окружењем, у којем се информације преносе на нови начин, што је

⁹⁴ Paul Miller, „Web 2.0: building the new library“, *Araidne*, 45 (2005).

⁹⁵ Bertrand Calenge, „Web 2.0 : déclinaison bibliothécaires...“, у *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?*, стр. 189.

представљало неиспитани терен на који је требало ступити и њиме овладати, да би се одговорило на потребе нове генерације корисника. Највећи изазов за библиотеку представља позиционирање у овом веб окружењу: пословним речником говорећи, императив за библиотеке је био, и још увек јесте, да се репозиционира у односу на конкуренцију.

Нова парадигма библиотечно-информационих услуга која је утемељена на вебу 2.0 и његовим механизмима често се назива *библиотеком 2.0*. Најуопштеније речено, израз *библиотека 2.0* означава модел, чије су границе прилично растегливе, модернизације библиотечких услуга. Овај термин произашао је из концепта веб 2.0 са свим његовим карактеристикама, у жељи да се нагласи да су многи елементи веба 2.0 примењиви у библиотекарском свету, како у услугама заснованим на савременим технологијама, тако и на традиционалним услугама.

Термин је први употребио Мајкл Кејси 2005. године на свом блогу *Library Crunch*⁹⁶, да би га за време конференције "Internet Librarian 2005"⁹⁷, популарисао амерички библиотекар Мајкл Стивенс, данас професор на универзитету *San Jose* у Калифорнији, наглашавајући њиме разлику у односу на традиционалне библиотечке веб-странице. Према Кејсијевим одређењима, суштина овог концепта је промена која у средиште доводи корисника. „То је модел библиотечке услуге која подстиче константне и сврсисходне промене, позивајући на учествовање корисника у креирању физичких и виртуелних услуга које желе, што је подржано сталном евалуацијом.“⁹⁸ У овоме су кључну улогу одиграле технологије веба 2.0, омогућајући иновације као што су виртуелне референсне услуге, персонализовани *OPAC* интерфејси, или *даунлодовање* ресурса које корисници могу користити од куће. Навешћемо овде и дефиницију М. Хабиба: „Библиотека 2.0 описује подскуп библиотечких услуга пројектованих тако да испуне потребе корисника које су настале као директна или индиректна последица веба 2.0“⁹⁹

⁹⁶ Michael Casey, „Working Towards a Definition of Library 2.0“, http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html (преузето 06.04.2013.).

⁹⁷ Конференција одржана 24-26. октобра 2005. у Монтереју, Калифорнија, САД. Конференција се одржава једном годишње, од 1997. године, а намењена је библиотекарицама и менаџерима информација.

⁹⁸ Michael Casey and Laure Savastinuk, „Library 2.0“ (2010), <http://lj.libraryjournal.com/2010/05/technology/library-2-0/> (преузето 15.01.2016.).

⁹⁹ Habib M. *Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology*, School of Information and Library Science of the University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel

Нови концепт под називом библиотека 2.0 прихваћен је и у руском библиотекарству, о чему сведочи и Елена Јуревна Елишина, из Руске државне библиотеке у Москви: „Нов модел библиотечко-информационог услуживања ... Библиотека 2.0 заснован је на следећим принципима: стављање корисницима на располагање широког спектра услуга непрекидно и из било ког места, приступ преко интернета електронском каталогу, узајамним каталозима разних земаља света; учествовање у корпоративним пројектима, придобијање широког круга партнера који имају своје презентације на мрежи; увлачење корисника у библиотечку делатност, конкретно, у формирање и обогаћивање садржаја електронског каталога, електронске библиотеке, веб-странице библиотеке; коришћење инструмената веб 2.0 (блогови, тагови, RSS, *викији* и друго), учествовање у друштвеним мрежама.“¹⁰⁰

У библиотеци 2.0 информација би требало да циркулише од библиотеке ка кориснику, и од корисника ка библиотеци, у циљу брзе и континуиране адаптације услуга. Овај концепт подразумева да корисници, и као појединци и као заједнице, буду укључени као консултанти, учесници, коаутори – ради омогућавања увођења иновација у услуге, како виртуелне, тако и физичке.

Библиотеку 2.0 одређују следеће активности и идеје: промоција (маркетиншке активности ради придобијања старих и нових корисника; отварање према кориснику (који постаје креатор садржаја); побољшавање постојећих алата; омогућавање нових услуга; позиционирање унутар друштвене заједнице као централно место у друштву.

Један од елемената који може послужити за илустрацију примене концепта 2.0 у једном сегменту библиотекарства јесте *OPAC 2.0*. Реч је о новој генерацији каталога *OPAC*, коју карактеришу функције базиране на вебу 2.0, као што су јединствено поље за претрагу ("onebox search" или "google-like search"), облаци тагова, препоруке у смислу коменатара корисника, статистика позајмица, профила корисника који су позајмили одређену публикацију, и други алати.

Библиотекарска професија суочава се са бројним практичним питањима када је реч о преласку на концепт 2.0: треба себи објаснити зашто уопште треба

Hill, North Carolina, USA, 2006; према Sofronijević, A., „Nova paradigma saradnje u bibliotekama : više od web 2.0 tehnologija“ у *Kultura*, 129 (2010): 38.

¹⁰⁰ Elena Jurevna Elisina „Elektronske usluge biblioteke“ у *Kultura*, 129 (2010): 340.

примењивати концепт 2.0, какво је место докуметарних професија у друштву 2.0, шта су тачно „ресурси“ библиотеке у тој расподели, где је ту место књиге, коју територију треба обухватити (с обзиром на то да територија у физичком смислу више није лако одредљива категорија), и с тим у вези, ко је уопште публика коју треба услужити.

Покушају спознаје места библиотеке 2.0, њеној намени и механизмима, може допринети и разматрање белгијске библиотекарке Вероник Делане, која покушава да да одговор на питање која је улога библиотеке 2.0. „То није пуко креирање налога на Твитеру или Фејсбуку, него првенствено остваривање следећег: отвореног простора који нуди лак приступ информацијама и омогућава њихово обогаћивање; простора у којем корисник интернета може да персонализује приступ, своје изборе, запамти омиљене ставке и управља својим подацима; креирање платформи која подстиче директну размену међу корисницима; омогућавање колаборативног филтрирања и онлајн препорука; увођење могућности креирања садржаја [...]; омогућавање праћења и дистрибуције циљане информације [...]; употребљавање иновативних интерфејса који олакшавају претрагу и приказ докумената.“ Суштина овог навода могла би се, у најкраћем, изразити и на следећи начин: нужно је да библиотека прихвати суштину савремених медија и веба 2.0, да се сроди с њиховим механизмима, и имплементира их у своје функционисање. Важно је нагласити да се алатке веба 2.0 не могу посматрати и користити независно и издвојено у односу на остала средства која библиотека као институција користи у сврху реализације своје мисије и циљева: „Да би остварили успех, пројекти засновани на вебу 2.0 морају бити интегрисани у стратешки план библиотека и везани за циљеве институције“¹⁰¹. Библиотека 2.0 није заснована само на новим технологијама. „Методологија за планирање увођења услуге веба 2.0 потпуно је традиционална: одређивање визије, дефинисање пројекта, прикупљање информација, одлучивање о финансирању и о кадровским решењима, одабир софтвера, обликовање политике, имплементација услуге, и на крају евалуација.“¹⁰² Библиотеку 2.0 карактеришу и нетехнолошке функције и активности које у основи имају логику

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Véronique Delannay : „La bibliothèque 2.0 : comment la gérer?“ у *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?* 177-182.

веба 2.0. Међу такве карактеристике спадали би, између осталог, и принцип евалуације услуга посредством анкета и испитивања корисника, дефинисање политике услуга и набавке у складу са израженим захтевима корисника, развијање трансферзалне улоге библиотека у друштву на локалном нивоу, нове или адаптиране зграде у којима је простор организован према различитим корисничким потребама, организовање креативних атељеа или дебатних активности у којима корисници учествују и размењују искуства, садржаји које анимирају корисници, као што су читалачке сесије, приче, презентације, креативне активности и игре у вези са књигама и читањем (на пример *bookcrossing*), организација тематских сусрета у вези са актуелним темама – здрављем, запошљавањем, образовањем...

Једна од битнијих карактеристика веба 2.0 јесте и феномен учења у складу с концептом „покушај, (погрешно), и види“. Овим принципом требало би да се руководе сви они који се лате оруђа веба 2.0, па и институције културе, а међу њима и библиотеке – оне „не би требало да оклевају да експериментишу, да инсталирају неку апликацију, која касније може бити уклоњена. Треба бити свестан да су софтвери у константној бета верзији, и не треба од њих очекивати савршеност. Неуспех имплементирања неке апликације може бити драгоцено искуство које нас информира о очекивањима и понашању корисника.“¹⁰³

Имајући у виду да увођење неке услуге или апликације веба 2.0 представља само почетак процеса, и да његово одржавање захтева време и људске ресурсе, као једно од кључних питања намећу се и кадровска решења. С обзиром на то да ретко која институција може себи дозволити да запошљава додатне раднике техничких и информатичких усмерења, намеће се потреба да се профили постојећих запослених прилагоде новим потребама и задацима.

Развој понуде библиотечких услуга на мрежи постао је тако континуирани посао, кроз медиј који се константно мења и напредује. Нове информационе и комуникационе технологије омогућиле су библиотекама да боље организују своје активности – каталогизацију, размену података, управљање свакодневним радним процесима, мерење резултата тих процеса – као и да уведу нове услуге: претраживање и консултација фондова на даљину, онлајн резервације, читање на

¹⁰³ Ibid.

новим носачима информација и друго. Библиотеке користе каталоге 2.0, портале за циљану дисеминацију информација, блогове намењене промоцији својих активности и садржаја. Осим за везивање традиционалних корисника, ове иновативне комуникационе могућности значајне су првенствено за придобијање нове публике, припадника генерације Y и Z, за које су платформе за генерисање, размену и дељење садржаја потпуно природан део друштвене средине. С тим у вези, посебан утицај су нове дигиталне технологије оствариле на однос између институције и њених корисника.

Кориснички хоризонт очекивања се померио; корисници имају нове потребе у погледу библиотечких услуга. Појам корисника библиотеке је измењен, проширен – он више не означава само заједницу људи који су уложили напор да се физички преместе како би користили изворе које библиотека нуди *insitu*. Овај термин сада обухвата све оне који користе дигиталну библиотеку, онлајн каталоге, услуге које више нису резервисане само за чланове библиотеке; корисник не мора да се физички премешта јер може да реализује своје потребе на даљину. „Библиотеке су у стању да испуне важну функцију, али само ако се понашају проактивно и ако мисле и делују у складу са жељама заједница корисника. Идеално би било да јасно дефинисана визија и концепт усмерен од стране корисника претходи комплетном развоју производа и услуга, нарочито када је у питању рад са виртуелним заједницама или њихов развој.“¹⁰⁴

Да би библиотека уопште могла да се нађе у улози модерног информационог центра, неопходан услов за то је и њено *отварање* и окретање ка кориснику. Током већег дела историје цивилизације био је заступљен концепт библиотеке као установе у којој се грађа, у прво време писана, а касније и штампана, чува, и организује на начин који омогућава и олакшава њено коришћење. У средишту се, дакле налазио фонд и његова организација, што Брофи, позивајући се на Сака, назива традиционалним, *птоломејским* погледом на библиотекарство, где је библиотека у средини а корисници на периферији, у односу на нови, *коперникански* образац, који у средиште поставља корисника. „Промене у поимању места и улоге библиотечких каталога у систему информација, понекад се с правом пореде с геоцентричном и хелиоцентричном сликом света,

¹⁰⁴ Fler Stigter, „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci“, *Kultura* 129 (2010): 312.

при чему се у средишту првог модела налази *каталог* којем гравитирају корисници, а у средишту другог – *корисници* и око њих много каталога и других информационих извора, који у фокусу имају управо корисника и његове потребе, вештине и навике.¹⁰⁵ Обузетост грађом замењује усредсређеност на потребе појединца у оквиру друштвене заједнице. „Упоредо са инситирањем на фонду, изграђивало се схватање да је потребно организовати приступ знању и уважити потребе корисника као појединаца – становиште које су најјасније изразили пионери јавног библиотекарства – да је библиотека друштвена установа која је имала своју улогу у организовању друштва. Док су једни у овоме видели друштвену контролу, други су заузели либералнији и напреднији став видећи у јавним библиотекама средство за ширење писмености и љубави према учењу.”¹⁰⁶ Управо ово питање контроле разматра и Дракер, констатујући да “савремена технологија дарује појединцу средства да заобиђе и надмудри тоталитарну контролу над информацијама.”¹⁰⁷

1.3.3. Отварање и умрежавање библиотеке

У општем контексту којем, поред дигитализације у свим доменима печат дају и снажне социоекономске промене, питање приступа културном животу и учествовања у њему налази се у средишту пажње као један од кључних момената у остваривању грађанског идентитета и саживота, диверзификације и остваривања културних права, у циљу развоја креативне, демократске европске средине.

У библиотекама у Француској последњих неколико година у пуном је замаху промовисање концепта „*bibliothèque – troisième lieu*“, у преводу „библиотека – треће место“, где наведени термин означава место сусрета, размене информација, социјалног контакта ; треће је по реду после куће и посла. У складу са Дракером констатацијом да посткапиталистичко друштво тражи доживотно учење, модел библиотеке као *трећег места* омогућава приступ информацијама и

¹⁰⁵ Весна Укропина, „Ка каталогизацији будућности: изазови и перспективе“, *Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012 (2013)*: 107-114.

¹⁰⁶ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 71.

¹⁰⁷ Draker, *Postkapitalističko društvo*, 145.

колекцијама свима. Тезу о *трећем месту* развио је амерички социолог Реј Олденберг, а карактеришу га, између осталог, следећа одређења: то је неутралан терен, који ублажава разлике међу људима, лако је доступно, са архитектонског аспекта гледано у равни са приземљем, то је друга кућа (*home-away-from-home*), обележена атмосфером игре.¹⁰⁸ Као што наглашава Бруно Мареска, „за разлику од других традиција, посебно англо-саксонске, култура у Француској остаје стриктно раздвојена од разоноде, и често нам је мрска помисао на везу коју публика остварује са тим универзумом у складу са шемама конзумације забаве.“¹⁰⁹ Ова карактеристика француског библиотекарства препозната је и раније, али је било потребно снаге и времена да се приступ промени: „Француска је дочекала 60-те године са врло застарелим концептом библиотеке, затвореним приступом у најзначајније и специјализоване, тако да је била очигледна потреба за оживљавање њиховог рада.“¹¹⁰ Насупрот томе, библиотека као треће место најављује еру где ће концепти информисања, па и учења бити обједињени са забавом (енг. *infotainment* – кованица настала сажимањем лексема *information* и *entertainment* – информација и забава; енг. *edutainment* – *educational entertainment* – учење кроз забаву, игру).¹¹¹

Како видимо, у ширењу овог концепта у Француској препознаје се утицај англосаксонског библиотекарства; у прилог томе говори и чињеница да се као пример добре праксе на веб-страници посвећеној развојним стратегијама Француске презентује нова идеја библиотеке оличена у концепту под називом *Idea Store*.¹¹² Реч је о библиотеци у лондонском округу *Tower Hamlets*, који је, суочен са тиме да је традиционални модел јавне библиотеке 'у крају' превазиђен, поставши недовољан да одговори на потребе и начин живота корисника, 1999.

¹⁰⁸ Mathilde Servet, „Les bibliothèques troisième lieu : Une nouvelle génération d'établissements culturels“, Bulletin des bibliothèques de France No 4 (2010), <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001#appelnote-4> (преузето 20.03.2016.).

¹⁰⁹ Bruno Maresca, Christophe Evans et Françoise Gaudet, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir* (Paris : Bibliothèque publique d'information, 2007), 121.

¹¹⁰ M. Dragičević Šešić, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“, 337.

¹¹¹ Servet, „Les bibliothèques troisième lieu : Une nouvelle génération d'établissements culturels“, Bulletin des bibliothèques de France No 4 (2010).

¹¹² France stratégie, „Élargir la participation à la vie culturelle : expériences françaises et étrangères“, République française, <http://www.strategie.gouv.fr/publications/elargir-participation-vie-culturelle-experiences-francaises-etrangeres> (преузето 20.03.2016.).

године покренуо иницијативу да се формулише нови облик приступа знању и информацијама, који би уједно био инклузивнији, партиципативнији и отворенији према свом окружењу. Овај нови тип културне установе обједињује услуге библиотеке и едукативног центра, који омогућава доживотно образовање, у оквиру концепције која се назива *street corner university* (универзитет на уличном ћошку, у смислу неформалног образовног центра у суседству, доступног свима). Иако традиционална књига и даље заузима централно место, назив *библиотека* је напуштен у корист имена *Idea Store* (енг.складиште, или продавница идеја). Акцент је на улози социјалне кохезије, омогућене различитим услугама и разноврсном понудом, која укључује и чување деце, едукативно-информативне радионице (на тему здравља, посла и сл.), курсеве, могућности за самообразовање, и тако даље. Да је овај концепт препознат од стране корисника, сведочи и податак да је „од отварања првог објекта *Idea Store* посећеност је троструко увећана, а број позајмица је порастао за 35%.“¹¹³ Сам назив ове установе сугерише на повезаност са потрошачким друштвом и усмереност ка њему, с једне стране; с друге стране, имплицирана је активна улога корисника, који на ово место долази по *идеју*, у смислу сазнања која га инспирише и наводи на даље активности.

Под оваквим утицајем и библиотека у Француској постаје место које је отворено, и губи свој елитистички имиџ који је наследила и неговала десетинама година уназад. Овакав традиционални концепт француских библиотека није нелогичан ако се има у виду историја настанка првенствено јавних библиотека у Француској, које су се у највећој мери развиле од манастирских и племићких збирки заплених у конфискацијама током револуције, и током година наставиле да негују о себи слику места које је доступно само одабраним, образованим слојевима друштва.

Ентеријер, па и понуда јавних библиотека у Француској прилагођен је у великој мери овом новом моделу *трећег места*; унутрашње уређење изазива импресију топлог и удобног простора, које ствара утисак дома, или бар пријатне гостољубиве куће. Од тихог, мрачног и помало строгог места библиотеке су се претвориле у светле, модерне просторе, без, или са врло мало преградних зидова.

¹¹³ Ibid.

У библиотеке се, у складу са све присутнијим концептом гејмификације¹¹⁴, уводе друштвене игре, па се тако по Француској јављају *лудотеке*, или чак *лудо-медијатеке*, као што је она у Фосу¹¹⁵. Такође, приступ преношењу знања по систему „покушај и научи“, који је, како смо видели, једна од карактеристика веба 2.0 и предиспозиција на којима се он заснива, довео је до појављивања такозваних *фаблабова*, у којима се знање преноси непосредним путем и омогућава овладавање различитим вештинама кроз праксу, а све то унутар библиотеке.

Примери овакве праксе, па и цео концепт *трећег места*, говоре с једне стране о самопреиспитивању улоге и начина библиотеке у данашњем друштву, али и, с друге стране, о жељи, спремности и вољи библиотеке да прихвати актуелне трендове у погледу комуникације, о спремности за експериментисање, о препознавању кључних идеја на којима почива феномен 2.0.

Управо у овом контексту веома је важно за институције културе и образовања да ухвате корак са савременим методама комуникације и функционисања генерално узев. „Креатори садржаја који не буду успели да се усагласе са овом новом партиципативном културом суочиће се са опадањем публике и прихода.“¹¹⁶

Библиотеке морају водити рачуна о томе да се дигитално окружење непрестано мења, развија се. Немогуће је успоставити трајан режим образаца у средини чије су карактеристике привремене, пролазне; свака пракса која се примењује мора константно бити предмет преиспитивања, евалуације, и као резултат тога, промене, прилагођавања. Као што је за појединца данас императив доживотно учење, тако је у извесном смислу и за библиотеку. „Међутим, могућности које нуди *Виртуелна реалност* нису развијене у потпуности, а разлози су и концептуална ограничења, као што је употреба нових медија на традиционалан и ограничен начин, реплицирање старих парадигми, отпор и сумња...“¹¹⁷

Императив је за библиотеку да пронађе модус да свој ригидни, непомични део на неки начин умекша, постајући флексибилнија, прилагодљивија,

¹¹⁴ Увођење елемената игре у пословно окружење, образовање, комуникацију.

¹¹⁵ Ludo-médiathèque de Fosse, <http://biblioludofosses.jimdo.com/>.

¹¹⁶ Henry Jenkins, „La culture de la convergence : Introduction“, http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23560/2007_21_31.pdf?sequence=1 (24.12.2015).

¹¹⁷ Ivana Ćirić : „, Interpretacija kulturnog nasleđa u virtualnoj realnosti“ *Kultura* 129 (2010): 297.

савитљивија, не дозвољавајући, притом, да то наруши њену суштину и основне принципе, задатке и темеље њеног функционисања. Уколико се то не догоди, уколико библиотека одбије, односно недовољно спремно или недовољно спретно прихвати медијске компетенције својих корисника млађе генерације, које они доносе из свог свакодневног живота, јаз који већ постоји између њих биваће с временом све дубљи. За наставак комуникације нужно је прихватити чињеницу да се она одвија на другачији начин. „Библиотеке су стању да испуне важну функцију, али само ако се понашају проактивно и ако мисле и делују у складу са жељама заједница корисника. Идеално би било да јасно дефинисана визија и концепт усмерен од стране корисника претходи комплетном развоју производа и услуга, нарочито када је у питању рад са виртуелним заједницама или њихов развој“¹¹⁸

Овај задатак, мора се признати, комплексан је и тежак за установу културе каква је библиотека. Библиотека по самој својој суштини тежи томе да обезбеди трајност, постојаност, уређен и стабилан систем који функционише на предвидљив начин, док прихватање нових комуникационих пракси подразумева спремност на готово свакодневно прилагођавање, напуштање дојучерашњих и прихватање сасвим нових модела, који ће већ сутра бити депласирани. „Говорећи речима Макса Вебера и библиотеке су бирократске организације. [...] Та чињеница собом носи бројне препреке за остварење мисије библиотеке у друштву. [...] У жељи да буде ефикасна, бирократска организација људе претвара у роботе што узрокује отуђење од посла, а тиме се доводе у питање основни циљеви и вредности библиотеке“.¹¹⁹

Сама суштина механизма и образаца понашања алата заснованих на вебу 2.0 подразумева непосредност, одсуство административног посредовања и тона, изразито индивидуалистички наступ и одсуство сваког институционалног формализма.

Једну од потешкоћа представља и проблем дигиталног идентитета, имајући у виду да, на пример, свако може на некој друштвеној мрежи да креира профил или страницу са подацима па чак и сликом неког појединца или институције. Велики изазов представља и унификација тона и усклађивање порука и оних који

¹¹⁸ Stigter, „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci“, *Kultura*, 129 (2010), 312.

¹¹⁹ Стокић Симончић и Вучковић, *Управљање библиотекама у добу знања*, 131.

их емитују међусобно, као и са мисијом библиотеке, како би се стекао утисак једниствености и монолитности, утисак да се ради о „личности“ библиотеке.

Али, библиотека 2.0 не значи само употребу алата веба 2.0 у библиотеци; овај концепт подразумева и „препуштање“ библиотеке вебу 2.0: прихватање да садржаји које библиотека поседује или које је креирала изађу ван њених зидова и њених алата, да ти садржаји постану доступни кроз неке друге алатке, апликације, платформе, сервисе, да почну да живе у неким другим световима. Искуства Конгресне библиотеке у Вашингтону, или општинске јавне библиотеке у Тулузу доказују ову тезу: њихове збирке фотографија много су видљивије, и много коментарисаније на друштвеној платформи Фликр, него што би то биле да су остале само на изворним веб-страницама ових институција.¹²⁰ Велики број библиотека које су окупљене у светски каталог *Worldcat* постале су свесне чињенице да ће њихови каталози бити далеко видљивији и кориснији ако користе *Google books*, него да остану затворени у своје информационе системе. „У данашње време, када је реч о откривању неког садржаја, веб је први медиј избора за оне који траже информације. Ни једна појединачна библиотека реално не може да се такмичи са светским добављачима информација у привлачењу корисника. Као одговор на то, OCLC је 2006. године потпуно преместио *WorldCat* на веб, заједно са *WorldCat.org*, бесплатном локацијом за претраживање библиотечких веб-страница. Од тада, милиони појединачних посетилаца сваког месеца приступају *WorldCat*-у, а многи од њих потом приступају услугама локалних библиотека.“¹²¹

И друштвене мреже општег типа представљају један од начина на који се остварује повезивање библиотеке не само са корисницима груписаним у заједнице, него и са самим вебом 2.0, успостављањем односа између нових медија и библиотеке, чиме се надаље остварује прогрес у развоју саме мреже, али и библиотеке, у некој врсти симбиозе. Дobar пример за то може бити однос Твитера и библиотеке: на први поглед је јасно какву добит може очекивати библиотека од овог актуелног медија – комуникација с корисницима и остваривање приснијег

¹²⁰ Bertrand Calenge, „ Web 2.0 : déclinaison bibliothécaires... “, *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?* 185-189.

¹²¹ Tom Stori i Lorkan Dempsi, „WorldCat – snaga globalne bibliotečke zajednice, efikasnost i zajedničko korišćenje izvora“, *Kultura*, 129 (2010): 334.

односа с њима, модернизација имиџа библиотеке, проширење круга корисника и слично. Пођемо ли корак даље, видећемо да постоји и домен у којем библиотеке могу допринети оваквом једном систему, а то је архивирање: ова посебно динамична и брза друштвена мрежа константно је упућена на актуелни тренутак, и нема димензију трајања, нити услове за озбиљније складиштење објављених садржаја. Постоје алати за претраживање у оквиру Твитера, али имају ограничења за претраге које се односе на садржаје старијег датума. Компанија је, препознајући тај недостатак, потписала са Конгресном библиотеком у Вашингтону споразум о похрањивању и заштити целокупних архива ове друштвене мреже, и то још 2010. године (четири године по оснивању). Приликом реализације овог амбициозног пројекта Конгресна библиотека се суочила са бројним изазовима, и техничким препрекама, и била је принуђена да ангажује стручњаке из различитих области како би се са њима изборила.¹²² Конгресна библиотека је оваквим иступањем и ангажовањем показала не само јасно признавање историјског и културног значаја овог новог информационог и комуникационог медија, него и спремност да се суочи са новим ризицима, да покуша, ступајући на још увек недовољно испитан терен, и да успе или извуче искуство, што је приближава токовима веба 2.0

Развој савремених технологија имплицирао је и умрежавање на свим нивоима, како у личном, приватном сегменту живота, тако, па и више, у професионалном, пословном, и институционалном окружењу. Друштво достиже свој виши ступањ са могућношћу остваривања директног контакта – комуникације, размене информација и сазнања између различитих повезаних јединки, без административних и просторно-временских ограничења. У домену библиотекарства посебан значај у овом смислу на глобалном нивоу имају Онлајн компјутерски библиотечки центар (OCLC), са својом базом података под називом Worldcat, као и европска дигитална библиотека – Европеана.

Онлајн компјутерски библиотечки центар основан је у Охају још 1967. године. Дефинисан је као непрофитна удружена рачунарска услуга и истраживачка организација посвећена олакшавању приступања светским

¹²² Michael Zimmer, "The Twitter Archive at the Library of Congress : Challenges for information practice and information", *First Monday* Vol. 20, No 7 (2015), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5619/4653>(преузето 21.02.2016.)

информацијама, уз смањење трошкова информација.¹²³ У кооперацији са библиотекама које су део овог система, OCLC креира и одржава највећи светски онлајн јавни каталог, *WorldCat*, у оквиру којег се данас може наћи велики број података из различитих стручних и научних области. *WorldCat* представља кооперативну мрежу утемељену на заједничком коришћењу података. Садржи записе из јавних и приватних библиотека из целог света, у формату MARC, који се могу преузети у локалне базе података, чиме престаје потреба за каталогизацијом сваке публикације на локалном нивоу.

Будућност ове мреже предмет је амбициозних планова надлежних за њено функционисање: „Наша визија је да снагу *cloud computinga* уведемо у активности библиотечког управљања. Ови мрежни алати за управљање библиотечким фондovima путем циркулације и испоручивања, штампања и лиценциране набавке, као и управљање лиценцама, изграђени су на новим технологијама и платформама које омогућавају библиотекама да прилагоде своје процесе рада, засноване на променљивој природи њихових фондова, корисника и процеса пословања“.¹²⁴ У марту 2015. године база података OCLC-а садржала је преко 336 милиона записа.

У контексту повезивања и дељења библиотечких садржаја креирањем глобалне мреже посвећене овим активностима, велики помак представља појављивање Европеане. Европеана је дигитална европска библиотека, коју је 2008. године покренула Европска комисија. Повезује и омогућава приступ различитим дигитализованим документима (књигама, аудиовизуелним садржајима, фотографијама, архивским документима), које обезбеђују институције културе из 27 земаља-чланица. „Еuropeана је створена да пружи интегрисани приступ милионима дигиталних извора обезбеђених из музеја, архива, библиотека и аудио-визуелних институција широм Европе. Књиге, часописи, филмови, географске карте, фотографије, музика [...] и тако даље, биће на располагању свима на увид и коришћење, уколико то дозвољавају власници.“¹²⁵

¹²³ OCLC, [„OCLC is a global library ...“], Online Computer Library Center, <http://www.oclc.org/en-US/about.html> (преузето 17.02.2016.).

¹²⁴ Stori i Dempsey, „WorldCat – snaga globalne bibliotečke zajednice, efikasnot i zajedničko korišćenje izvora“, *Kultura*, 129 (2010), 332.

¹²⁵ Stigter, „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci“, *Kultura*, 129 (2010), 305.

С обзиром на то да се различите институције користе различитим стандардима у обради и чувању грађе, Еуропеана их прилагођава сопственом стандарду који омогућава њихову унификацију, а следствено томе и претраживање. Почетком 2016. године, Еуропеана је садржала готово 50 милиона дигитализованих објеката. Еуропеана не архивира садржаје; она служи само као каталог за претраживање, и приступна тачка преко које се путем линкова долази до институција које су садржаје дигитализовале и понудиле на својим веб-страницама и порталима. То значи да дигитални садржаји нису похрањени на једном централном рачунару; они се налазе у мрежи у оквиру своје матичне институције, до које се стиже посредством Еуропеане, која поседује једино метаподатке који одређују дате садржаје. У Еуропеану је укључено хиљаду и по институција из целе Европе, међу којима су и Британска библиотека (*British Library*), париски Лувр, и многе друге. Као стратешки циљеви Еуропеане дефинисани су сакупљање, олакшавање приступа, дистрибуција садржаја, и придобијање корисника.

1.3.4. Имиџ библиотеке и библиотекарка као основ за репозиционирање у друштву

Савремени медији значајни су у контексту остваривања библиотекарске мисије и са аспекта доприноса активном приступу промовисању библиотека и редефинисању имиџа библиотекарске струке у јавности. Овај аспект је изразито важан, посебно у данашњем времену када се оно што није присутно у медијима на овај или онај начин доживљава од стране ширих слојева јавности готово као непостојеће. У том смислу улога савремених медија има велики, рекли бисмо пресудан значај у повећавању видљивости библиотеке у друштву, бољег препознавања њене улоге и мисије генерално, а посебно у времену знања. Повећањем видљивости остварује се и већа транспарентност, а на тај начин и приближавање библиотеке и припадника професије јавности, посебно млађим генерацијама. Јаснији, снажнији, бољи имиџ библиотеке као установе није важан само у контексту реализације позитивне комуникације и интеракције са јавношћу и корисницима; исто тако, па и више, значајно је остварити већу

препознатљивост, ојачати, нагласити и позитивно обојити њену слику као друштвено неопходне институције ради стицања финансијске и других видова подршке неопходних за њено функционисање и даљи развој. Приметан је и раскорак између виђења припадника библиотекарског позива, који су поносни, мотивисани, доживљавају библиотекарство као драгоцену професију, односе се с поштовањем према вредностима које чувају и деле, и виђења спољне јавности која перципира библиотекарску струку готово као превазиђену. Овај тренд није нови, али рекло би се да са развојем информационих технологија добија на интензитету.

Другим речима, имиџ библиотекарске професије и самих библиотека заостаје, не прати ову промену; изостанком емитовања медијске поруке, пасивним приступом у ери (интер)активног императива, библиотека постаје маргинализована институција, чиме се доводи у питање потпуност остваривања њених функција. У том смислу, у савременој медијској ситуацији додатни проблем за библиотеке представља чињеница да ове значајне институције културе као баласт вуку неповољну слику о себи у јавности. Реч је о својеврсном парадоксу — да једна од најдуговечнијих професија данас није у довољној мери вреднована и друштвено и статусно уважена. Парадоксална је и чињеница да у садашњем тренутку, на преласку у друштво знања, како то каже Дракер, када значај информације прогресивно расте, а знање постаје најдрагоценији ресурс, место на којем је знање најдоступније, где је информација проверена и релевантна, то место, односно библиотека, нема довољан углед, а њена улога тиме постаје маргинализована.

Исто тако, често у јавности постоје стереотипне представе о библиотекарима, које такође негативно утичу на имиџ овог занимања. „Слика библиотекара у мас-медијима може се сврстати у неку од следећих пет међусобно различитих категорија: библиотекарка уседелица, библиотекар полицајац (библиотекарка полицајка), библиотекар(ка) као пародија, неспособни библиотекар (неспособна библиотекарка), и библиотекар-херој (библиотекарка-хероина). Перцепција професије библиотекара у јавности нешто је другачија; иако

су библиотекари најчешће описани позитивним терминима, готово да уопште не постоји свест о знањима, вештинама, пословима и образовању библиотекара.”¹²⁶

У многим библиотекама у Србији често постоје спорадични напори, много пута на индивидуалном нивоу, да се библиотеке ослободе негативног имиџа застареле институције која припада епохи на заласку, али стиче се утисак да такве активности недовољно координисане, осмишљене и уклопљене у неку општу, дугорочну стратегију библиотеке. „Када библиотека нема план односа с јавношћу, када циљне групе и методе комуникације нису јасно дефинисани, када је језик комуникације неразумљив, библиотека, заправо, показује да нема стратегију развоја у којој би јавност могла препознати свој интерес.”¹²⁷ Због тога су организоване и добро усмерене, стратешки утемељене активности из домена односа с јавношћу и маркетинга изузетно значајне за даљи развој библиотеке у актуелном тренутку.

Клод Молар наглашава улогу комуникационе стратегије у промотивним активностима у култури: „Промоција сваког појединог пројекта у култури наћи ће се у незавидном положају ако не постоји ваљана комуникациона стратегија. Активност комуникације синтетичког је карактера. *Зашто баш таква стратегија? За кога? Како?* То су питања које одговорно лице установе културе у фази замисли саме делатности или неке друге културне манифестације треба себи да постави, и то што је раније могуће, много пре отварања установе за публику или много пре почетка одржавања манифестације.”¹²⁸ Молар даље разрађује свако од ових питања, па тако међу одговорима на питање „Зашто?” наводи следеће могућности: да би се постигао одређени ниво угледа установе; да би се подстакло учешће публике у пројекту; да би се подржао квалитет предложене уметничке продукције; да би културни пројекат могао да одигра и улогу покретача локалног развоја. Питање „За кога?” доноси пет могућих одговора, у виду различитих циљних група; прелазак са нејасне категорије публике на категорије циљних група Молар представља као усвајање волонтаристичке стратегије. У прву циљну групу спадали би доносиоци одлука,

¹²⁶ Maura Seale, *Old Maids, Policeman, and Social Rejects: Mass Media Representations and Public Perceptions of Librarians* Electronic Journal of Academic and Special Librarianship, http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v09n01/seale_m01.html (преузето 19.12. 2014.).

¹²⁷ Стокић Симончић и Вучковић, *Управљање библиотекама у добу знања*, 189.

¹²⁸ Klod Molar, *Kulturni inženjering*, (Beograd : Clio, 2000), 128-129.

другу циљну групу дефинише као посреднике, трећу као партнере, четврта циљна група је публика, а пета јавно мњење. Одговор на питање „Како?“ морао би да буде последица добро утврђене стратешке концепције, подразумевајући и проналажење адекватних средстава за његово спровођење. Према Молару постоје три стратешка облика који се не морају нужно међусобно искључивати. То су стратегија утицаја, која подразумева и одлуку да ли је циљна публика првенствено локалног или националног карактера; стратегија догађаја, која се дефинише насрам нивоа сталности програма, при чему је важно нагласити да давање предности сталним колекцијама у односу на повремене догађаје неминовно доводи у повлашћен положај установе као што су позоришта у односу на институције попут библиотека; и на крају стратегија догађаја – најстарија стратегија, која подразумева снажне маркетиншке активности, у циљу везивања публике за генералну политику куће.¹²⁹

У конкретној примени разрађене комуникационе стратегије важно је осмислити и поштовати *план комуникације*, који мора подразумевати и осмишљавање његовог финансирања. Приступ оваквом плану разликује се у односу на то да ли се ради о сталним активностима, где је циљ истицање вредности дате институције културе, или о повременим догађајима, у ком случају план зависи од природе манифестације о којој је реч.

Незаобилазну ставку у планирању представљају људски и финансијски ресурси, што наглашава улогу руководећих структура на челу са директором или управником културне институције, који „мора да схвати, да подстакне и да помогне руководиоцу комуникација.“¹³⁰

С тим у вези је и појам мисије и визије културних установа. Визија представља дугорочни стратешки циљ организације, који треба да буде дат на инспиративан, мобилизаторски и амбициозан начин; она је окренута будућности и носи са собом вредности које у организацији постоје можда тек у назнакама. Мисија, као дефиниција установе и њеног основног смисла, веома се ретко мења; мисија представља полазну основу за исказивање циљева и задатака. Циљеви, искази крајњег резултата, тачке су које желимо да достигнемо; увек се исказују за

¹²⁹ Ibid, 129-131.

¹³⁰ Ibid, 132.

одређени период и представљају полазну основу за мерење и евалуацију достигнућа.¹³¹

Често се односи с јавношћу међу и маркетинг у библиотекама међу припадницима библиотекарске професије посматрају са извесном дозом презира, као некаква помало вулгарна активност, и самим тим недостојна институције каква је библиотека. Међутим, оно што заговорници оваквих теорија губе из вида јесте да је за остваривање мисије библиотеке неопходно имати разумевање и подршку јавности, а она се стиче управо кроз добро усмерене, правилно каналисане, координисане и добро усклађене и одмерене односе с јавношћу и маркетиншке активности.

Треба нагласити да су односи с јавношћу и маркетинг различите дисциплине, али да су међусобно испреплетане и да заједно чине једну комплекснију целину. Како каже дефиниција Америчког друштва за односе с јавношћу (PRSA)¹³², односи с јавношћу су стратешки комуникациони процес који изграђује везу између организација и њихове публике, на обострану корист. Овде би се могло додати да се публика у овом контексту може схватити, а можда би је и требало схватити у ширем смислу, тако да обухвата не само публику одређене институције, већ и ширу јавност, што би значило и потенцијалну публику, као и унутрашњу јавност, односно све оне који су на било који начин професионално везани за ту организацију. Према једној другој дефиницији, односи с јавношћу имају задатак да стварају и одржавају репутацију, с циљем да се оствари разумевање и подршка, као и да се утиче на мишљења и понашања циљаних јавности.

Насупрот томе, навешћемо и неке од бројних дефиниција маркетинга. Ево како је маркетинг одредио Робин Фарли: „Маркетинг је функција менаџмента која организује и усмерава све пословне активности садржане у процењивању и преобраћању куповне моћи потрошача у ефикасну тражњу за одређеним производом или услугом и у усмеравању тог производа или те услуге крајњем

¹³¹ Milena Dragičević-Šešić i Branimir Stojković, *Kultura : menadžment, animacija, marketing* (Beograd : Clio, 2011), 88.

¹³² Public Relations Society of America, <https://www.prsa.org/>.

потрошачу или кориснику, како би се остварио профит или други циљеви које је фирма одредила.¹³³

Према најновијој дефиницији Америчке асоцијације за маркетинг (*American Marketing Association – АМА*), маркетинг је активност, низ усвојених образаца и процеса за стварање, преношење информација, испоручивање и размену понуда које имају вредност за потрошаче, клијенте, партнере, и друштво генерално.¹³⁴

Када је реч о примени маркетинга у библиотекарству, објекат маркетиншког деловања биле би колекције, услуге и програми библиотеке. С друге стране, односи са управом на локалном и државном нивоу, комуникација међу запосленима у хоризонталном и вертикалном смислу, развојне стратегије, изградња корпоративног имиџа, *fundraising* — све су то категорије које припадају области односа с јавношћу. За маркетинг у библиотекама веома је битан концепт који у фокус ставља корисника, тако да се све даље активности организују спрам његових потреба, жеља и очекивања. „За крај можемо навести још једну од честих заблуда — редукцију односа с јавношћу на само једну димензију, на односе с медијима. Иако су медији међу најважнијима, ако не и најважнији код формирања јавног мњења, ипак у већини случајева нису наша главна циљна јавност, већ оруђе и пут којим досежемо до своје циљне групе.“¹³⁵

За реализацију свих успешних односа с јавношћу, маркетиншких активности, па и оних у библиотекама, кључан је појам циљних група. Успешна презентација може се остварити само уз добро познавање публике: морамо бити свесни тога ко су заправо они којима се обраћамо, каква су им интересовања, навике, стандард, који проблеме их муче, какве имају жеље, а какве предрасуде. Само на тај начин успећемо да допремо до њих, и да им поручимо, пренесемо, оно што желимо да знају.

¹³³ Robin Farli, *Direktni marketing* (Beograd : Clio, 1996), 13.

¹³⁴ American Marketing Association, „Definition of Marketing“, <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (преузето 18.12.2015.).

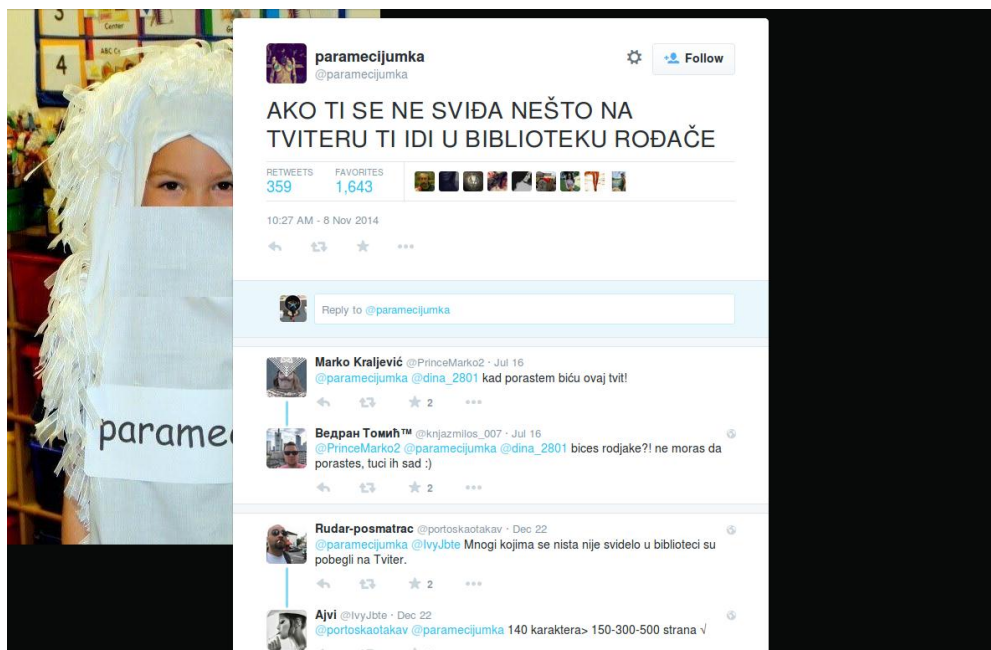
¹³⁵ Mladen Miroslavljević, *Odnosi s javnošću* (Banja Luka: Besjeda : Banja Luka College, 2008), 22.

1.3.5. Ризици и дилеме у коришћењу модерних комуникационих канала

Употреба модерних канала комуникације, а нарочито друштвених мрежа, носи са собом и одређене ризике, дилеме и опасности. То није терен који је „природна средина“ за библиотеку, која почива на одређеним принципима и одређењима карактеристичним за институције културе.

На први поглед могло би се закључити да културна институција каква је библиотека, нарочито када је реч о националним и високошколским библиотекама, ризикује да наруши свој идентитет, да се игра својим угледом, да долази у опасност да се компромитује и изгуби своју душу, експериментишући са Фејсбуком, Твитером, Јутјубом и сличним платформама. Постоји очигледан несклад између установе која је стожер културе у институционалном смислу, и алата за дистрибуцију баналних сегмената свакодневице, које многи као такве презиру.

Али отпор се осећа и са друге стране; корисници Твитера, примера ради, често библиотеку доживљавају као потпуну супротност свих „вредности“ које прокламује ова друштвена мрежа: неконвенционалности, неформалности, потпуне слободе изражавања, непостојање административних ограничења. Насупрот томе, библиотека представља ред, чврста правила организације и понашања, који понекад изазивају бунтован став првенствено млађих корисника ове друштвене мреже, као што се види у наведеном примеру:



Слика 4: Комплексан однос Твитера и библиотеке

Твит у наведеном примеру има 1643 „лајка“, а ретвитован је 359 пута у моменту када је преузет, што указује на то да се велики број корисника препознао у цитираном напису.

У том смислу поставља се питање колико библиотека може да се наметне као ауторитет кроз такав канал комуникације, који је у некој мери негира, и у великој мери недовољно респектује. Питање је и колико су такви медији и начини презентације примерени институцији културе каква је библиотека, и колико је за библиотеку могуће да задржи своју суштину, углед, дигнитет, и вредности које заступа, а да притом наступа кроз ово и слична комуникациона средства.

Још један аспект овог проблема чини практичне, оперативне потешкоће у вези са организацијом посла: како обезбедити кохерентност наступа, хармоничност поруке и склад презентације у ауторској множини; како наступити, са којим идентитетом, са каквим тачно циљем? „Изузетно је битно да, унутар једне установе културе, сви појединци говоре истим језиком и да, уз помоћ јединствено припремљеног материјала, шире исту поруку.“¹³⁶

¹³⁶ Molar, *Kulturni inženjering*, 132.

Потешкоћу за библиотеке, када је реч о позиционирању првенствено на друштвеним мрежама, и помоћу других сервиса веба 2.0, представља то што нови медији захтевају суштинско разумевање дигиталног идентитета. Развој присуства на мрежи изван онога које је одређено официјелним страницама и порталима, захтева размишљање о начину на који ће библиотека презентовати свој идентитет на мрежи. Поента је у томе да није довољно само наставити са званичним представљањем, као да је реч о некој врсти продужетка официјелне веб-странице. То не значи да се не треба ослонити на званични идентитет, посебно ако се ради о институцији изграђеног имица и интернационалног статуса. Има више примера великих светских библиотека које су без даљег развијања стратегије, следећи праксу званичних односа с јавношћу своје установе, оствариле значајан успех на друштвеним мрежама, као што су Конгресна библиотека у Вашингтону, и Британска библиотека у Лондону (која илустрације ради, почетком 2016. године има чак милион 240 хиљада пратилаца на Твитеру). Ипак, неопходно је јасно дефинисати и добро осмислити прецизан уреднички концепт; појединци много лакше успевају на друштвеним мрежама јер њихова личност остварује уредничку улогу. Институције су по својој природи имперсоналне, немају личност коју би могле да аутоматски пројектују на профил и тако му обезбеде потребну конзистенцију, доследност, униперсоналност – за то је нужна добра, препознатљива, снажна уређивачка концепција.

Једна од основних одлика веба 2.0 јесте и допринос јавности, односно корисника у креирању садржаја, што носи своје ризике: поред тога што доноси лаички печат институционалном деловању, стимулација јавности да да свој допринос подразумева свакако и запослене у библиотеци, а то нас доводи до питања да ли је за институцију пожељно и за њен имиц корисно да сви запослени јавно износе своје приватне ставове и личне ауторске творевине, чији професионални квалитет и наступ у смислу презентације библиотеке могу бити предмет сумње.

Данак релативизацији простора и времена коју са собом носе модерни медији у контексту библиотека представља и губљење јасне дистинкције између оригинала и репликае, прошлости и садашњости, објекта и интерпретације, што неминовно доводи до измењеног контекста сагледавања одређеног садржаја, који

се у измењеном издању појављује пред очима корисника. С тим у вези је и један од важнијих проблема који се јавља када је реч о дисеминацији библиотечких садржаја и њиховом дељењу кроз различите агрегаторе и платформе; то је питање права над емитованим подацима. Да ли интереси библиотеке могу да се изгубе под првенствено комерцијалним мотивима који у највећој мери представљају основне нити мреже? Не треба заборавити, примера ради, да је самим отварањем налога на Фејсбуку корисник дао сагласност да ова платформа региструје све објављене информације и да има право да их користи без додатног одобрења.

Ово су озбиљна питања и теме које не би требало олако оставити по страни када се говори о новим медијима у библиотекама. Библиотеке све ове аспекте морају темељно сагледати ако желе да се успешно прилагоде овој еволуцији која је у току, у покушају да оживе своје односе са корисницима и широм јавношћу.

Приликом разматрања улоге веб 2.0 треба имати на уму да његове алатке могу знатно изменити методе и процес рада у библиотекама, да ће у великој мери и трајно утицати на услуге, колаборативни рад и друге сегменте библиотечке делатности. „Али веб 2.0 неће суштински изменити лице библиотеке нити њен статус: јавне установе у колективној служби сачуваће своју институционалну димензију, у смислу организације и начина функционисања, а то ће бити у успешнијој симбиози са њиховим корисницима“.¹³⁷

Свакако, никада не треба губити из вида правило да је сваки медиј добар слуга, али зао господар, што потврђује и Режи Дебре: „... према сваком 'револуционарном медију' треба се поставити езоповски као према најгорем и најбољем могућем изуму.“¹³⁸ Да би био „најбољи изум“, да би био добар слуга, треба га одлично упознати, треба њиме овладати; ако направимо ту грешку да га идеализујемо, или му се препустимо – ми губимо. Другим речима: са медијима који су производи нових технологија треба се суочити, они се морају користити како би се савладали. „Судбином технологије нећемо загосподарити тако што ћемо јој окренути леђа. Наша одговорност се налази у разумевању њене логике да бисмо што је могуће боље предвидели њене последице.“¹³⁹

¹³⁷ Calenge, „Web 2.0 : déclinaison bibliothécaires... “ у *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?*, 187.

¹³⁸ Debre, *Uvod u mediologiju*, 234.

¹³⁹ Ibid, 252.

2. БИБЛИОТЕКЕ И БИБЛИОТЕКАРИ У АКТУЕЛНИМ КУЛТУРНИМ ОКЛОНОСТИМА : НА ПРИМЕРУ ФРАНЦУСКЕ И СРБИЈЕ

2.1. Културна политика и културни модели

Да би се обухватила сва комплексност положаја библиотеке као институције унутар друштвеног система две земље које се у овом раду пореде, неопходно је сагледати опште карактеристике културне политике Француске и Србије.

Савремена културна политика дефинише се као „свесно регулисање јавног интереса у области културе и одлучивање о свим питањима везаним за културни развитак једног друштва.“¹⁴⁰

Ради бољег поимања, културна политика сваке земље може се сврстати у један од шест модела који су уобличени на основу заједничких карактеристика и уочених сличности у културним политикама конкретних земаља, а то су либерални, парламентарни, државни бирократско-просветитељски, државни престижно-просветитељски, национално-еманципаторски и регионално/језички/етнички дефинисани модели.¹⁴¹ Према типологији коју су установили канадски аутори Хари Хилман Шартран и Клер Маккафи, у оквиру прва четири модела држава има различите улоге, које су именоване као фацитатор, патрон, инжењер и архитекта. Може се остварити и мешавина ових улога, што би представљало повезани државни приступ.¹⁴²

Први од ових модела, либерални модел, заступљен је у Сједињенима Америчким Државама. Држава, као *фацитатор*, у овом случају има улогу да подстиче приватни сектор и цивилно друштво да улажу у културу, омогућавајући да они у томе препознају свој интерес. Идеја је да држава притом остаје неутрална, како би се избегао њен утицај на развој културе. Предност овог модела

¹⁴⁰ Dragičević Šešić i Stojković, *Kultura : menadžment, animacija, marketing*, 35.

¹⁴¹ Ibid, 37-41.

¹⁴² Harry Hillman Chartrand & Claire McCaughey, „The Arm's Length Principle and the Arts: An International Perspective - Past, Present and Future“, in *Who's to Pay? for the Arts: The International Search for Models of Support*, eds. M.C. Cummings Jr & J. Mark Davidson Schuster (N.Y.C: American Council for the Arts, 1989), <http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Arm%201%201989.htm> (преузето 18.03.2016.)

огледа се у разноликости модалитета финансирања, где појединци, корпорације и фондације имају слободу избора у погледу одлуке о давању подршке одређеној уметности, уметнику, појекту, или организацији. Слабост либералног модела лежи у томе што се креирањем тржишта културних добара нагласак ставља на публику масовне културе.

У парадржавном моделу држава, означена као *патрон*, делегира своје ингеренције у области културе на изабрано тело, што је описано концептом *arm'slength* (одстојање, на одстојању)¹⁴³. Држава у овом моделу, за који је најпознатији пример Велика Британија, наступа покровитељски, истовремено се трудећи да подстиче елитне установе културе и да подржи уметничке активности локалних заједница намењене широј публици. Задатак овог тела је, између осталог, и да ограничава утицај тржишта на уметност. Овом моделу се замера да пропагира елитизам, што је оличено у догађају који је уздрмао Уметнички савет (*Arts Council*) Велике Британије 1983. године, када је један огорчени грађанин запалио скулптуру уметника Дејвида Мача која је представљала огромну подморницу, начињену од ауто-гума.¹⁴⁴

У државном бирократско-просветитељском моделу културне политике Хилман Шартран и Маккафи државу називају *инжењером*. Област културе зависна је од државе и њених органа, који контролишу, планирају и усмеравају свеукупне културне активности. Држава стимулише, практично дозвољава, само културно-уметничко изражавање које одговара политичкој идеологији на власти, које усмерава и обликује 'поданике' према актуелним потребама владајућих структура. С тим у складу, овај модел карактеристичан је за социјалистичке и тоталитарне друштвене системе, али се јавља и у социјалдемократским облицима друштвеног уређења; сусреће се у Кини, Вијетнаму, на Куби, био је заступљен у Совјетском Савезу.

Државни престижно-просветитељски модел културне политике, у којем држава фигурира као *архитекта*, настао је у Француској, која „овај модел доживљава не само као кључни чинилац националног идентитета већ и као онај део одговорности и послова државе који су од пресудног значаја за имиџ и

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Paul Gallagher, „David Mach’s Incredible Sculptures“, *Dangerous minds* (2010), http://dangerousminds.net/comments/david_machs_incredible_sculptures (преузето 18.03.2016.)

престиж земље у свету.“¹⁴⁵ Француска је у том смислу све од оснивања министарства за културу, 1959. године, остваривала пресудан утицај како на земље у окружењу, тако и у ширим европским оквирима. У овом моделу кључну улогу у културном развоју има јавни сектор, а држава финансира културу посредством министарства или департмана за културу. Културна политика се обликује уз настојање да се оствари баланс између елитистичке и популистичке концепције. И овај модел има своје предности и мане: његова снага је у томе што културни пројекти и активности не трпе притисак финансијске зависности од успеха код публике; с друге стране, дугорочно гледано, оваква организациона политика најчешће доводи до 'уљуљкавања' и стагнације у креативном изражавању.

Национално-еманципаторски модел културне политике јавља се најчешће у друштвима у којима је дошло до оштрог заокрета у погледу друштвено-политичког уређења и организације власти; у настојању да се у потпуности одвоје и ограде од претходног режима представници владајућих структура раскидају и са његовим културним моделима и тековинама, без обзира на њихову уметничку вредност. Превасходни критеријум за одређивање значаја културног остварења представља етничко одређење, што често доводи до поларисања између представника културне елите окренуте универзалним културним вредностима, и ширих слојева мање образоване публике. Овакав модел среће се у Казахстану, Сенегалу, Перуу, Молдавији.

Регионално/језички/етнички дефинисани модели културне политике представљају специфичне децентрализоване облике, који су заступљени у државама у којима постоји већи број аутономних културних политика. У неким случајевима таква диференцијација заснована је на регионалној подели, као у Швајцарској, или на језику, што је пример Белгије. Немачка је такође представник оваквог модела, будући да су надлежности државе за послове културе пребачене на регионе и њихове секретаријате за културу.¹⁴⁶

¹⁴⁵ Dragičević Šešić i Stojković, *Kultura: menadžment, animacija, marketing*, 39.

¹⁴⁶ Ibid, 40-41.

2.2. Француски културни модел

За француски културни модел значајно је установљивање министарства културе, што је институција коју је Француска увела први пут у свету. Ово министарство се од 1997. године у Француској назива Министарство културе и комуникација. Министарство културе основао је 1959. године тадашњи председник републике Шарл де Гол, поставивши за првог министра интелектуалца, писца и политичара, Андреа Малроа (1901-1976)¹⁴⁷, а овај пример следиле су многобројне земље у свету. Кроз ове значајне културно-историјске податке отвара се угао за сагледавање Француске као земље која је предводник прогресивних тенденција на пољу културног развоја, и поборник иновативних, пионирских решења у области културне политике.

Малро, као први министар културе, снажно је обележио француску културну политику. Саму идеју за оснивање министарства културе заједнички су разрадили и реализовали де Гол и Малро: „према њиховој замисли ово министарство треба да делује у циљу јачања француске културе и њеног престижа у свету, односно да својим деловањем буде један од суштинских и најважнијих чинилаца стварања слике о Француској, као културној сили.“¹⁴⁸ То ново министарство, као престижна, месијанска визија културе, представља пример без преседана у историји; а Малро, генијални пророк, са својом прагматичном и ратоборном администрацијом остварио је утицај државе у домену културе, који је утемељио традицију и моделе на које се Француска и данас ослања.¹⁴⁹

Као што је претходно наведено, Француска је земља у којој културна политика функционише у оквиру државног модела, што значи да јавни сектор остварује доминантну улогу у развоју културе, који је у потпуности подређен државним органима. Од неколико специфичних облика који се издвајају унутар државног модела, у Француској је заступљен престижно-просветитељски модел,

¹⁴⁷ Осим што се бавио политиком, Малро је био и књижевник, и теоретичар уметности. За роман „Људска судбина“ добио је Гонкурову награду 1933. Учествовао је у Шпанском грађанском рату, а током Другог светског рата био је активан члан Покрета отпора.

¹⁴⁸ М. Dragičević Šešić, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“ (magistarski rad, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, 1981.), 41.

¹⁴⁹ Alexandre Mirlesse et Arthur Anglade; „Quelle politique culturelle pour la France?“ (2006), <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf> (преузето 20.03.2016.).

чија је основна одлика да надлежне државне структуре осмишљавају стратегију културног развоја, укључујући и финансијски аспект, планирање и ангажовање неопходних ресурса, и односно обезбеђује и одређује финансијска средства неопходна за културни развој, планира и ангажује све ресурсе потребне за остварење културног развоја и користи инструменте културне политике помоћу којих управља културним животом. За овај концепт карактеристично је да су култура и културни развој појмови од националног значаја, који су утицајан фактор у креирању имиџа државе у интернационалним оквирима. „Главни циљ културне политике Француске је учинити културу доступном свим грађанима, уз истовремено повећање учешћа свих грађана у културним активностима и културном развоју земље, што се посебно односи на француску културу и дела француских аутора.“¹⁵⁰ У складу са законским одредбама, акције владе Француске се с једне стране односе на заштиту, очување, одржавање, развој, промоцију, дифузију и побољшање културног и уметничког наслеђа које се сматра заједничким власништвом целе нације, а с друге стране на заштиту, промовисање, подржавање и охрабривање културне и уметничке креативности. Ови напори имају значај у спречавању гушења и сузбијања креативности и стваралаштва, што је једна од одлика државног модела културне политике. У складу с главним циљем укључивања свих грађана у културни живот Француске, влада је такође преузела одговорност уметничког и културног едуковања грађана, стављајући културно образовање у исту раван са формалним образовањем.¹⁵¹ Посебан значај има међуминистарска сарадња, где треба поменути сарадњу између Министарства културе и Министарства образовања. Држава одређује и обезбеђује средства за финансирање културних институција и пројеката, и то двојачко: директним управљањем националним установама, или субвенционисањем локалних заједница и установа културе. Држава покушава да оствари баланс између своје доминатне улоге у културном развоју која неминовно има уплив на свеукупност културне организације и понуде, и подстицања креативних искорака и иновативних, независних уметничких остварења. „Са становишта Министарства,

¹⁵⁰ Zorana Vraneš „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa“, <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2011/0023-51641130128V.pdf> (преузето 17.03.2016).

¹⁵¹ Ibid.

прилагођавање нормама омогућава да се обезбеди кохерентност културне политике, али са становишта заједница које користе таква преимућства то исто значи и обавезно подвргавање културном и уметничком избору који није увек и њихов сопствени.¹⁵²

С тим у вези је и појам децентрализације културе, под којим се у Француској, као и у највећем броју западних земаља, подразумева активност којом се остварења у области културе преносе из престонице у што већи број регионалних културних центара. Овај појам често се узима као синоним са изградњом домова културе.¹⁵³ Домови културе као производи децентрализације представљају оригинални француски концепт. Њихово оснивање покренуо је Андре Малро по доласку на функцију министра културе; сам Малро је инсистирао на разлици између француског и совјетског појма дома културе, „говорећи да је совјетски дом културе намењен свима – а француски свакоме. На овој лингвистичкој дистинкцији Малро је покушао да одреди начин деловања и обраћања дома културе, који би био у складу са француском традицијом, инсистирањем на индивидуализму културних потреба, на протесту против хомогенизације, на давању слободе избора.“¹⁵⁴

Посебан значај у овом смислу има Национални центар за уметност и културу „Жорж Помпиду“, који је замишљен као модел комплексног културног центра будућности, и као такав представља есенцијализацију идеја француске културне политике.¹⁵⁵ До оснивање ове установе дошло је из настојања да се акцентује развој савременог француског уметничког стваралаштва, који није био довољно наглашен кроз реализацију програма и активности које су спроводили домови културе, задржавајући се више на елементарним циљевима дифузије уметничких пројеката. Кључну улогу у оснивању ове институције одиграо је тадашњи председник републике Жорж Помпиду, који је 1969. предложио изградњу новог културног центра на платоу Бобур, који би поред разноврсне уметничке понуде укључивао и библиотеку.

¹⁵² Molar, *Kulturni inženjering*, 51.

¹⁵³ M. Dragičević Šešić, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“, 236.

¹⁵⁴ Ibid, 294.

¹⁵⁵ Ibid, 358.

Паралелно са развојем ових планова, текло је, почев од 1967. осмишљавање пројекта оснивања нове библиотеке, будуће Јавне информативне библиотеке, да би у једном тренутку ова два пројекта била интегрисана у један, што је резултирало отварањем Центра и Библиотеке у јануару 1977. године¹⁵⁶. Центар представља јединствен пример у Француској, имајући у виду његову величину и разноликост активности које нуди: сталне и привремене изложбе, пројекције документарних и играних филмова, позоршне представе, концерти, дечје радионице, трибине, дебате и друго.¹⁵⁷

Са аспекта значајне улоге Бобура, нарочиту важност у развоју француског културног идентитета има специфично архитектонско решење, чија је естетика изазивала опречна мишљења, као својевремено Ајфелова кула, или Пирамида у Лувру. Архитекте које су га осмислиле, Ренцо Пјано и Ричард Роџерс¹⁵⁸, дефинисале су ово решење као *еволутивни просторни дијаграм*, наглашавајући техничке карактеристике овог пројекта које га чине јединственим у светским размерама, стварајући од њега прототип за нову генерацију музеја и културних простора уопште.

Ова јавна установа налази се под ингеренцијом министра задуженог за културу. Он контролише потрошњу ресурса и, у сарадњи са министром економије и финансија, одређује буџет установе.¹⁵⁹ Према податку из 2005. године, буџет Центра је износио близу 100 милиона евра, од чега је 70 милиона субвенција државе.¹⁶⁰

За крај овог кратког осврта на Центар Жорж Помпиду навешћемо Бодријарово позитивно конотирано поређење Центра и параметара потрошачког

¹⁵⁶ <https://www.centrepompidou.fr/> .

¹⁵⁷ F. Leleu, „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou“ (*Diplôme de conservateur de bibliothèque : mémoire d'étude, ENSSIB, 1994*), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62039-les-relation-entre-la-bpi-et-le-centre-georges-pompidou.pdf> (преузето 23.03.2016.).

¹⁵⁸ Renzo Piano, Richard Rogers.

¹⁵⁹ Loi No 75-1 du 3/1 1975 portant création du centre national d'art et de culture Georges Pompidou, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068487&dateTexte=vig> (преузето 23.03.2016.).

¹⁶⁰ Centre Pompidou, „Le Centre en chiffres“, <https://www.centrepompidou.fr/media/document/35/25/35251a5f2110e63430a3feaf419eb3bd/normal.pdf> (преузето 23.03.2016.).

друштва: „Први пут, Бобур је на висини културе као што је хипермаркет на висини робе.“¹⁶¹

2.2.1. Положај библиотеке и библиотекара у Француској

Библиотека у Француској има јасно одређену улогу, препознату као један од темеља демократског система вредности, што наглашава њену друштвено-одговорну функцију: „Библиотека је јавни сервис неопходан за остваривање демократије. Она мора да осигура једнак приступ читању и документарним изворима да би омогућила интелектуалну независност сваког појединца и да би допринела напретку друштва.“¹⁶² Овако је библиотека одређена у Повељи о библиотекама, коју је у новембру 1991. године усвојио Виши библиотечки савет.¹⁶³ Даље се прецизира да доступност фондовима подразумева лак физички приступ библиотеци, радно време прилагођено потребама корисника, и коришћење техничких могућности за комуникацију на даљину. Како видимо, посредовање савремених медија препознато је и у овом документу као једна од битних претпоставки за остваривање мисије библиотеке у данашњем тренутку у демократски одређеној средини, с нагласком на чињеници да је повеља усвојена пре 25 година.

Библиотечки систем у Француској утемељен је на разликовању три типа библиотека, а то су национална, јавна и универзитетска библиотека.

Првом типу припада Национална библиотека Француске (*Bibliothèque nationale de France – BnF*), као јавна установа под окриљем Министарства

¹⁶¹ Jean Baudrillard, *L'Effet Beaubourg : implosion et dissuasion* (Paris : Éditions Galilée, 1977), 32-33.

¹⁶² Charte des bibliothèques : adopté par le Conseil supérieur des bibliothèques le 7 novembre 1991, <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1096-charte-des-bibliotheques.pdf> (преузето 25.03.2016.)

¹⁶³ Conseil supérieur des bibliothèques (CSB) – међуминистарско тело које је постојало од 1989. до 2000. године са циљем да анализира стање и даје предлоге надлежним инстанцама задуженим за област библиотекарства. Повеља о библиотекама коју је усвојио Савет представља документ који је требало да претходи усвајању закона о библиотекама.

задуженог за културу, са мисијом која је генерално карактеристична за националне библиотеке, о којој ће више речи бити у наставку.

У јавне библиотеке спадају Јавна информативна библиотека (*Bibliothèque publique d'information – Bpi*), која има посебан статус у оквиру овог система, с обзиром на то да се налази под ингеренцијом Министарства културе; општинске и међуопштинске библиотеке (*bibliothèques municipales / intercommunales*), које функционишу под окриљем својих општина; и департманске библиотеке (*bibliothèques départementales de prêt – BDP*), чија је основна улога везана за подршку малим општинским библиотекама, а зависне су од департманских органа власти; и високошколске или универзитетске библиотеке, које су отворене за све, али су првенствено намењене студентима, професорима и истраживачима. Библиотеке у основним и средњим школама именоване су као „центри за документацију и информације“, па се, строго узев, издвајају из библиотечког система. У Француској, према подацима Министарства културе, има 16 300 библиотека и места за јавно читање.¹⁶⁴

Иако јавне и универзитетске библиотеке у Француској спадају под ингеренцију локалних власти, односно универзитета, држава традиционално остварује утицај на функционисање библиотека. Министарство културе, посредством Службе за књигу и читање (*Service du Livre et de la Lecture*), даје техничку, а повремено и финансијску подршку јавним библиотекама. Национални центар за књигу (*Le Centre national du livre*), који спада под ингеренцију Министарства културе, такође има своју улогу подржавању функционисања библиотека, првенствено кроз потпомагање проширивања библиотечких колекција.¹⁶⁵

Према подацима француског Министарства културе, библиотеке у Француској бележе пад броја корисника у периоду од 1997. до 2008. године. Процент уписаних корисника старијих од 15 година 1997. био је 20%, а 2008. 18%.¹⁶⁶

¹⁶⁴ Ministère de la Culture et de la Communication, „Chiffres clés 2015“, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Vient-de-paraitre/Chiffres-cles-2015> (преузето 29.10.2015.).

¹⁶⁵ Yves Desrichard, *Administration et bibliothèques* (Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2006), 36.

¹⁶⁶ Ministère de la Culture et de la Communication, „Chiffres clés 2015“.

Основна карактеристика правне регулативе која уређује библиотечно-информациону-делатност у Француској јесте чињеница да Француска нема посебан закон о библиотекама. Посебно активан поборник доношења оваквог закона јесте Асоцијација библиотекара Француске (*Association des Bibliothécaires de France – ABF*)¹⁶⁷, највеће и најзначајније удружење припадника библиотекарске струке у Француској.¹⁶⁸ Мада се о потреби за постојањем оваквог закона често воде полемике, а било је и најава његовог доношења, до сада није било конкретних резултата у том смислу, тако да ова област остаје уређена појединачним државним актима. Први такав декрет о француским библиотекама донет је 1923. године, чиме је спроведена и генерална реорганизација свих библиотека у земљи.

Француска је земља у којој је први пут донесен закон о обавезном примерку, још 1537. године, да би овакаву правну регулативу преузеле редом и друге земље у Европи и свету, као темељ за основни вид набавке у националним библиотекама. Данас је достављање обавезног примерка регулисано Законом о баштини, који је на снази од 2004. године, а додатно га уређују одлуке из 1995, 1996, 2006, и 2014. године. Обавезни примерак обухвата не само књиге и периодику, него и филмове, звучне снимке, радио и телевизијске емисије, као и софтвере, базе података и интернет. Осим Националне библиотеке Француске, обавезни примерак примају и Национални центар за филм и покретну слику (*Centre national du cinéma et de l'image animée*) и Национални аудиовизуелни институт (*Institut national de l'audiovisuel*).

2.2.2. Основна одређења припадника библиотекарске професије у Француској

Како бисмо оцртали обресе профила француског библиотекара, послужићемо се подацима о образовним захтевима и систему, као и о платном систему када је реч о библиотекарској професији у Француској.

¹⁶⁷ <http://www.abf.asso.fr/>.

¹⁶⁸ Danielle Oppetit et Matthieu Rochelle, „Une loi sur les bibliothèques“ (2011), <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-02-0006-001> (преузето 22.03.2016.).

У домену образовања библиотекара, Француска има разрађен систем који, на првом месту, предвиђа школовање у трајању од најмање две или три године после завршетка средње школе, односно гимназије (фр. *Vac+2* или *Vac+3*), у области информационо-комуникационих технологија, или високошколског образовања друштвеног усмерења. За даљи наставак образовања неопходно је проћи на конкурс који расписује надлежни државни или орган локалне самоуправе, у зависности од типа установе за који се будући библиотекар припрема.¹⁶⁹ У складу са одредбама Одлуке којом се одређују модалитети организације екстерног и интерног конкурса за регрутацију библиотекара, од 11. јуна 2010. године, конкурс се састоји од писменог и усменог дела, који осим стручних сегмената подразумевају и испитивање општекултуре и информисаности. Конкурси су подељени у три категорије, – *A*, *B* и *C*, у складу са претходним нивоом образовања кандидата, а постоји могућност за организовану припрему за конкурс у оквиру неке од надлежних образовних установа. После успешно завршеног конкурса, примљени кандидати настављају школовање за библиотекара, у трајању од 6 месеци, или за конзерватора (*conservateur*), што представља квалификацију за руководеће позиције у библиотекама, у трајању од 18 месеци. Престижна установа за образовање библиотекара зове се Национална виша школа информационих наука и библиотекарства (*Ecole nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques – ENSSIB*)¹⁷⁰, и налази се у Лиону, а постоје и још неке образовне институције сличног профила, као што је Школа за библиотекарске документаристе (*Ecole de bibliothécaires documentalistes – EBD*)¹⁷¹ у Паризу.

Овакав организован и систематизован приступ образовним предусловима библиотекарског позива не само да говори о одговорном ставу државе према овој струци, него и условљава перципирање библиотекарске професије као вредне, не лако достижне; професије за коју се мора изборити и квалитетно и темељно образовати.

¹⁶⁹Nadège France-Henri, *Les concours des bibliothèques : Informations générales* (2009), <http://bibliest.ubourgogne.fr/images/stories/Concours/brochure%20info%20gles%20concours%20juillet%202009.pdf> (преузето 21.03.2016.).

¹⁷⁰ *Ecole nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques – ENSSIB* <http://www.enssib.fr/>.

¹⁷¹ *Ecole de bibliothécaires documentalistes – EBD* <http://www.ebd.fr/>.

Према наводима на официјелној веб-страници Министарства за национално образовање, више школство и науку, бруто месечна зарада библиотекара на почетку каријере износи око 1 600 евра, на половини радног века око 2 300, а пред одлазак у пензију готово 3 000 €. ¹⁷² Конзерватор на почетку каријере може имати плату од 1 700 € бруто, да би генерални конзерватор у националној библиотеци (што је највише звање у хијерархији у француском библиотекарству) на крају каријере може зарађивати готово 5 400 € месечно бруто. ¹⁷³

Да бисмо употпунили ове контуре француског библиотекара, изнећемо и његову мисију, онако како је дефинисана у Декрету бр. 92-29 од 9. јануара 1992. који се односи на посебан статус припадника библиотекарске струке, која јесте у неком степену застарела, односно изискује допуне у складу са актуелним тренутком, али добро одређује базичне задатке библиотекара: „Библиотекари учествују у стварању, организовању, обогаћивању, евалуацији, употреби, и приближавању публици свих врста библиотечких збирки. Такође, задужени су за анимацију и образовање у оквиру своје установе, а могу имати и руководеће дужности.“ ¹⁷⁴

2.2.3. Место савремених медија у Националној библиотеци Француске

Национална библиотека Француске (*Bibliothèque nationale de France – BnF*), која овај назив носи од 1994. године, настала је на основу краљевских збирки са краја средњег века, које су годинама расле и развијале се, тако да тачну годину оснивања Библиотеке није могуће дефинисати. Посебно важну годину за даљи развој библиотеке, као и за светско библиотекарство генерално узев, представља 1537. година, када је Франсоа I увео обавезу достављања обавезног

¹⁷² Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid23205/bibliothecaire.html>, (преузето 21.03.2016.).

¹⁷³ Centre de documentation sur les métiers du livre, *Les concours des bibliothèques* (2014), <http://bibliotheques-de-pret.paris.fr/userfiles/file/Nouveautes/concours-bibliotheques.pdf> (преузето 21.03.2016.).

¹⁷⁴ Décret n° 92-29 du 9 janvier 1992 portant statut particulier du corps des bibliothécaires, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000539406> (преузето 21.03.2016.).

примерка сваке публикације у земљи краљевској библиотеци. Значајну улогу у историји Библиотеке, посебно у домену набавне политике, имао је опат Бињон¹⁷⁵, краљевски библиотекар из прве половине 18. века, који је увео прву организацију Библиотеке по одељењима. Период Револуције битно је утицао на будућу Националну библиотеку Француске; без обзира на то што је институција обавезног примерка била привремено укинута (током три године), Библиотека је значајно обогатила своје фондове захваљујући конфискацијама, првенствено збирки племства и свештенства, у земљи и иностранству.¹⁷⁶ Краљевска библиотека преименована је током овог периода у Националну.¹⁷⁷

У новије време, током осамдесетих година 20. века, суочена са неизбежним потешкоћама изазваним порастом штампарске продукције и повећаном културном потражњом, за Библиотеку је морао да се пронађе нови концепт, који је отелотворен у новом објекту на обали Сене, у 13. париском арондисману, отвореном у децембру 1996. године. На дан националног празника, 14. јула 1988. године, током традиционалног телевизијског обраћања, тадашњи председник Француске Франсоа Митеран најавио је „изградњу једне од највећих и најмодернијих библиотека на свету, која ће покривати сва поља знања, која ће бити на услузи свима, и која ће користити најмодерније технологије за пренос података, којој ће моћи да се приступи на даљину и која ће се повезати са другим европским библиотекама.“¹⁷⁸ Ова председничка најавна значајна је по више основа: сам датум одабран за најављивање изградње нове библиотеке даје јој прворазредну важност у националним оквирима, што је наглашено најавом из уста председника; друго, савремени медији одређени у овом обраћању као модерне технологије препознати су још тада као један од концепата кључних за функционисање нове библиотеке; и треће, у наведеним карактеристикама нове

¹⁷⁵ Жан-Пол Бињон (1662-1743), свештеник и члан Француске академије, краљевски библиотекар Луја XIV.

¹⁷⁶ Dominique Varry, „Les confiscations révolutionnaires“, *Histoire des bibliothèques françaises. 3, Les bibliothèques de la Révolution et du XIXe siècle, 1789-1914*, dir. Dominique Varry (Paris : Ed. du Cercle de la librairie, 2009).

¹⁷⁷ Bibliothèque nationale de France, „De la Librairie royale à la BnF“, http://www.bnf.fr/fr/la_bnf/histoire_de_la_bnf/a.sept_siecles.html (преузето 23.03.2016.).

¹⁷⁸ Bibliothèque nationale de France, „Un grand projet“, http://multimedia.bnf.fr/visitefmitterrand/histoire/esp_hp.htm (преузето 23.03.2016.).

библиотеке препознају се неки од обриса концепта који је касније оличен у феномену веба 2.0 – отвореност, даљински приступ и умреженост.

За изградњу новог здања одабрана је локација Толбијак, на левој обали Сене, у новом урбаном кварту. Архитектонски пројекат осмислио је Доминик Перо. Реч је о специфичном естетско-функционалном решењу: у средини објекта налази се врт који има изглед дела шуме истргнутог из дивљине; око њега су у два нивоа смештене читаонице, а поред њих се уздижу четири куле које би требало да евоцирају изглед отворене књиге – у њима се налазе магацини и канцеларије у којима раде запослени у Библиотеци. И овим доминантним положајем над реком, са кулама које стреме ка небу, Библиотека се симболички намеће као отворено, видљиво место, које карактерише осећај слободе, али и као место великог значаја за друштво.

Нова зграда Национална библиотеке Француске сматра се задужбином председник Митерана – она званично и носи његово име. Пут који је зацртао Жорж Помпиду као председник републике, изградњом Центра Помпиду, наставили су председници који су на чело Француске дошли после њега: Жискар д'Естен са Музејом Орсеј, Франсоа Митеран за чијег је мандата поред Националне библиотеке Француске остварен низ капиталних пројеката од значаја за културу, познатих под називом „Велики радови“ (*Grands travaux*) – адаптација Лувра са изградњом Пирамиде, Опера Бастиља, Арапски институт), Жак Ширак који је установио Музеј првих уметности Кеј Бранли (*Quai Branly*). Овај импресивни низ илуструје значај и место културе у француском друштву: држава има заштитнички став према култури, издиже је, обезбеђује јој видљивост, наглашава њену присутност и утицај, стварајући од ње *бренд*, како у националним тако и у интернационалним оквирима, који са своје стране тој држави доприноси – кроз културни туризам, ширење политичког утицаја, еманципацију и образовање њених грађана. Поред тога, ови подаци нам говоре и то да појединац у Француској има потребу да се кроз културу изрази, да обележи свој значај у простору и трајање у времену; ако је тај појединац на челу државе онда се та потреба манифестује кроз монументалне резултате какви су наведени.

Ново здање има потпуно промењену концепцију, као и организацију у односу на стару националну библиотеку. Више то није библиотека само за

хуманистичке науке, већ за све области људског знања. Читаонице које прстенасто обухватају врт, подељене су у два нивоа – на вишем нивоу око врта (*Haut-de-jardin*) налази се библиотека општег карактера, док је на доњем нивоу (*Rez-de-jardin*) смештена библиотека истраживачког типа. Одлуку о томе да истраживачку библиотеку треба физички одвојити од опште библиотеке, раздвајањем на два нивоа, донела је влада Француске, што је још један од показатеља важности овог пројекта у државним размерама.¹⁷⁹

У организационом погледу, Библиотека се састоји од Опште управе, Управног савета и научног савета. Главног управника именује Библиотека у складу с предлогом Министарства културе. Данас је управник националне библиотеке Француске писац Бруно Расин, док функцију генералног директора обавља Силвен Тарсо Жилери. Библиотека има 2 700 запослених.

Поред централне зраде на локацији Толбијак, делови Библиотеке налазе се на још шест места. Од ових преосталих локација издваја се историјско језгро библиотеке у 2. париском арондисману, које носи име Ришеље, и где се чувају посебне збирке Библиотеке (картографска грађа, рукописи, медаље, новчанице, фотографије...)¹⁸⁰.

Национална библиотека Француске спадала је под ингеренцију Министарства за универзитет све до 1981. године, када је пребачена у надлежност Министарства културе. „То повезивање захтевао је још и Андре Малро, оснивач Министарства за културу, у чијем надлештву су данас такође и сви француски Архиви и Музеји, Дирекција за издаваштво, Национални центар за сарадњу библиотека, као и Национални центар за књижевност.“¹⁸¹

Према одредбама Декрета од 3. јануара 1994. године, мисија Националне библиотеке Француске подразумева сакупљање, чување, и богаћење колекција, с нагласком на француској језичкој баштини, или у вези са француском цивилизацијом; обезбеђивање приступа што већем броју колекција; подстицање

¹⁷⁹ Gérald Grunberg, „La Bibliothèque de France, de l'intention à la réalisation“, *Bulletin d'informations de l'Association des Bibliothécaires français* No 161, 4^{ème} trimestre (1993), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/43244-la-bibliotheque-de-france-de-l-intention-a-la-realisation.pdf> (преузето 25.03.2016.).

¹⁸⁰ Здање на овој локацији реновира се од 2010. године, а завршетак радова предвиђен је за 2019. Назив Ришеље носи по улици у којој се налази главни улаз у зграду библиотеке.

¹⁸¹ Vesna Injac, „Francuska nacionalna biblioteka : istorijat, organizacija, nova Biblioteka“, https://www.nb.rs/view_file.php?file_id=492 (преузето 15.03.2016.).

активности у вези са међународном разменом и другим видовима научне и културне сарадње; и брига о зградама у којима је смештена.¹⁸²

Велики део финансија Националне библиотеке Француске одваја се из државног буџета, будући да Министарство за културу учествује у финансирању ове установе са 85%, док преосталих 15% библиотека остварује сопственим приходима. „Француска национална библиотека потпуно је самостална у свом раду и поседује ранг министарства, што значи да француска влада упућује средства Библиотеци преко Министарства културе, али тим средствима Библиотека самостално располаже, као што је и потпуно неовисна у вођењу политике и стратегије свога развоја и функционисања.“¹⁸³

У фонду Библиотеке налази се око 40 милиона публикација и предмета, од којих је је 14 милиона књига и часописа; више од 3 милиона дигиталних докумената могуће је прегледати онлајн, посредством дигиталне библиотеке Националне библиотеке Француске – *Галике*¹⁸⁴.

На локацији Толбијак Библиотека има 4 500 места за кориснике у читаоницама; физички у Библиотеку дође између 3 и 4 хиљаде особа сваког дана, што је на годишњем нивоу преко милион корисника. Према подацима Службе комуникацију, Библиотека бележи мањи број посета доктораната него раније, што се образлаже чињеницом да ова групација, природно и у великој мери користећи нове технологије, уместо виšekратног доласка у библиотеку, користи један долазак да забележи фотоапаратом или мобилним телефоном оно што их занима, штедећи на тај начин време које би уложили у поновне доласке у библиотеку.

Tableau 3.7 : Nombre de documents communiqués

	2011	2012	2013	2014
Rez-de-Jardin	1 038 057	997 802	939 257	742 663
FAQ	234 363	207 079	225 229	200 001
Total BnF	1 272 420	1 204 881	1 164 486	942 664

Слика 5: Број позајмљених докумената у Националној библиотеци Француске 2011-2014.

¹⁸² Décret No 94-3 du 3/01/1994 portant création de la Bibliothèque nationale de France, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000545891&fastPos=1&fastReqId=251135199&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte> (преузето 23.03.2016.).

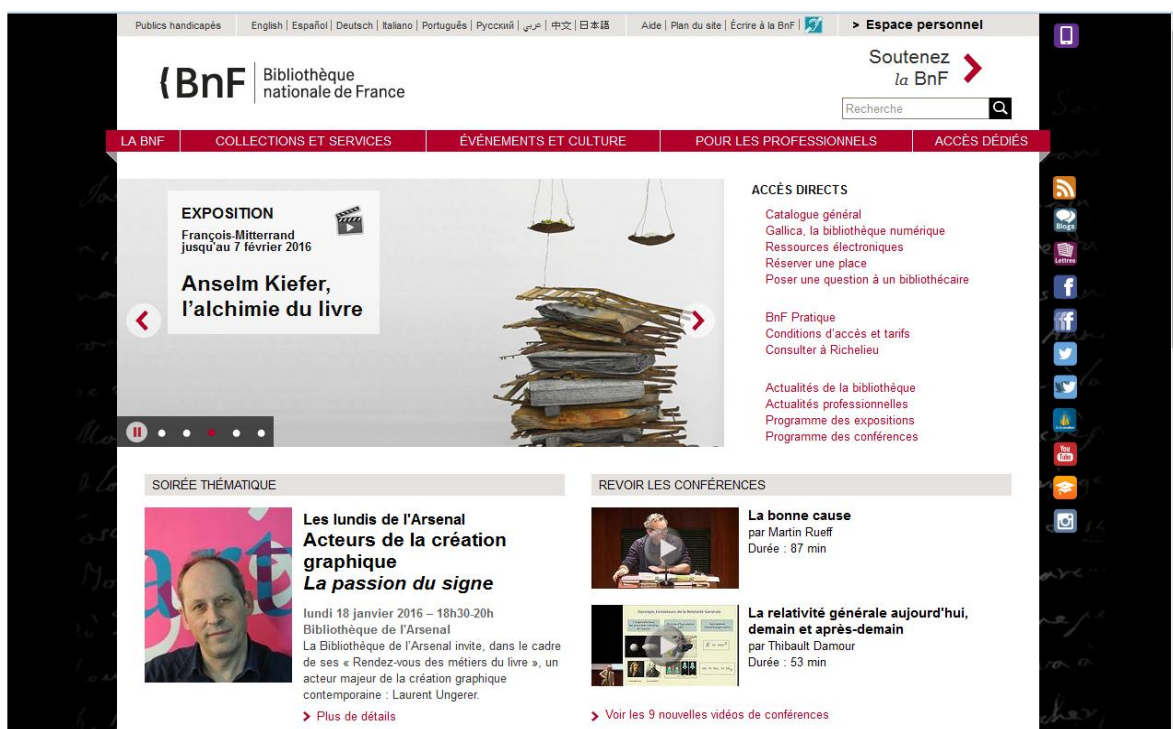
¹⁸³ Vesna Injac „Francuska nacionalna biblioteka : Istorijat, organizacija, nova Biblioteka“.

¹⁸⁴ Gallica (<http://gallica.bnf.fr/>)

2.2.3.1. Комуникација путем савремених медија у Националној библиотеци Француске

Да дигиталне технологије и комуникације спадају у један од приоритета Националне библиотеке Француске јасно је, како смо видели, још од појаве саме идеје о Библиотеци. Велики део активности које доприносе повећању видљивости, доступности, остваривања комуникације са корисницима и јавношћу уопште реализују се посредством савремених комуникационих канала, што ћемо детаљније представити у наставку.

2.2.3.2. Веб-страница Националне библиотеке Француске



Слика 6: Приступна страна веб-странице Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

Иако на први поглед делује јасно и прегледно, веб-страница Националне Библиотеке Француске претрпан је различитим садржајима који се годинама гомилају и нарастају у различитим правцима, тако да је првобитна организација веб-странице превазиђена. Парадоксално је, примера ради, да посетилац веб-странице мора да прође кроз три падајућа менија како би пронашао информацију о адреси и начину доласка у саму библиотеку. Та информација јесте по одређеној логици смештена на одговарајуће место („BNF“ -> „практичне информације“ -> „приступ“), али је занемарен њен практични значај; она би морала да се нађе на видном месту, да буде лако уочљива и брзо доступна на веб-страници, како би потенцијални посетилац био ефикасно упућен на физичку адресу и локацију библиотеке. Одељење за комуникацију Националне библиотеке Француске планира реорганизацију званичне веб-странице, будући да је на основу вишеструких истраживања закључено да је тренутно веб-страница сувише комплексан – прегломазна, преоптерећена и пренатрпана садржајима. Предвиђено је да пројекат реорганизације траје две године, а планирано је да веб-страница буде организована према врсти информација које очекују одређене заједницама корисника (*communautés*): посебно ће се обраћати одређеним циљним групама, као што су посетиоци изложби, публика која физички долази у библиотеку, удаљени корисници и слично.

Веб-страница Националне библиотеке Француске бележи 16 милиона посета годишње, док физички у библиотеку дође око милион корисника за годину дана.

2.2.3.3. Иновације у претраживању општег електронског каталога Националне библиотеке Француске

Као нека врста најаве реорганизације и реконструкције целокупне веб-странице Националне библиотеке Француске, почетком 2016. године замењен је интерфејс за претраживање општег електронског каталога. Ова иновација оглашена је путем свих комуникационих канала који су на располагању овој

библиотеци: између осталог, ова информација са пратећим линком нашла се и на блогу *Галике*, дигиталне библиотеке Националне библиотеке Француске.



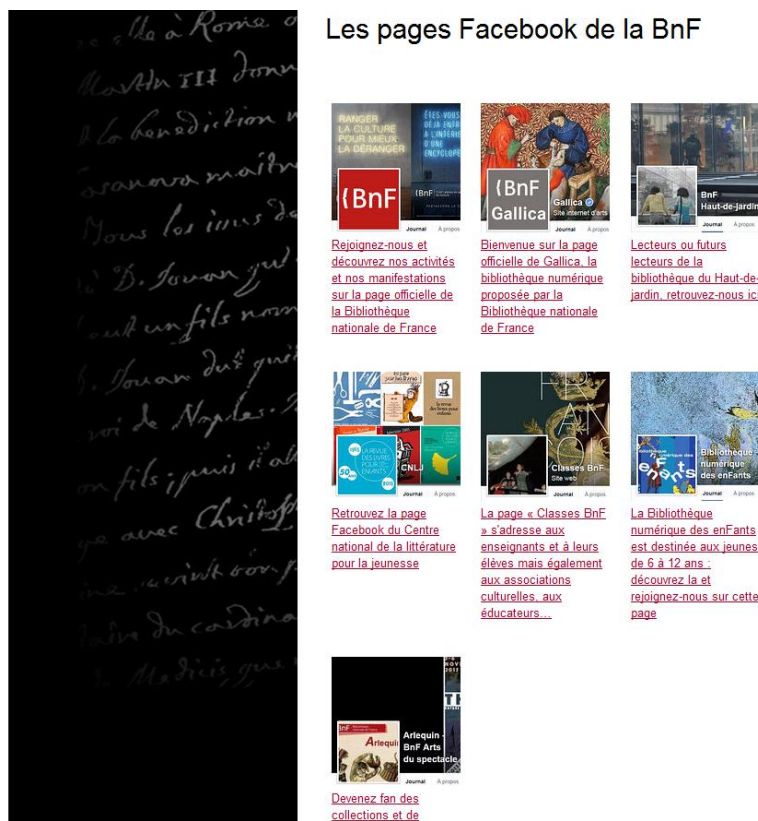
Слика 7: Изглед насловног екрана претраживача каталога Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

Графика је у знатној мери измењена у односу на претходну верзију интерфејса, претраживање је прилагођено потребама корисника, поставши много једноставније и интуитивније. Јаче су и видљивије и везе са Галиком, па је између осталог могуће само претраживање дигиталне библиотеке, или филтрирање погодака по критеријуму припадности Галики *aposteriori*, после добијању резултата.

2.2.3.4. Национална библиотека Француске на Фејсбуку

Национална библиотека Француске (BnF) има неколико званичних презентација на Фејсбуку, што подразумева да ове странице воде и

администрирају запослени у Националној библиотеци, уз сагласност управе Библиотеке. Почетком 2016. године Национална библиотека Француске на Фејсбуку има седам званичних налога, а то су : „BNF – Bibliothèque nationale de France“, „BNF – Haut-de-jardin“, „BNF – Centre national de la littérature pour la jeunesse“, „Gallica“, „ClassesBNF“, „Bibliothèque numérique des enfants“, и „Arlequin – BNFArts du spectacle“:



Слика 8: Сви налози на Фејсбуку Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

Иако ова вишеструкост идентитета може деловати необично, овакав модел има и одређених предности, првенствено када се има у виду величина и значај институције о којој је реч, као и комплексност њене мисије, размере и важност материјала који чува, и различитост циљних група. Према процени надлежних служби Националне библиотеке Француске, ако би постојао само један налог на

Фејсбуку, садржаји би се објављивали сувише учестало, што би довело до затрпавања информацијама.

Овакав модел, са више налога, омогућава заправо бољу диференцијацију публике и профилисање пратилаца у складу са њиховим интересовањима и афинитетима, тако да свако добија ону врсту информација од ове библиотеке која га највише занима. Међутим, према подацима добијеним у интервјуу са Марком Раса, директором Одељења за комуникацију Националне библиотеке Француске, у мају 2015. године, управа библиотеке незадовољна је оволиким бројем налога, јер сматра да је он превелики и да отежава координацију и хармоничност јавног наступа библиотеке. Овај концепт је, према томе, предмет преиспитивања, али опстаје до изналажења и успостављања адекватнијег модела. Током 2015. године разматрана је реорганизација, односно увођење чвршће организационе структуре и правила понашања на друштвеним мрежама. Аргументи за овакав потез су не само контрола информација, него и професионализам у наступу Библиотеке према јавности, будући да су се у пракси јављали примери да су запослени, према оцени Одељења за комуникацију, представљали библиотеку на неадекватан начин, што није било проузроковано негативним интенцијама, него незнањем. Оваква оцена, коју је такође изнео директор овог одељења Националне библиотеке Француске, отвара још један правац за размишљање када је реч о употреби модерних медија у професионалном смислу: педагошко деловање у погледу едукације запослених за правилно постављање и наступање кроз савремене медије у пословном контексту.

Две од ових седам страница на Фејсбуку генералног су карактера: „BNF – Bibliothèque nationale de France“ и „BNF – Haut-de-jardin“. Први налог је најопштије одређен, и функционише под директном надлежношћу Одељења за односе с јавношћу. У неком смислу, овај налог представља паралелу званичне интернет странице Националне библиотеке Француске, и обраћа се најширој публици. Има за циљ да популарише и учини што видљивијим бројне активности Националне библиотеке Француске, делујући као средство за преобликовање слике у јавности једне културне установе која и даље има елитистички имиџ. На овом налогу корисници могу да поставе питања, а игра и улогу неке врсте виртуелне рецепције, задужене за пријем корисника који су тек приспели у

библиотеку. Осим тога, нуди и конкретне информације у виду најаве изложби, линкова ка блогovima Националне библиотеке Француске, промоцију различитих услуга и сервиса и ресурса који су на располагању корисницима, практичне савете и слично.

За разлику од генералног Фејсбук налога који се обраћа *urbi et orbi*, страница „Haut-de-jardin“ намењена је уже одређеној публици, односно корисницима који долазе у читаонице истоименог дела библиотеке. Понекад су садржаји који се деле путем ова два налога слични, односно објављују се истим поводом и донекле се садржински поклапају, али су различито одређени: ако се, на пример презентује вест о некој изложби која се организује у библиотеци, на општем налогу тај пост ће бити праћен линковима ка блогovima и осталим пратећим објавама, док ће на налогу „Haut-de-jardin“ корисници бити подстицани да физички посете изложбу у простору библиотеке. Према наводима у раду објављеном 2012. године на тему друштвених мрежа у Националној библиотеци Француске, страница „BNF – Bibliothèque nationale de France“ имала је у то доба око 4 и по хиљаде следбеника¹⁸⁵, а „BNF – Haut-de-jardin“ свега 282; почетком 2016. године страница „BNF – Bibliothèque nationale de France“ има близу 72 хиљаде пратилаца, што представља велики пораст у односу на претходно стање, док налог „BNF – Haut-de-jardin“ у истом тренутку следи нешто више од хиљаду и по корисника, што процентуално такође представља велики пораст, али је у односу на „главни налог“ овај број готово незнатан.

Нешто већи број следбеника у односу на налог „BNF – Haut-de-jardin“, њих близу две хиљаде, има страница „Classes BNF“, која се обраћа првенствено наставницима и школском особљу (*classes* на француском значи 'часови'), имајући у виду да Национална библиотека Француске организује различите пројекте педагошког карактера, као и организоване посете и упознавање са садржајима библиотеке кроз разноврсне активности прилагођене овим потребама. Ова Фејсбук страница представља неку врсту продужетка интернет странице „Classes BNF“ (<http://classes.bnf.fr>), која је један од тематских огранака главне веб-странице

¹⁸⁵ W. Galvani, “La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux“ (Diplôme de conservateur de bibliothèque, Université de Lyon, 2012), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56706-la-bibliotheque-nationale-de-france-sur-les-reseaux-sociaux.pdf> (преузето 18.10.2015.).

Националне библиотеке Француске, где су објаве најчешће такве природе да упућују на садржаје објављене на овој веб-страници.

„Arlequin – BNF Arts du spectacle“ је налог на Фејсбуку који је креиран 2011. године, и има око две хиљаде пратилаца. Намењен је презентацији колекција у поседу Одељења за представе и наступе, а вешто одабрани *аватар* представља комбинацију официјелног логоа Националне библиотеке Француске са фигуром Арлекина, што симболизује компромис између званичног наступа институције и имагинарног, фантастичног света спектакла.



Слика 9: Профилна слика Фејсбук странице „Arlequin – BNF Arts du spectacle“

Фејсбук страница „Bibliothèque numérique des enfants“ произашла је из истоимене веб-странице у оквиру Националне библиотеке Француске. У јануару 2016. године има готово седам хиљада пратилаца, што је значајно већи број у односу на остале „споредне“ Фејсбук налоге Националне библиотеке Француске. Циљна група је у овом случају не само млађа публика, што се види специфичном стилу објава и обраћању са *ти*, него и професионалци и истраживачи на пољу дечје књижевности и у другим доменима који се могу наћи у вези са овом облашћу, као што је на пример историја књижевности. Један од циљева је и повећање видљивости веб-странице на интернету, који омогућава деци да преко њега приступе делу колекција библиотеке, будући да је физички приступ могућ

само старијима од 16 година. Ова страница нуди и велики број мултимедијалних игара кроз које се посетилац веб-странице упознаје са библиотечким садржајима, а које осим едукације имају за циљ и остваривање утицаја на формирање читалачког укуса најмлађе публике.

Фејсбук страница „BNF – Centre national de la littérature pour la jeunesse“ везана је за рад Националног центра за књижевност за децу и младе, који се од 2008. године налази у оквиру Националне библиотеке Француске (до тада је спадао у директну надлежност Министарства културе Француске). Овај центар има за задатак чување и давање на коришћење публикација, издавање, сарадњу са библиотекама и обучавање библиотекара за децу и младе, као и међународну сарадњу, па су објаве на њиховој Фејсбук страници везане за поменуте активности и надлежности. Овај налог имао је у јануару 2016. око 6 и по хиљада 'лајкова'.

Наведенима Фејсбук страницама Националне библиотеке Француске треба придодати још једну, која није набројана на званичној веб-страници библиотеке заједно са гореспоменутима, али се на њу упућује на другом месту: то је Фејсбук налог пројекта „BnF Collection Sonore“ који обједињује звучне снимке из обавезног примерка који се чува у библиотеци, објављених на територији Француске између 1949. и 1962. године.

Ради целовитијег прегледа и тематске заокружености, све активности у вези са презентацијом дигиталне библиотеке *Галике* путем нових медија обједињени су у посебном подпоглављу у наставку рада.

2.2.3.5. Национална библиотека Француске на Твитеру

Према наводима у раду „Национална библиотека Француске на друштвеним мрежама“, који је објављен почетком 2012. године,¹⁸⁶ Национална библиотека Француске имала је у то време два налога на Твитеру – „GallicaBnf“ и

¹⁸⁶ W. Galvani, “La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux“.

„LaboBnF“. За четири године, овај број је порастао на шест налога: претходно наведеним придружили су се и општи налог Националне библиотеке Француске, као и налози пројекта „BnF Collection Sonore“; обавезног веб-примерка („Dépôt légal BnF“), и међународне сарадње BnF.



Слика 10: Сви налози на Твитеру Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

Налог [@LaboBnF](#) постоји на Твитеру од јула 2009. године. У јуну 2011. године овај налог је имао око 1 400 пратилаца и близу 300 твитова¹⁸⁷. Аутор рада „Национална библиотека Француске на друштвеним мрежама“, Валтер Галвани, констатује да је према мерилима ове друштвене мреже налог [@LaboBnF](#) недовољно активан, будући да су оглашавања нередовна и да најчешће упућују на линкове везане за технолошке иновације у писању и читању, који се надовезују првенствено на истоимену веб-страницу (<http://labo.bnf.fr>) и блог. Иста

¹⁸⁷ Ibid.

констатација важи и почетком 2016. године, имајући у виду да је последњи твит објављен у марту 2015. године, због чега се овај налог може сматрати практично неактивним. Налог је с почетка 2016. пратило близу 6 000 следбеника, а дотад је било објављено око 2 800 твитова. Један од интересантнијих међу последњим твитовима који су објављени на овом налогу (до јануара 2016.) јесте линк ка позиву за *crowdsourcing* у пројекту под називом „Correct“, а који се односи на колаборативну партиципацију корисника у ручном исправљању дигитализованих текстова који су прошли кроз поступак оптичког препознавања карактера (OCR).

Општи налог Националне библиотеке Француске, @ActuBnf, креиран је у октобру 2012. године и за нешто више од три године имао је близу 3 хиљаде објављених твитова и стекао чак 155 000 следбеника. Како и сам његов назив упућује, сврха овог налога је објављивање актуелности везаних за рад Националне библиотеке Француске: информација о раду читаоница, изложбама, услугама, конференцијама, посетама... Твитови су неретко пропраћени фотографијама које се односе на садржаје библиотеке, а у погледу учесталости објављивања за овај налог се може констатовати да поштује динамику која је уобичајена за ову мрежу: твитови се објављују најчешће свакодневно (с нешто мањом учесталашћу током викенда и празника), а често се током једног дана објави и већи број твитова (на пример 13. јануара 2016. објављено је преко 20 твитова).

Одељење и сервис за обавезни примерак на вебу у Националној библиотеци Француске под називом „Dépôt légal BnF“ има свој налог на Твитеру @DLWebBnF, од 2011. године. Према законској регулативи о културној баштини из 2006. године, у обавезни примерак који сакупља Национална библиотека Француске убрајају се између осталог и електронска издања, блогови и веб-странице. Похрањују се све веб-странице са територије Француске (са екстензијом *.fr*), као и веб-странице које уређују правна или физичка лица из Француске. Веб-странице аутоматски снима робот под називом *Heritrix*. У јануару 2016. године овај налог је имао 1 700 пратилаца, и готово две хиљаде објављених твитова. У погледу учесталости објављивања твитова, приметна је недоследност и неустаљеност – после вишедневних пауза током једног дана објави се по више твитова, после чега некада поново следи размак од неколико дана до следећег твита, а понекад је следеће оглашавање већ идућег дана.

Налог @BnFMonde посвећен је актуелностима везаним за међународне активности у Националној библиотеци Француске. Често су твитови упоредо на француском и енглеском језику, понекад и само на енглеском, а у великом броју случајева на овом налогу су ретвитоване објаве установа као што су *British Library*, *Library of Congress*, *European Library* и сличних. Ови ретвитови некада се објављују јер је у изворном твиту споменута Национална библиотека Француске, а некада се редистрибуирају независно од тога – због процењене релевантности оригиналног твита за пратиоце налога @BnFMonde.

2.2.3.6. Синдбад – или „Питајте библиотекара Националне библиотеке Француске“

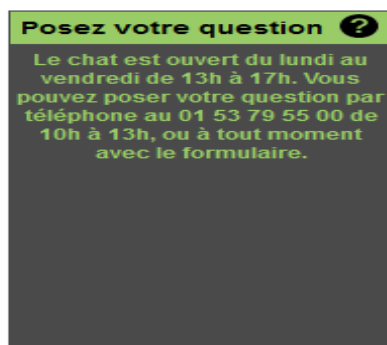
Термин „Синдбад“ представља акроним: *SINDBAD – Service d’Information Des Bibliothécaires A Distance* (Библиотечки сервис за информисање на даљину). Овај назив уједно представља алузију на библиотекара као морепловца, коју добро осликавају речи Мишела Мелоа: „Библиотекар воли књиге као што морнар воли море. Можда није најбољи пливач, али уме да плови.“¹⁸⁸

Сервис Синдбад омогућава бесплатну услугу пружања информација о документима и фактографским чињеницама као што су биографски подаци, бројке, датуми и слично. За брз одговор на једноставније захтеве корисници се упућују на постављање питања путем чета или телефона, док се за одговоре који захтевају комплекснија истраживања, или темељнији одговор електронском поштом, заинтересовани усмеравају на постављање упита преко понуђеног формулара.

¹⁸⁸ Michel Melot, *La Sagesse du bibliothécaire* (Paris : L’Oeil neuf éd., 2004), 5.

Une question rapide ?

Par chat, du lundi au vendredi de 13h à 17h en utilisant ce widget :



ou en utilisant l'[interface traditionnelle](#)

Par téléphone du lundi au vendredi de 10h à 13h
33 (0)1-53-79-55-00

Une question plus complexe ?

en remplissant ce formulaire. Réponse par mail dans les 3 jours.

thème * :

nom, prénom * :

courriel * :

ville :

pays * :

objectif * :

question (merci de préciser les recherches déjà

Слика 11: Формулар за постављање питања путем сервиса Синдбад

Према резултатима истраживања које је спровела Национална библиотека Француске, већина испитаника користила је услугу Синдбад-а по први пут, а свега 10% су редовни корисници ове услуге.¹⁸⁹

2.2.4. Дигитална библиотека *Галика* и њено представљање алатима веба 2.0

Галика је дигитална библиотека Националне библиотеке Француске, која је доступна на адреси gallica.bnf.fr. Налази се на интернету од октобра 1997. *Галика* представља платформу која омогућава приступ путем интернета дигиталним документима који спадају у културно наслеђе, али и онима савременог карактера. Окупља значајне текстове из свих области, али и ретке књиге, рукописе, примерке новина, фотографије, плакате, ноте, музичке документе и карте.

¹⁸⁹ Cécile Touitou, "Etude d'usage et de satisfaction des usagers de SINDBAD" (2011), http://www.bnf.fr/documents/enquete_sindbad_2011.pdf (преузето 03.02.2016.).

У априлу 2014. на располагању је било преко три милиона дигитализованих докумената. Приступ овој грађи је бесплатан, али се она може користити само за личне потребе. Објављени дигитализовани објекти на Галики, који не подлежу ауторском праву, могу се користити слободно у настави, истраживањима, и за све друге некомерцијалне циљеве. Недељно се на мрежу постави око две и по хиљаде нових дигиталних објеката.

Од својих почетака, *Галика* је замишљена као енциклопедијска библиотека франкофоне културе, и њена иницијална политика селекције докумената за дигитализовање усмерена је ка образованој публици. Велики део ових докумената тренутно се налази у процесу оптичког препознавања знакова (*OCR*). Богатство ове дигиталне библиотеке, као и њен научни, историјски и културни значај, донели су јој велики успех код публике. Дигитална библиотека Националне библиотеке Француске била је осмишљена и пре отварања новог здања Библиотеке 1996. године: „Национална библиотека Француске располагаће електронском колекцијом по отварању на локацији Толбијак [коју ће] чинити 100 000 дела ... 90% фонда биће дигитализовано у формату слике, а 10% у текстуалном формату.“¹⁹⁰

Како наводи председник Националне библиотеке Француске Бруно Расин у свом чланку објављеном у онлајн верзији листа *Le Monde*, за ову библиотеку је апсолутни приоритет да дигитализује своје колекције, и то што потпуније, и да омогући онлајн приступ до њих. Велики прираст дигитализованих објеката, од 10 милиона страница и стотина хиљада слика годишње, употпуњен је и услугама које се непрестано побољшавају, као и апликацијом за мобилни телефон.¹⁹¹ Овакав прираст могућ је захваљујући субвенцији коју национални центар за књигу (*Centre national du livre – CNL*) додељује Националној библиотеци у сврху дигитализације публикација, која се допуњава средствима које издваја Библиотека из сопственог буџета. Међутим, неке збирке се не дигитализују толико брзим

¹⁹⁰ T. Boucher, „La numérisation des documents imprimés à la Bibliothèque nationale de France“ (Diplôme de conservateur de bibliothèque: mémoire d'étude, ENSSIB, 1994), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62891-la-numerisation-des-documents-imprimés-a-la-bibliotheque-nationale-de-francememoire-d-etude.pdf> (преузето 25.03.2016.)

¹⁹¹ Bruno Racine, „La Bibliothèque de France au défi de la numérisation“, *Le Monde.fr*, 01 février 2013, http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/02/01/la-bibliotheque-de-france-au-defi-de-la-numerisation_1826114_3232.html#LP6boQqsA52KBwcr.99 (преузето 25.03.2016).

темпом, јер њихова обрада није подржана од стране центра за књигу (рукописи, плоче, графике, и друго...). Зато Библиотека жели да у будућности добије подршку у оквиру инвестиционих програма које обезбеђује Генерални инвестициони комесаријат (*Commissariat général à l'investissement*), који стимулише сарадњу са приватним сектором ради подстицања приватних инвестиција, отварања нових радних места, потпомагања развоја фактора *дигиталне економије*. У том смислу Национална библиотека Француске склопила је два значајна партнерства. Први од та два споразума постигнут је са француском компанијом *Believe Digital*, која важи за европског лидера у дигиталној дистрибуцији музике, што ће омогућити дигитализацију музичке колекције Библиотеке из периода пре 1962. године. Предвиђени посао биће на овај начин завршен за седам година, док би дотадашњим темпом био потребан готово читав век. Још једно партнерство склопљено је са америчким издавачем *ProQuest*, у оквиру ширег програма сарадње на европском нивоу под називом *Early European Books*. Овај пројекат омогућава Библиотеци да за шест година дигитализује 70 000 дела из 15, 16, и 17. века, која су највећим делом писана латинским језиком, и имаће велики значај за истраживаче, будући да је приступ оригиналима ограничен. За реализацију оваквог посла у самосталном извођењу Националној библиотеци Француске требало би најмање 25 година.

Овакво иступање Бруна Расина имало је великим делом за циљ да оправда наведене потезе Националне библиотеке, будући да су наишли на осуду једног дела јавности, која их је оквалификовала као „приватизацију јавног сектора“, и „одузимање заједничких добара“.

Упркос неодобравању и негодовању једног дела француске јавности, овакви потези Националне библиотеке Француске не само да показују храброст и спремност на искорак у односу на утабану праксу и модалитете функционисања установе, зарад добробити Библиотеке и њених корисника, већ и њену отвореност и решеност да оствари нове моделе сарадње, што је условљено постојањем свести о неминовности прилагођавања императивима које намеће актуелни тренутак у дигиталној епохи.

„Омогућавање слободног приступа остаје основни принцип *Галике*, и то моменталног за већину докумената, или у нешто измењеном режиму за дела под

посебном заштитом, или она која су дигитализована у оквиру партнерстава. Жеља да омогући што шири приступ својим богатствима, и да дође до нове публике, у складу са својим вредностима – то су принципи којима се руководи Национална библиотека Француске.“

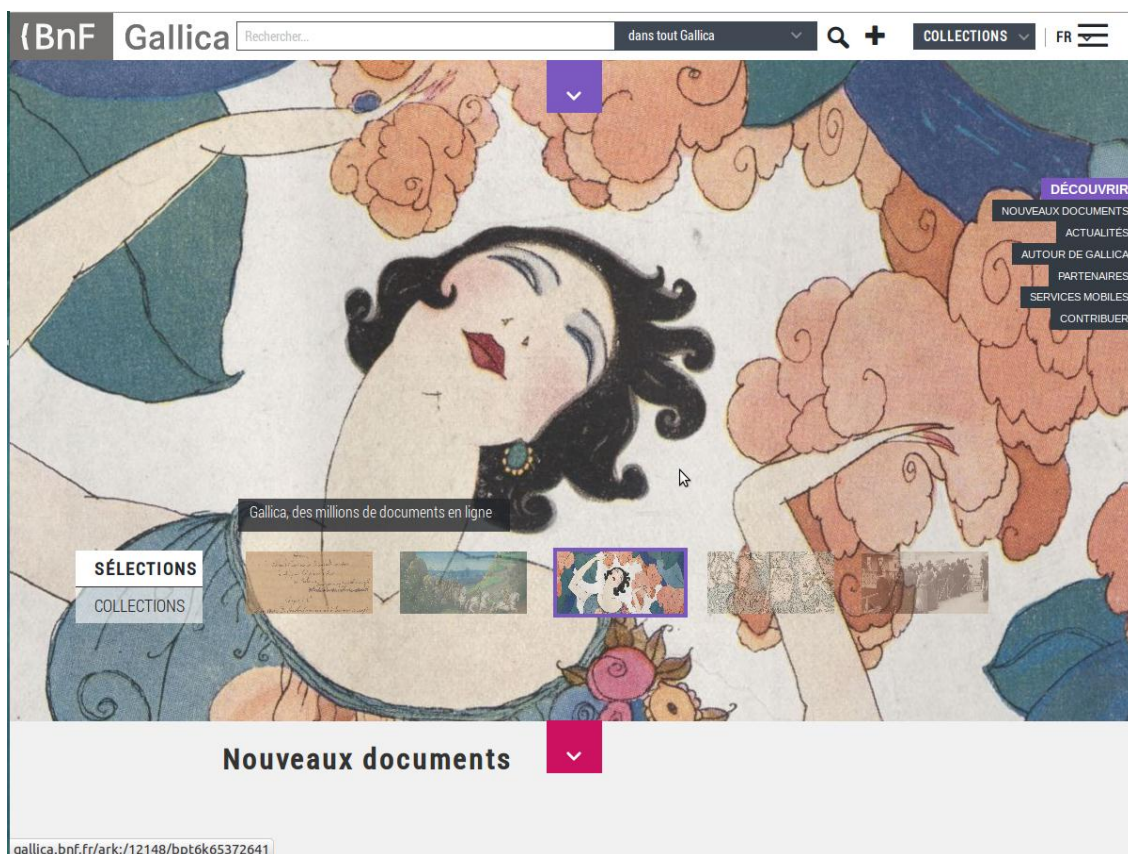
Тиме је одређен и *Галикин* маркетиншки наступ: циљ је да се повећа видљивост фондова, чиме и сама Библиотека добија на препознатљивости и остварује већу присутност у друштву, као и да се придобију нови корисници. У библиотечким круговима у Француској, када је реч о презентацији библиотека кроз друштвене мреже и генерално путем интернета, као пример добре праксе истиче се случај *Галике*.¹⁹²

2.2.4.1. Веб-страница *Галике*

После опсежних припрема, у октобру 2015. године, *Галикина* веб-страница добила је нови, прегледнији изглед и унапређене функције. Претходна верзија веб-странице датирала је из 2010. године. Приликом редизајнирања, акценат је био на поједностављивању приступа садржајима и услугама, као и јаснијој, растерећенијој и визуелно пријемчивијој организацији понуде.

Ovosteuglavnomveć rekli – претходно се односило на сајт Националне библиотеке Француске, ако на то мислите – *Галика* и BnF имају засебне сајтове

¹⁹² L'équipe@GallicaBnF, „Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux :l'exemple de Gallica“, Bulletin des bibliothèques de France No 5 (2012), <http://bbf.enssib.fr/consultser/bbf-2012-05-0031-007> (преузето 12.11.2015.).



Слика 12: Насловни екран нове веб-странице *Галике* (новембар 2015.)

2.2.4.2. *Галика* и алати веба 2.0

Презентацију *Галике* кроз друштвене мреже и блог организује и води уредништво састављено од шест пуноправних чланова, који имају иста овлашћења и ингеренције. Циљ овог уредничког тима јесте да *Галика* постане део комуникационог система у којем је интеракција норма, у којем је приступ информацији организован према мери и навикама корисника, и у којем је потребно изградити нове односе са корисницима. Два основна задатка су информисање и промоција, односно истицање *Галикиних* фондова. Екипа је сачињена од релативно млађих људи, који су добро упознати са начином функционисања модерних медија, који их користе и у личне сврхе и одлично владају важећим правилима понашања и коришћења ових средстава комуникације, као и владајућим трендовима и терминологијом. Само ових шест

особа има право да објављује постове на друштвеним мрежама. Сваке недеље се смењују на уредничкој функцији, а из непосредног искуства и разговора са члановима екипе намеће се закључак да је овај тим у потпуности посвећен свом послу, и да се налази у готово непрекидном контакту, у динамичном процесу комуникације и непрестане размене информација и идеја, која се највећим делом одвија преко чета на Фејсбуку.



Слика 13: Фотографија администратора *Галике* у јануару 2016.

Фотографија администратора *Галике* из јануара 2016. снимљена је за потребе кампање поводом једне од акција *Галике*, под називом „*Галика-селфи*“, где се корисници *Галике* позивају да сниме своју фотографију позирајући са неком од дигиталних слика из фонда библиотеке, надомештајући део свог тела или неки други део реалности изабраном сликом, приказаном на екрану таблета или смартфона. За ову прилику кориштен је и посебан хаштаг - #GallicaSelfie. Ова

фотографија је значајна из више разлога. На првом месту, битан је начин на који су администратори *Галике* изабрали да се представе: њихови портрети су неодвојиви од маклуановских *продужетака* који надопуњују делове њихових тела. Такође, наглашена је њихова *анонимност*, с обзиром на то да су им лица највећим делом сакривена, чиме је акценат са њихових личности пребачен на њихову *улогу*, коју остварују као *хомогена множина*. Даље, значајна је чињеница да су њихова тела настављена, допуњена сликама из *Галикиног* фонда, што симболички може да се протумачи као њихова неодвојивост од посла који раде. На крају, ова фотографија нам показује да су сами чланови уредничког тима први спремни да пређу границу између библиотекара и корисника, да уђу у њихову кожу и допринесу покренутој акцији својим личним чином.



Слика 14: Шема презентације *Галике* путем друштвених мрежа и алата веба 2.0

Галика користи шест алата за интернет комуникацију са јавношћу: информативно писмо, блог, Фејсбук, Твитер и Пинтерест.

2.2.4.3. Информативно писмо и блог

Галикино информативно писмо (*lettred'information*) шаље се једном месечно, свим заинтересованима који су се за ту услугу пријавили. Половином 2015. године за ову услугу било је пријављено око 60 хиљада корисника. Информативно писмо садржи све новости у вези са радом и садржајима *Галике*. Ово је најмање интерактиван, најкласичнији алат, намењен искључиво информисању, без могућности за икакав уплив корисника, или интеракцију са њима.

Блог *Галике*¹⁹³ редовно објављује чланке у вези са *Галикиним* садржајима, догађајима и активностима које ова библиотека организује, али и важне информације који се односе на матичну, Националну библиотеку Француске. Један од последњих објављених написа у јануару 2016. говори о новој верзији каталога Националне библиотеке Француске, а има и објава које садрже практичне савете за кориснике (какав је, на пример, чланак под насловом „Четири питања која треба поставити себи ако претраживање не даје резултате“).

¹⁹³ Блог је доступан на адреси: <http://gallica.bnf.fr/blog>.

The screenshot displays the Gallica blog interface. At the top, the BnF Gallica logo is on the left, followed by a search bar and a dropdown menu set to 'dans tout Gallica'. To the right are icons for search, a plus sign, and a 'COLLECTIONS' dropdown. Below the header, the page title 'Le Blog Gallica' is centered. The left sidebar contains several sections: 'Rechercher dans le blog' with a search input and magnifying glass icon; 'Catégories' listing 'Collections', 'Du côté des Gallicanautes', 'Partenaires', 'Rencontres de Gallica', and 'Services et nouvelles fonctionnalités'; 'Archives' with a list of months from January 2016 to November 2015, and a 'voir plus' link; 'Articles récents' listing the titles of the main articles; and 'Commentaires récents' showing a list of user comments.

The main content area features three primary articles:

- Le cheval : un parcours à travers les siècles**: Published by Luc Menapace on January 28, 2016, in the 'Collections, Rencontres de Gallica' category. It mentions a horse-themed event at the Bibliothèque Interuniversitaire de Santé on February 4th.
- Donner vie aux costumes anciens avec Gallica**: Published by Louis Jaubertie on January 27, 2016, in the 'Du côté des Gallicanautes' category. It discusses historical costumes created from sources in Gallica.
- Le Catalogue Général de la BnF change de peau !**: Published by Clémence Agostini and Louis Jaubertie on January 25, 2016, in the 'Services et nouvelles fonctionnalités' category. It announces a new interface for the general catalog.

At the bottom, a fourth article is partially visible: **4 questions à se poser si une recherche n'obtient pas de résultats**, published by Mélanie Leroy-Terquem on January 22, 2016.

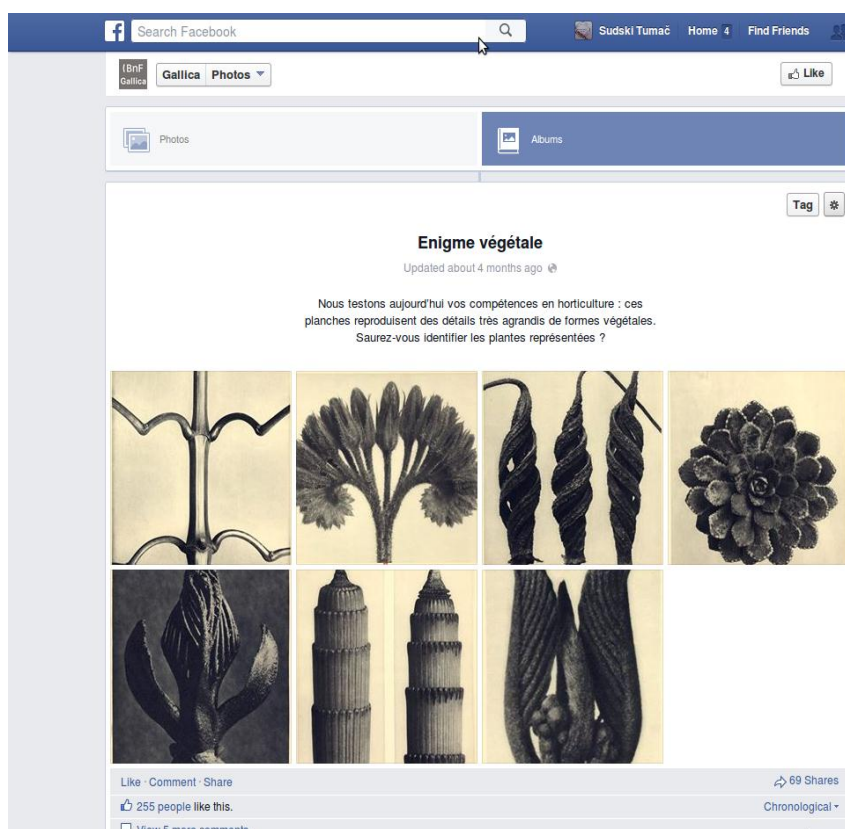
Слика 15: Блог *Галике*

Оно што је кључно у организацији презентације *Галике*, јесте то да садржаји круже на овим медијима: прво се објављују на блогу, затим се прослеђују на Фејсбук, а потом на Твитер. Будући да сваки од ових канала комуникације има и себи својствене изражајне форме и карактеристике, садржаји се у извесној мери модификују у складу са захтевима датог медија.

2.2.4.4. *Галика* на Фејсбуку

Фејсбук страницу *Галике* у јануару 2016. године пратило је близу 104 хиљаде следбеника. Фреквенција објављивања најчешће подразумева један пост дневно, понекад два, а ретко више. Садржаји постова највећим делом се односе на *Галикине* активности, догађаје, садржаје, а често су то и тематске објаве или повезивање неког објекта из фонда са актуелним датумом, дешавањем и слично.

На *Галикином* Фејсбук налогу се, у складу са све присутнијим концептом *гејмификације* (принцип увођења елемената игре у пословно окружење), организују различите игре („Загонетка петком“, „Лов на благо“), које имају за циљ да промовишу *Галикине* садржаје.



Слика 16: Пример објаве на *Галикиној* Фејсбук-страници

На приказаној слици налази се „Биљна загонетка“, где је задатак за кориснике да препознају приказане биљне врсте, које су представљене на фотографијама из *Галикине* колекције. На тај начин се кроз игру *Галикин* фонд презентује и приближава јавности.

2.2.4.5. Галика на Твитеру

Твитер представља посебно важан канал комуникације за Галику, с обзиром на то да га употребљавају првенствено корисници млађе генерације, који су изразито важна циљна група за руководство ове дигиталне библиотеке.

Испитивања показују да Твитер у Француској остаје „мала“ друштвена мрежа, док се Фејсбук већ преображава у мас-медиј, чији корисници већином имају између 35 и 45 година. Твитер, с друге стране, највећим делом користе припадници млађе популације, претежно мушког рода, технофили, који најчешће овој мрежи приступају преко мобилних медијума (смартфона, таблета...) ¹⁹⁴.

Галика објављује најмање један твит дневно, понекад и до десет или више. *Галикин* налог на Твитеру у јануару 2015. године пратило је око 38 хиљада следбеника. Администратори овог налога осмислили су и посебно име за своје пратиоце, као и истоимени хаштаг – „*Галиканаути*“. Овај назив представља игру речи, односно кованицу насталу од имена „*Галика*“, и лексеме „интернаут“ (фр. *internaute*), што је неологизам у широкој употреби у савременом француском језику, препознат у најмеродавнијим речницима француског језика, са значењем „онај који плови интернетом“ ¹⁹⁵. Овај хаштаг се користи да би успоставио везу, створио групу од *Галикиних* корисника; њиховим обједињавањем овим именом ствара се заједнички идентитет.

Као што је већ напоменуто, посебан акценат је комплементарности различитих комуникационих алата које користе администратори *Галике*: садржаји се преузимају и објављују у облику прилагођеном датом медију, или се објављује информација са линком ка другом медију, као што је случај у следећем примеру:

¹⁹⁴ Maurel, “Ce que Twitter fait aux bibliothèques (et ce qu’elles peuvent lui faire en retour)“, u *Bibliothèques 2.0 à l’heure des médias sociaux*, 93-109.

¹⁹⁵ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/internaute/43773?q=internaute#43696> (преузето 17.11.2015.)



Слика 17: Пример твита који упућује на *Галикин* блог

На приказаној илустрацији види се *Галикин* твит који садржи линк за едукативни текст о претраживању дигиталног каталога, који је изворно објављен на *Галикином* блогу.

Велика пажња придаје се садржајима које корисници објављују, а у којима се спомиње *Галика*; администратори прате активности својих пратилаца и осталих корисника Твитера, како би учили и преузели њихове твитове уколико се у њима спомиње *Галика* или се приказује њен фонд. Ово представља суштину веба 2.0: коришћење садржаја који су креирали корисници ради истицања сопственог имена, квалитета, садржаја, услуга, и последично, унапређење имиџа, присутности и видљивости у јавности.

Тема преузетих твитова може бити различита, па је тако некада реч о деловима *Галикиног* фонда који имају изразито личну вредност, као што је случај у следећем примеру:



Слика 18: Пример ретвита на *Галикином* налогу на Твитеру

На приказаној слици види се исечак из новина из прве половине двадесетог века, где један од предака корисника који је твит објавио огласом тражи кућну помоћницу. Документ пронађен у *Галикином* фонду за овог корисника има емотивну вредност, што га је навело да нађени исечак путем Твитера подели са другима, док га *Галика* препознаје као материјал за сопствену промоцију и ретвитује га.

Објаве су често инспирисане неким актуелним догађајем, чија се тема повезује са дигиталним објектом који је корисник пронашао у фонду *Галике*, као што је случај на следећој фотографији:

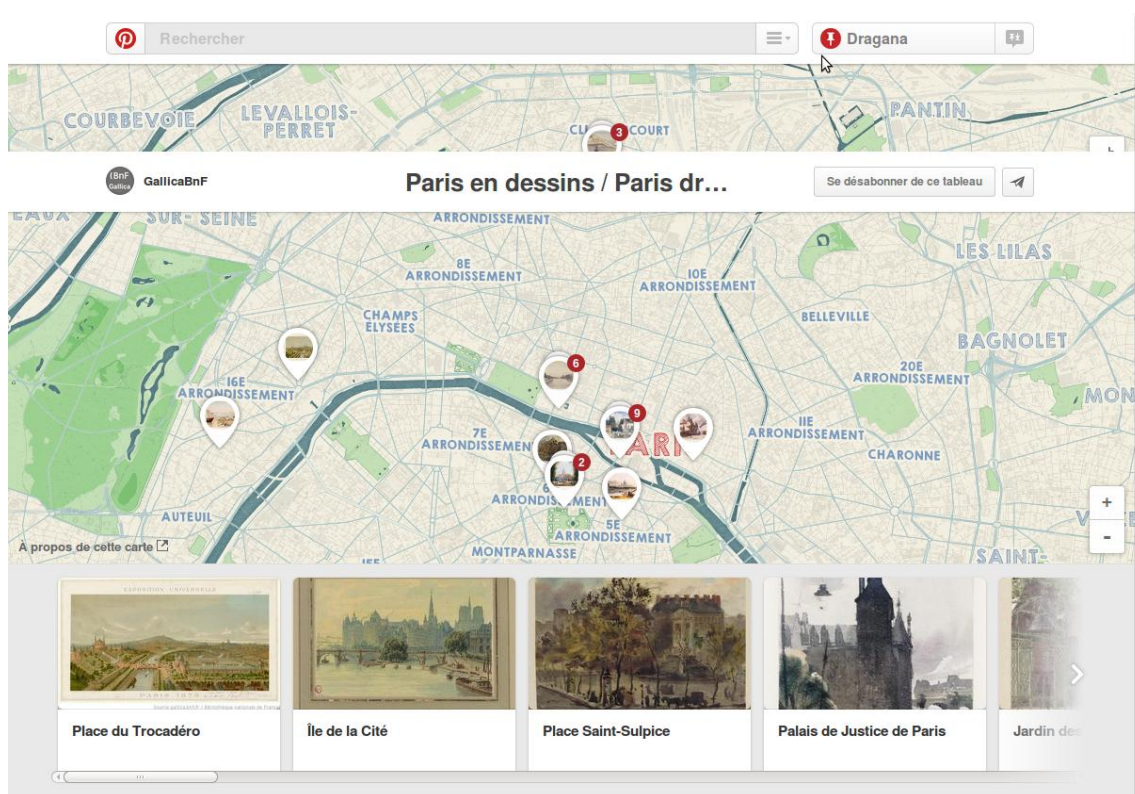


Слика 19: Пример ретвита на *Галикином* налогу на Твитеру

Илустрација приказује ретвит твита који је објавио један од следбеника *Галикиног* налога на Твитеру, на којем је, поводом одржавања „Супербоула“ (финала националне лиге САД у америчком фудбалу), фотографија играча ове игре са почетка 20. века, пронађена у *Галикиним* збиркама.

2.2.4.6. *Галика* на Пинтересту

Пинтерест нуди могућност изражавања кроз такозване *геолокализоване* албуме, какав се види на следећој слици:



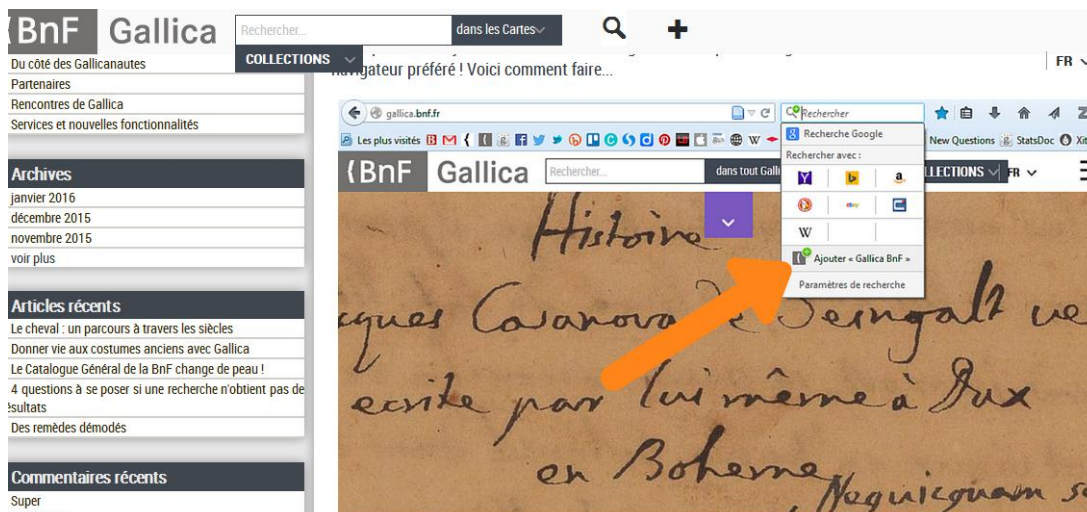
Слика 20: Пример *Галикиног* геолокализованог албума на Пинтересту

Предочена илустрација представља план Париза, на којем су убележена места која су предмет различитих слика, а које спадају у *Галикине* збирке.

За разлику од налога на Фејсбуку и Твитеру, где се постови објављују најмање једном дневно, преко Пинтереста се *Галика* оглашава нешто ређе.

2.2.4.7. Галикин претраживач

Императив који налаже константно кретање укорак са напретком технологија, као и тражење увек нових начина за приближавање корисницима, навели су администраторе *Галике* да уведу још једну иновацију која је почетком 2016. године представљена јавности. Реч је о презентацији интеграције *Галикиног* претраживача директно у основни *браузер* корисника.



Слика 21: Промоција *Галикиног* претраживача – основни садржај објављен на блогу

Уз илустрацију, у пропратном тексту објашњено је у корацима како се адреса *Галике* додаје у базични претраживач, како би се нашла у основној понуди.

На ову објаву упућује се у преко главног Фејсбук налога Националне библиотеке Француске:



Слика 22: Промоција Галикиног претраживача на Фејсбук-налогу Националне библиотеке Француске

Иста објава оглашена је и путем Галикиног налога на Твитеру:



Слика 23: Промоција Галикиног претраживача на Твитер-налогу Галике

Исти садржај видимо и у ретвиту неког од корисника Твитера:



Слика 24: Промоција Галикиног претраживача на Твитер-налогу Галике

Овај пример значајан је са два аспекта: с једне стране стога што добро илуструје ту потребу, жељу, иницијативу да се буде надхват руке корисницима, да им се што више олакша долазак до Галике, да се њено присуство понуди, можда чак и наметне, као и да се та потреба реализује, спроведе; с друге стране, на овом случају јасно се види стратегија редистрибуције истог садржаја путем различитих алата, односно сервиса веба 2.0.

Веома разноврсна активност, физичка величина институције и њених колекција, значај ове установе у националним и светским размерама, све то у спрези са рапидним технолошким развојем условљава веома велику разгранатост и разуђеност присуства Националне библиотеке Француске на интернету и медијима заснованим на вебу 2.0.

Без обзира на одређене предности мултиплицираних идентитета и наступа библиотеке кроз вишеструке налоге на друштвеним мрежама, као и релативно великог броја алата веба 2.0 које библиотека користи, првенствено када је реч о профилисању циљних група, Одељење за комуникацију ове библиотеке суочава се са нарастајућим могућностима презентације библиотеке у јавности, које постају преобимне и у неком степену почињу да представљају проблем у смислу контроле информација, професионалности и кохеренције наступа којим се гради имиџ библиотеке у јавности.

Овакво стање је предмет константних анализа у овом и другим надлежним одељењима Националне библиотеке Француске, с циљем да се изнађу начини за бољу организацију и систематизацију презентације библиотеке кроз савремене медије.

Један од значајних корака на овом плану представља креирање новог радног места, на којем би био запослен такозвани *комјунити* менаџер¹⁹⁶. По угледу на приватна предузећа која су прва препознала ову потребу и на њу реаговала упошљавањем особе која координише активности презентације фирме на интернету, анимира и обједињује интернет-заједнице које гравитирају предузећу или његовим услугама и пољу деловања. Ово занимање је суштински повезано са феноменом веба 2.0 и са развојем друштвених мрежа, и још увек је и само у процесу еволуције. Професија се заснива на интеракцији са корисницима интернета и модерацији те интеракције, али у зависности од контекста *комјунити* менаџер може имати и додатне задатке и надлежности.

У српском језику још увек не постоји одговарајући превод за овај израз, па се користи поменути англицизам; у француском језику наилази се на неколико превода ове синтагме (најчешће *gestionnaire de communauté*), али је енглески термин у општој употреби, на шта указује и чињеница да је ова синтаagma ушла Ларусов речник француског језика за 2016. годину.

Иако је формално одобрено, због административних успоравања крајем 2015. ово радно место још увек није практично успостављено, јер не треба заборавити да и поред тога што је реч о библиотеци која се спремно упушта у ризике које носи интернет комуникација и веб 2.0, ипак се ради о великом организму који подлеже правилима и бирократског система и потпада под надлежност државе, што знатно успорава било какве институционалне промене.

¹⁹⁶ Енг. *community manager* – менаџер онлајн заједница.

2.2.5. Савремени медији у Јавној информативној библиотеци

Јавна информативна библиотека је главна јавна библиотека у Паризу.¹⁹⁷ Има карактер јавне установе под ингеренцијом државе, па се у том смислу одређује као национална. Налази се у најужем центру града, у оквиру Центра „Жорж Помпиду“, популарног Бобура. Чињеница да је физички интегрисана у Центар, као и да се за програме, догађаје, изложбе и активности библиотеке користи шири простор Центра, његове сале и други наменски простори, даје специфично одређење свим поменутих дешавањима, као и самој Библиотеци, у светлу значаја Бобура за културну самосвест Француза, о чему је претходно било речи. „Јавна информативна библиотека има две основне функције: стварање адекватног документационо-информативног фонда и система његовог коришћења, те рад с публиком.“¹⁹⁸ Основана је декретом од 27.01.1976. године, који је одређује као аутономну јавну установу, повезану са Центром „Жорж Помпиду“¹⁹⁹. После готово четрдесет година, концепт који обједињује ове две културне установе и даље се показује као успешан, при чему „Јавна информативна библиотека привлачи половину посетилаца Центра.“²⁰⁰

Јавна информативна библиотека заснована је на принципима који се и данас поштују – потпуно слободан приступ публикацијама (ово је прва *open-shelf* библиотека у Француској), коришћење фондова искључиво на лицу места, мултимедијална концепција, технолошке иновације, дуже радно време у односу на стандардно, посредовање особито квалификованог особља. Али, насупрот првобитним утопијским очекивањима, у њеној публици и даље углавном преовладавају студенти. Од свога отварања, Јавна информативна библиотека посвећује велику пажњу овој чињеници и прати како се у том погледу ситуација развија, посебно кроз редовна испитивања публике путем анкета.²⁰¹ Библиотека садржи око 400 000 публикација у фонду који је предмет континуираног

¹⁹⁷ Bibliothèque publique d'information, <http://www.bpi.fr/home.html>.

¹⁹⁸ М. Драгићевић Шешић, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“, 363.

¹⁹⁹ Journal officiel de la republique française du 29/01/1976, fac-similé, p.741, https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?numJO=0&dateJO=19760129&numTexte=&pageDebut=00741&pageFin= (преузето 22.03.2016.).

²⁰⁰ F. Leleu, „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou“.

²⁰¹ Enssib, „Bibliothèque publique d'information (Bpi)“, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, <http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/bibliotheque-publique-dinformation-bpi> (преузето 22.03.2016.).

занављања и обнављања; с обзиром на ограничен простор, стриктна набавна политика налаже строгу селекцију која се базира првенствено на актуелности наслова, при чему се део фонда одваја и расходује на различите начине, спрам стања и природе публикација.

Министарство културе и комуникација доделило је Библиотеци значајну финансијску подршку у износу од 10 милиона евра за пројекат реновирања у периоду 2015-2017, који би допринео повећању њене атрактивности, видљивости у оквиру Центра „Жорж Помпиду“, и утврђивања њене позиције као дигиталне библиотеке од изузетног значаја.²⁰²

Односи с јавношћу су током развоја библиотеке увек заузимали важно место, како у погледу унутрашње комуникације, тако и када је реч о комуникацији са спољном јавношћу; у том контексту значајна је улога „информативног уторка“ (*mardi de l'information*), посвећеног интерној комуникацији. Према наводима у раду објављеном 1994. године, који је посвећен проучавању односа између Јавне информативне библиотеке и Центра „Жорж Помпиду“, „основна улога Службе за односе с јавношћу ове установе јесте да обезбеди присуство Библиотеке у медијима, да омогући да се у јавности говори о њеним услугама и манифестацијама које организује сама, уз партнере, или у сарадњи са Центром (у овом последњем случају Службе за односе с јавношћу Библиотеке и Центра могу радити у кооперацији). Ова Служба такође представља веома важан фактор у комуникацији са самим Центром.“²⁰³

Када говоримо о актуелном тренутку, комуникација са јавношћу у великој мери се базира на употреби интернета и његових сервиса. Присуство ове библиотеке на интернету комплексно је и разноврсно, на шта указује већ и сама чињеница да ова институција има четири веб-странице које функционишу паралелно, и свака је представља на одређени начин. Поред тога, Јавна информативна библиотека чини део пројекта за онлајн комуникацију корисника са библиотекарима под називом Еурекоа (*Eurêkoi*), који представља плод сарадње француских и белгијских библиотекара. Библиотека је присутна и на друштвеним

²⁰² Le Centre Georges Pompidou, Le Centre Pompidou en 2014 : bilan d'activité (2015), <http://mediation.centrepompidou.fr/documentation/bilandactivite2014/>, (преузето 22.03.2016.).

²⁰³ F. Leleu, „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou“.

мрежама Фејсбук, Твитер и Дејлимоушн, са више налога. У одељењу за развој публице (*développement des publics*) ради се на креирању базе података утицајних блогера и носилаца утицаја на друштвеним мрежама, који су кључни играчи у стварању сопствених онлајн заједница и преношењу порука јавности; постоје и комерцијалне базе са таквим подацима, али висока цена оваквих информација опредељује ову библиотеку да сама гради своје ресурсе. У 2016. години планирано је плаћање оглашавања на Фејсбуку, поводом најављивања догађаја који се организују у библиотеци.

Важно је нагласити да се у Јавној информативној библиотеци не напуштају ни традиционални видови комуникације с јавношћу; нова особа примљена је током 2015. године на место координатора односа с медијима, са циљем да успостави односе са класичним медијима, који су у једном тренутку били запостављени. „Са истом идејом да олакша приступ Врп-ју и упозна публику с њеном понудом, створена је нова апликација за мобилне телефоне *AppliBpi*, која омогућава приступ агенди, практичним информацијама, предметном каталогу. Функција *webcam* доживела је чист успех: приказујући ситуацију на терену у реалном времену, она је омогућила да се раскринка предрасуда корисника да је ред за улазак у библиотеку одбојно дугачак у сваком тренутку у току дана!“²⁰⁴

Главни оријентир за избор и заступљеност одређеног медија у односима с јавношћу Јавне информативне библиотеке представљају резултати истраживања понашања корисника.²⁰⁵

²⁰⁴ Emanuel Kufini i Natali Denj, „Novi izazovi Javne biblioteke informacija (Bpi) u Centru Pompidu u Parizu“, u *Planeta čitalac*, ur. Ivana Arsić (Pančevo : Gradska biblioteka ; Beograd : Udruženje Kulturis, 2014), 58.

²⁰⁵ Колико је корисник концептуално важан за ову библиотеку и организацију њеног пословања, сведочи чињеница да сваки од запослених у Библиотеци (изузев вршилаца највиших руководећих дужности) део радног времена проводе у раду са корисницима („service public“). Оваква пракса је значајна у светлу нашег истраживања јер представља показатељ да се корисник у овој библиотеци не доживљава као фиктиван; напротив, у сусрету са корисницима „од крви и меса“, одговарајући свакодневно на њихове стварне потребе и захтеве, библиотекари боље сагледавају реалну сврху својих примарних задужења. Додатно, библиотека као организација још више се удаљава се од бирократске структуре и поприма обресе органског организовања које представља модел за организацију будућности.

2.2.5.1. Веб-странице Јавне информативне библиотеке

Јавна информативна библиотека, као што је наведено, представљена је на интернету путем три официјелне веб-странице, а то су главна, општа веб-страница, *Vpi* за професионалце и *Бализ*. Ове веб-странице су комплементарне и чине јединствен *систем*, иако су им полазне основе различите.

Општа, институционална веб-страница налази се на адреси <http://www.bpi.fr>, и на њој су представљени мисија и организација библиотеке, као и све практичне информације потребне за организовање доласка у библиотеку и упознавање са збиркама и услугама које се нуде. Ту су и обавештења о сусретима, разговорима, радионицама, изложбама, фестивалима, укратко – о свим активностима које се у библиотеци организују. Путем ове веб-странице могућ је и директан приступ онлајн каталогу и свим онлајн услугама које су доступне даљински. Да бисмо стекли слику о посећености ове веб-странице, навешћемо податак да ју је у периоду од 1. јануара до 15. октобра 2014. године посетило 635 хиљада појединачних посетилаца, а да је прегледано 2 милиона 300 хиљада страна.²⁰⁶

„Vpi“ за професионалце је нова веб-страница намењена пре свега припадницима библиотечке струке. Објавама на овој веб-страници обавештавају се првенствено библиотекари о активностима везаним за међубиблиотечку и међународну сарадњу Јавне библиотеке информација, о акцијама које воде партнери библиотеке, као и низу других садржаја, као што су стручни семинари, посете, студије у вези са корисницима или културним обрасцима понашања, линкови ка информацијама о различитим пројектима у којима библиотека учествује, нарочито када је реч о дигиталним ресурсима, самообразовању, корисницима са потешкоћама у читању, услугама библиотекара на даљину, и другима. Преко ове веб-странице могућ је приступ и националном филмском каталогу, веб-страници асоцијације Карел (*Réseau Carel*), веб-страници *Bibliothèque dans la cité*, информацијама у мрежи Еурекоа.

²⁰⁶ Bibliothèque publique d'information, „La Vpi en chiffres“, <http://www.bpi.fr/la-bibliotheque/la-bpi-en-chiffres> (преузето 23.03.2016.).

2.2.5.2. Вебмагазин *Бализ*

Бализ (фр. *Balises*) је име такозваног вебмагазина који је Јавна информативна библиотека покренула у октобру 2014. године. Реч је о иновативном концепту, који има за циљ да објављивањем разноврсних међусобно повезаних мултимедијалних садржаја на различите актуелне теме пружи тачке ослонца за формирање добро утемељеног, релевантног мишљења, да да репере јавности која је често изгубљена у информацијама и полуинформацијама до којих долази на интернету (*balise* на француском значи управо репер, тачка која служи као оријентир). Уредници ове веб-странице настоје да публици дају што боље референце о темама које пресецају друштво.

Како би пружили што потпунију слику о датој теми, уредници ове веб-странице праве и путем Бализа представљају избор документарних извора који се налазе у библиотеци или на интернету, до којих долазе уз помоћ својих библиотекарских и информационих знања и вештина, усмерених на истраживање, проналажење информација и селекцију извора. *Бализ* креирају и воде библиотекари, чији је задатак добрим делом и педагошки: они покушавају да актуелним темама дају одговарајући контекст, оквир, да нагласе проблематичне тачке и ризике, и да предложе одговарајућу подробнију литературу и друге изворе који могу да прошире и допуне знања о датом питању. Аутори се труде да отворе различите углове гледања на неку актуелну тему, догађај, збивање, пружајући одабране проверене информације.

У погледу динамике објављивања, на овој интернет страници постави се месечно око 40 садржаја, који се односе на неку од 26 тема које се на веб-страници обрађују. Активно у креирању садржаја учествује око 80 од укупно запослених 250 библиотекара, а од тога њих 30 редовно. Постоји намера да се отвори приступ и за кориснике да својим прилозима дају допринос овој веб-страници.

Чланци на веб-страници *Бализ* блиски су новинарским објавама по начину приступа теми, по заступљеним формама (интервјуи, портрети, видео-садржаји) и форматима, који су у ипак у одређеној мери прилагођени интернет-публици. У рубрици „*Coup d'œil*“ (у слободном преводу „*Брз поглед/Преглед*“) објављују се

кратки, сажети чланци, док се у рубрици „*Grand angle*“ („*Велики угао*“) дају детаљнији, разрађенији прикази и чланци. Једну од рубрика представља и „*Веб-ТВ/Веб-Радио*“, чија је улога да омогући стриминг или подкаст емитовање снимака културних манифестација у организацији Јавне информативне библиотеке.

Могуће је претраживање објављених чланака према теми, таговима или типу садржаја. Постоји и опција да корисник, у складу са својим сферама интересовања, селекцијом жељених садржаја креира персонализовану страницу *вебмагазина*. *Бализ* је отворен и за учешће корисника, односно допринос публике, у складу са већ споменути *UGC* концептом; исто тако, чланци могу да се коментаришу и деле посредством друштвених мрежа, а у плану је и отварање Фејсбук странице за *Бализ*.

Као што се види из изложеног, *Бализ* представља покушај библиотекара да наметну своја знања и компетенције, у циљу омогућавања квалитетније информисаности и приступа релевантним изворима ради формирања добро утемељеног става о друштвеним збивањима и процесима, у окружењу недовољно квалитетног преобиља које нуди интернет.

Током маја и јуна 2015. године, после нешто више од пола године од почетка рада *вебмагазина* *Бализ*, велики број библиотекара запослених у Јавној информативној библиотеци још увек је имао потешкоћа да јасно дефинише шта је заправо ова веб-страница, који су мотиви за њено постојање и шта је разликује од већ постојећих веб-страница библиотеке. Основна замерка самог уредништва односила се на недовољно прецизирану уредничку политику, што је недостатак који је могуће релативно лако отклонити.

Иако још увек нема довољно показатеља о томе колико је публика препознала вредност овог концепта и колико је успела да га усвоји, имајући у виду да је од покретања веб-странице прошло једва годину дана, свакако је јасно да се ради о великом кораку за библиотекарe; у овој идеји треба препознати њихову иницијативу да наметну своје квалитете, њихов не више пасиван, него активан став у намери да своју струку промовишу и истакну њене вредности посредством могућности које нуде савремене технологије; исто тако, значајан је феномен да се библиотекарe појављују не само у улози посредника, што им је

основни задатак, него и креатора, аутора садржаја, и то на основу својих библиотекарских компетенција.

У основи ове идеје која се темељи на улози библиотекара као новинара јесте схватање библиотеке као медија. То је концепт који су уредници и покретачи ове мултимедијалне веб-странице препознали као потенцијал и правац у којем би библиотекарство требало или могло да се развија, на основу капитала који представљају библиотекарски и њихова знања, способности, образовање и вештине, који доносе поуздану информацију. Нагласак тако није на библиотечким колекцијама и услугама, него на томе да се истакну компетенције библиотекара. На овај начин библиотека постаје и медиј у хоризонталном дебреовском смислу, а не само у вертикалном који јој је иманентан.

У организацији онлајн презентације Јавне библиотеке информација, изузетно је важна кооперација и координација у циљу размена садржаја, уз нужне модификације, у оквиру система који чине три веб-странице и налози на друштвеним мрежама и платформама за дељење садржаја. На тај начин ради се на покушају обезбеђивања хармоничног наступа ове институције у јавности, али и на пружању међусобне подршке различитим лицима истог бића, односно установе, чиме се јачају позиције сваког од тих конкретних канала комуникације понаособ, али посредно и институције у целини.

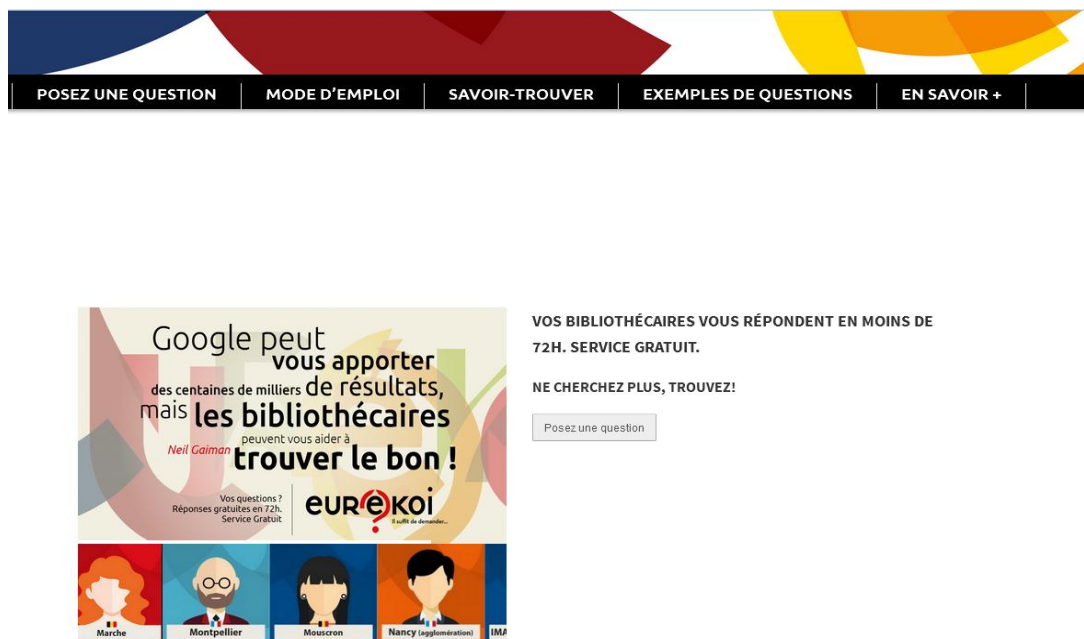
2.2.5.3. Сервис за постављање питања библиотекарица – *Еурекоа*

Еурекоа (Eurêkoi) је онлајн сервис за постављање питања библиотекарица, који је почео да функционише фебруару 2015. године. Ова мрежа развила се из сличне услуге коју је покренула Јавна информативна библиотека 2006. године, у сарадњи са још 28 француских библиотека, под називом „Библиосезам“ (*BiblioSésame*). Девет година каснија, овај пројекат проширен је успостављањем сарадње са белгијским библиотекарица и библиотекама из области Валоније и Брисела, постајући на тај начин интернационални франкофони систем, под симболичним називом *Еурекоа* (игра речи у француском, спој лексеме *еурека* и упитне заменице *quoi* што значи „шта“, која на тај начин обједињује смисао

постављеног питања и открића, сазнања). У мрежу *Еурекоа* укључено је 130 библиотекара из око 50 општинских, департаманских или специјалних библиотека, који одговарају на питања из целог света у року од 72 сата.

Према подацима са институционалне веб-странице Јавне информативне библиотеке, у 2015. години коришћење ове услуге порасло је за 26% у односу на 2014. годину, а пружено је 4054 одговора.

Прерастање Библиосезама у мрежу *Еурекоа* пропратила је веома снажна промотивна кампања, пропраћена различитим штампаним пропагандним материјалом, акцијама, и слоганима као што су „Довољно је питати“. Посебан акценат је на графичком решењу које је јасно и атрактивно, у складу са владајућим естетским трендовима у свету дизајна.



Слика 25: Приступна страница за услужну мрежу Еурекоа





До формулара за постављање питања може се доћи на више различитих начина. Приступити се може директно преко официјелне веб-странице <http://www.eurekoi.org/> као и са веб-странице сваке од библиотека које чине овај систем. Развијена је и апликација за мобилне телефоне, а покренута је и група на Фејсбуку која броји око две хиљаде чланова.

Акценат код пропагирања ове услуге је на томе да је у данашњем тренутку ретка, и самим тим веома вредна, поуздана онлајн информација иза које стоји непосредно људско знање и ауторитет.

2.2.5.4. Јавна информативна библиотека и друштвене мреже

Јавна информативна библиотека присутна је уназад неколико година на друштвеним мрежама путем две странице и једне групе на Фејсбуку (институционална, општа Фејсбук страница и налог за професионалце у библиотекарској струци; група *Eurêkoi*), као и посредством једног налога на Твитеру.

Библиотека се оглашава и преко платформе *Dailymotion*, где објављује видео-снимке културних манифестација које организује.

Accueil	Catalogue	La Bibliothèque	Informations pratiques	Agenda	Espace presse
Accueil - La Bibliothèque - Offres culturelles et médiations - Offres à distance - La Bpi sur les réseaux sociaux					
		<p>Page Facebook officielle ↗</p> <p>Cette page se fait l'écho de nos événements culturels et médiations et présente aussi nos services et collections .</p>	<p>Page Facebook Bpi-Pro ↗</p> <p>Principalement dédiée aux professionnels de l'information et de la documentation, la page Bpi-Pro met en avant nos actions de coopération et de soutien aux bibliothèques publiques et relaye des informations professionnelles en lien avec les thématiques fortes de la Bpi : inclusion sociale, enjeux du numérique et handicap.</p>	<p>Groupe Facebook Eurêkoi ↗</p> <p>Eurêkoi est un service de questions-réponses en ligne gratuit et ouvert à tous. Vous pouvez poser vos questions en postant un message sur le groupe Facebook public Eurêkoi ↗ ou directement sur le site d'Eurêkoi. ↗</p>	
		<p></p> <p>Bpi ↗</p> <p></p> <p>Compte Twitter officiel ↗</p> <p>Ce compte s'adresse principalement aux publics qui fréquentent la Bpi et propose des informations pratiques sur la vie de la bibliothèque.</p>	<p></p> <p>Bpi ↗</p> <p></p> <p>Chaîne Dailymotion ↗</p> <p>Cette chaîne permet de visionner les vidéos des événements culturels organisés par la Bpi ainsi que les bandes annonces de ses cycles ou expositions.</p>		

Слика 26: Јавна информативна библиотека на друштвеним мрежама

2.2.5.5. Дигитално посредовање и дигитални посредник Силвер Мерсје

„Дигитално посредовање“ и „анимација онлајн заједница“ – то су два термина која се често спомињу када је реч о стратегијама наступа путем инструмената веба 2.0; ова два појма није увек лако разликовати. Први израз, дигитално посредовање, означава примену техничких, уредничких или интерактивних средстава, ради прикупљања, дисеминације и организованог приступа садржајима намењеним образовању, информисању и дистрибуцији знања. Термин анимација онлајн-заједница маркетиншки се дефинише као бављење заједницама везаним за предузеће, које има за циљ да говори, али првенствено да наводи друге да говоре о одређеном бренду.

Према одређењу Силвера Мерсјеа, једног од најутицајнијих блогера у француској библиотекарској средини, и признатог ауторитета када је реч функционисању библиотека у окружењу веба 2.0, “дигитално посредовање је поступак који има за циљ да успостави проток, повезивање, на прецизан начин, ради омогућавања организованог или случајног приступа, усвајања и дисеминације садржаја у циљу ширења знања и умећа.”²⁰⁷ Дефиниција је преузета са блога који води Силвер Мерсје, што је једна од његових активности као библиотекара 2.0, како сам себе дефинише на свом Линкедин профилу.

²⁰⁷ Silvère Mercier, „Médiation numérique : une définition” (2010), <http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/> (преузето 15.10.2015.).



Bibliobsession

Le blog de Silvae, bibliothécaire engagé pour le développement des médiations numériques et des biens communs de la connaissance

The screenshot shows the top navigation bar with links: Qui suis-je?, SavoirsCom1, Suivez ma veille, Support de formation, Le Bouillon des bibliobsédés, and Calendoc. Below the navigation is a blue bar with the text 'BIBLIOTHÈQUES ET CIE' and a comment count of 44. The main content area features the title 'Médiation numérique : une définition' by SILVAE, dated 3 MARS 2010. An image of a book page with the text '11. DEFINITION. — A thing which induces a p... tract. It is the substa... inducing the parties t... SUFFICIENT' is shown. The text of the post begins: 'Je me rends compte qu'il est nécessaire de clarifier et de faire évoluer ma définition de médiation numérique. Je vous propose donc celle-ci, elle porte sur le domaine de l'information-documentation, elle est expérimentale et s'incarne dans une démarche globale et un projet. Elle renouvelle les notions plus traditionnelles de mise en valeur et celle d'aide à la recherche documentaire. J'espère que vous la trouverez claire, n'hésitez pas à réagir en commentaire et à proposer votre définition le cas échéant'. On the right side, there is a 'FOLLOW:' section with social media icons and statistics: 1085 Articles, 5933 Comments, 9522 Followers, and 0 Likes. Below this is a 'M'ENVOYER UN MESSAGE' section with a 'Contactez-moi' button, and a 'TROUVER UN BILLET' section with a search bar and a 'Google Recherche personnel' button. At the bottom right, there is a 'JE COORDONNE LE RÉSEAU' section.

Слика 27: Блог Силвера Мерсјеа

Блог под називом *Bibliobsession* („библиопсесија“, игра речи која дочарава опседнутост књигама) Мерсје води од 2005. године. До краја јануара 2016. године објавио је преко хиљаду чланака, увек у вези са актуелним темама у свету библиотекарства, првенствено са аспекта дигиталних технологија и иновација у библиотечко-информационој делатности. Поводом тих чланака забележено је и близу шест хиљада коментара, што је податак који говори у прилог томе да су теме које обрађује Силвер Мерсје, као и његов приступ и компетенција препознати од стране професионалаца у библиотекарском послу и заинтересованих за ову струку и област, и да производе интеракцију која је показатељ провокативности и релевантности садржаја у окружењу 2.0. Почетком 2016. пратило га је близу 10 000 следбеника.

Мерсје је задужен за дигитално посредовање и дигиталне иновације у Јавној информативној библиотеци, координише рад мреже Еурекоа, али независно од тога пише свој лични блог и води свој Фејсбук и Твитер налог, све у

контексту професионалног бављења књигом, читањем, библиотеком у дигиталном окружењу.

Пример Силвера Мерсеја важан је са аспекта развоја индивидуалног утицаја у сфери библиотекарства, у непосредном, директном контакту, примени готово свих постојећих алата веба 2.0; оно што овај случај чини примером добре праксе јесте успех у реализацији кохерентног, логичног и добро осмишљеног дигиталног наступа, доследног у сваком сегменту, који корисници и стручњаци у домену библиотекарства у Француској, а и шире, препознају као релевантан.

Анализом два изнесена случаја коришћења савремених медија за презентацију две велике и значајне француске библиотеке, Националне библиотеке Француске и Јавне информативне библиотеке, може се извући више закључака. У обе библиотеке тренд је да садржаји почињу да се деле према заинтересованим групама – да се одреде и алатима које нуде савремени медији обухвате и повежу у мреже одређене циљне групе, односно заједнице, и да се поруке упућују таквим групама.

У обе библиотеке препозната је тенденција да коришћењем модерних канала комуникације садржаји нарастају, множе се и почињу да измичу контроли, и да таквој тенденцији мора одговарати спремност човека, односно одређене службе у датој институцији, да те садржаје, и саме дифузионе канале, то јест медије, контролишу и боље организују. Важно је нагласити да овај процес преиспитивања, контроле и реорганизације мора бити сталан, јер се технологије умножавају константно напредујући, што нужно мора пратити и чврста контрола и промптна адаптација на свако ново стање.

Оваква свест и оваква тежња постоје у великим француским библиотекама какве су Национална библиотека Француске и Јавна информативна библиотека; ове библиотеке су спремно прихватиле изазов и упустиле се токове брзих струја савремених технологија, и рекло би се, у складу са логиком веба 2.0 у којем се учење заснива на принципу „пробај-погреша-научи“, показују спремност да недовољно успеле идеје и концепте покушају да замене адекватнијим решењима.

2.2.6. Париске јавне библиотеке и савремени медији

У Паризу постоји 72 градске библиотеке, у којима је запослено укупно око 1 500 људи. Не постоји централна париска библиотека – све ове јединице чине мрежу која функционише под ингеренцијом дирекције за културне послове париске општине. У служби за односе с јавношћу Бироа за библиотеке и читање у оквиру ове дирекције 2011. године започето је систематско усмеравање библиотекара ка коришћењу модерних медија, након што је утврђено да се у том смислу заостаје за библиотекама у унутрашњости, које су мање или више организовано почеле да користе ова средства комуникације.²⁰⁸ Библиотекари у јавним библиотекама у Паризу тако су подстицани да креирају Фејсбук страницу, блог или Твитер налог.

Информатички систем којим су опремљене јавне библиотеке града Париза омогућавају корисницима да консултују онлајн каталог који садржи одломке докумената и публикација, као и додатне коментаре. Погодност коју корисници посебно цене јесте онлајн продужавање рока позајмице позајмљених књига. Омогућене су и друге више или мање стандардне услуге у актуелном тренутку у европским библиотекама: персонализовани налог корисника, мејл са обавештењем о скором истеку рока позајмице, информисање о прирасту збирки према тематском принципу, консултација и прелиставање библиографија и различитих избора са директним линковима према каталогу преко којег је могуће проверити доступност публикације, као и предлагање за набавку нових публикација.

Париске јавне библиотеке активно користе следеће друштвене мреже и веб-медије: блогове (<http://blog-bibliotheque.paris.fr>), Фејсбук, Твитер (са хаштагом #bib2paris), Нетвајбс, Тумблр и Пинтерест.²⁰⁹

²⁰⁸ Inspection générale des bibliothèques, „Rapport d’activité 2009“ (2010).

²⁰⁹ „Paris sur les réseaux“, Direction de l’Information et de la Communication de la Mairie de Paris, <http://www.paris.fr/services-et-infos-pratiques/innovation-et-recherche/ville-intelligente-et-durable/les-reseaux-sociaux-147#les-bibliotheques> 3 (преузето 05.11.2015.).


2.2.6.1. Викибиб

Савремени медиј који је присутан у оквиру система париских јавних библиотека и свакако заслужује посебну пажњу јесте алат под називом Викибиб. Реч је о инструменту за интерну комуникацију унутар мреже јавних библиотека у Паризу. Ова платформа је заснована на Википедији, и користи исти софтвер као и Википедија.

Ова колаборативна и едукативна платформа служи за образовање и дељење алатки за рад, комуникацију и сарадњу. Поред едукативног и пропагандног материјала (који има увек исту форму, а појединачне библиотеке их креативно испуњавају својим садржајима) и актуелних информација, на Викибибу се налазе и подаци о свим библиотекама у оквиру мреже.

Marguerite Audoux

LE LIEU






- 65000 documents, dont 7000 DVD
- 1000 m2 sur 2 niveaux
- 3 sections : adulte / jeunesse / vidéothèque
- 3 fonds thématiques : Histoire du Judaïsme, Poésie et Histoire Ouvrière

Avec tout ce que je sais, on pourrait faire un livre... il est vrai qu'avec tout ce que je ne sais pas, on pourrait faire une bibliothèque.

Sacha Guitry

■ Pour tout savoir, voici la présentation de l'établissement
Ou ici, voir la fiche équipement de la bibliothèque sur Paris.fr

Informations pratiques

Adresse	10, rue Portefoin 75003
Téléphone	01 44 78 55 20
Mail générique	bibliotheque.marguerite-audoux@paris.fr
Horaires	Adulte, Jeunesse, vidéothèque <ul style="list-style-type: none">■ mardi, jeudi, vendredi : 13h-19h■ mercredi : 10h-19h■ samedi : 10h-18h
Accès	 Temple, Arts et Métiers, République  20, 75, 29, 38, 65  Stations Vélib' proches
Secteur	Secteur 1 nord
Code établissement	03
Code V-Smart	AUDO
Anciens noms	

Слика 28: Страница библиотеке „Маргерит Оду“ на Викибибу

2.2.6.2. Савремени медији у припреми отварања Медијатеке „Канопе ла фонтен“ (*Médiathèque Canopée la Fontaine*)

У Паризу је од 2010. године у току реализација пројекта од изузетног значаја: реч је о преуређењу четврти *Les Halles*, која се налази у срцу Париза, недалеко од Центра „Жорж Помпиду“, и има веома велику важност за функционисање града. Чињеница да се налази изнад најфреквентније станице подземне железнице у Европи *Châtelet – LesHalles*, по неким наводима највећој на свету (дневно кроз њу прође 750 000 путника), чини ову четврт изузетно прометном. Ту је смештен и највећи тржни центар у Паризу, *Le Forum des Halles*, који дневно посети 150 000 људи. У оквиру пројекта реконструкције овог квартала, вредног близу милијарду долара, амбициозно је предвиђена између осталог, изградња великог врта који се простире кроз читаву четврт, пешачке зоне, реновирање подземних ходника, као и изградња огромне куполе (*canopée*) која је архитектонски и симболички замишљена као нека врста крошње, која спаја подземно гротло железнице са слободним ваздушним простором изнад града. У склопу те куполе налазиће се и нова градска библиотека, Медијатека „Канопе ла фонтен“, која ће се простирати на 1050 квадратних метара. Модерно конципирана и уређена, ова пространа и светла библиотека замишљена је као урбано место, отворено за све, са посебним нагласком на дигиталним колекцијама, иновативним технологијама (као што је 3D штампа), и партиципативном, проактивном приступу библиотечким задацима. Предвиђена је подела на „топли део“, намењен размени мишљења и знања, дебатама и интерактивној комуникацији, и на „хладни део“, који представља традиционално виђену библиотеку, чија је сврха стицање знања у тишини, без сувишног присуства других.²¹⁰

Посебну важност у припреми отварања Медијатеке, најављеног за април 2016. године, имали су савремени канали комуникације. О озбиљности приступа овој проблематици довољно говори чињеница да је стратегији наступа посредством савремених медија претходила детаљна студија под називом „Друштвене мреже и њихова пракса у библиотеци“, под окриљем Општине града

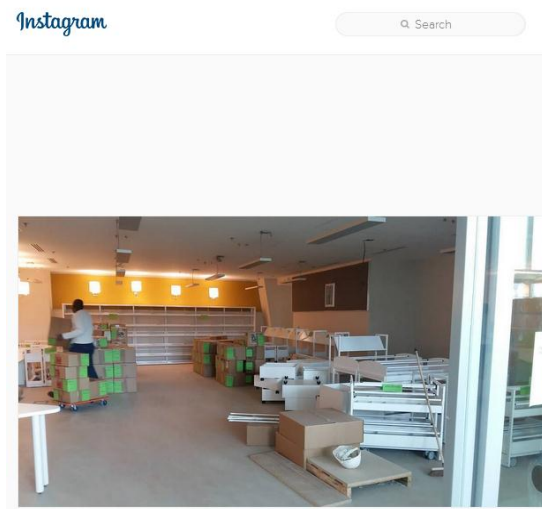
²¹⁰ Le réaménagement des Halles de Paris, „Les Halles, le nouveau coeur de Paris“, http://www.parisleshalles.fr/sites/default/files/07-2014-plaquette_Halles_web-Fr.pdf (преузето 25.03.2016.).

Парижа, у којој је анализирано око педесет друштвених мрежа и савремених канала комуникације.²¹¹ Ова студија имала је за циљ да утврди које су мреже и канали комуникације најприкладнији за промовисање библиотеке, са намером да ово истраживање послужи и другим библиотекама које осмишљавају свој наступ посредством модерних медија. По завршетку истраживања, креирано је више дигиталних идентитета за Канопе. Основни наступ је базиран на блогу, Фејсбук-налозима, Твитеру, Пинтересту, Инстаграму, Јутјубу, Дејлимоушну, као и мрежама *Pearltrees*, *Vine*, *Google+mScoop.it*, и *Flickr*. Детаљно је дефинисана и уређивачка политика, која прецизно одређује циљ сваког од ових налога, с тим да сваки од њих има своју засебну намену, као и своју специфичну циљну групу.²¹² Посебно је у реализацији наступа Медијатеке путем савремених медија значајна улога менаџмента, који има задатак да одреди основни тон порука које се емитују, као и крајњи циљ који се жели постићи, у складу са мисијом установе. Уређивачком политиком одређене су „добре комуникационе технике“: одабир адекватне друштвене мреже за објављивање одређеног садржаја, у правилно одабраном тренутку, у складу са ваљано успостављеним ритмом објављивања. Као значајан аспект у наступу посредством друштвених мрежа чланови тима Медијатеке препознају стимулисање интелекта и радозналости следбеника кроз игре, загонетке, питања... „Анимацијом [онлајн] заједница успоставља се емпатичнији, личнији тон. Када се томе дода да се садржаји креирају са што је више могуће личног уплива, такав приступ омогућава дијалог са публиком, и [...] наглашавање компетенције библиотекара као некога ко прави одабир садржаја у складу са потребама корисника“.²¹³

²¹¹ „Les réseaux sociaux en bibliothèque et leurs pratiques : étude coordonnée par la préfiguration de la bibliothèque Canopée“, <http://bibliotheques-de-pret.paris.fr/userfiles/file/Nouveautes/Canopee/livre-blanc.pdf> (преузето 25.03.2016.).

²¹² Catherine Muller et Emmanuel Brandl, „Médiation numérique et réseaux sociaux en bibliothèques : entretien avec Romain Gaillard, en charge de la future médiathèque de la Canopée“, 09.06.2015, <http://www.enssib.fr/recherche/enssiblab/les-billets-denssiblab/bibliotheque-innovante-reseaux-sociaux-mediation> (преузето 14.03.2016.).

²¹³ Ibid.



Слика 29 : Кутије са књигама које пристижу у Медијатеку „Канопе ла Фонтен месец дана пред отварање“ (објављено на Инстаграму и редистрибуирано на Фејсбуку)

Ромен Гајар, један од челних људи у Медијатеци, наглашава да библиотеке морају да прате развој нових медија, како би биле у току са новим услугама које они пружају, али такође и ради сталног преиспитивања актуелности и конкурентности одређених канала комуникације.

2.2.6.3. Савремени медији у припреми отварања Медијатеке „Франсоаз Саган“

У мају 2015. године у Паризу је отворена још једна јавна позајмна библиотека, под именом Франсоаз Саган. Кампања која је пратила отварање ове библиотеке пажљиво је планирана, на шта указује и податак о избору датума отварања, који је брижљиво одабран у односу на циљану публику; имајући у виду да је библиотека отворена у 10. арондисману, једном од сиромашнијих париских квартава, организатори су за термин инаугурације нове библиотеке изабрали државни празник који многи имућнији грађани Париза користе да отпутују у оближње викендице и одмаралишта. Тиме је циљаној популацији поручено да је

ова нова установа намењена њима, који су остали у граду. То је била веома важна порука, будући да је у француском библиотекарству актуелан концепт библиотеке која је доступна свима, у којој има места за све и у којој за свакога има понешто.

Кампања која је претходила отварању трајала је око три године, а кључну улогу у њој одиграли су управо савремени канали комуникације – Фејсбук, Твитер, Јутјуб, блогови. Унапред формирана екипа запослених, која се састојала углавном од млађих људи који добро владају новим медијима, била је ангажована на свакодневним активностима припремања јавности за отварање медијатеке Франсоаз Саган.

Медијатека је пре самог отварања била присутна на блогу <https://mediathequeducarresaintlazare.wordpress.com>, где су биле објављиване информације о згради, збиркама, активностима, екипи, и тако даље. На Фејсбуку (<https://www.facebook.com/mediathequefrancoisesagan?ref=hl>) углавном се објављују свакодневне актуелности у вези са радом медијатеке, а на Пинтересту се могу пронаћи тематски албуми, између осталог везани и за завичајне фондове (<https://www.pinterest.com/BibSagan/>). Пре отварања, на Јутјубу су постављани промотивни клипови, такозвани „тизери“.

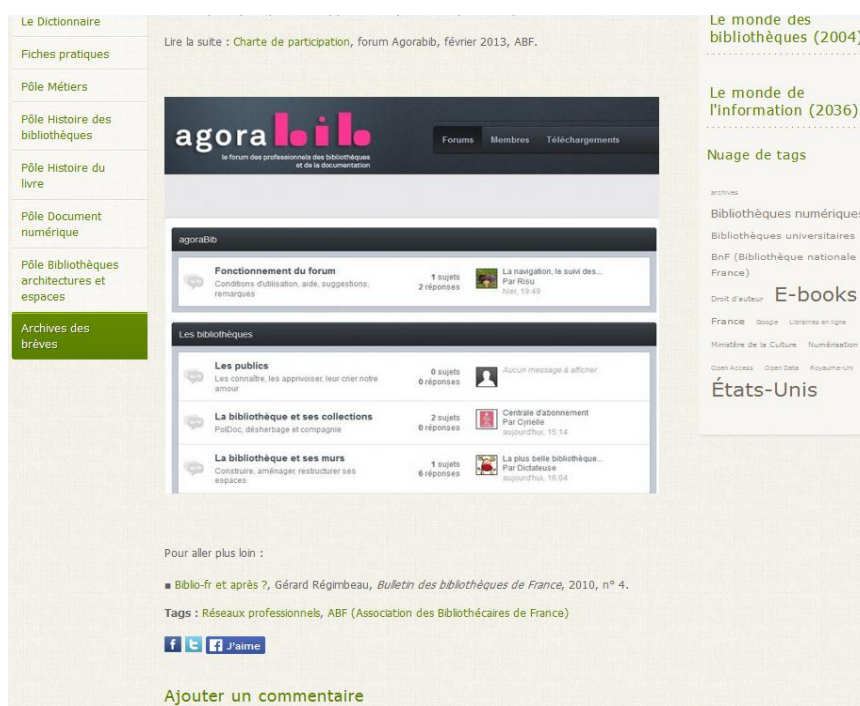
Колико је оваква кампања била успешна, говоре подаци да је за два дана колико су трајале активности везане за отварање, у библиотеку уписано 500 нових чланова, а остварено је 7 хиљада позајмица. За два дана у библиотеци је, по грубој процени, било између 10 и 15 хиљада посетилаца.²¹⁴

2.2.6.4. Комуникациони сервис за професионалце у библиотечкој струци – Агорабиб

Потреба за дељењем, умрежавањем, разменом искустава и повезивањем на основу заједничких циљева и интересовања код француских библиотекара условила је стварање форума под називом Агорабиб. Реч је о форуму за професионалце у области библиотечко-информационе и документаристичке

²¹⁴ „Dossier de presse : Médiathèque Françoise Sagan“, <http://presse.paris.fr/wp-content/uploads/2015/05/Dossier-de-presse-m%C3%A9diath%C3%A8que-Fran%C3%A7oise-Sagan.pdf> (преузето 15.06.2015.).

делатности, под ингеренцијом Асоцијације библиотекара Француске (Association des Bibliothécaires de France – ABF), који је настао 2013. године. Појави овог форума претходило је успешно функционисање комуникационог канала под називом *biblio.fr*, који настаје почетком деведесетих година двадесетог века, са развојем интернета, од мејлинг-листe, да би спонтано прерастао у својеврстан форум који је окупљао 11 хиљада франкофоних библиотекара и припадника сродних занимања. *Biblio.fr* је имао огромну популарност међу припадницима професије, који су га користили за дискусије на различите стручне теме, размену информација о иновацијама у раду, радним местима, стручним догађајима и усавршавањима, али и за разноврсна питања техничке природе која су се неминовно наметала у свакодневном раду. Овај форум је угашен 2009. године због организационих проблема, да би 2013. био у неком степену замењен новим форумом под називом *Агорабиб*.



Слика 30: Изглед форума Агорабиб

Да би неко постао члан Агорабива, није обавезно да буде члан Асоцијације библиотекара Француске. Теме које се покрећу на Агорабиву веома су актуелне и

од интереса за француске библиотекаре, будући да их они сами намећу, и врло често се тичу односа дигиталних технологија и библиотечке струке, мада су заступљене и класичне теме везане за ову професију. Комуникација је неформална, непосредна; корисници су представљени такозваним *аватарима*, и надимцима које су сами дефинисали. Дискусије су живе, актуелне и динамичне, а посебно је значајна чињеница да је једна од стално понуђених рубрика „Предлог развоја“, што упућује на закључак да су администратори отворени за допринос корисника у унапређењу функционисања самог сервиса, спремни да имплементирају иновативне идеје; овде видимо примену партиципативног модела и примене концепта заједничке интелигенције и то у комуникационом систему уобличеном за потребе остваривања унутрашње размене информација, мишљења и идеја међу припадницима библиотечке професије.

2.3. Библиотеке у транзиционом моделу културе у Србији

У Србији је заступљен транзициони модел културне политике, што је друштвено-политичка ситуација која носи своје специфичности. Нестабилност политичког система, нерешени економски односи, тржишни принцип који постоји теоријски, али у пракси не функционише до краја²¹⁵ – све су то карактеристике прелазног система у земљама Централне и Источне Европе, па тако и Србије.

„У домену културе суштински проблеми јесу у чињеници да је истовремено са престанком државне, идеолошке контроле престала и државна брига, да су културне институције упућене на тржиште које фактички још увек не постоји, те да се интересовање публике изузетно смањило, а понегде и сасвим nestало. Али, не само што је интересовање преусмерено – уметничко стваралаштво и поготово уметничко дело више није вредновано као раније.“²¹⁶ Након демократских промена у Србији 2001. године, најважнији циљ у област културе постаје стабилизација културе. Као приоритети културне политике у том периоду су одређени децентрализација културе, усклађивање са европским стандардима, мултикултурализам, заштита културног наслеђа, с тим да ови

²¹⁵ Dragičević-Šešić i Stojković, *Kultura : menadžment, animacija, marketing*, 41.

²¹⁶ Ibid.

приоритети никада нису скупштински потврђени.²¹⁷ „Последњих година приоритет културне политике у Србији јесте децентрализација културе, која ће бити остварена тек онда када врхунска дела буду продукцијски настајала и извођена на целој територији земље.“²¹⁸

У Закону о култури, који је кровни закон за библиотечко-информациону делатност, а ступио на снагу у марту 2010. године као један од основних циљева културне политике, наводи се децентрализација у одлучивању, организовању и финансирању културних делатности. Закон је предвидео и оснивање Националног савета за културу као стручно-саветодавног тела, ради обезбеђивања сталне стручне подршке у очувању, развоју и ширењу културе, који је и основан 2011. године. У светлу теме овог рада значајан је податак да се овим Законом као један од општих интереса у култури наводи подстицање процеса дигитализације и развоја дигиталне истраживачке инфраструктуре у области заштите културног наслеђа и уметности.²¹⁹

Један од основних проблема који отежава дефинисање јасне и прогресивне стратегије културног развоја у Србији јесте политика дисконтинуитета. Како наводи Весна Ђукић Дојчиновић, дисконтинуитет са свим претходним тековинама била је једина тековина коју смо баштинили од историје. „Питање континуитета је од нарочитог значаја на уласку у транзиционо кретање из једног система у други. Ако нема континуитета, нема ни транзиције. [...] Док се други народи и државе поносе својом традицијом, ми се наше одричемо. По сваку цену, на сваких неколико деценија, почињемо из почетка стварање нове државе, новог културног идентитета (као да је то могуће!), новог језика, нових институција, и то све захваљујући културним политикама које су једино биле доследне филозофији дисконтинуитета.“²²⁰ Успешна транзиција која подразумева и етаблирање релевантног културног модела мора се, као што смо видели, темељити на тековинама традиције, историје, културне баштине; међутим, исто тако, она мора

²¹⁷ Vraneš, „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa“.

²¹⁸ Dragičević-Šešić i Stojković, *Kultura : menadžment, animacija, marketing*, 77.

²¹⁹ Република Србија, *Закон о култури* (Сл. Гласник РС бр. 72/09, 13/16).

²²⁰ Vesna Đukić Dojčinović, *Tranzicione kulturne politike : konfuzije i dileme* (Beograd : Zadužbina Andrejević, 2003), 52.

бити окренута будућности, и усмерена јасном визијом, која води ка јасном циљу.²²¹

У Србији, као и у највећем броју земаља, за одређивање и реализацију програма националне друштвене политике надлежно је Министарство културе, под пуним називом Министарство културе и информисања. Делокруг овог министарства одређен је чланом 15. Закона о министарствима, којим је министарство као орган државне управе и образовано. Министарство културе обавља послове који се односе на развој и унапређење културе генерално, а под ингеренцију овог тела спада и библиотечка делатност.²²²

2.3.1. Положај библиотеке и библиотекара у Србији

Савремени положај библиотеке и библиотекара у Србији условљен је, и снажно обележен, динамичним историјским и друштвено-политичким контекстом у чијем је знаку последња деценија 20, па и почетак 21. века на овим просторима.

У периоду који је претходио доласку на власт Слободана Милошевића, самоуправни систем, без обзира на своје недостатке о којима се може расправљати, предвиђао је, у оквиру парламентарног модела, концепцију финансирања културе путем „доприноса“ запослених грађана, што подсећа на савремене системе финансирања заступљене у великом броју земаља. Нацртом Друштвеног плана Србије за период 1986-1990, посебно је наглашено унапређење друштвеног положаја књиге стварањем услова за развој библиотечке и књижевне мреже.²²³ Режим успостављен 1989. године довео је до централизације културне политике, у којима је министар културе имао велика овлашћења и права одлучивања. Деведесете године биле су са сваког аспекта тегобне за Србију, обележене ратним сукобима, хиперинфлацијом, међународним санкцијама против СР Југославије; све ове друштвено-политичке околности крајње су неповољно утицали како на културни развој у целини, тако и на библиотечку делатност.

²²¹ Ibid, 53.

²²² Министарство културе и информисања Републике Србије, „О министарству“, Министарство културе и информисања Републике Србије, <http://www.kultura.gov.rs/cyr/ministarstvo> (преузето 18.03.2016.).

²²³ Đukić Dojčinović, *Tranzicione kulturne politike: konfuzije i dileme*, 36.

Распад Југославије, који је формално почео 1991, а завршио се после крвавих сукоба Дејтонским споразумом 1995. године, условио је и престајање функционисања дотадашњег савезног библиотечко-информационог система, који је подразумевао сарадњу стручњака и професионалних асоцијација, размену обавезног примерка публикација и систем аутоматизоване узајамне каталогизације. Издвајамо и два податка који могу илустровати наведене чињенице, при чему се један се односи на ране деведесете и тиче се ужег контекста библиотекарства, а други је из касних деведесетих и односи се на шире стање у култури у односу на друге области, а повезују их то што заједно барем делимично дочаравају ситуацију у којој се налазило српско библиотекарство у оквиру културне политике у Србији тих година: прво, према званичној статистици НБС у српске библиотеке 1993. године није куповином ушла ниједна књига;²²⁴ и друго, Законом о буџету за 1999. годину раздео за културу износио је око 377 милиона динара, у односу на 5,7 милијарди динара који су били намењени за образовање, при чему треба нагласити да средства великим делом нису ни реализована у планиране сврхе, због бомбардовања, инфлације и других разлога.²²⁵

„У периоду 1991-2011. проблем српског библиотекарства може се сагледати са најмање три повезана аспекта: 1. *идентитет као опстанак* у времену ратне кризе и санкција; 2. *идентитет као промена* у ери глобалне информационе и комуникационе револуције; 3. *идентитет као самосвест*, у односу на питања статуса, друштвене одговорности и професионализације библиотечке делатности.“²²⁶ Аутори нам кроз одређење идентита библиотекара условљеног специфичним историјским аспектом, ширим контекстом актуелних технолошких и медијских околности, као и професионалних изазова, дају претпоставке за сагледавање и разумевање савременог тренутка у којем се налази библиотекарство у Србији.

²²⁴ Гордана Стокић Симончић и Жељко Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства* (Панчево : Градска библиотека ; Нови Сад : Филозофски факултет, 2012), 113.

²²⁵ Ђукић Дојчиновић, *Tranzicione kulturne politike: konfuzije i dileme*, 39.

²²⁶ Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 106.

2.3.1.1. Правни оквир библиотечко-информационе делатности у Србији

Значајан помак за библиотекарство у Србији означило је усвајање сета закона који се односе на ову делатност, у јулу 2011. године. Скупштина Србије тада је усвојила Закон о библиотечко-информационој делатности, Закон о старој и реткој библиотечкој грађи и Закон о обавезном примерку публикација (сва три објављена у „Службеном гласнику РС“ бр. 52/2011). У припреми нацрта ових закона учествовали су стручњаци из најзначајнијих установа и удружења у српском библиотекарству. Међутим, да би се примена ових закона омогућила у потпуности, неопходно је спровести и даље кораке; наиме, иако је прелазним и завршним одредбама ових закона најављено усвајање пратећих подзаконских прописа, до тога је дошло само делимично: „Нажалост, од укупно 18 подзаконских аката које подразумевају сва три закона до сада је усвојено само 6.“²²⁷

Законом о библиотечко-информационој делатности библиотекама се даје централно место у информационом друштву: „Библиотеке су у средишту развоја информационог друштва јер су суштински значајне за информисаност грађана, за њихово усавршавање и индивидуални развој, неопходне су за развој образовања, науке и културе, покретач су свеукупног развоја слободног демократског грађанског друштва. Библиотеке омогућавају грађанима приступ информацијама електронски и на друге начине.“²²⁸ Као што се види, у Закону се првенство даје електронском приступу информацијама, док остали начини нису прецизирани, и наведени су иза електронског приступа, што указује на формално признавање приоритета електронског вида комуникације. Такође, Законом се у библиотечко-информациону грађу и изворе експлицитно сврставају електронске публикације дистрибуиране на физичким носачима и на интернету, садржај интернет домена Републике Србије, комбиноване и мултимедијалне публикације, као и рачуарски програми у јавној употреби.

²²⁷ Весна Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији“, *Библиотекар*, год 55, св. 1-2 (2013): 183-211.

²²⁸ „Закон о библиотечко-информационој делатности“ („Службени гласник РС“ бр. 52/2011), <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 25.03.2016.).

Библиотечно-информациони систем Републике Србије чине: Народна библиотека Србије, Библиотека Матице српске, Народна и универзитетска библиотека „Иво Андрић на Косову и Метохији, Универзитетска библиотека „Светозар Марковић“ у Београду Библиотека САНУ, мрежа јавних библиотека, као и мрежа свих других типова библиотека и информационих центара у Републици Србији: школске, високошколске и универзитетске библиотеке, библиотеке научно-истраживачких установа и специјалне библиотеке.²²⁹

2.3.1.2. образовање библиотекара у Србији

Према одредбама у члану 46 Закона о библиотечно-информационој делатности („Службени гласник РС“ бр. 52/2011), послове дипломираног библиотекара може да обавља лице са стеченим високим образовањем на студијама у области библиотекарства и информатике, у трајању од најмање четири године и положеним стручним испитом, као и лица која су високо образовање стекла из других области, и положила стручни испит. Обавезу полагања стручног испита има сваки запослени библиотекар и књижничар, у року од три године од почетка рада у библиотеци.

У српском образовном систему постоји више институција које су специјализоване за школовање квалификованог библиотечног кадра. У оквиру Филолошког факултета у Београду 1963. године формирана је Катедра за библиотекарство. Реформа високог школства модификовала је студије библиотекарства, уводећи Смер за библиотекарство на истом факултету, који је омогућавао четворосеместралне студије, уз редовно четворогодишње школовање на некој од студијских група на Факултету.²³⁰ Катедра за библиотекарство и информатику обновљена је школске 1991/1992. године, и данас обухвата 3 образовна степена – основне академске четворогодишње студије, за звање дипломирани библиотекар-информатичар; дипломске једногодишње мастер студије, за стицање звања дипломирани библиотекар-информатичар – мастер, и

²²⁹ Исто.

²³⁰ „Библиотекарство и информатика : историјат“, Универзитет у Београду, Филолошки факултет, <http://www.fil.bg.ac.rs/lang/sr/katedre/bibliotekarstvo-i-informatika/istorijat/> (преузето 22. 03.2016.).

трогодишње докторске студије, чијим се завршавањем добија звање доктор библиотекарства и информатике.

На Педагошком факултету у Сомбору постоји четворогодишњи смер за библиотекара-информатичара, и једногодишње мастер студије за библиотекара-информатичара.

Како смо видели, законска је обавеза запослених у библиотеци да положе стручни испит. Ова пракса уведена је 1946. године. Стручни испити организују се два пута годишње у Народној библиотеци Србије, као и у Библиотеци Матице српске – од 2003. године. Према програму полагања, који прописује министар културе, испит се састоји из седам испитних целина.

Законом о библиотечко-информационој делатности прецизирано је и да су запослени у овој области дужни да се стално усавршавају, у складу са програмима за чију је акредитацију задужена Народна библиотека Србије. Обавезно је испунити шест наставних сати годишње.

2.3.1.3. Професионална удружења

У Србији постоји више удружења припадника библиотечко-информативне струке: Библиотекарско друштво Србије, Заједница матичних библиотека Србије, Заједница библиотека универзитета у Србији, Друштво школских библиотекара.

Најзначајнија и најстарија стручна организација у Србији јесте Библиотекарско друштво Србије – БДС, које је основано 1947. године, а седиште му је у Народној библиотеци Србије. „Друштво се финансира из чланарине, буџета Министарства културе само по конкурсима за пројекте, из међународних пројеката, донација и спонзорства.“²³¹ БДС почетком 2016. године броји близу 2000 чланова, што у односу на 2012. годину не представља помак, с обзиром на то да је на крају те године Друштво бројало 1 999 чланова²³². Зато је један од приоритета дефинисаних Програмом развоја у 2016. Години управо повећање броја чланова.

²³¹ Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији“, 207.

²³² Исто.

Формално гледано, Друштво је организовано према територијалном принципу, у 24 подружнице; стручни рад организације одвија се у 12 комисија формираних према одређеној стручној области, као и четири секције, спрам типа библиотека. БДС је члан Светске федерације библиотечких удружења и институција – IFLA од 1950, са прекидом средином деведесетих година 20. века, да би се чланство обновило 2007. Друштво је члан и Европског бироа библиотечких и информационих асоцијација – EBLIDA, од 2009. Од 1997. године Друштво додељује награду Стојан Новаковић за дело објављено у области библиотекарства, а награде “Запис“ и “Најбољи библиотекар“ од 2006.

Избори за новог председника Друштва трајали су десет месеци, да би се окончали у фебруару 2016. године. Изборни поступак су обележиле трзавице и несугласице, што нам указује на проблеме у функционисању Друштва, узрочно-последично повезане са његовим статусом унутар библиотечке, али и шире друштвене заједнице.

Друштво издаје часопис „Библиотекар“, од 1948. године; статус научног часописа добија 2009.

Да БДС придаје значај савремених медија и ширењу свог утицаја кроз њих, говори у прилог следећи експлицитни навод са веб-странице ове организације: „Друштво позива библиотекарe да прате БДС преко веб сајта, Фејсбук странице друштва, као и да деле информације са ових медија другим колегама из њиховог окружења.“

2.3.1.4. Место савремених медија у српском библиотекарству

С обзиром на то да се у овом раду првенствено покушава пружити модел за српске библиотеке на основу француског искуства, разумљиво је да је француским примерима посвећен велики његов део. Ипак, будући да је компаративни метод основни начин на који се приступа проблематици која се у раду третира, даћемо и кратак осврт на активности српских библиотекара у домену употребе инструмената веба 2.0. У наставку ћемо се посебно задржати на употреби нових медија у циљу комуникације, иако је важно истаћи да

дигитализација и примена дигиталних медија у овим библиотекама почиње паралелно са развојем оваквих пракси у европским и светским оквирима.

Овде треба поменути узајамни каталог библиотека у Србији и региону, који с почетком 21. века добија на замаху, да би „крајем 2013. године, у 7 узајамних база података COBIV било је укупно преко 9 милиона библиографских записа, а у локалним базама података 734 библиотеке преко 20 милиона библиографских записа“.²³³ Узајамни каталог, у који податке уноси више од 150 српских библиотека, почетком 2016. године броји близу три милиона записа.²³⁴ Према се у Закону о библиотечко-информационој делатности наводи да се библиотечко-информациони систем у Србији изграђује на јединственој информационо-комуникационој технологији и програмској платформи, а његову основу чини систем узајамне каталогизације у којем библиотеке кооперативно обављају функције прикупљања и обраде библиотечко-информационе грађе и извора на месту на којем се они први пут појаве, и уносе податке у Централни електронски каталог Републике Србије,²³⁵ у пракси не наилазимо на реализацију добро одређених законских одредби. Иако претходно наведени подаци о функционисању узајамног каталога стоје, проблем је у томе што је ситуација у другим библиотекама у Србији доста лоша. Још увек има библиотека које поседују само лисне каталоге, или једноставне локалне базе података, типа табела у Excel-у. Посебно је велики проблем то што све библиотеке не користе исте информатичке програмске платформе, па тако се осим COBISS-а, у једном броју библиотека, као што су Градска библиотека у Београду и Градска библиотека у Новом Саду, користи систем БИСИС, а у многим библиотекама у Србији у употреби су и неки други програми. Оваква неуједначеност онемогућава њихово ефикасно повезивање у јединствен национални електронски каталог.²³⁶

У вези са овом темом потребно је нагласити и чињеницу да српске библиотеке имају значајне резултате остварене у дигитализацији и развоју електронских ресурса, као и повезивању са европским и светским мрежама у

²³³ О мрежи COBISS. net, http://www.cobiss.net/o_mrezi_COBISS-Net-SR.htm#a1 (преузето 12.02.2016.).

²³⁴ Народна библиотека Србије, <https://www.nb.rs/>.

²³⁵ „Закон о библиотечко-информационој делатности“ („Службени гласник РС“ бр. 52/2011), <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 25.03.2016.).

²³⁶ Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији“: 196-197.

циљу омогућавања глобалног приступа дигитализованим садржајима. „У окружењу које ни приближно није искористило све могућности које пружа интернет, ни у погледу е-управе, ни у погледу е-трговине, ни у погледу е-образовања, библиотеке су покренуле значајне пројекте дигитализације и искорачиле испред потреба друштва, које у целини није спремно/образовано/оспособљено да користи дигиталне ресурсе.“²³⁷

У Народној библиотеци Србије број дигитализованих објеката достигао је милион двеста хиљада докумената, а дигитална Библиотека Матице српске до краја фебруара 2016. године укупно је садржала преко 750 хиљада дигиталних страница. До дигиталних колекција Народне библиотеке Србије може се доћи и посредством Еуропеане, а Библиотека Матице српске са својом дигиталном збирком ускоро би такође требало да буде доступна преко ове европске дигиталне библиотеке; ради се и на успостављању националног агрегатора за Еуропеану. Међутим, иако Национални центар за дигитализацију постоји од 2002. године, ови напори остају засебни, нису интегрисани нити обједињени ширим стратешким оквиром на националном нивоу; „тренутно стање ствари у Србији потврђује да неорганизована и несистематска дигитализација и низање појединачних затворених пројеката, дугорочно не даје резултате који би се могли постићи јасном политиком и систематским приступом дигитализацији...“²³⁸ Ни централна национална библиотека није одиграла улогу која би могла да допринесе организованијем дефинисању стратешки утемељених развојних праваца и систематској примени савремених модалитета у функционисању библиотечно-информационе-делатности у Србији: „Народна библиотека Србије, која је у периоду 2000-2011. изградила међународни реноме у процесима аутоматизације и дигитализације, није са истом снагом приступала својим матичним функцијама, стратегијски промишљала и подстицала равномернији развој српских библиотека.“²³⁹

²³⁷ Gordana Stokić Simončić i Željko Vučković, „Koliko koristimo digitalne biblioteke“, *Kultura* 135 (2012): 114-120.

<http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2012/0023-51641235114S.pdf> (преузето 14.01.2016.).

²³⁸ Tamara Butigan-Vučaj: „Digitalna tvrđava: nacionalna strategija digitalizacije u Srbiji“, *Kultura* 129 (2010): 71.

²³⁸ Brofi, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 127.

²³⁹ Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 113.

Док у домену дигитализације и узајамне електронске каталогизације библиотеке у Србији не само да држе корак, него имају и драгоцена, мада несистематизована искуства на том пољу, примена нових и интерактивних медија у комуникацији и даље представља изазов и недовољно испитан терен, посматрано у односу на европске и светске библиотеке. Према резултатима истраживања о улози друштвених мрежа у евалуацији библиотечких услуга²⁴⁰, показало се да библиотекари у Србији реагују на популарност друштвених мрежа, али и даље их не користе као централни медиј за остваривање интеракције. Према наводима компаније „Ргреррег“, која се бави анализом коришћења интернета и друштвених мрежа, око четири милиона грђана Србије користи друштвене мреже у циљу размене различитих података.²⁴¹ Иако је већина библиотекара упозната са друштвеним мрежама, не користе их у довољној мери. „Данас велики број јавних, универзитетских, националних, специјалних и школских библиотека има Фејсбук страну, неке од њих понекад и 'твитују', а само понеке редовно објављују садржаје на блогу, као на пример Библиотека Института за онкологију и радиологију, или библиотекари као појединци. Један од примера вредних помена када је реч о примени веба 2.0 данас је Универзитетска библиотека у Београду, која је развила стратегију за друштвене мреже и стиче све више фанова (Фејсбук-страница Универзитетске библиотеке у Београду, 2012), следбеника (Твитер-профил Универзитетске библиотеке у Београду, 2012) и следбеника (Јутјуб-канал Универзитетске библиотеке у Београду, 2012) у свету друштвених медија који отвара простор за креативност, погодан је за дељење информација и квалитетну интеракцију са корисницима.“²⁴²

Као меродавне примере, односно представнике српског библиотекарства који се посматрају као узор у нашој средини, издвојићемо две националне библиотеке које имају најважније место и посебну улогу у развоју и унапређењу библиотечко-информационог система у Србији – Народна библиотека Србије и Библиотека Матице српске. Имајући у виду да су ове две библиотеке матичне за

²⁴⁰ Gordana Stokić-Simončić i Vesna Vuksan, „The Role of Social Networks in the Evaluation of Library Services“ (2012).

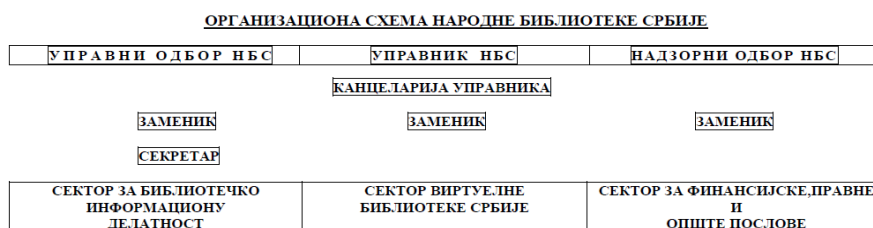
²⁴¹ Тањуг, „Каква је била улога друштвених мрежа у изборној кампањи?“, Блиц, 16. март 2014, <http://www.blic.rs/vesti/politika/kakva-je-bila-uloga-drustvenih-mreza-u-izornoj-kampanji/1h3q0t9> (преузето 14.03.2016.)

²⁴² Stokić-Simončić and Vuksan. “The Role of Social Networks in the Evaluation of Library Services”.

подручје уже Србије, односно Војводине, њихова улога у српском библиотекарству је тим значајнија.

2.3.1.4.1. Место савремених медија у Народној библиотеци Србије

Народна библиотека Србије је најстарија установа културе у Србији – основана је 1832. године. Део грађе чуване у библиотеци нестао је током Првог светског рата; Други светски рат оставио је још погубније последице по Библиотеку, будући да је у бомбардовању Београда изгорела до темеља. Обнова фонда је почела још за време рата, да би по његовом завршетку добила на интензитету. Закон о библиотекама Србије, из 1965. године, придаје посебан значај и додељује важне функције, као централној матичној библиотеци у земљи.



Слика 31: Упростиона организациона схема НБС²⁴³

Аутоматизацији пословања у Народној библиотеци Србије почиње да се приступа од 1985. године. Од 1987. Библиотека се укључује у Пројекат Система научних и технолошких информација Југославије (СНТИЈ); приступа програмима за интегрисано библиотечко пословање, базирано на концепту узајамне каталогизације, а у оквиру централизоване рачунарске мреже. Усвојен је UNIMARC као јединствени формат за размену података и структурирање базе података и хомогена мрежа VAX-Digital рачунара као техничка подршка система. У Библиотеци је формиран електронски каталог 1989. године; локалну рачунарску

²⁴³ Народна библиотека Србије, „Организациона схема НБС“, <https://www.nb.rs/pages/article.php?id=6399> (преузето 28.03.2016.).

мрежу библиотека је добила 1996. године, када је омогућени приступ интернету и израђена прва веб-презентација.²⁴⁴ У то време оснива се Конзорцијум библиотека Србије за обједињену набавку (КОБСОН), преко којег се приступа великим електронским базама часописа, са преко 6000 наслова; основан је Центар Виртуелне библиотеке Србије (ВБС), који повезује електронске каталоге библиотека у Србији у јединствени узајамни електронски каталог. У Библиотеци је у току реализација пројекта ретроспективне конверзије, којом ће бити реализована миграција података из традиционалних каталога у електронске.

Визијом развоја Народне библиотеке Србије ова установа одређена је, између осталог, као „савремена, динамична и умрежена институција, како по грађи који прикупља, начину на који је чува, обрађује и даје на коришћење, тако и по савременим алатима које користи за промоцију и комуникацију са корисницима фондова.“²⁴⁵ Визијом развоја предвиђа се значајно место новим технологијама у циљу доприноса даљем расту Библиотеке: „Њене активности засноване су на континуитету и константном развоју знања и вештина, као и на примени савремених технологија у области чувања, обраде и давања на коришћење грађе. Идући у корак са развојем библиотекарства и информационих технологија, као и са значајно диверсификованим потребама корисника, Народна библиотека Србије подједнако развија конвенционалне активности у области чувања, обраде и давања на коришћење грађе, обогаћујући их савременим техничко-технолошким средствима.“²⁴⁶ Посебан акценат је на дигитализацији библиотечких фондова. Дигитална НБС развија се од 2002. године; 2004. је усвојен стратешки акт којим су одређени приоритети за дигитализацију, и формирано је Одељење за развој Дигиталне БМС. Појединим дигитализованим колекцијама НБС може се приступити и посредством Европске библиотеке и Еуропеане.

Народна библиотека Србије има Фејсбук-налог од 2010, а активније га користи од 2012. године; почетком 2016. године овај налог има преко осам хиљада пратилаца. На пословима администрације ангажовани су запослени из

²⁴⁴ Народна библиотека Србије, „Настанак Библиотеке“, <https://www.nb.rs/pages/article.php?id=29> (преузето 27.03.2016.).

²⁴⁵ Народна библиотека Србије, „Визија развоја Народне библиотеке Србије“, <https://www.nb.rs/pages/article.php?id=24068> (преузето 27.03.2016.).

²⁴⁶ Исто.

Одељења за културне програме и Одељења за односе се јавношћу. Твитер налог постоји од 2013. године, и има око хиљаду и по следбеника (податак из фебруара 2016. године). За вођење налога на Твитеру ангажовани су запослени из Одељења за односе с јавношћу и Одељења за међународну сарадњу.



Слика 32: Налог НБС на Твитеру

Оно што би се могло замерити наступу Народне библиотеке Србије на Твитеру, када је реч о креирању визуелног идентитета на овој друштвеној мрежи, јесте то што се позадинска слика која је употребљена може срести и на неким другим налозима на друштвеним мрежама; није јединствена, својствена библиотеци, и не упућује искључиво на њу.



Слика 33: Профилна слика на Фејсбук налогу *Франкофонија у Србији*

Уколико није реч о некој врсти договора или сарадње са посебним циљем, овакав наступ не би требало да буде пракса; визуелни идентитет треба да буде ваљано дефинисан у оквиру дигиталног идентитета институције, да чини целину са њеним физичким аспектима и мисијом, и не би требало да доприноси нејасноћи у перципирању институције од стране јавности.

У Народној библиотеци Србије почетком 2016. године у припреми је нова веб-страница, која ће осим иновативног дизајна донети и нову информатичку платформу. Актуелна веб-страница Народне библиотеке Србије постоји од 2002. године, и од тада није био редизајниран. На новој веб-страници биће организованије приступљено употреби Јутјуб канала, који је већ регистрован, а у плану је и покретање блога.

Услуга "Питајте библиотекара" постоји, и тренутно се реализује комуникацијом путем електронске поште. На новој веб-страници припрема се као посебна апликација "Питајте библиотекара".

Према подацима из Одељења за односе с јавношћу Народне библиотеке Србије, профил ове установе током 2015. године посетило је више од 450 хиљада корисника те друштвене мреже. Твитер налогу Народне библиотеке Србије у истом периоду постове је прегледало преко 268.000 корисника. Веб-страницу Народне библиотеке Србије посетило је више од 250 000 људи у току 2015.

године. Према подацима из Извештаја о раду НБС за 2014. годину, дневно библиотеку посети преко 700 корисника²⁴⁷ што на годишњем нивоу даје сличан број – око 255 000. Овај податак може се схватити као смерница за разматрање о искоришћености могућности које пружа виртуелна презентација НБС.

2.3.1.4.2. Место савремених медија у Библиотеци Матице српске

Библиотека Матице српске најстарија је српска библиотека националног значаја и прва јавна научна библиотека у Срба. Настала је 1826. године у Пешти, оснивањем Матице српске. Оснивачи Матице српске, на челу са Јованом Хацићем, записали су да им је циљ „распрострањеније књижевства и просвештенија народа србског, то јест да се књиге србске рукописне на свет издају и распрострањавају”.²⁴⁸ Библиотека је отворена за јавност 1838. године, а у Нови Сад је пресељена 1864. заједно са Матицом. Концепцију Библиотеке Матице српске као националне библиотеке утемељио је Јован Ђорђевић, средином 19. века. За разлику од колекција Народне библиотеке Србије, фондови Библиотеке Матице српске остали су готово нетакнути за време оба светска рата. Библиотека од 1948. прима обавезни примерак свих штампаних ствари из Србије, и постаје матична библиотека за територију Војводине; самостална установа је од 1958. године. Библиотека Матице српске у својим фондовима садржи преко 4 милиона публикација и других објеката, које у највећој мери користе студенти који уче у читаоницама, истраживачи и научни радници.

Како је дефинисано Законом о библиотечко-информационој делатности (2011)²⁴⁹, органи управљања БМС су управник, управни и надзорни одбор. Библиотека Матице српске има следећа одељења: Одељење старе и ретке књиге и легата, Одељење за набавку публикација, Одељење каталожко-библиографске обраде, Одељење за чување и коришћење публикација, Одељење заштите публикација, Одељење за матичне послове и Реферални центар, Одељење општих

²⁴⁷ Народна библиотека Србије, *Извештај о раду : за 2014. годину*, 6.

²⁴⁸ Библиотека Матице српске, „Историјски преглед“, <http://www.bms.ns.ac.rs/bms101a.htm> (преузето 28.03.2016.).

²⁴⁹ Закон о библиотечко-информационој делатности, <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 28.03.2016.).

послова и Одељење финансијских послова.

Савремене технологије имају значајно место у радним процесима у Библиотеци Матице српске. Аутоматизација у БМС започета је 1989. године, укључивањем у систем узајамне каталогизације и формирањем електронског каталога, када је започета електронска каталогизација, а допуњавање лисних каталога је обустављено. Електронска евиденција задужења почела је да функционише од 2008. године, али се до услуге електронског наручивања публикација путем интернета морало сачекати до 2012. године. „Разлози оволиког кашњења су бројни. Прво није било довољно записа у бази, затим се са распадом државе закомпликовало функционисање библиотека које су радиле узајамну каталогизацију у софтверу који је радио ИЗУМ, који је функционисао као део СНТИЈ²⁵⁰ Након спајања каталога 2003. године и преласка на COBISS софтверски алати позајмице које су урадили и ИЗУМ-у за потребе библиотека у Словенији далеко су премашили стање развоја библиотека код нас“.²⁵¹ Када је овај сервис 2012. коначно уведен, „корисник је постао активан учесник у раду Библиотеке јер самостално претражује електронски каталог, одабира публикације и тако утиче на формирање листе публикација према интересовању корисника, а провером својих задужења може да укаже на евентуалне недоследности у погледу трајања чланства и броја личних задужења.“²⁵²

Дигитална Библиотека Матице српске (Дигитална БМС) производ је дигитализације која је започета 2006. године у оквиру заштите старих и ретких публикација. Као циљ дигитализације на веб-страници Библиотеке наводи се заштите публикација, као и бржи и једноставнији приступ, промоција и представљање богатог фонда БМС и стварање нових квалитетних садржаја. Избор грађе за дигитализацију обавља се на основу више критеријума: вредности, целовитости, реткости, учесталости коришћења, и другим. У Дигиталну БМС до

²⁵⁰ Систем научних и технолошких информација Југославије.

²⁵¹ Новка Шокица-Шуваковић, „Аутоматизација коришћења публикација у Библиотеци Матице српске“, *Електронска библиотека : зборник радова* (Београд : Филолошки факултет, 2008): 708.

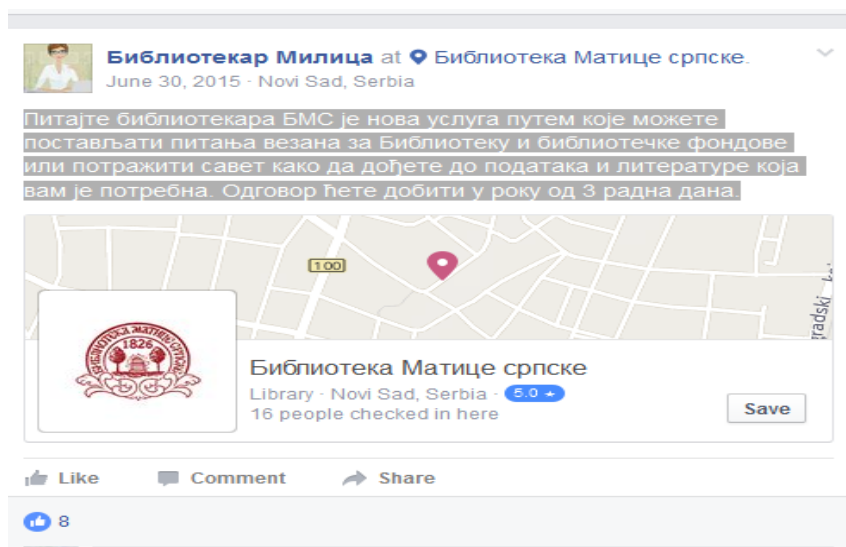
²⁵² Даниела Кермеци и Душан Јованчевић, „Електронска евиденција и наручивање публикација на интернет страници Библиотеке Матице српске www.bms.rs“, *Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012* (2013): 115-122.

краја фебруара 2016. године укупно је укључено 9042 публикације (755.986 дигиталних страница).²⁵³

Званична Фејсбук страница Библиотеке Матице српске покренута је у новембру 2014. године. За нешто више од годину дана рада стекла је три и по хиљаде пратилаца (податак из фебруара 2016. године). Садржаји се објављују на дневном нивоу, а постави се просечно два поста у току дана. Највећи број прегледа неког поста до почетка 2016. године био је 17 хиљада. Важна је чињеница да постоји комуникација са корисницима, који шаљу своја питања и коментаре у „инбокс“, независно од доба дана, чиме је остварена интеракција и повезивање са јавношћу, што је и један од основних мотива за коришћење друштвених мрежа у библиотеци.

У Библиотеци Матице српске постоји услуга „Питајте библиотекара Матице српске“, која је покренута почетком 2015. године. Услуга се реализује путем групе на Фејсбуку, а на питања одговарају библиотекари БМС, којисе представљају неформално и релативно анонимно – користе своја лична имена уз одређење „библиотекар“, и имају истородне стилизоване аватаре. За годину дана постојања услуге, група је стекла преко хиљаду чланова, који своја питања постављају јавно, и добијају одговор који могу да виде и остали чланови групе, што отвара простор за интеракцију.

²⁵³ Библиотека Матице српске, „Дигитална Библиотека Матице српске“, <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/about> (преузето 28.03.2016.).



Слика 34: Презентација услуге „Питајте библиотекара БМС“

У Библиотеци Матице српске у току је развој пројекта редизајнирања званичне веб-странице, која би требало да буде постављена током 2016. године. Планирано је да нова веб-страница буде динамичнија, прегледнија и интересантнија за кориснике. Између осталог, у понуди ће имати сервис „Питајте библиотекара БМС“ и унапређени систем попуњавања формулара.

Акцентат ће бити на промоцији и представљању специфичних садржаја Библиотеке, као што су драгоцене легати – библиотеке-целине, личне библиотеке и библиотеке установа и друштва, које имају посебну културно-историјску и музејску вредност²⁵⁴. Актуелна веб-страница Библиотеке Матице српске постоји од 2003. године.

²⁵⁴ Најстарија лична библиотека, која је у Библиотеци од 1841. године, јесте библиотека епископа Платона Атанацковића. Највреднија је лична библиотека великог српског задужбинара и добротвора Саве Текелије. Ту је и реконструисана библиотека Текелијанума са 7104 књиге на разним језицима. Међу значајним личним збиркама које се чувају у Библиотеци налазе се и библиотеке Јована Јовановића Змаја, Никол и Сретена Марића, Дејана Медаковића, Живана Милисавца, Јована Поповића, Васе Стајића и других.

2.3.1.4.3. Библиотека града Београда у сусрету са новим медијима

Као пример за коришћење савремених медија у јавним библиотекама у Србији узели смо Библиотеку града Београда, с обзиром на то да смо и у делу рада који се односи на француски библиотекарски систем разматрали мрежу јавних библиотека у главном граду – Паризу.

Библиотека града Београда (БГБ) основана је 1931. године; највећа је позајмна библиотека у земљи. У њеном саставу се налази тринаест општинских библиотека са територије града Београда. Располаже фондом од близу 2 милиона јединица смештених у 78 објеката.²⁵⁵

БГБ је присутна на друштвеним мрежама и користи нове медије за приближавање корисницима и комуникацију са јавношћу. Библиотека има налог на друштвеним мрежама Фејсбук и Твитер, присутна је на платформи за дељење фотографија Фликр, а има и канал на Јутјубу.

Путем официјелног сајта БГБ омогућен је приступ е-Библиотеци Гетеовог института у Београду; на овај начин омогућено је бесплатно позајмљивање дигиталних медија као што су е-књиге, е-новине и аудио извори.²⁵⁶

У Дигиталној Библиотеци града Београда почетком 2016. године било је око 650 публикација. Укупан број корисника који је приступио Дигиталној библиотеци, од 2012. године износи око 550 000.

Библиотека града Београда организовала је у децембру 2015. године конференцију под називом „Услуга по мери корисника 21. века: примена информационо-комуникационих технологија у библиотекама“, што нам директно указује на то колики се значај придаје савременим медијима у оквиру ове институције.

Веб-презентација Библиотеке подразумева и засебну веб-страницу која је намењена најмлађим корисницима. Ова веб-страница је посебно дизајнирана, са естетско-функционалним решењима прилагођеним дечјем узрасту. У овако организованој расподели препознаје се жеља за обраћањем различитим циљним

²⁵⁵ „Организација БГБ-а“, <http://www.bgb.rs/index.php/2014-10-06-08-28-50/organizacija/576-rg-niz-ci-bgb> (преузето 14.03.2016.).

²⁵⁶ Позајмљена датотека не мора се враћати; по истеку рока позајмице у трајању од недељу дана фајл више није могуће отворити.

заједницама корисника на различите начине, што је један од савремених трендова у односима с јавношћу.

2.4. Културни модели и место савремених медија у библиотекама у Француској и Србији : компаративни осврт

Без обзира на то што функционишу у складу са различитим моделима културне политике – Француска у оквиру државно-просветитељског, а Србија у склопу транзиционог модела, постоје неке заједничке тачке у одређењу једне и друге земље у погледу културне политике. Тако децентрализација културе спада међу најважније циљеве у оквиру културне политике како Француске, тако и Србије. Међутим, док се у Француској децентрализација културе остварује применом инструмената културне политике, у Србији у пракси није много урађено на остваривању овог циља. У Француској је законодавство у области културе, као један од главних инструмената културне политике, регулисано тако да представља полазни оквир за предузимање свих акција које воде ка остваривању циљева културне политике Француске. У Француској не постоји закон који се односи на цело подручје културе већ је свака област регулисана законима, а регионалне и локалне власти су одговорне за деловање локалне администрације.²⁵⁷

Напоменућемо овде да ни Француска, као ни Србија, нема националну стратегију која би јасно и дугорочно усмерила развој библиотека. Овај проблем деле и друге државе у Европи; тим поводом је још 2006. у Француском институту у Лондону одржан међународни семинар, у организацији *CILIP*-а (*Chartered Institute of Library and Information Professionals*), и библиотека европских културних института у Лондону, а учествовали су представници Велике Британије, Немачке, Шпаније, Финске, Италије и Француске. У чланку који сумира резултате тог скупа, објављеном у *Билтену француских библиотека*, наводи се следећа констатација: "Европа библиотека још увек није близу. Са националним стратегијама се оклева, са изузетком земаља Северне Европе,

²⁵⁷ Vraneš „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa“.

нарочито Финске, и Велике Британије. Свакако, постојање докумената као што су закони, акциони планови, норме – представљају предност. Исто тако је јасно да недостатак јаке националне политике штети библиотекама, које упркос свему остају незаштићен сектор у култури, без имица, и које с муком доказују вредност своје делатности."²⁵⁸ На конференцији коју су 2009. године организовали *EBLIDA* (*European Bureau of Library, Information, Documentation Archives*) и *NAPLE* (*National Authorities on Public Libraries in Europe*) тема је била важност библиотечке политике у Европи. Том приликом утврђене су смернице за правну регулативу и политику у домену библиотечарства у Европи, с нагласком на томе да одредбе националне политике треба да одреде библиотеке као кључна тела у одржавању и развоју демократије. У раду у којем обрађује ову тему, изложеном током 78. конференције IFLA-е, одржаној 2012. у Хелсинкију, Керол Престли, као примере европских земаља које раде на политици за библиотеке, наводи само Финску, Литванију и Летонију.²⁵⁹

За разлику од Србије, где сет нових закона уређује сегмент библиотечко-информационе делатности, у Француској не постоји јединствен закон за ову област.

У закључку свог компаративног истраживања о стратешким дилемама различитих културних политика, Зорана Вранеш наводи да је у Србији потребно да држава покаже већу заинтересованост за промене у културној политици; државна иницијатива је неопходна јер појединачне акције и активности не могу бити довољно ефикасне уколико не постоји осмишљена културна политика на државном нивоу. С друге стране, у Француској има места још већој деконцентрацији моћи и децентрализовању улоге државе у развоју културе, што би се могло постићи додатним изворима финансирања установа и пројеката културе, односно смањењем удела буџетских средстава и већом партиципацијом приватног сектора у финансирању културних пројеката.²⁶⁰

²⁵⁸ Claudine Lieber, „Le développement des bibliothèques publiques“, *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 2006, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0098-009> (преузето 10.02.2016.)

²⁵⁹ Carol Priestley, „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries“, <http://www.ifla.org/past-wlic/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05.01.2016.).

²⁶⁰ Ibid.

Како се може закључити из наведених података које су послужиле као пример, француске библиотеке су, како је и очекивано, испред српских библиотека у погледу коришћења савремених медија у свом раду.

Француске библиотеке су се раније упустиле у испитивање могућности које библиотекама нуде друштвене мреже; како видимо, у француској средини је после периода експериментисања са вишеструким налозима и разноврсним активностима на друштвеним мрежама тренутно у току генерална преиспитивања и анализе повратних информација, ради даљег усмеравања развоја. Појава мултиплицираних налога на друштвеним мрежама у француским библиотекама наводи на закључак да је у француској средини присутна свест о *корисничким заједницама*, које се посматрају као посебне циљне групе, и којима се, с тим у складу, обраћа на различите начине и различитим средствима комуникације; отуда и потреба за *комјунити менаџерима* коју изражавају неке од француских библиотека. У обе наведене библиотеке у Србији користе се неки од алата карактеристичних за веб 2.0, што су првенствено Фејсбук-странице ових библиотека. За разлику од представљених француских библиотека, у предоченим примерима српских библиотека не постоји већи број веб-страница, нити Фејсбук налога за једну установу. Овај податак указује на то да се у библиотекама у Србији публика и даље доживљава као целовит ентитет, којем се обраћа на исти начин, на супрот француској средини где се потенцира обраћање *корисничким заједницама*.

Анализом наведених примера уочава се још једна разлика, а то је да ниједна од наведених српских библиотека не користи блог, док је то у француској средини присутна пракса.

У обе националне библиотеке у Србији почетком 2016. године у току је реализација пројекта који се односи на постављање нове, редијајниране веб-странице установе, из чега се може закључити да се обе библиотеке критички односе према овом средству комуникације, са аспекта његове трајности и непроменљивости кроз време. Веб-страница се перципира као средство изражавања које је подложно променама, и изричито захтева осавремењавање после одређеног временског периода. Ипак, у односу на француске библиотеке веб-странице се мењају далеко ређе – после 5 година у Галики, у односу на 14

година у Народној библиотеци Србије, односно 13 година у Библиотеци Матице српске.

Значајно је истаћи и постојање специјализованог форума Агорабиб за комуникацију професионалаца унутар библиотечке струке на разноврсне актуелне теме. Појава оваквог форума, чија је претеча настала пре више од двадесет година, упућује нас на закључак да је потреба за интерактивношћу, учествовањем, размени идеја и мишљења, зарад опште добробити и напретка дубоко укореена у француској средини па самим тим и код француских библиотекара, који предности овог комуникационог сервиса користе за стварање услова за унапређење своје професије на темљу размене искустава. У Србији овакав или сличан сервис за комуникацију не постоји.

Као један од највећих корака за библиотекарску делатност и њену будућност, у контексту саморазумевања професије и перципирања улоге библиотеке у актуелном тренутку, истиче се појава посебног медијског канала, оличеног у веб-страници *Бализ* Јавне информативне библиотеке. На примеру овог феномена видимо да су француски библиотекари отишли корак даље, и да боље и далековидије спознају своју улогу у данашњем и будућем друштву, доживљавајући *библиотеку као медиј* у сваком смислу те речи. Ово је и показатељ да су француски библиотекари свесни да ће само активним приступом успети да задрже, или поново задобију улогу утицајног посредника између корисника и универзума информација.

3. ОДНОС ПРЕМА САВРЕМЕНИМ МЕДИЈИМА: СТАВОВИ БИБЛИОТЕКАРА У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ

Наше истраживање о утицају савремених медија на библиотечно-информациону делатност подразумева и емпиријски део, који је заснован на испитивању библиотекара у Србији и Француској. Испитивање је спроведено посредством упитника на који су одговарали запослени у националним, универзитетским и јавним библиотекама у ове две земље, да би добијени резултати били анализирани компаративном методом.

Као што је образложено у уводном делу овог рада, избор Француске као средине у којој поничу искуства која би могла да допринесу развијању односа према савременим медијима у српском библиотекарству темељи се на уверењу да француске библиотеке у већој мери, и на организованији начин користе предности савремених медија у унапређењу својих функција.

Претпоставка је да се у библиотекама у Француској више користе друштвене мреже и алати веба 2.0, као и да француски библиотекари употребљавају већи број ових канала комуникације у односу на библиотекарe у Србији. С обзиром на то да је француска интелектуална средина позната по критичном и аналитичном приступу свеколиким друштвеним и осталим феноменима, једна од хипотеза која је испитана овим упитником јесте и та да француски библиотекари имају критичнији став према новим медијима. Такође, имајући у виду да се Француска одувек сматра предводником и поборником различитих друштвено-политичких и културних промена и иновација, претпоставка је да библиотекари у Француској боље препознају основне концепте карактеристичне за веб 2.0, као што је интерактивност, и да сматрају да је комуникација са корисницима и повећање броја корисника доминантнији мотив за представљање библиотеке путем медија у односу на развој читалачких навика. Насупрот томе, поставили смо као претпоставку тврдњу да српски библиотекари квалификују као важније традиционалне мотиве за оглашавање кроз медије у односу на своје француске колеге. Претпоставка је и да српски библиотекари у већој мери сматрају да интернет негативно утиче на читалачке навике. Једна од хипотеза јесте и да постоје разлике у степену коришћења друштвених мрежа у

односу на врсту библиотеке. Претпоставка је да се они више користе у јавним и националним у односу на високошколске библиотеке. Имајући у виду генерацијске теорије које тумаче различит став према новим медијима у односу на припадност различитим старосним групама, рођеним у одређеним временским интервалима током 20. и почетком 21. века, претпоставка је да млађи представници библиотека имају позитивнију слику о утицају интернета на функционисање библиотечко-информационе делатности у односу на своје колеге старије генерације, где је одређена старосна граница од 50 година. Хипотеза је, такође, да представници библиотека у Србији у највећој мери као препреку за коришћење савремених медија виде недовољну обученост кадрова.

Ове хипотезе су проверене путем статистичке анализе одговора француских и српских библиотекара на упитник о односу библиотека и медија, а резултати те провере предочени су у наставку, као и подаци добијени анализом упитника, са закључцима који из тих података произлазе.

Упитник се састоји од 25 питања; на 20 питања био је могућ само један одговор, док је на пет питања био омогућен вишеструки избор одговора. Упитник је технички сачињен уз помоћ *Гугл едса*, где се испуњавање врши онлајн, а одговори се аутоматски генеришу у табелу у *Екселу*. Упутници су дистрибуирани у библиотекама у Француској и Србији путем електронске поште и друштвених мрежа за професионално повезивање, а одговори су прикупљани током шест месеци, у периоду од априла до септембра 2015. године.

3.1. Библиотекари о савременим медијима : опис истраживачког узорка

3.1.1. Пол

У библиотекама у Србији у истраживању је учествовало укупно 90 библиотекара, од чега су већином жене – 73,3%, док је проценат мушкараца 26,7%. И у Француској већину узорка чине жене – 71,4%, док је проценат мушкараца 28,6%, што је слична расподела као и у српском узорку. У

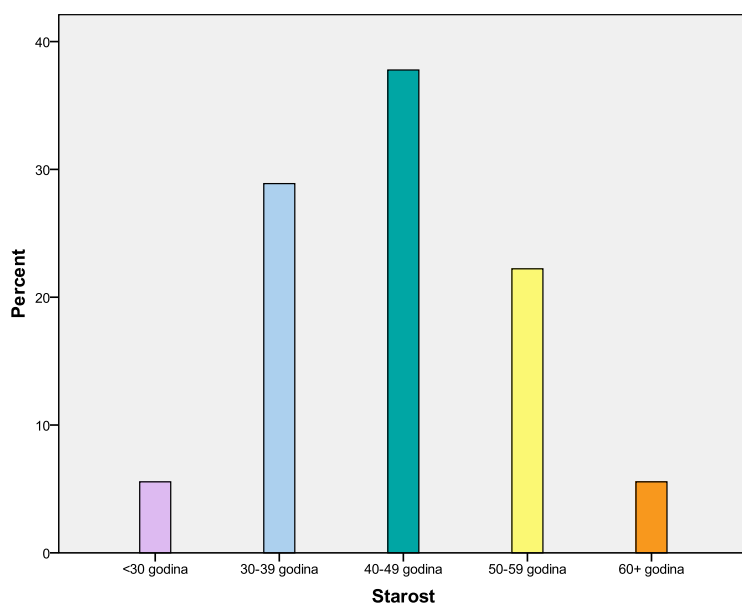
библиотекама у Француској у истраживању је учествовало укупно 119 библиотекара.

3.1.2. Старост

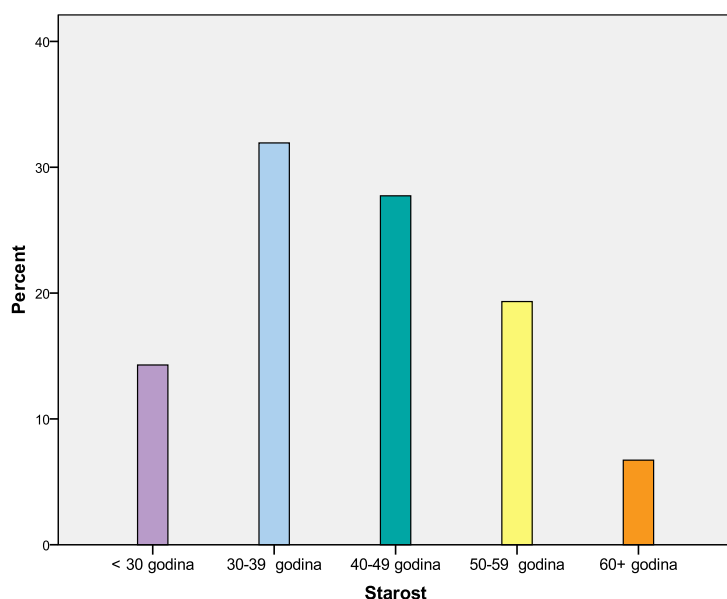
Највећи део српских библиотекара који су учествовали у истраживању спада у старосну групу од 40 до 49 година, њих 37,8%. Процент млађих од 30 година је 5,6%, од 30 до 39 година је 28,9%, од 50 до 59 година је 22,2%, а старијих од 60 година је 5,6%.

Француски испитаници су нешто млађи: највећи део француских библиотекара који су учествовали у истраживању спада у старосну групу од 30 до 39 година, њих 31,9%, што се разликује од српског узорка где су библиотекари генерално старији, будући да највећи део има између 40 и 49 година. Процент млађих од 30 година такође је већи него у српском узорку — 14,3%. Процент испитаних библиотекара који имају између 40 и 49 година је 27,7%, од 50 до 59 година је 19,3%, а старијих од 60 година је 6,8%.

Графикон 1: Старост српских испитаника:



Графикон 2: Старост француских испитаника:



3.1.3. образовање

Српски библиотекарски који су учествовали у истраживању највећим делом имају високо образовање: проценат средње образованих је 13,3%, а више и високо образованих је 86,7%. Процент техничког особља које је учествовало у истраживању је 2,2%, књижичара 12,2%, библиотекара 54,4% и 31,1% припадника струке са вишим звањима.

Према изнетим подацима можемо закључити да се у Србији на случајном узорку показује да су библиотекарски у највећем проценту високообразоване жене средњих година; сличан резултат добијен је и на француском узорку – библиотекарски су углавном жене, факултетски образоване, али нешто млађе него у Србији (30-39 година).

Готово сви француски библиотекарски који су учествовали у истраживању имају високо образовање: проценат средње образованих је 2,5%, а више и високо образованих је 97,5%. Највећи део чине библиотекарски (33,6%) и запослени у библиотекама који имају виша звања (39,6%).

3.1.4. Врста посла

Највише српских библиотекара који су учествовали у истраживању ради послове каталогизације – око 36 %, набавком и разменом публикација бави се 20% библиотекара из узорка, са корисницима ради 34,4% испитаних, док се односима с јавношћу бави само 14,4% учесника истраживања у Србији.

Треба имати у виду да се у мањим библиотекама врсте послова које запослени обављају често преклапају, што доводи до тога да библиотекари раде више врста послова.

Преко половине француских библиотекара који су учествовали у истраживању ради са корисницима (51,3%). Велики део испитаника ради на пословима набавке и размене публикација (34,5%). У односу на српски узорак, мањи број анкетираних француских библиотекара обавља посао каталогизације (21%); с друге стране, знатно већи број њих се бави односима с јавношћу (35,3%).

Ови резултати добијени из случајног узорка упућују на закључак да су француски библиотекари далеко мање него њихове српске колеге усмерени ка пословима који су везани за обраду и каталогизацију, а знатно више су окренути корисницима, и набавци публикација. Ти резултати иду у прилог и теоријским поставкама изнетим у првом делу рада, да се центар интересовања помера ка кориснику, чије су се потребе нашле у првом плану.

Још један резултат се издваја приликом анализе података о радним задацима које обављају анкетирани библиотекари: на случајном узорку показује се да далеко већи проценат француских испитаника ради на пословима који су везани за односе с јавношћу. И овај резултат се уклапа у претходно изнете теоријске поставке, и примере добре праксе из француских библиотека; односи с јавношћу препознати су у француском библиотекарству као важан начин за *отварање* библиотеке, у циљу повећавање њене видљивости, и следствено томе јачања њене улоге у друштву.

Половина испитаника запослена је у националним библиотекама у Србији – проценат запослених у Библиотеци Матице српске је 24,4%, а у Народној библиотеци Србије је 25,6%. У истраживању је учествовало 26,7% представника јавних, и 23,3% представника високошколских библиотека. У Националној

библиотеци Француске запослен је 21% библиотекара који су учествовали у истраживању. У француским јавним библиотекама ради 21%, а у унверзитетским 57% испитаних библиотекара.

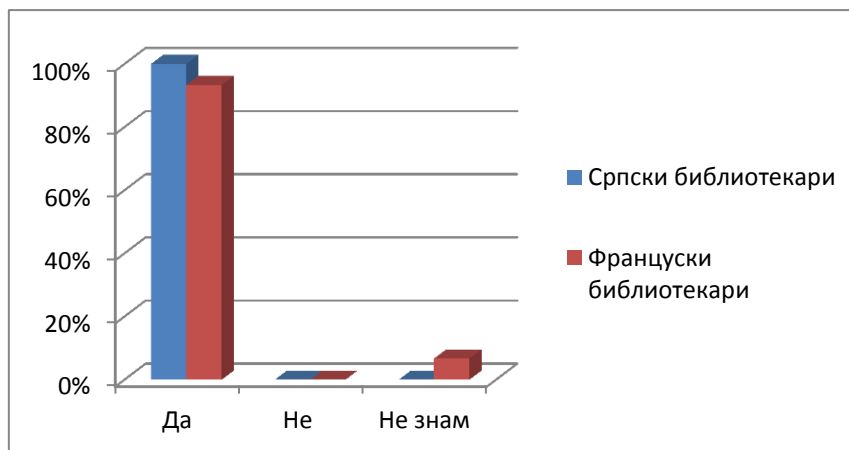
3.1.5. Резултати истраживања

Питање 1. Да ли по Вашем мишљењу библиотеке треба да користе медије за промовисање својих активности и услуга?

Веома је значајна чињеница да су сви испитаници у Србији – 100% – одговорили потврдно на питање да ли библиотеке треба да користе медије за промовисање својих активности и услуга.

За разлику од српског узорка, где су сви испитаници одговорили потврдно на питање да ли библиотеке треба да користе медије за промовисање својих активности и услуга, у Француској је тај проценат нешто мањи — позитиван одговор дало је 93,3% анкетираних, док 6,7% нема став о томе. Ниједан испитаник у Француској не сматра да библиотеке не треба да се служе медијима за своју промоцију. Овде је исказана и статистичка значајност, односно повезаност овог питања са двама групама испитаника ($p=0,011$).

Графикон 3: Одговори на питање *Да ли по Вашем мишљењу библиотеке треба да користе медије за промовисање својих активности и услуга?*



Питање 2. Који су по Вашем мишљењу мотиви за употребу медија у библиотечко-информационој делатности?

Питање о мотивима за употребу медија у библиотечко-информационој делатности дало је следеће резултате: главни мотив за коришћење медија у библиотекама и библиотекарству, према мишљењу испитаних библиотекара, јесте повећање видљивости библиотеке у друштву – чак 91,1% испитаних библиотекара означило је овај мотив као најважнији.

Значајан мотив представља и повећање броја корисника, што је као одговор дало 72,2% испитаника. Следећи мотив је побољшање имица професије, што је одговор за који се определило 60% испитаних библиотекара. Процент запослених који сматрају да је комуникација са постојећим корисницима значајан мотив за коришћење медија у библиотекарству износи 57,8%. Развој читалачких навика је такође један од значајнијих мотива према мишљењу анкетираних – њих 51,1% означило је овај одговор. Унапређење рада библиотечких служби као важан мотив за употребу медија види тачно половина испитаника. Само 2,2% анкетираних библиотекара одговорило је да не зна који би били мотиви за коришћење медија у библиотечко-информационој делатности.

Из резултата добијених анализом одговора на питање о мотивима за употребу медија у библиотечко-информационој делатности може се закључити да су српски библиотекари позитивно одређени према коришћењу медија, као и да имају јасне ставове о мотивима за употребу медија. Из овога такође можемо посредно извући закључак да библиотекари перципирају библиотеке као недовољно видљиве у друштву, што је веома важна чињеница.

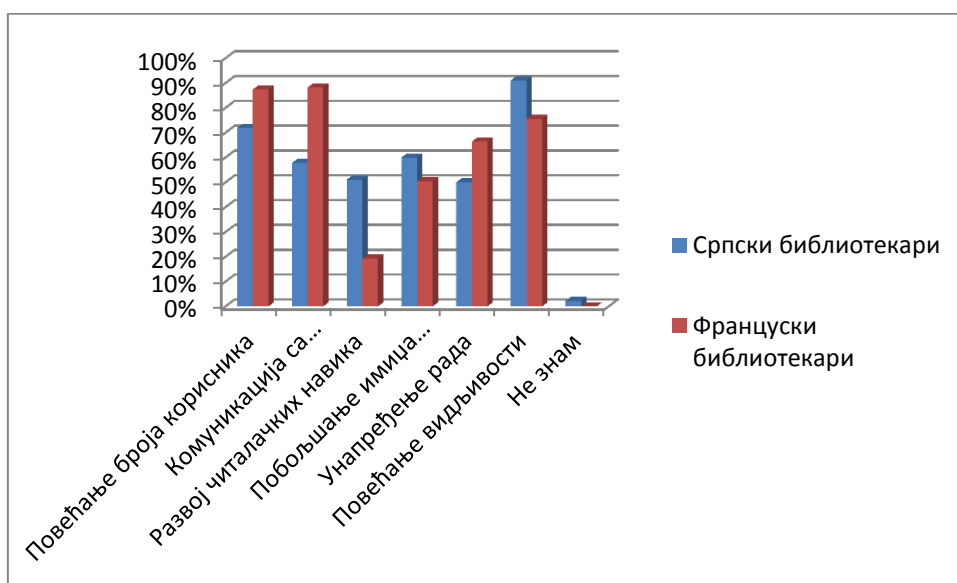
Најдоминантнији мотив за коришћење медија у библиотекама и библиотекарству, према мишљењу испитаних француских библиотекара, јесте комуникација са постојећим корисницима, што је мотив за 88,2% анкетираних. У српском узорку се далеко мањи проценат испитаника определио за овај одговор (57,8%); овде се исказала и велика статистичка значајност ($p < 0.0005$).

Следећи мотив који се издваја међу библиотекарима у Француској јесте повећање видљивости библиотеке, за који је гласало 87,4% испитаника. Повећање броја корисника као мотив види 75,6%, а побољшање имица професије мало више

од половине анкетираних (50,4%). Статистичка значајност ($p=0,025$) појављује се и приликом анализе одговора „Унапређење процеса рада“, где је проценат француских испитаника који су се определили за овај одговор 66,4%, наспрам 50% анкетираних у Србији.

Највећи раскорак у односу на српске испитанике показао се, очекивано, у виђењу развоја читалачких навика као мотива за медијску присутност библиотека, а овај податак је и статистички значајан ($p < 0.0005$): веома мали број француских испитаника оцењује овај мотив значајним — њих 19,3%, наспрам 51,1% у српском узорку.

Графикон 4: Одговори на питање *Који су по Вашем мишљењу мотиви за употребу медија у библиотечно-информационој делатности?*



Резултатима анализе одговора на питање број 2 у упитнику, потврдила се изнета хипотеза да француски библиотекари сматрају да је комуникација са корисницима и повећање броја корисника доминантнији мотив за представљање библиотеке путем медија у односу на развој читалачких навика.

Предочени графикон такође јасно показује да српски библиотекари као доминантније мотиве за медијску присутност библиотеке виде побољшање имиџа, и повећање видљивости библиотеке у друштву, што нам посредно указује на то да

је самоперцепција библиотекара у Србији негативнија него код њихових колега из Француске.

С друге стране, француски библиотекари свеснији су чињенице да медији утичу на унапређење процеса рада у библиотекарској струци, и у већем проценту препознају тај мотив као значајан у односу на испитанике у Србији.

Питање 3. Да ли по Вашем мишљењу библиотека у којој радите може боље да пласира своје садржаје и услуге у медијима?

Чак 82,2% испитаних српских библиотекара сматра да њихова библиотека може боље да пласира своје садржаје у медијима. У Француској релативно сличан проценат испитаних библиотекара као и у Србији мисли да њихова библиотека може боље да пласира своје садржаје у медијима. У Француској такво мишљење има 79% испитаних, а у Србији 82,2%.

Питање 4. Ако мислите да може, који су разлози што то не чини?

На питање зашто то не чини, један део, тачније 21,1% испитаника у Србији формулисао је сопствене одговоре, од којих су најкарактеристичнији: „Немање свести о значају медија, робовање традиционалним обрасцима мишљења“; „Ригидно старомодно схватање функције и намене библиотеке у е-времену“; „Непрепознавање потребе за нечим таквим“; „Неодговарајућа организација ових послова“; „Недостатак воље“; „Организација посла“; „Не постоји јасна концепција“; „Реорганизација послова по одељењима“; „Незаинтересованост самих медија за презентовање библиотечких садржаја, јер се увек предност даје дневно-политичким темама“; „Медији нису увек заинтересовани за дешавања библиотеке“; „Немотивисаност“; „Недостатак добре воље и заинтересованости запослених у библиотеци“.

Код ових одговора које су формулисали сами испитаници јасно се издваја пет основних мотива, а то су старомодност, недостатак воље, непрепознавање

потребе, неадекватна организација посла и незаинтересованост медија. Између неких од ових мотива може се уочити узрочно-последична и логичка повезаност: старомодност узрокује недостатак воље и непрепознавање потребе, што за последицу има неодговарајућу организацију посла; исто тако, може се рећи и да старомодност у основи почива на недостатку воље. Одговори који се позивају на незаинтересованост самих медија указују на то да испитаници који су дали овај одговор медије и даље перципирају само на традиционалан начин (телевизија, радио, штампа), и да у њиховој свести није присутан медиј у смислу савременог медија заснованог на интернету где је сам корисник интернета емитер медијског садржаја.

Француски испитаници немају неки изразит став у погледу тога зашто њихова библиотека не презентује боље своје садржаје у медијима: недостатак кадрова и недовољна медијска и информациона писменост неки су од најчешће заокружених понуђених одговора, а мали проценат (свега 3,4%) нема своје мишљење о томе. Карактеристично је и то да се исти, односно сличан проценат испитаника определио за следећа два одговора у обе групе испитаника: недостатак кадрова (35,6% Србија; 38,7% Француска), и недовољна медијска и информациона писменост (31,1% Србија и Француска).

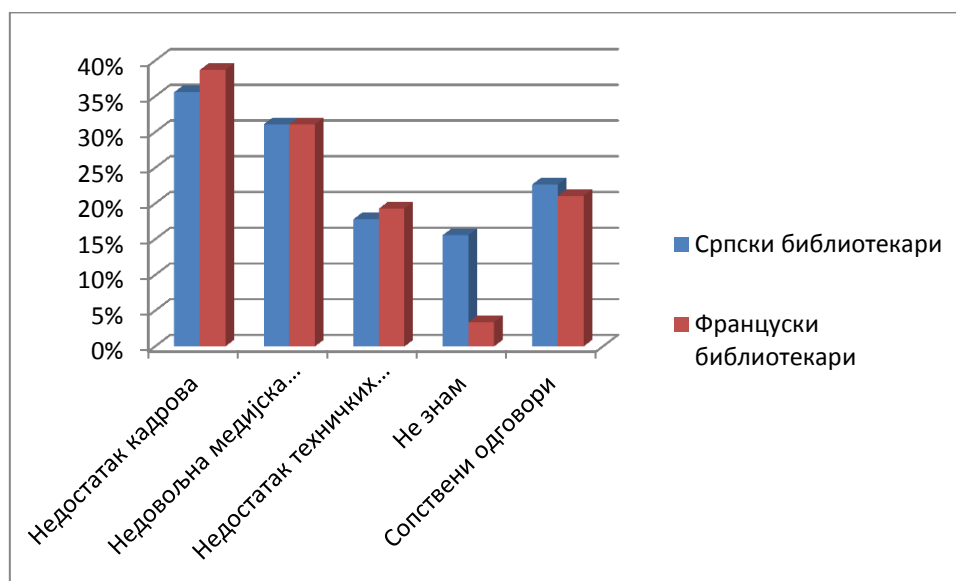
Мала је разлика у процентима опредељених и код одговора „Недостатак техничких могућности“ – 17,8% у Србији и 19,3% у Француској.

Статистичка значајност ($p=0,025$) појавила се приликом анализе одговора „Не знам“ у српском и француском узорку: проценат библиотекара који се у Србији изјаснио да не зна због чега библиотеке недовољно пласирају своје садржаје у медијима износи 15,6%, а у Француској је тај број незнатан – свега 3,4% испитаника изјавило је да не зна који је разлог недовољног оглашавања њихове библиотеке у медијима. Ова разлика директно указује на то да су Французи ипак у извесној мери сигурнији у то да су упознати са разлозима за недовољно присуство библиотека у медијима.

Један део француских испитаника, њих 22,7%, формулисао је своје одговоре на ово питање, од којих се издвајају следећи: „мањак новца / финансијских средстава“, „неразумевање / недостатак подршке надлежне

институције или органа“, „недостатак интерне координације“, „недовољно познавање правила и културе веба“.

Графикон 5: Одговори на питање *Зашто ваша библиотека не пласира боље своје садржаје у медијима?*



Из одговора на ова два питања (број 3 и 4 у упитнику) може се извући заједнички закључак да библиотекарски у Србији у готово једнакој мери као библиотекарски у Француској, осим тога што мисле да њихова библиотека може боље да се представи у медијима, имају и став о томе зашто то не чини.

Питање 5. Да ли у Вашој библиотеци постоји одељење за сарадњу са медијима? Или одређена особа, ако сте запослени у мањој библиотеци?

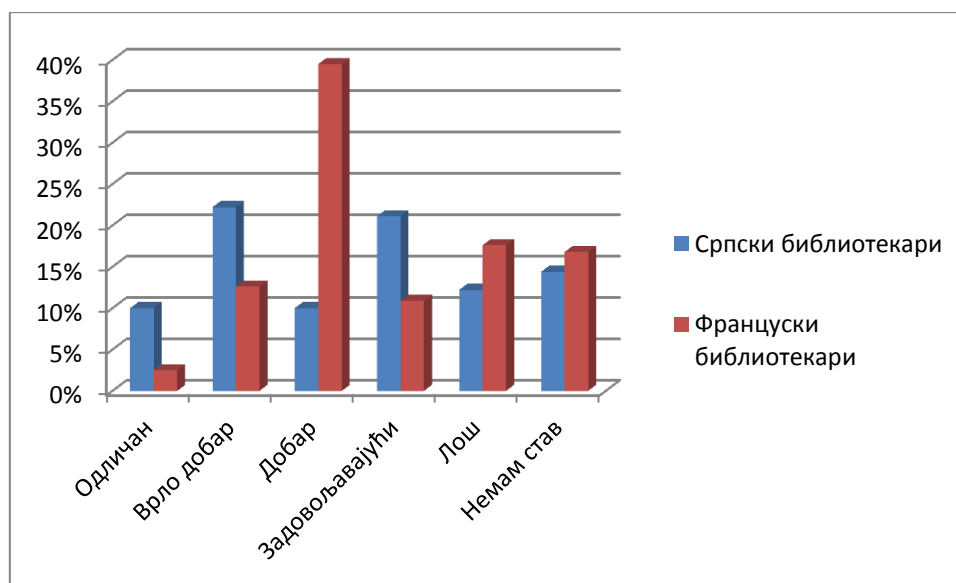
Чак 60% библиотекарски запослених у српским библиотекама одговорило је да у њиховим библиотекама постоји одељење за сарадњу с медијима, или одређена особа задужена за тај посао, ако је реч о мањој библиотеци. Како је и очекивано, у Француској је тај број већи – 74,6%.

Питање 6. Како бисте оценили однос са медијима у Вашој библиотеци?

На питање како оцењују однос с медијима у својој библиотеци, проценат српских библиотекара који су одговорили са „Одличан“ је 10%, „Врло добар“ 22,2%, „Добар“ 10%, „Задовољавајући“ 21,1%, „Лош“ 12,2%, а са „Немам став“ 14,4%.

Французи овде показују далеко већу критичност: проценат запослених који су одговорили са „Одличан“ је само 2,5%, „Врло добар“ 12,6%, „Добар“ 39,5%, „Задовољавајући“ 10,9%, „Лош“ 17,6%, а са „Немам став“ 16,8%. На ову разлику указује и статистичка значајност ($p=0,002$) која се појавила приликом анализе одговора на ово питање.

Графикон 6: Одговори на питање *Како оцењујете односе са медијима у Вашој библиотеци?*



Питање 7. Да ли оглашавању Ваше библиотеке у медијима претходи неко истраживање (нпр. гледаности, структуре публице медија и сл.)?

Према одговорима испитаних библиотекара, у српским библиотекама се пре оглашавања у медијима врло ретко спроводе истраживања (као што су истраживања гледаности, структуре публице медија и слично). Процент библиотекара који су одговорили да се оваква истраживања спроводе редовно износи свега 2,2%, често 3,3%, понекад 23,3%, никад 26,7%, а чак 44,4% испитаника је одговорило да не зна одговор на питање колико се често оваква истраживања реализују.

Међу француским библиотекарима ситуација је следећа: проценат запослених који су одговорили са „Редовно“ је 0,8%, „Често“ 4,2%, „Понекад“ 24,4%, „Никад“ 50,4%, а са „Не знам“ 20,2%.

Приликом анализе овог питања исказала се статистичка значајност ($p=0,001$).

Питање 8. Да ли се у Вашој библиотеци мере резултати оглашавања у медијима?

Слично претходно изнетом, готово половина испитаника, њих 45,6% изјаснило се да не зна да ли се у њиховој библиотеци мере резултати оглашавања у медијима. Процент оних који су одговорили да се резултати оглашавања мере редовно износи 4,4%, често 12,2%, понекад 11,1%, а да се никада не мере одговорило је 26,7% испитаних.

Процент запослених у библиотекама у Француској који су одговорили са „Редовно“ је 5%, „Често“ 3,4%, „Понекад“ 31,1%, „Никад“ 34,5%, а са „Не знам“ 26,1%.

Питање 9. Ако се мере, да ли добијене резултате користите у организовању следећих оглашавања?

Више од половине анкетираних библиотекара у Србији, прецизније 51,1% не зна да ли се добијени резултати користе у наредним оглашавањима. Да се добијени резултати често користе у наредним оглашавањима тврди 7,8% испитаних библиотекара, да се користе често сматра њих 10 %, да се користе понекад 10%, а да се не користе никада тврди 21,1% анкетираних.

Велики постотак одговора „Не знам“ на питања која се тичу организације оглашавања библиотека у медијима код анкетираних у Србији, могу се објаснити тиме да део испитаника по природи свога посла није упућен на податке о медијском оглашавању, али део објашњења лежи и у томе што овакве информације због слабе унутрашње комуникације нису довољно транспарентне; део разлога може бити и релативно мала заинтересованост библиотекара за овакву врсту информација.

У Француској је ситуација нешто другачија: проценат запослених који су одговорили са „Редовно“ је 14,3%, „Често“ 18,5%, „Понекад“ 24,4%, „Никад“ 11,8%, а са „Не знам“ 31,1%.

Приметно је да далеко мањи број Француза изјављује да не зна да ли се добијени резултати претходних оглашавања користе приликом организовања следећих: док је у Србији овај одговор дало више од половине испитаних, у Француској је овај проценат знатно мањи – 31,1%. Ово је показатељ да француски библиотекари имају бољи увид у активности у вези са медијским оглашавањима у њиховим библиотекама, или барем сматрају да такав увид имају. Приликом анализе одговора по критеријуму припадности једној или другој групи испитаника, исказала се велика статистичка значајност ($p < 0.0005$).

Питање 10. Да ли се у Вашој библиотеци састављају и шаљу писмена обавештења (најаве догађаја и слично) за медије?

Тачно половина библиотекара у Србији тврди да се у библиотекама у којима раде редовно састављају и шаљу писмена обавештења за медије са најавима догађаја и сличним садржајима; 10% испитаних изјаснило се да се оваква обавештења у њиховим установама шаљу често; „Понекад“ је као одговор на питање о слању писмених саопштења медијима означио 21%, „Никад“ 6,7%, а „Не знам“ 12,2% испитаника.

Са одговорима француских библиотекара ситуација је слична, с тим што су око шездесет посто опредељених за прва два одговора („Редовно“ и „Често“) нешто другачије распоређени у француском у односу на српски узорак: „Редовно“ 29,4%, а „Често“ 27,7%. „Понекад“ је међу француским библиотекарима одговорило такође 27,7%, „Никад“ 9,2%, а „Не знам“ 5,9%.

Овај одговор је статистички значајан ($p = 0.002$).

Питање 11. Да ли Ваша библиотека организује конференције за медије?

Процент библиотекара који је одговорио да се у њиховим библиотекама редовно организују конференције за медије износи 7,8%, да се организују често устврдило је 17,8%, одговор „Понекад“ дало је 34,4% испитаних, са „Никад“ је одговорило њих 30%, а са „Не знам“ 10% испитаника. На основу одговора анкетираних српских библиотекара на питање да ли њихова библиотека организује конференције за медије, може се закључити да се конференције за медије организују врло ретко или никад.

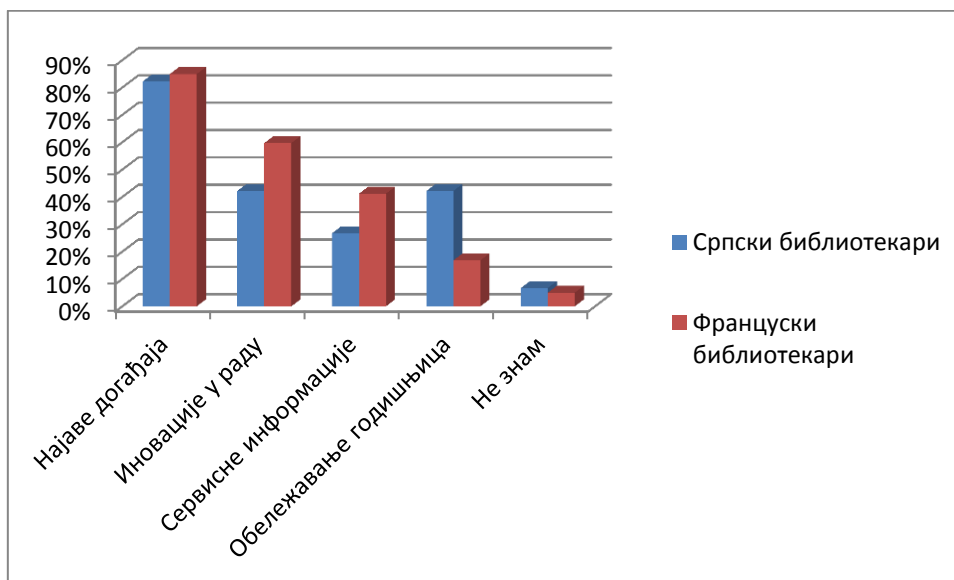
Одговори које су на ово питање дали анкетирани француски библиотекари наводе на закључак да се ни у француској средини конференције за новинаре не организују првише често: проценат испитаних који су одговорили са „Редовно“ је 2,5%, „Често“ 7,6%, „Понекад“ 27,7%, „Никад“ 50,4%, а са „Не знам“ 11,8%.

Питање 12. Који су најчешћи поводи медијског оглашавања за Вашу библиотеку?

Обе класе испитаника, и српски и француски библиотекарски, сматрају да су најаве догађаја најчешћи поводи медијских оглашавања за њихове библиотеке. За овај мотив оглашавања определило се чак 84,9% испитаних француских библиотекара, и 82,2% анкетираних библиотекара у Србији. Да се на овај начин информише јавност о иновацијама у раду сматра велики проценат анкетираних у Француској – њих готово 60%, док у Србији тако мисли 42,2% испитаних; исти проценат српских библиотекара као повод медијско оглашавања своје институције види обележавање различитих годишњица, што поводом за оглашавања своје библиотеке сматра знатно мањи број испитаника у Француској – 16,8% . За одговор да се путем медија дистрибуирају сервисне информације које се тичу рада библиотеке (на пример обавештења о нерадним данима, промени радног времена и слично) изјаснио се много већи проценат испитаних у Француској – њих 41,2%, у односу на 26,7% испитаника у Србији.

Треба подвући чињеницу да се само 6,7% библиотекара који су у Србији одговарали на упитник изјаснило да не зна којим се поводима њихова библиотека оглашава у медијима; ово нам указује на то да су библиотекарски већином сигурни у то да знају какви су то поводи, што значи да себе виде као некога ко је свестан садржаја које његова институција објављује у медијима. У Француској је овај број за нијансу мањи – овакав одговор пружило је 5% испитаника.

Графикон 7: Одговори на питање *Који су најчешћи поводи оглашавања у медијима за Вашу библиотеку?*



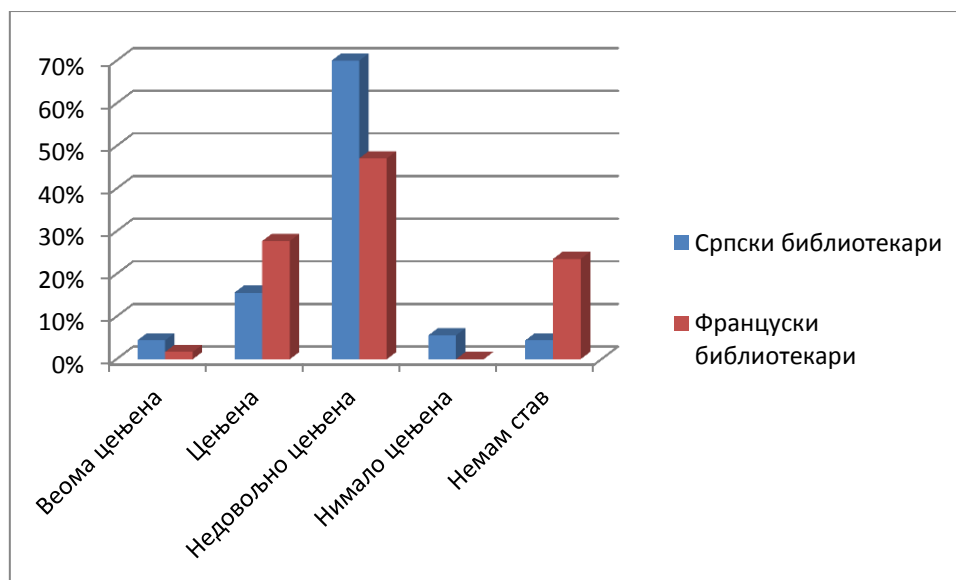
Оно што упада у очи када се анализирају одговори на ово питање, јесте да су се српски библиотекари у далеко већем проценту од својих француских колега изјаснили за одговор „Обележавање годишњица“, који подразумева пасивнију улогу библиотеке, као чувара традиције; у том смислу могло би се рећи да су француски библиотекари више усмерени на актуелни и будући тренутак, и на библиотеку као активан фактор, с обзиром на то да њихови гласови предњаче код одговора какви су „Иновације у раду“, и „Сервисне информације“, као што је јасно видљиво на приказаном графикону.

Питање 13. Како, по Вашем мишљењу, јавност доживљава библиотекарску професију?

Питање „Како, по Вашем мишљењу, јавност доживљава библиотекарску професију?“ дало је очекивану слику: испитаници већином сматрају да је библиотекарска професија потцењена у очима јавности – ово је мишљење чак

70% анкетираних библиотекара у Србији, и 47,7% у Француској. Да је занимање библиотекара веома цењено мисли 4,4% испитаних српских и 1,7% француских библиотекара, да је цењено њих 15,6% у Србији и 27,7% у Француској, а да није нимало цењено мисли 5,6% анкетираних у нашој земљи и ниједан Француз. О овом питању у Србији нема став мали проценат анкетираних, њих 4,4%, док је постотак француских библиотекара који немају став о овом питању већи – 23,5%.

Графикон 8: Одговори на питање *Како, по Вашем мишљењу, јавност доживљава библиотекарску професију?*



Из предоченог графика види се да знатно већи број српских библиотекара има утисак да њихова професија није довољно цењена, у односу на француске колеге; у оба случаја овај одговор се истиче као најдоминантнији.

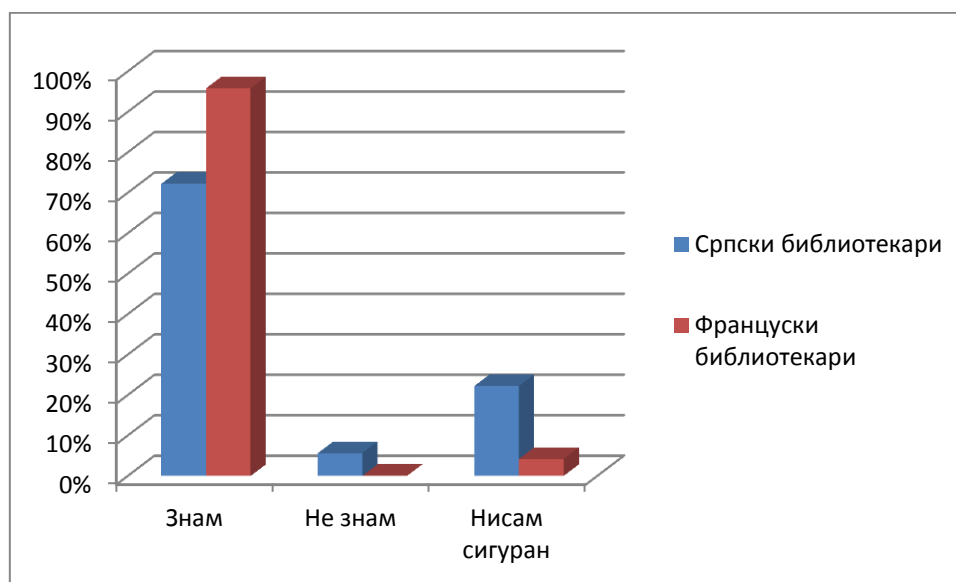
Овако велико незадовољство перцепцијом библиотекарске професије крајње је разумљиво, па и оправдано, имајући у виду положај српског библиотекара у друштву, његов финансијски и социјални статус, као и генерални друштвено-политички оквир који недовољно јасно дефинише културну политику и улогу библиотеке у њој, и не даје довољно јаку подршку библиотекарској струци и институцијама. Овакав резултат јасно наводи на закључак да су припадници професије у Француској самосвеснији, сигурнији у себе и своје

вредности, у значај своје струке, што им омогућава општи модел културне препознатљивости, одређеног елитизма који Француска држава у оквиру своје културне политике преноси на све културне посленике, па тако и на библиотекарe.

Питање 14. Да ли знате шта значи термин веб 2.0?

Према статистичкој анализи одговора на питање о познавању значења термина веб 2.0, 72,2% библиотекара анкетираних у Србији тврди да зна шта означава овај израз. Њих 5,6% признаје да им је значење овог термина непознато, док остатак није сигуран. Судаћећи према одговорима испитаних француских библиотекара, готово сви анкетирани знају шта овај термин значи, тачније њих 95,8%. Ниједан библиотекар анкетирани у Француској није рекао да не зна шта је веб 2.0, а мали је постотак и оних који нису сигурни – 4,2%.

Графикон 9: Одговори на питање: *Да ли знате значење термина „веб 2.0“?*



Тумачећи резултате одговора на ово питање поново, али са друге стране, долазимо до истог закључка: српски библиотекари показују већу дозу

несигурности у вези са новим информационим технологијама, овог пута поводом термилошких одређења. Посредан, али веома значајан закључак који се може извући тумачењем одговора на ово питање тиче се недовољне медијско-информационе писмености библиотекара у Србији, у смислу недовољног познавања терминологије и кључних концепата савремених информационо-комуникационих парадигми; имајући у виду да је термин веб 2.0 старији од деценије, и да се одавно говори и о вебу 3.0, адекватан резултат требало би да буде на нивоу француског, или нешто нижи. У овом контексту може се говорити и о израженој потреби за речником савремене информационо-комуникационе технологије, и за стандардизацијом термина који се у њој користе у српском језичком систему. Овакав корак дао би немерљив допринос асимилацији кључних термина од стране свих важних фактора у савременим комуникационим процесима, а следствено томе и бољем разумевању релевантних концепата за функционисање свих сегмената друштва у новом окружењу насталом као последица дигиталне и медијске револуције.

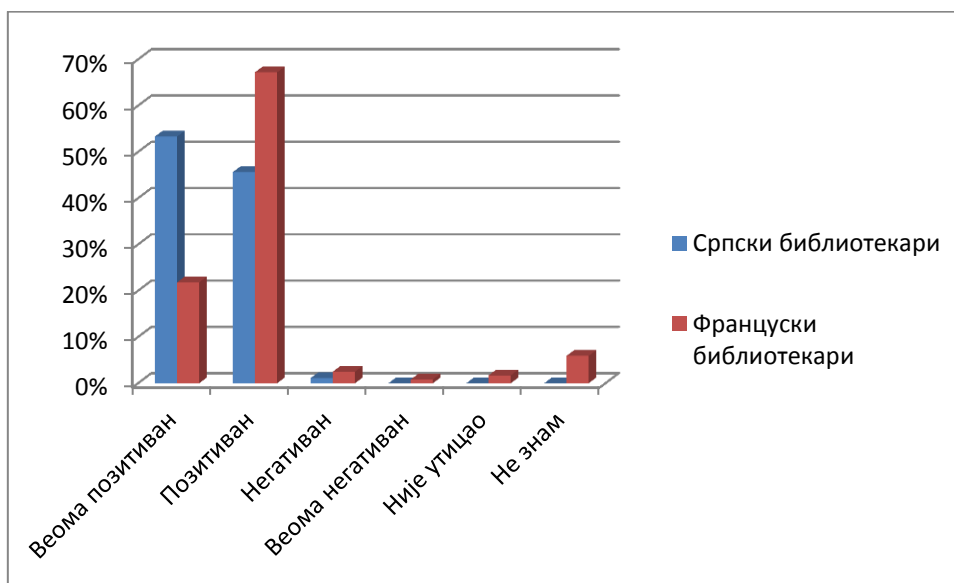
Питање 15. Какав је утицај, по Вашем мишљењу, остварио интернет на функционисање библиотечко-информационе делатности ?

Библиотекари у Србији изразито позитивно квалификују утицај који је интернет остварио на функционисање библиотечко-информационе делатности: проценат испитаних који су одговорили на питање о утицају интернета на библиотекарство са „Веома позитиван“ је 53,3%, „Позитиван“ 45,6%, а са „Негативан“ свега 1,1%. Са „Веома негативан“, „Није утицао“ и са „Не знам“ није одговорио ниједан од испитаних библиотекара, што показује да о овом питању нико није без става, да утицај интернета на делатност библиотека готово нико не види као негативно.

Француски библиотекари овај утицај одређују позитивно, али са мањим степеном одушевљења у односу на њихове српске колеге: проценат испитаних који су одговорили са „Веома позитиван“ је 21,8%, што је далеко мање него у Србији; са „Позитиван“ је одговорило 67,2% испитаника, а са „Негативан“ свега

2,5%. За разлику од Србије где се за последње три категорије одговора није изјаснио нико од испитаника, међу француским библиотекарима мали број се определио и за неку од ове три опције: „Веома негативан“ 0,8%, „Није утицао“ 1,7%, и „Не знам“ 5,9%.

Графикон 10: Одговори на питање: *Какав је утицај остварио интернет на функционисање библиотечко-информационе делатности?*



Из одговора на ово питање може се закључити да су француски библиотекар показали мање одушевљења, а више одмерености, па и несигурности него њихове српске колеге, када је реч о утицају интернета на библиотекарство.

Овај резултат посредно иде у прилог хипотези да француски библиотекар са више критичности приступају савременим медијима у библиотекарству.

Питање 16. Да ли Ваша библиотека има веб-страницу?

Према наводима испитаника, највећи део библиотека у Србији из којих су анкетирани библиотекар има своју веб-страницу. Чак 94,4% испитаних

одговорило је позитивно на питање о томе да ли њихова установа има веб-страницу на интернету, а само 5,6% је изјавило да нема. Нико од испитаника није одговорио на ово питање са „Не знам“.

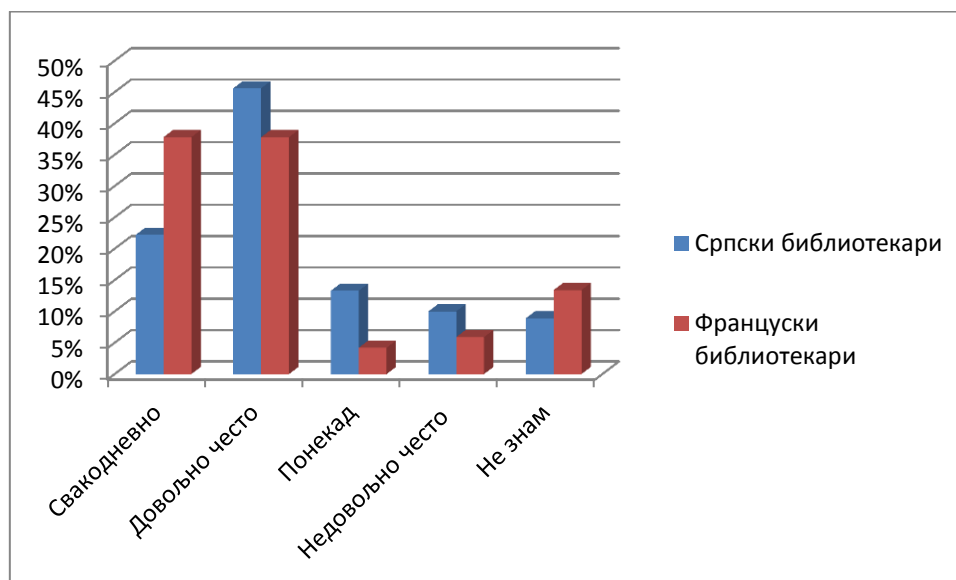
Помало изненађује податак да је 87,4% француских библиотекара који су одговарали на питања устврдило да њихова библиотека има своју веб-страницу, што је мањи проценат у односу на Србију. Релативно висок проценат од 11,8% тврди да њихова библиотека нема своју веб-страницу, што је више него у Србији; мада представља занемарљив проценат појавио се и један одговор „Не знам“.

Питање 17. Ако има, колико често се ажурира?

Када је реч о ажурирању веб-странице библиотеке, 22,2% испитаних у Србији тврди да се садржаји освежавају свакодневно. Готово половина испитаних, тачније њих 45,6% процењује да се веб-страница њихове куће ажурира довољно често; 13,3% анкетираних тврди да се то ради понекад, а 10% мисли да је то недовољно често. Мали део библиотекара који су одговарали на упитник, њих 8,9% одсто, изјаснило се да нема сазнања о учесталости ажурирања веб-странице библиотеке у којој раде.

У Француској библиотекари у већем проценту тврде да се подаци на веб-страници библиотеке ажурирају свакодневно – то сматра њих 37,8%; исти проценат је одговорио да је то довољно често. Релативно мали проценат француских библиотекара мисли да се веб-страница ажурира понекад или недовољно често.

Графикон 11: Одговори на питање *Колико се често ажурира интернет страница Ваше библиотеке?*



Питање 18. Шта мислите какав утицај има веб-страница, ако је имате, на однос са корисницима Ваше библиотеке?

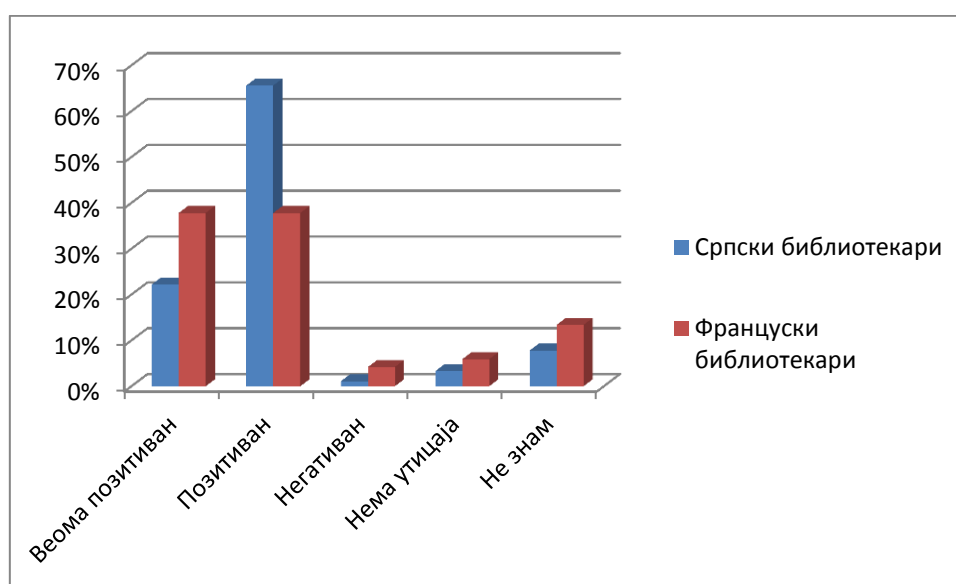
Када је реч о утицају који веб-страница има на однос са корисницима њихових библиотека, већина анкетираних библиотекара у Србији мисли да је овај утицај позитиван – за тај одговор изјаснило се 65,6% испитаника, а њих 22,2% је одговорило да је утицај веб-странице на кориснике веома позитиван, што значи да укупно њих близу 90% има генерално позитиван став. Свега 1,1% испитаника сматра да је овај утицај негативан, а 3,3% да нема утицаја. Један мањи део анкетираних, њих 7,8% одговорило је на ово питање са „Не знам“.

Француски библиотекари се и у вези са овим питањем постављају нешто резервисаније него српски, што можемо закључити по проценту одговора „Не знам“, којих међу француским испитаницима има 18,5%. Иако су и они највећим делом одређени позитивно, овај став је нешто умеренији него код српских библиотекара: „веома позитиван“ је одговорило 21,8%, „позитиван“ 48,7%.

Слично као и у српском узорку, незнатан проценат оцењује утицај веб-странице на однос са корисницима негативним, док 9,2% њих сматра да нема утицаја.

И ови резултати иду у прилог хипотези да француски библиотекари критичније, односно са већом резервом посматрају присуство савремених канала комуникације у библиотекарству.

Графикон 12: Одговори на питање *Какав утицај има веб-страница на однос са корисницима Ваше библиотеке?*



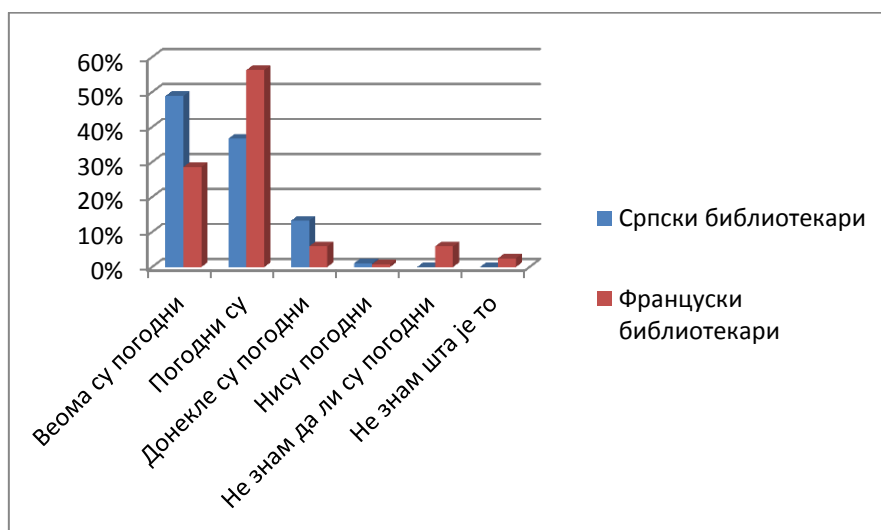
Питање 19. Да ли су савремени медији (друштвени, интерактивни медији) погодни за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности?

Највећи број испитаника у Србији мишљења је да су савремени медији веома погодни за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности. За то се изјаснила готово половина анкетираних, односно њих 48,9%. Свега 1,1% сматра да савремени медији нису погодни за промовисање библиотека, њих 13,3% мисли да су донекле погодни, а 36,7% да су погодни. Нико

од испитаних библиотекара није се определио за одговор да не зна шта су савремени медији.

Код овог питања поново је уочљив одмеренији став француских библиотекара у односу на њихове колеге анкетираних у Србији: много мањи проценат њих се изјаснио да су савремени медији веома погодни за сврху промоције библиотека и библиотекарства; за тај одговор се определило 28,6% француских испитаника. Већина њих се изјаснила за позитивно, али умереније одређење – „погодни су“ – што је мишљење преко половине анкетираних у Француској, тачније 56,9%. Остатак мисли да су донекле погодни (5,9%), не знају да ли су погодни (5,9%) или да нису погодни (0,8%); 2,5% је изабрало одговор „Не знам“. Као и у неким од претходних питања, приметно је да су библиотекарски у Србији склони да сувише високо вреднују феномене чији утицај још увек није довољно проучен, што утемељење њихових ставова доводи у питање. Исто тако, код српских испитаника је приметно да нису спремни да се изјасне да не знају да ли су савремени медији погодни за промоцију библиотека, или чак да не знају шта су то савремени медији, док код Француза то није случај; из овога се посредно види да француски библиотекарски осећају већу сигурност у себе, будући да се не устручавају да признају ако нешто не знају.

Графикон 13: Одговори на питање *Да ли су савремени медији погодни за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности?*



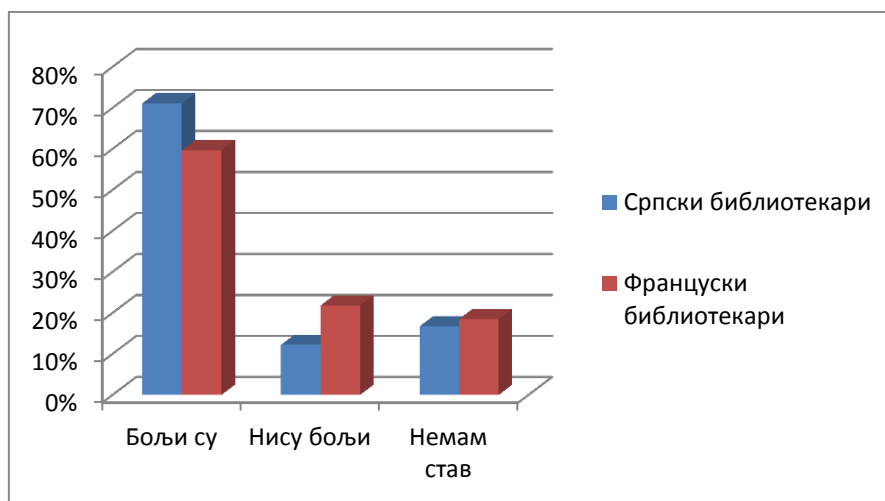
Исто тако, поново је потврђена хипотеза да француски библиотекарски критичније, односно са већом резервом посматрају присуство савремених канала комуникације у библиотекарству.

Питање 20. Да ли мислите да су савремени медији боље решење за промоцију библиотека у односу на традиционалне медије?

Већина српских библиотекара који су одговарали на питања из упитника сматра да су савремени медији боље решење за промоцију библиотека у односу на традиционалне медије. Овако мисли 71,1% испитаника у Србији; 12,2% не мисли тако, а 16,7% нема став о овом питању.

И ово питање нам указује на разлику у приступу код француских у односу на српске библиотекаре када је реч о ставу према савременим медијима у контексту промовисања библиотека и библиотекарства: иако не много, већи је проценат који сматра да савремени медији нису бољи за ову сврху у односу на традиционалне медије (њих 21,8%), а мањи постотак оних који мисле да јесу (59,7%). Отприлике подједнак проценат нема став о овом питању (18,5%).

Графикон 14: Одговори на питање *Да ли су савремени медији боље решење за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности у односу на традиционалне медије?*



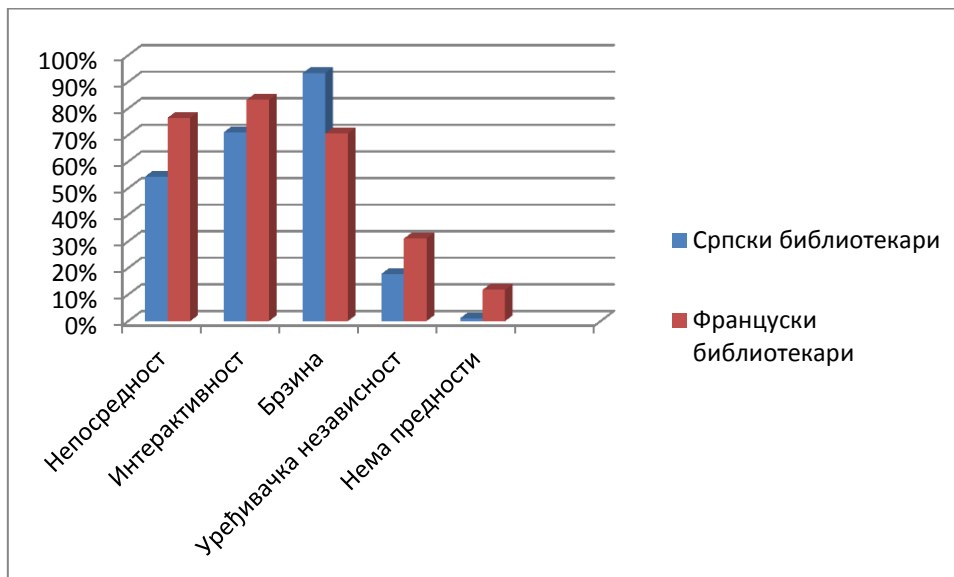
Питање 21. Предности оглашавања библиотеке путем савремених (друштвених, интерактивних) медија у односу на класичне медије су:

Као главне предности оглашавања библиотеке путем савремених медија у односу на класичне медије српски библиотекари виде брзину; ово је одговор за који се определило чак 93,3% испитаника. Велики број њих процењује да је интерактивност једна од основних предности савремених медија – тако мисли 71,1% анкетираних. За непосредност као једну од предности савремених медија определило се преко пола испитаника – 54,4%. Уређивачку независност као предност види 17,8%, док су остали понуђени одговори имали мали број гласова анкетираних.

Међу француским испитаницима највећа предност оглашавања савременим медијима јесте и једна од дистинктивних одлика веба 2.0, а то је интерактивност; за овај одговор на питање које су предности оглашавања библиотеке путем савремених медија определило се 83,2% анкетираних. Непосредност је предност за 76,5%, брзина за 70,6%, а уређивачка независност за 31,1% испитаника у Француској.

Један део француских библиотекара је скептичан и сматра да нема предности, њих 11,8%, док је у Србији тај број далеко мањи – 1,1%, што поново указује на већу критичност и резервисаност анкетираних из Француске. Приметно је и да се категорија „уређивачке независности“, у смислу независности од уредништва неког традиционалног медија, перципира као битнија међу француским библиотекарима. Из наведеног се види да француски библиотекари боље сагледавају суштину веба 2.0 и његових алата, с обзиром на то да су неке од његових кључних категорија одредили као најбитније.

Графикон 15: Одговори на питање *Које су предности оглашавања библиотека путем савремених медија у односу на класичне?*

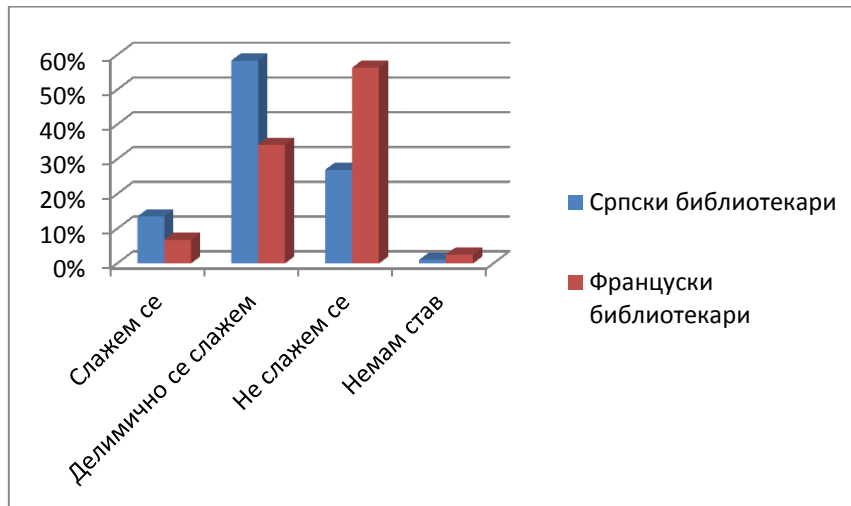


Питање 22. Да ли се слажете са тврдњом да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике?

Анкетирани библиотекари у Србији немају једнозначан став поводом питања да ли интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике — 58,4% делимично се слаже са изнетом тврдњом; њих 13,5% мисли да је утицај интернета негативан, а значајан проценат од 27% не сматра да интернет негативно утиче на читалачке навике. О овом питању нема став изузетно мали проценат испитаника, њих 1,1%.

Међу француским испитаницима најдоминантније је заступљено мишљење да интернет и савремени медији не утичу негативно на читалачке навике – то је мишљење 56,4% анкетираних. Само 6,8% мисли да је утицај интернета негативан, а у вези са овим питањем нема став 2,6% анкетираних у Француској; 34,2% се делимично слаже да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике.

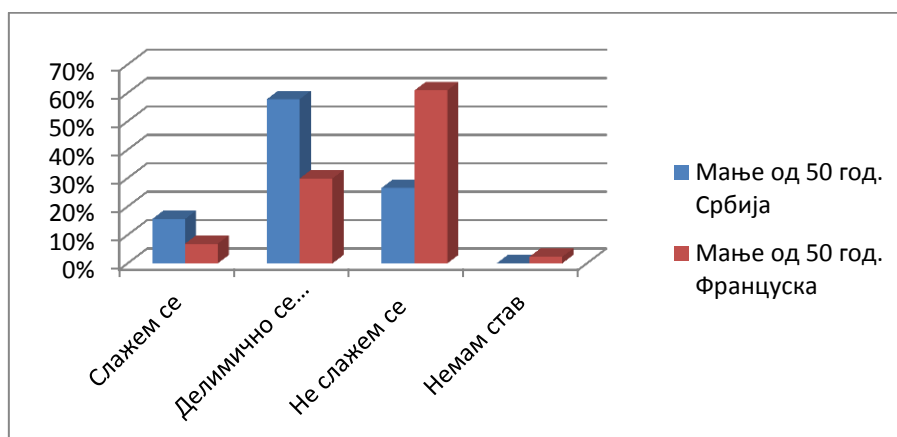
Графикон 16: Одговори на питање *Да ли се слажете с тврдњом да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике?*



На графикону се јасно види да француски библиотекари имају јасније формулисан став о овом питању, и да он највећим делом изричито гласи да интернет не утиче негативно на навике у читању.

Велика статистичка значајност ($p < 0.0005$) показала се код старосне групе млађих од 50 година, и одговора на питање „Да ли се слажете са тврдњом да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике?“

Графикон 17: Млађи од 50 година и одговори на питање *Да ли се слажете са тврдњом да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике?*

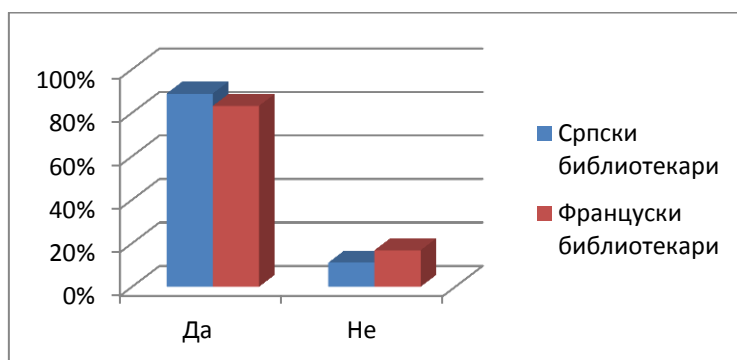


Млађи од 50 година у Србији знатно су више наклоњени ставу „Делимично се слажем“, док су у Француској у знатно већем проценту за став „Не слажем се“, када је реч о тврдњи да интернет негативно утиче на читалачке навике, што значи да млађи библиотекарски у Србији имају утисак више него млађи библиотекарски у Француској да интернет негативно утиче на читалачке навике. И на узорку млађих испитаника потврђује се закључак да млади Французи имају укореењенији став о значају мисије библиотека; да мање доводе у питање значај и вредност своје професије у актуелном тренутку; да имају развијенију свест о библиотекарству. И код млађих српских библиотекара приметна је извесна доза страха да ће њихов посао бити угрожен, док код Француза нема те несигурности јер верују у етаблираност своје професије.

Питање 23. Да ли Ваша библиотека користи друштвене мреже?

На питање да ли ваша библиотека користи друштвене мреже већина испитаника у Србији одговорила је афирмативно — 88,9%. Остатак, односно 11,1% тврди да се у њиховим библиотекама не користе друштвене мреже. Изненађује податак да према одговорима које су пружили анкетирани француски библиотекарски, мањи проценат тврди да се у њиховим библиотекама користе друштвене мреже у односу на српски узорак: 83,2% се изјаснило са да, а 16,8% је дало негативан одговор на ово питање.

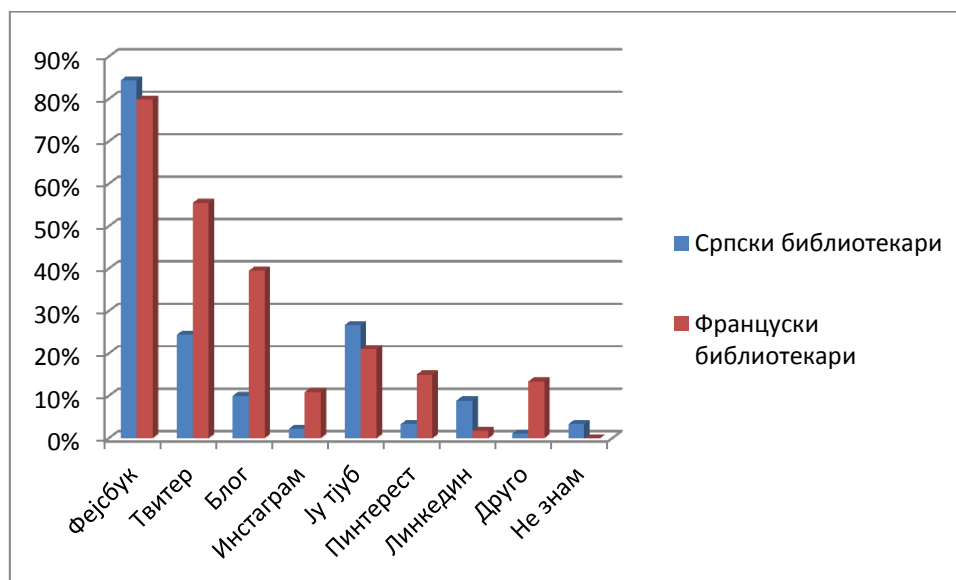
Графикон 18: Одговори на питање *Да ли се у Вашој библиотеци користе друштвене мреже?*



Питање 24. Ако користи, који су то медији?

У српским библиотекама у највећем броју случајева користи се Фејсбук (84,4%). Твитером се служи мањи број библиотека (24,4% испитаника је одговорило да се у њиховим библиотекама користи ова мрежа). Блогове нема велики број библиотека (10% испитаника је одговорило да њихова установа има блог). На Инстаграму и Пинтересту је присутан незнатан број библиотека судећи према одговорима анкетираних (2,2% за Инстаграм, односно 3,3% за Пинтерест). 26,7% испитаних изјавило је да се њихова библиотека користи Јутјубом, а 8,9% изјаснило се да њихова установа користи Линкедин. Веома мали број испитаника (3,3%) одговорио је да не зна на којим је друштвеним мрежама присутна њихова институција, што указује на то да запослени су запослени свесни да се у њиховим библиотекама користе социјалне мреже.

Графикон 19: Одговори на питање *Који се савремени медији и друштвене мреже користе у Вашој библиотеци?*



Како се види на графикону, у обе средине Фејсбук је најдоминантнији савремени медиј који се користи у библиотекама; такође, евидентно је да се у Француској више користе различите врсте медија. Твитер и блог су далеко

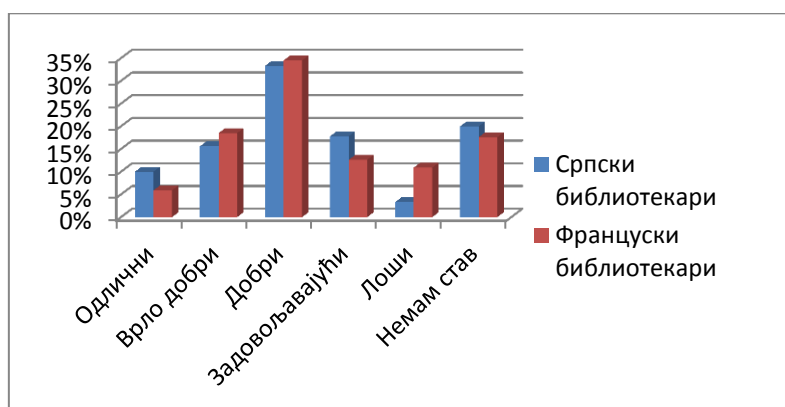
заступљенији у француским библиотекама у односу на српске, али Јутјуб је према овим подацима за нијансу више присутан у српским библиотекама.

Да је култура савремених медија у Француској богатија и разноврснија види се и према томе да је један део испитаника (13,4%) навео и своје одговоре поред понуђених, међу којима се појављују следећи савремени медији: *Deezer*, *Scoop.it*, *Slideshare*, *Vimeo*, *Calaméo*, *Soundcloud*, *Babelio*, *Pearltrees*, *Dailymotion*, *Flickr*, *Vine*, *Tumblr.*, *Issuu*, *Flickr*, *Google+*, *Hypotheses*, *iTunes*. Међу овим сервисима налазимо и специјализоване платформе за домен књиге и читања, као што су *Babelio* (мрежа за онлајн каталогизацију и повезивање љубитеља књиге), *Calaméo* (платформа за објављивање дигиталних магазина, интерактивних пбуликација и онлајн каталога), или њој слична платформа *Issuu*.

Питање 25. Какви су, по вашем мишљењу, резултати постигнути употребом савремених медија у Вашој библиотеци?

Библиотекари у Србији различито процењују резултате постигнуте употребом савремених медија у својим библиотекама: 10% сматра да су ти резултати одлични, 15,6% да су врло добри, 33,3% оцењује да су резултати добри, 17,8% их види као задовољавајуће, а као лоше само 3,3%. Релативно висок проценат испитаника нема став о овом питању — њих 20%.

Графикон 20: Одговори на питање *Какви су по Вашем мишљењу резултати постигнути употребом савремених медија у Вашој библиотеци?*



Како се види на приказаном графикаону, ставови српских и француских библиотекара у вези са резултатима постигнутим употребом савремених медија у њиховим библиотекама прилично су уједначени, а највећи број их види као добре. Упадљивија разлика јавља се једино код одговора „лоши“, где већи број Француза има ово мишљење; овакав резултат иде у прилог хипотези да француски библиотекари критичније гледају на присуство и резултате остварене употребом савремених медија у библиотекама.

3.1.5.1. Степен коришћења друштвених мрежа у односу на врсту библиотеке

Једна од изнетих хипотеза гласи да постоје разлике у степену коришћења друштвених мрежа у односу на врсту библиотеке. Претпоставка је да се оне више користе у јавним и националним у односу на високошколске библиотеке.

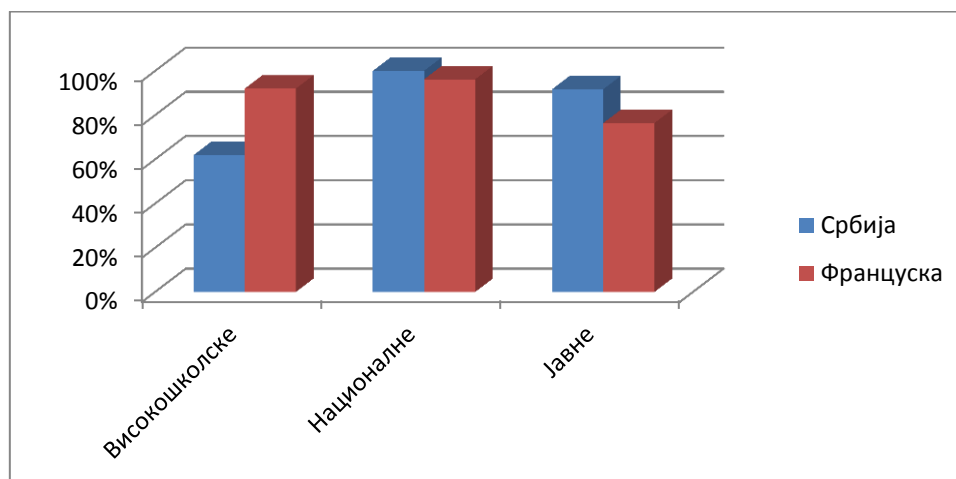
На основу питања „Да ли ваша библиотека користи друштвене мреже?“, статистичком анализом је утврђено да у Србији постоји зависност између врсте библиотеке и употребе друштвених мрежа.

Статистичка значајност је велика ($p < 0,0005$) када се пореде националне и високошколске библиотеке по овом критеријуму: проценат запослених у националним библиотекама који су одговорили са „Да“ је 100%, а у високошколским библиотекама је 61,9%. Статистичка значајност се показује и приликом анализе одговора на ово питање у јавним и националним библиотекама у Србији ($p = 0.029$). Процент испитаника запослених у јавним библиотекама који су дали потврдан одговор 91,7%, а у високошколским библиотекама 61,9%.

На основу изнетих података можемо закључити да је изнета хипотеза потврђена када је реч о библиотекама у Србији.

У француској средини ова хипотеза се није показала тачном: у француским високошколским библиотекама друштвене мреже се не користе у мањој мери него у националним и јавним библиотекама; напротив, према исказима анкетираних, употребљавају се у већој мери у високошколским (92 %) него у јавним (74,6%).

Графикон 21: Одговори на питање *Да ли Ваша библиотека користи друштвене мреже?*



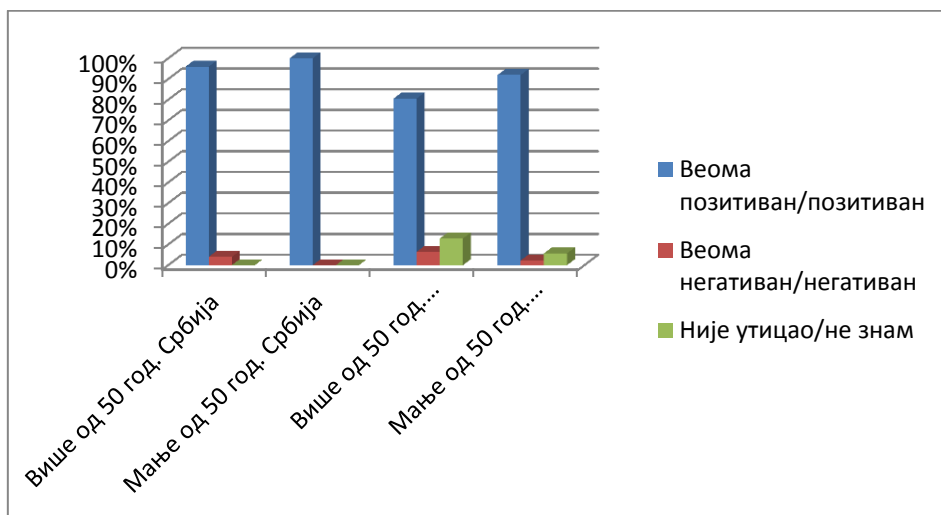
На предоченом графикону може се видети да високошколске библиотеке у Француској у знатно већој мери користе друштвене мреже од високошколских библиотека у Србији.

3.1.5.2. Став о утицају интернета на библиотекарство у зависности од година старости

Претпоставка дефинисана на почетку истраживања гласи да млађи представници библиотека имају позитивнију слику о утицају интернета на функционисање библиотечко-информационе делатности у односу на своје колеге старије генерације (преко 50 година). Ова хипотеза тестирана је кроз питање: „Какав је утицај, према Вашем мишљењу, остварио интернет на функционисање библиотечко-информационе делатности?“

Статистичка значајност ($p = 0.025$) појавила се приликом укрштања старосних група изнад и испод 50 година и одговора на питање „Какав је утицај, према Вашем мишљењу, остварио интернет на функционисање библиотечко-информационе делатности?“

Графикон 23: Старосне групе изнад и испод 50 година и одговори на питање *Какав је утицај, према Вашем мишљењу, остварио интернет на функционисање библиотечко-информационе делатности?*



Хипотеза је потврђена и код обе групе испитаника, и у Србији и у Француској, с тим што су библиотекари старији од 50 година у Србији знатно позитивније одређени према утицају интернета на библиотекарство. Овај резултат може се објаснити генерално већом склоношћу Франуза ка критичком ставу према свеколиким друштвеним феноменима, што је и тврдња изнета у једној од хипотеза. Најпозитивнији став према деловању интернета на библиотекарску струку имају млади библиотекари у Србији, који су се готово стопостотно изјаснили за одговоре који сугеришу афирмативно одређење према овом односу.

3.1.6. Закључна разматрања истраживања

Из изнетих резултата може се извући више закључака значајних са аспекта теме која се третира у овом раду.

Библиотекари у Француској у већој мери користе друштвене мреже у свом послу и боље су упознати са широким спектром могућности и алата које нуди веб 2.0, што је потврдило прву изнету хипотезу. Овоме у прилог посредно иде и

чињеница да су готово сви испитани библиотекари у Француској упознати са значењем термина веб 2.0, што је случај са далеко мањим процентом српских библиотекара.

Истовремено, показало се да је став француских библиотекара спрам савремених медија у библиотекарству критичнији је у односу на ставове српских библиотекара, чиме се потврдила и изнета хипотеза.

Потврђена је и претпоставка да библиотекари у Француској боље препознају основне концепте карактеристичне за веб 2.0, као што је интерактивност: међу француским испитаницима као највећа предност оглашавања савременим медијима истиче се управо интерактивност, као једна од дистинктивних одлика веба 2.0.

Резултатима анализе одговора на питање број 2 у упитнику, потврдила се изнета хипотеза да француски библиотекари сматрају да су комуникација са корисницима и повећање броја корисника доминантнији мотиви за представљање библиотеке путем медија у односу на развој читалачких навика.

Потврду је добила и хипотеза да српски библиотекари квалификују као важније оне мотиве за оглашавање кроз медије који подразумевају пасивнију улогу библиотеке, улогу чувара традиције. Француски библиотекари, с друге стране, битнијим доживљавају мотиве који библиотеку одређују као активан фактор, као носиоца промена и учесника у свакодневной комуникацији.

Оправданом се показала и претпоставка да српски библиотекари у већој мери сматрају да интернет негативно утиче на читалачке навике, мада се највећи проценат испитаника само делимично слаже са овом тврдњом; насупротив томе, међу француским испитаницима најдоминантније је заступљено мишљење да интернет и савремени медији не утичу негативно на читалачке навике

Хипотеза да постоје разлике у степену коришћења друштвених мрежа у односу на врсту библиотеке, са акцентом на томе да се оне више користе у јавним и националним у односу на високошколске библиотеке, различито се показала у Француској у односу на Србију: ова хипотеза је потврђена када је реч о библиотекама у Србији, али се у француској средини ова претпоставка није показала тачном, будући да се, према исказима анкетираних, друштвене мреже употребљавају у већој мери у високошколским него у јавним библиотекама.

Претпоставка је да млађи представници библиотека имају позитивнију слику о утицају интернета на функционисање библиотечно-информационе делатности у односу на своје колеге старије генерације, где је одређена старосна граница од 50 година. Ова претпоставка се потврдила као тачна и у Француској и у Србији, будући да су испитаници млађи од 50 година у обе земље у нешто већем проценту заузели став да је интернет остварио веома позитиван или позитиван утицај на функционисање библиотечно-информационе делатности.

У индиректној вези са овим питањем исказао се још један, статистички значајан резултат: да постоје разлике у ставовима код млађих библиотекара у Француској и у Србији – млађи библиотекари у Србији имају утисак више него млађи библиотекари у Француској да интернет негативно утиче на читалачке навике.

Генерално, резултати овог упитника иду у прилог виђењу француског библиотекара као самосвесног, препознатог унутар државног система као вредног, потребног, компетентног. Он осећа сигурност коју му пружа културна политика Француске; добро је едукован у смислу медијске и информационе писмености, има практично искуство и солидно је упознат са елементарним концептима и обрасцима карактеристичним за функционисање нових медија; све му то даје за право да отворено износи своје ставове, али и сумње, па и да призна да нешто не зна. Савремене медије види као неопходан продужетак својих компетенција у циљу поспешивања развоја библиотечно-информационе делатности, али има задршку у односу на њих и није склон да их прецењује.

Библиотекар у Србији кроз своје одговоре очекивано показује несигурност, као последицу недостатка стратешких оквира и јасно дефинисане државне политике у култури, што се осети и у библиотечно-информационој делатности; склон је да прецењује значај савремених медија у библиотекарству иако није темељно упознат са њиховим значајем и функцијама у смислу . Окренут је ка традиционалнијим мотивима и обрасцима у библиотечно-информационој делатности, што је поново резултат недовољног познавања концепата карактеристичних за функционисање модерних технологија, и на њима заснованих медија и информационо-комуникационих парадигми.

4. ПРИЛОГ ИЗГРАДЊИ КОМУНИКОЛОШКОГ МОДЕЛА У БИБЛИОТЕЧКО-ИНФОРМАЦИОНОЈ ДЕЛАТНОСТИ СРБИЈЕ

Као резултат истраживања на тему „Функције савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности : упоредна анализа искустава у Србији и Францукој“, а као конкретан прилог напорима библиотекарске струке да се репозиционира, да одговори на информационе изазове који су настали као производ медијске револуције које смо сведоци, настојањима да библиотека као институција задобије место које јој припада као део инфраструктуре у друштву знања, предложићемо елементе за *комуниколошки* модел за унапређење библиотечко – информационе делатности у Србији.

Самим одређењем *комуниколошки* указује се на то да је предложени модел утемељен на комуникационој парадигми, и то оној која функционише на принципу савремених медија, као и њима иманентних концепата пренетих у реално окружење. Један од најважнијих закључака који су произашли из анализе француских искустава упућује на то да француски библиотекари сваку своју професионалну активност доживљавају као односе с јавношћу, директно или посредно; у том смислу и библиотечки каталог је алат за односе се јавношћу. Овакав приступ библиотекарском позиву и остваривању мисије коју тај позив имплицира, подразумева комуникацију као темељ сваке библиотекарске активности. Медијски посредовано друштво у којем живимо и не пружа могућност за другачији приступ.

Овај модел заснива се највећим делом на позитивним примерима из изнетог француског искуства, али и на резултатима анализе постојећег стања у српском библиотекарству. Нагласак је на томе да унапређење библиотечко-информационе делатности захтева свеобухватан приступ, чија је примена подстакнута и подржана од стране државе. Тако овај модел полази од стратешког планирања културног развоја у државним оквирима, наглашава улогу руководства институција, образовног система, дигитализације, подвлачи значај система узајамне каталогизације, алтернативних начина финансирања, улоге стручних

удружења, али и нормирања језика ради лакше и прецизније комуникације у служби развоја библиотечко-информационе делатности, као и друштва у целини.

И само друштво мора у том светлу бити спремно да усваја нове концепте и обрасце комуникације, пословања, организације: „Српско друштво мораће убрзано да учи како се постојеће знање може применити да би дало одговарајуће резултате, односно мораће да научи како се рађа ефикасна и продуктивна друштвена заједница. И библиотекарски ће то морати да науче заједно са припадницима других професија. Но, они ће, с обзиром на епистемиолошко утемељење своје делатности имати одговорнији и тежи задатак од других. Да би могли да помогну у укупној трансформацији друштва, они ће морати да, задржавајући вековне задатке и циљеве, осавремене унутрашњу организацију и методе рада у библиотекама.“²⁶¹

1. Стратешко планирање културног развоја у државним оквирима са акцентом на употреби савремених медија

Иако смо истакли да у Француској не постоје закони који целовито уређују област културе и област библиотечко-информационе делатности, те да не постоје документи којима се стратешки усмеравају ове области, сматрамо да околности под којима се култура развија у Србији захтевају конзистентан стратешки менаџмент. То значи да треба обезбедити услове да се спроведе цео процес управљања променама, од анализе постојећег стања, преко постављања циљева и имплементације стратегије, до вредновања остварених резултата и стварања услова за нови круг стратешког планирања. При томе, управо с обзиром на дисконтинуитете којима је српска култура била изложена, треба обезбедити консензус у вези са циљевима, као и генералну сагласност око потребе јачања аутономије институција културе, на рачун личних или политичких ауторитета.

Да би се библиотекарству омогућио развој и функционисање базирано на употреби савремених медија у пословању и комуникацији, неопходно је да важност тог концепта буде наглашена на нивоу државе и надлежних министарстава приликом дефинисања и разраде модела културне политике у

²⁶¹ Стокић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 123.

Србији. Тај модел, осим нагласка на употреби савремених медија требало би да пружи основе запосленима у култури, па тако и у библиотекарству, да своју мисију у савременим оквирима доживе као вредну; да се наглашавањем важности њихове улоге у друштву подигне и ниво њиховог самопоштовања; да им такав оквир пружи сигурност и омогући саморазумевање у контексту новонасталих информационих изазова. Без оваквих темеља порука коју шаљу припадници библиотекарске струке бледа је и несигурна, што је и разумљиво када се сагледа са аспекта транзиционог модела у којем библиотечко-информациона делатност у Србији функционише, будући да и он сам имплицира привременост, па тиме и несигурност. Без јасне културне политике, која би прецизно дефинисала стратешке циљеве на нивоу државе, није могуће разрађивати даље концепте функционисања засебних делатности; није могуће обезбедити адекватну инфраструктуру, омогућити већи степен повезивања и умрежавања између институција културе нити реализацију значајних пројеката у националним и међународним оквирима, што су неке од основа постојања и пословања у либералном, демократском друштву. Нарочито је важно да и држава са своје стране савременим медијима да одговарајући значај, као једном од модалитета за остваривање успешне комуникације и промоције културних вредности, да овај домен подстиче и у складу с потребама уреди. Дефинисање јасне културне политике на нивоу државе намеће се, како видимо, као приоритет за сваки даљи корак на путу развоја институција културе, па тако и библиотека, посебно у контексту употребе савремених медија у овој области. Треба нагласити да савремена средства комуникације могу одиграти кључну улогу и припремама за овакве државне активности, у корист библиотека: од пресудног је значаја да библиотека као институција покаже које су њене вредности и колика је важност мисије у ширем смислу, и, конкретније, послова које обавља, да буде видљива, транспарентна, присутна у друштву; да ради на изградњи бољег, позитивнијег *имџа*, а све у циљу добијања даље подршке, и обезбеђивања адекватног простора у оквиру будуће културне политике земље.

„Националне стратегије и политике за библиотеке дају библиотекама кредибилитет и политичку видљивост: нешто што веома често недостаје библиотечком сектору. Важна улога коју играју библиотеке у развоју и генералној

добробити друштва призната је и интегрисана у све политике и све пројекте које води влада.²⁶²

2. Изражена улога менаџмента у имплементацији и подстицању нових комуникационих модела

Као што установе културе не могу самостално да остваре битан напредак ван институционалних оквира које успоставља држава, тако ни пословање библиотека, као ни комуникационе парадигме у њима не могу бити редефинисани у контексту одговора на захтеве које намећу нове информационе технологије, без разумевања и подршке управних структура, које сагледавају важност комуникације за боље позиционирање библиотека у друштву. Активност, агилност и ефективност рада у библиотеци утицаће на повећање видљивости и веће присуство библиотеке у друштву, а остваривање ових циљева у данашњем тренутку најефикасније ће подржати нови медији.

„У домену библиотечког менаџмента потребно је усагласити се око доношења националне стратегије развоја БИС-а и њених циљева, развити модалитет заштите од уплитања политике у рад библиотека и политичких постављења, успоставити јавност рада и механизме контроле – од евалуације запослених до транспарентности буџета библиотека, одредити и уједначити компетенције за поједине послове, као и радне процедуре, мерити учинак и утицај библиотека, константно развијати односе с јавношћу...“²⁶³ У реализацији свих, или готово свих наведених задатака, улога модерних медија и технологија је незаменљива, а њихово посредовање неопходно: у евалуацији, омогућавању јавности рада, функционисању механизма контроле, мерењу учинка, осавремењавању радних процедура. Посебно важну улогу нови медији остварују када је реч о односима с јавношћу. У том смислу важна је улога одељења са односе с јавношћу, или, за мање библиотеке, особе која има задатке које у већим установама обавља то одељење. Ово одељење остварује повезивање између

²⁶² Carol Priestley, „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries“, <http://www.ifla.org/past-wlic/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05.01.2016.).

²⁶³ Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 122.

јавности и руководства библиотеке, уско сарађујући са њим на свакодневном нивоу, при чему изузетно важну, ако не и најважнију улогу има повратна информација најчешће у виду *пресклинга*, која руководству указује на то како је библиотека перципирана од стране јавности и какво је њено место у очима корисника, ширих слојева становништва, али и представника органа локалне самоуправе и државних тела који су важни за функционисање библиотеке.

Савремени медији у оквиру менаџерских задатака у библиотеци битну улогу играју и у организацији унутрашње комуникације у вертикалном смислу, по хијерархијским нивоима, као и у хоризонталној равни, међу запосленима. Поред основних информативно-комуникационих функција које у овом смислу нови медији могу остварити лакше, брже и организованије, не треба занемарити улогу коју запослени имају у промоцији установе у којој раде: сваки запослени је представник своје куће у јавности – у својој породици, међу пријатељима, познаницима, и другим припадницима друштва са којима је на друге начине повезан – у том смислу треба искористити његов потенцијал за ширење слике о модерној и динамичној библиотеци, отвореној према јавности, присутној у друштву и значајној за његов просперитет. Задатак менаџмента био би у том контексту да обезбеди предуслове да запослени буду правовремено, адекватно и потпуно информисани о догађајима, активностима и пројектима од значаја за институцију у којој раде, што савремени медији могу учинити посебно ефикасним и свеобухватним. Запослени који су упознати са информацијама од значаја за институцију у којој раде и сами постају медиј који те информације дистрибуира, али исто тако, тиме се остварује јача повезаност између запосленог појединца и установе, чиме се јача његова лојалност и посвећеност остваривању задатака и мисије куће у којој ради.

Осим за циљеве промоције, јак, модеран менаџмент у савременим оквирима подразумева коришћење предности и могућности савремених медија у руковођењу генерално, у свим радним процесима, осмишљавању и имплементирању нових услуга, планирању пројеката и њиховој реализацији у локалним и интернационалним оквирима. Овакви задаци намећу потребу за професионализацијом управљања библиотекама.

Један од задатака менаџмента јесте и да први препознаје нове тенденције и смерове развоја модерних технологија и на њима заснованих информационих и комуникационих могућности битних за развој и унапређење библиотекарства, и да промптно одговара на њих имплементирањем иновативних модалитета у пословању и комуникацији²⁶⁴; имајући у виду све бржи напредак у овој области ово је посебно важан задатак руководства. Без одговарајућих оквира у склопу институције, све остаје на нивоу индивидуалних иницијатива, што не може резултирати дугорочним позитивним ефектима и унапређењем делатности генерално узев.

Двосмерна комуникација, размена информација, партиципативност, интерактивност – све те одлике концепта модерне комуникационе парадигме засноване на предностима савремених медија у супротности су са традиционалном поставком у којој главна улога припада руководству на челу са директором, и где се комуникација одвија највећим делом једносмерно, с врха према дну, најчешће у облику директива које захтевају извршење. Примена концепата колективне интелигенције и колаборативности, карактеристичних за веб 2.0, у реалном пословном окружењу, захтева од управних структура више слуха и флексибилности; захтева генерално померање од *аутократски* као *демократски* организованом систему комуникације и пословања.

3. *Флексибилан образовни систем који наглашава значај и суштину савремених медија*

Као и сви други друштвени сегменти у додиру са савременим медијима, важно је да образовни систем буде довољно флексибилан не само да би одговорио, него да би константно одговарао на захтеве савременог, медијски одређеног друштва, и потребе за образовањем у таквом окружењу.

Образовни систем за сваку државу значајан је као основ даљег развоја појединаца у оквиру система, а следствено томе и самог система. Образовни систем пружа већ постојеће, институционализоване оквири у којима је могуће

²⁶⁴ Као пример за илустрацију наведеног може послужити јављање потребе за *комјунити* менаџером, која је препозната од стране менаџерских структура у француским библиотекама као основ комуникације са *заједницама* корисника.

пружити члановима друштва неопходно *медијско образовање*, преко потребно за функционисање у данашњем друштву. Корисници нових медија највећим делом су самоуки, што има најмање три битне последице: недовољно познавање медија, недовољно јасно сагледавање њихових могућности, и, нарочито, недовољна свест о последицама њихове употребе и опасностима које са собом носе.

У формалне и неформалне облике образовног система требало би инкорпорирати модуле који се односе на медијску писменост, како у школству генерално, тако нарочито у образовне сегменте повезане са образовањем библиотекара, имајући у виду природу њиховог посла који подразумева усмереност на медије и пренос информација. Тако би катедре које образују библиотечки кадар требало да ускладе курикулуме са потребама повећане медијско-информационе писмености, и да таква редовна усклађивања постану пракса, имајући у виду изузетно брзо напредовање технологија. У програмима обавезног сталног стручног усавршавања требало би подстицати теме које третирају савремене медије, и њихову употребу у библиотечком окружењу. Стручни испит за библиотекарe требало би такође да садржи сегменте који се односе на ову област.

Видели смо да у Француској министарства образовања и културе уско сарађују, што је сасвим разумљиво имајући у виду да се интереси и поља активности ових двеју области делимично преклапају и преплићу; тако се њиховим заједничким деловањем остварује комплементарност у реализацији њихових мисија. Оваква пракса добра је смерница за комплетније и свеобухватније остваривање интереса друштва у оба ова сегмента.

4. Дигитализација – стратешки приступ

Иако је дигитализација културног наслеђа једна од темељних претпоставки за опстанак и развој библиотека у 21. веку, видели смо да у Србији ова важна област није уређена у складу са својом важношћу. С обзиром на то да и сами дигитализовани објекти представљају *савремене медије*, као и да се наступ библиотеке кроз модерне канале комуникације великим делом на њима заснива, од суштинског је значаја обједињавање постојећих, у највећој мери засебних

напора у погледу дигитализације ширим стратешким оквиром на националном нивоу. Препоруке на којима би се заснивао организованији и уређенији приступ дигитализацији подразумевале би: стручну и финансијску подршку библиотекама од стране надлежних органа на републичком, покрајинском и локалном нивоу; материјалну подршку Министарства културе Народној библиотеци Србије за координацију дигитализације грађе у библиотекама у земљи; и подстицању библиотека да више учествују у међународним пројектима дигитализације културног наслеђа.²⁶⁵ Но, стратегија дигитализације би морала и да покрене процесе за превазилажење мањка инфраструктуре, недостатка комуникације између сектора културе, цивилног сектора и владе, да успостави јасну поделу одговорности међу актерима у процесу, да захтева одговарајућу обученост кадра, сарадњу библиотека, музеја и архива, и да генерално постави оквир у коме ће се формирати комплексније и квалитетније електронско окружење.²⁶⁶

Пример Националне библиотеке Француске показао нам је и плодносну парадигму интерсекторске сарадње када је реч о процесу дигитализације културних добара. Овај модалитет *аутсорсинга* могао би се применити у српским библиотекама ради дигитализације фондова који превазилазе капацитете библиотеке у домену људских ресурса, опреме, или неком другом погледу. Тиме би се технички део посла изместио и поверио предузећима специјализованим за ту врсту посла, док би библиотекари време добијено на тај начин могли да утхроше на систематизацију метаподатака, што би све заједно допринело бржем и ефикаснијем омогућавању приступа дигитализованој грађи. Стимулацији оваквог вида сарадње свакако би допринела подршка државе у виду евентуалних пореских олакшица за представнике приватног сектора који би се у овакву врсту кооперације укључили, или неки други начин систематског и организованог државног подстицаја.

5. Унапређење система узајамне каталогизације

²⁶⁵ Весна Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији“, *Библиотекар* год. 55, св. 1-2 (2013): 210.

²⁶⁶ Gordana Stokić Simončić i Željko Vučković, „Koliko koristimo digitalne biblioteke“, *Kultura* 135 (2012): 114-120.
<http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2012/0023-51641235114S.pdf> (преузето 14.01.2016.).

Систем узајамне каталогизације у Србији чини један од законски утемељених основа за савремено функционисање библиотечког система; овај систем, међутим у пракси тражи снажније повезивање, уједначавање употребе информатичких платформи за каталогизацију, као и увођење потпуне електронске обраде у мањим библиотекама чије пословање још увек није аутоматизовано. Могућности које нови медији у овом смислу нуде треба што боље искористити у сврху формирања заједничког електронског каталога на националном нивоу, који би укључивао све библиотеке у Србији. За реализацију овог циља претходно је неопходно постићи аутоматизацију у свим библиотекама, а за то је потребно обезбедити материјалне, техничке и организационе услове. Неопходна је и материјална подршка Министарства културе за укључивање што већег броја библиотека у јединствени библиотечко-информациони систем, то јесте у Централни електронски каталог Србије у оквиру ВБС-а.²⁶⁷

7. Коришћење савремених медија за подстицање алтернативних начина финансирања библиотека

Велики број препорука и смерница обухваћених овим моделом укључује активну подршку надлежног министарства, често финансијску, за њихову реализацију. Јасно је, међутим, да су буџетска средства ограничена и да се у данашњем транзиционом тренутку у Републици Србији тешко може очекивати конкретан финансијски одговор на ове позиве упомоћ. Овде је нужно, следствено принципима на којима функционишу савремени медији, преузети иницијативу, и проактивним приступом проблему доћи до додатних извора финансирања. Модеран приступ *фандрејзингу* омогућава остваривање додатних прихода донацијама, наплаћивањем услуга, и слично.

Нови медији могу знатно потпомоћи активности библиотека везане за алтернативне начине финансирања, кроз активан приступ односима с јавношћу ради изградњи позитвне слике о себи, јачању свога *бренда*, које ће јој помоћи у добијању подршке за реализацију сопствених циљева. Препознатљива

²⁶⁷ Исто, 197.

институција културе, јаког идентитета, видљива у друштву и препозната као његов важан део, има и основа да очекује помоћ и подршку заједнице или појединаца који је чине.²⁶⁸

Посебан вид финансирања представља меценство, које је препознато у француској законској регулативи: мецене, велике корпорације или предузећа која издвајају средства за финансирање библиотека и других културних установа, као заштитници културе ослобођени су једног дела пореза. Овакав механизам представља један од модалитета којим би се могла повећати давања из приватног сектора за институције културе, међу којима су и библиотеке.

7. Јачање улоге Библиотекарског друштва Србије

У унапређењу библиотечко-информационе делатности велику улогу требало би да има Библиотекарско друштво Србије, као најзначајнија стручна организација припадника ове професије. Ово удружење требало би да има репрезентативни статус²⁶⁹, и да у сарадњи са Народном библиотеком Србије и Библиотеком Матице српске, као библиотекама са матичним функцијама у земљи, али и катедрама које образују библиотечко-информациони кадар, има активну функцију у заштити и развоју професије у Србији. Путем својих активности везаних за стручно усавршавање школских библиотекара, као и посредством свога гласила, стручног часописа „Библиотекар“, као и свим другим видовима свога деловања, ова организација могла би да одигра значајну улогу у повезивању припадника

²⁶⁸ Дobar пример за успешно остваривање овакве врсте сарадње представља заједнички пројекат Универзитета у Кембрицу и компаније за производњу играчака „Лего“. Ова образовна институција објавила је средином 2015. године да запошљава Лего-професора. Иза ове на први поглед необичне најаве стоји сарадња која подразумева донацију „Лего“ фондације Универзитету у висини од 4 милиона фунти, да би ново радно место намењено за истраживање улоге игре у образовању, развоју и учењу, добило име по компанији „Лего“. („University of Cambridge to hire 'professor of Lego'", *The Telegraph*, 12. Jun 2015). Веома добар маркетиншки и менаџерски потез, који подразумева и елементе изненађења и провокације даје с једне стране Универзитету, осим финансијске добити, имиџ модерне установе, која препознаје савремене трендове какав је и *гејмификација* у свим животним областима, па и у образовању. С друге стране, „Лего“ преко брэнда Кембрица, који носи поруку традиције и врхунског, престижног образовања, постиже слику *озбиљне* компаније, чији производи не служе само за игру, него се помоћу њих остварују важнији циљеви.

²⁶⁹ Весна Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији“, *Библиотекар* год. 55, св. 1-2 (2013): 209.

професије, њеном јачању, самоспознаји у контексту медијске револуције, *отварању* и већој видљивости библиотека.

Превазилажење кризе која је последњих година обележила функционисање овог друштва први је корак ка том циљу.

8. Језичка и термилошка одређења у контексту савремених медија

Оно што се намеће као *горућа* потреба када је реч у савременим медијима и новим дигиталним и информационим технологијама, у контексту библиотекарства, али и шире, јесте потреба за дефинисањем језичке политике и термилошким одређивањем и уједначавањем. Експлозиван развој технологије повлачи за собом хиперпродукцију новонасталих термина, или познатих израза у новој употреби, углавном на енглеском језику. Неразумевање, или половично схватање значења оваквих израза, а у сваком случају недостатак адекватне замене на српском језику повлачи за собом низ проблема: од несигурности коју изазива употреба оваквих термина; преко отпора према иновацијама чије ни само име не разумемо; шума у комуникацији и нејасноћа; до поплаве англицизама у српском језику које је после одређеног времена немогуће искоренити (веома је тешко увести израз *тврда плоча* уместо *хард диск*). На овај проблем наилазе како библиотекари у каталогизацији, информатори и запослени у другим библиотечким областима, тако и преводиоци, лектори стручних и других текстова у библиотечкој делатности али и шире. Библиотекари би требало да шире знање; ако ни сами не знају и није им омогућено да сазнају, њихова улога је у том смислу уздрмана. И у овом контексту била би нужна реакција на нивоу надлежног министарства, формирањем одговарајућих експертских тела која би могла да одговоре на специфичности изнетих захтева, и чији би рад био континуиран; уместо једнократно издатог термилошког речника или томе подобне публикације, било би потребно формирати базу података која би била константно ажурирана, и која би морала бити на услузи не само стручним лицима него и широј јавности.

Понуђене елементе за модел унапређења библиотечно-информационе делатности са акцентом на употреби савремених медија никако не треба доживети као задатост чија ће примена од сада па надаље гарантовати успешан развој библиотекарства и обезбедити значајно место библиотеци у будућем друштву знања; треба их схватити као смернице, као путоказе на путу самоспознаје, које могу допринети саморазумевању и самодефинисању библиотекарске професије у актуелном контексту. У сваком тренутку треба имати на уму да је опстанак библиотеке условљен у великој мери прилагођавањем, које подразумева живот и развој у складу са временом. Данашњи тренутак у великој мери обележавају и медији за њега карактеристични; они нису и не могу бити конкуренција библиотеци, нити их треба посматрати као нешто непотребно, за библиотеку неприкладно, мање вредно, или нешто што је угрожава – они имају своје предности које треба мудро савладати и окренути у своју корист. И све савремене медије треба посматрати као променљиву категорију, која расте, развија се, и преобликује, преобликујући истовремено и свет око себе, као хераклитовска ватра вечно жива, која се с мером пали и с мером гаси.

ЗАКЉУЧАК

„Свака технологија има особину Мидиног додира; увек када друштво развија властито продужење, све друге функције друштва се мењају како би се прилагодиле новом облику; када нека технологија продре у друштво она продире у сваку институцију тог друштва. Нова технологија на тај начин узрокује револуције. То данас можемо да приметимо код електронских медија и видели смо то пре неколико хиљада година приликом открића фонетског писма, што је било подједнако далекосежно откриће – и имало подједнако дубоке последице за човека.“²⁷⁰ Овим речима Маршал Маклуан одређује важност појаве нових медија у друштвено-историјском, цивилизацијском развоју човека, поредећи их са открићем фонетског писма, које први пут омогућило човеку да *види* свој говор, и најављујући нам да ће ови медији отворити човечанство према новом изазову.

Технологија продире у сваку институцију друштва, па тако и у библиотеку. Како смо могли да видимо, на данашњи концепт библиотеке пресудно је утицало појављивање, а затим и развој нових дигиталних технологија, од краја осамдесетих година двадесетог века, па на овамо. Смењивали су се различити концепти, од традиционалне, преко аутоматизоване и електронске, до хибридне и дигиталне библиотеке од којих је ова последња још увек, највећим делом, у домену будућности. Међутим, општи концепт је увек присутан: библиотека као посредник између корисника и универзума информација, како то дефинише Питер Брофи. Суштина у свакој епохи и етапи историјског и цивилизацијског развоја човека, па тако и данас, остаје иста: библиотеке су одувек пратиле нове медије, у сваком тренутку су биле везане за промену медија и технологије, не престајући притом да обављају своју посредничку улогу између човека и забележених података, остварујући тиме и саме медијску функцију, преношењем свеколиког људског знања и омогућавањем комуникације са њиме. Било да се ради о глиненој плочици, папирусу, пергаменту, хартији, CD-у, или неком другом носиоцу информације, мисија библиотеке се не мења, остаје увек једнака; она те носиоце – *медије, или медијуме* – прикупља, чува, класификује, и омогућава

²⁷⁰ Mekluan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 21.

њихово коришћење, функционишући притом као фактор повезивања, посредовања.

Сваки нови медиј изазивао је не само информациону него и комуниколошку промену, и остварио свеобухватни утицај на друштво; као што је појава књиге штампане појединачним покретним словима произвела реформацију, развој науке, капитализма, тако и данашњи нови медији отварају врата новим друштвеним и цивилизацијским облицима. У том новом свету библиотека мора преузети активну и одговорну улогу, што је у маклуановском глобалном селу омогућено, између осталог, посредовањем нових медија, путем којих се локалним деловањем могу остварити промене на глобалном нивоу. Први и најзначајнији корак који треба да начинимо у овом смислу јесте „да једноставно схватимо медије и њихове револуционарне последице на психичке и друштвене вредности и институције. Разумевање је пола битке.“²⁷¹

Новина коју су са собом донели савремени медији, засновани на дигиталним технологијама, јесте шанса за имплементацију једног новог модела у библиотекарству. Овај модел би се могао назвати *комуниколошка парадигма библиотека*, с обзиром на то да подразумева парцитипативни концепт учешћа, инетрактивности, креативности, ублажавања па и брисања разлика између библиотекара и корисника. Овај концепт подразумева померање фокуса ка кориснику, ка његовим потребама и захтевима које он „гласно“ изражава и спреман је да поводом њих остварује комуникацију, како са библиотеком тако и са другим корисницима или деловима јавности. Још је Џеси Шир указивао на активну улогу корисника: „Шир исправно примећује да корисник библиотеке није пасивни посматрач већ активни учесник у процесу комуникације, те да библиотека, за разлику од радија, телевизије или новина, подстиче мисаоне процесе човека и у знатној мери искључују могућност цензуре или манипулације.“²⁷² Актуелни имератив налаже, међутим, још један корак даље, а то је укључивање корисника у библиотечки и информациони систем, као пуноправног члана у великом *тиму*, који ступа путем који обједињује његове чланове и одређује њихов однос – путем (само)спознаје, (са)знања, друштвеног развоја и цивилизацијског напретка. Значај савремених медија није у

²⁷¹ Ibid, 69.

²⁷² Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 58.

технолошким иновацијама и друштвеним мрежама; њихов допринос огледа се у томе што су изнедрили концепт партиципативности, укључености, активизма, интерактивности, колективне интелигенције. Савремени медији не представљају технологију, него дух, начин живота и сагледавања реалности, па следствено томе и начина учења, образовања, економских, социјалних и свих осталих односа. Такав дух чини од корисника библиотеке активни елемент, једног „играча“ више у систему који су досад чинили библиотечки фондови и библиотекар као посредник. Због тога се развој библиотечко-информационе делатности мора заснивати на комуниколошком приступу, који подразумева корисника као део система.

Жељени модел за унапређење библиотекарства превазилази оквире библиотечко-информационе делатности и захтева шири приступ и оквир, обухватајући стратешки одређене циљеве у свим сегментима културног, образовног и пословног система на државном нивоу. За реалну примену оваквог модела нужно је превазилажење *дигиталног јаз*а на генерацијском плану, али и са аспекта односа институције или пословног ентитета и појединца. Нова медијска компетенција морала би да се усваја кроз темељно успостављен, добро усмерен комуникациони однос почев од школе, па и предшколских установа, преко свих установа културе и образовања, па и у ширем друштвеном контексту. Такав концепт требало би да омогући и подстакне не само размену информација и знања него и креативности и интерактивности, која води ка даљем унапређењу и развоју свих друштвених домена.

Нова медијска компетенција базирана је на писмености у класичном и технолошко-информационом смислу, на критичком сагледавању медија и њихових садржаја, али и на усвајању за ову област иновативних модела, вештина и способности, као што су игра; перформанс и импровизација; присвајање и поновна употреба медијских садржаја; *мултитаскинг*; интеракција са различитим технологијама и сазнајним алатима; колективна интелигенција; трансмедијска навигација; умрежавање; и посредовање.²⁷³

Примена оваквог модела била би од нарочитог значаја за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији, где је проценат становника који

²⁷³ Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*, 124-125.

користе библиотечке услуге испод 10%. Чињеница да нове медије, који су се конвергенцијом приближили, испрепели и стопили у једну физичку реалију оличену у *смартфону*, користе сви, представља велику шансу коју библиотеке не смеју пропустити уколико желе да остваре напредак у домену управљања, стратешког планирања, друштвене видљивости и препознатљивости, остваривања позитивног друштвеног утицаја.

Антиномије медијског универзума постоје као задатост: с једне стране егзистира „вашарска“, јефтина, забављачка компонента медија, примитивизам и подилажење најнижим људским поривима, манипулација, пасивизација и креирање једнообразног конзументског начина понашања; с друге стране је оно што медији могу да учине у сврху унапређења друштва, остваривања права на информацију и знање, развијања критичког размишљања и самоспознаје. На библиотеци као институцији културе је да своју шансу искористи употребљавајући медије на креативан и одговоран начин, остварујући путем њих своју друштвену улогу и медијску мисију.

Примена савремених медија од пресудног је значаја у дефинисању нове парадигме у библиотечко-информационој делатности. Савремени медији имају суштински важну улогу за унапређење библиотекарства, како у погледу пословања, свакодневног рада, организације посла и омогућавању разноврснијих и напреднијих услуга, тако и са аспекта комуникације на свим нивоима и у сваком смислу – интерне, са корисницима, са спољном јавношћу, локалном самоуправом или државним органима битним за функционисање библиотеке.

У том смислу важно је препознати и искористити предности које омогућава примена концепта 2.0 на пословање и комуникацију библиотеке. Овај феномен карактерише интерактивност, умрежавање, непосредност, допринос корисника, непосредност, колаборација, учење путем покушаја и грешке. Појам културе учествовања постаје један од основних принципа на којем се темељи функционисање друштвених односа у свим доменима. Ова идеја коси се са традиционалним концептом пасивног посматрача, што узрокује мешање улога произвођача и потрошача, библиотекара и корисника, који постају учесници у заједничком креативном комуниколошком процесу. Колективна интелигенција Пјера Левија, створена испуњавањем услова повезивања, умрежавања и дељења,

тима добија своје право значење, доприносећи бујању корпуса људског знања; овај концепт библиотеци не би требало да буде нимало стран, будући да је и сама библиотека у извесном смислу његово отелотворење.

Како би се потпомогло развијање овакве комуниколошке парадигме у библиотекама, а на основу свих претходно наведених теоријских разматрања, резултата емпиријског истраживања, и анализе примера добре праксе, уз компаративно поређење добијених показатеља стања у француском и српском библиотекарству када је реч о употреби савремених медија у библиотечно-информационој делатности, могуће је дати конкретне смернице за уобличавање модела који би могао послужити за унапређење овог домена у Србији на основу француског искуства. Овакав модел требало би да подразумева неколико кључних тачака које су се показале релевантним на темељу проучаваних примера из праксе и анализе резултата емпиријског истраживања у Србији и Француској.

Из предочених примера и анализираних резултата истраживања приметно је да се у библиотекама у Француској далеко слободније приступа могућностима које се отварају за библиотеке уколико се препусте овим токовима, што је један од путоказа за библиотеке у Србији. Резултати спроведене компаративне анализе показали су, очекивано, да француски библиотекарши шире разумеју функцију библиотеке у комуниколошком ланцу и да високо вреднују улогу библиотеке у друштвено одговорном контексту.

Исто тако, уз већу слободу и прогресивнију примену ових могућности, код француских библиотекара је присутна и велика доза (само)критичности, аналитичности, склоност ка учесталом преиспитивању смера, брзине и начина кретања, што је такође једна од важних смерница. У том смислу изузетну важност имају повратна информација, мерење резултата, како би се став библиотеке, њене услуге и општи начин пословања унапредили. Да би се то остварило на прави начин, важно је и препознавање потребе за *promptном* реакцијом, што је још једна од битних порука за српске библиотекарше; имајући у виду да се окружење мења све већом брзином, што условљава изузетно брзо напредовање технологија, за институцију која се заснива на статичности, непомичним стандардима и канонизованим модусима комуникације и пословања, перспективе готово да нема. У данашњем тренутку, када је доминантан концепт брофијевске *хибридне*

библиотеке, библиотеке на преласку са традиционалне на дигиталну, који ће се према бројним показатељима задржати још доста дуго, од суштинске је важности примена концепта 2.0 на пословање и комуникацију у физичком свету.

Ако говоримо о односима с јавношћу, то подразумева и тесну сарадњу надлежних за ове послове са менаџментом институције, који осим што организују и прате начин и форму одашиљања поруке коју библиотека емитује у јавност, такође брижљиво прате и стимулишу информације које од јавности стижу, примењујући тако концепт интерактивности у овом домену; комуникација није једносмерна, она добија двосмерну димензију. Повратна информација од пресудног је значаја за менаџмент у контексту управљања променама, осмишљавања и спровођења стратешких планова. Јер остваривања библиотеке кроз нову комуникациону и пословну парадигму не може бити без добро осмишљене, утемељене и реалне стратегије, што је задатак који припада библиотечкој управи. Повратне информације менаџменту служе као „храна“, као супстрат на којем руководеће структуре заснивају даљи развој и одређују стратешке циљеве.

У примени друштвених мрежа у великим француским библиотекама препознаје се потреба за *комјунити* менаџером, који би усклађивао политику наступа библиотеке према *заједницама* корисника; овај концепт пресликан директно из пословног окружења, где постоји неколико година уназад и успешно функционише у условима пословања заснованом на концепту 2.0.

Савремени медији значајни су и са аспекта умрежавања, како библиотека и других установа културе сличне природе између себе *путем медија*, тако и њихово умрежавање *са медијима*. Ово је свет у којем се сви, све, и све више повезују различитим модалитетима, по бројним основама, и на многим нивоима; конвергенција медија коју симболише *смартфон* као маклуановски продужетак бића, остварује се око нас и са нама у сваком тренутку. У таквом окружењу неминовност умрежавања библиотека и медија представља реалност, које треба бити свестан, коју треба прихватити и окренути у своју корист; конвергенција води ка прожимању, међусобном преплитању и садејству медија и библиотека у активностима које су усмерене ка остваривању заједничких циљева. Умрежавање представља не само будућност, то је и садашњост библиотеке. Као што је човек у

једном тренутку, закорачивши на довољно високу степену еволутивног развоја, „извезао“ своје памћење из сопственог мозга на екстерну меморију, посредством писма, омогућавајући на тај начин свом знању да постоји, надограђује се, оплођује и развија кроз време, тако је и библиотека дошла до развојног ступња који са собом носи задатак који је уједно и неопходан услов за успешан наставак „путовања“ – повезивање са спољним факторима који омогућавају бољу искористивост библиотечких ресурса, и отварају безграничан простор за реализацију њихових потенцијала. Библиотека на тај начин добија своје *продужетке*, који јој омогућавају да се лакше и свеобухватније интегрише у заједницу библиотекара, корисника и информација, у непрестаном, свеобухватном комуникационом процесу.

Једна од најважнијих порука била би нужност отварања библиотеке, у смислу повећања флексибилности, како би све могућности које пружају нове технологије могле максимално да се искористе у библиотекарском окружењу, и како би нови концепти могли у највећој могућој мери да се остваре у овом домену, у циљу унапређења и очувања професије и институције генерално. То, између осталог, подразумева и прихватање концепта учења путем покушаја и грешке, искуственим путем. У западној цивилизацији дуго је био неприкосновен приступ који се може изразити термином *ex cathedra*, којим се подразумева неприкосновени ауторитет, једносмерна комуникација, недодирљивост, формалност у приступу; једна од најважнијих порука била би да је пожељно напуштање овог концепта и његова замена савременијим приступом који подразумева померање фокуса ка кориснику. Задржавање оваквог приступа у нашој средини условљено је великим делом друштвено-политичким околностима у Србији у двадесетом веку. У институцијама које су по својој природи ригидне, имајући у виду да је остварење њихове мисије утемељено на строгом поштовању стандарда, правила и норми каталогизације и класификације, овакав модел се логично дуже задржао него у неким другим друштвеним сегментима. Треба свакако имати у виду да пут ка истински демократичном друштву подразумева и помак на овом плану. Библиотека је место које је симбол друштвене одговорности, које обезбеђивањем права на ваљану, валидну и објективну информацију функционише као један од носећих стубова демократског друштва.

Један од великих корака у том смеру чини Јавна информативна библиотека у Паризу, са својим вебмагином *Бализ*, који представља, рекли бисмо, степеницу изнад, која води ка парадигми која чвршће повезује улогу библиотеке и медија, стварајући услове за приступ релевантној, основаној и провереној информацији у актуелном тренутку, чији су аутори и гаранتي квалитета управо библиотекари.

Као пример добре праксе треба следити и дигиталну библиотеку Националне библиотеке Француске, *Галику*, која је добар показатељ да савремена средства комуникације, са свим њиховим посебностима, могу на адекватан начин да се употребе за промоцију једне значајне установе културе, а да се истовремено испоштују суштинска одређења и једног и другог концепта.

Ова, како смо видели, комплексна тема, захтевала је примењивање више истраживачких метода и техника. Имајући у виду да се пореде ситуације у библиотекарству у две земље, била је неопходна примена компаративне методе. Поред тога, примењене су методе теоријске анализе, историјска метода, посматрања, емпиријска неекспериментална метода (*survey*), анализа садржаја, интервју, као и дескриптивна метода. Непосредна искуства, стечена током студијског боравка у Паризу, у оквиру програма француског Министарства културе и информација „*Profession culture*“, првенствено у Јавној информативној библиотеци и Националној библиотеци Француске, дају нашем раду драгоцен допринос заснован на личном увиду.

Неизмеран утицај на развојне правце у нашем истраживању остварили су разговори са француским експертима у домену комуникације у библиотекама, који су отворили различите нове углове за сагледавање проблематике која се у раду разматра.

С обзиром на то да је важан аспект рада представљало истраживање односа библиотекара према савременим медијима, кључну улогу у том смислу имао је упитник који су испуњавали библиотекари у Француској и Србији; њихови одговори су анализирани применом одговарајућих статистичких метода, и резултати су упоређени и детаљно анализирани. Упитник је конципиран тако да

са различитих страна расветли однос библиотекара према савременим медијима, и утицају који они остварују у библиотечко-информационој делатности.

И сама реализација овог емпиријског дела истраживања била је омогућена коришћењем предности савремених медија. Упитник, креиран помоћу *Гугл едса*, испуњаван је онлајн, а одговори су аутоматски генерисани у табелу у *Екселу*, похрањену на *Гугл драјву*. Тиме је избегнуто ручно уношење и преписивање података из упитника. Дистрибуција упитника била би веома тешка, па и немогућа, без посредовања електронске поште, друштвених мрежа за професионално повезивање, а у Француској и библиотекарског онлајн форума, који су омогућили да упитник стигне до великог броја библиотекара који су дали свој допринос настајању овог рада својим учествовањем у истраживању.

Осим емпиријског дела истраживања, испитана је и теоријска мисао водећих ауторитета у француском библиотекарству у пољу савремених медија. Док из неких средина, као што су скандинавске земље, или САД²⁷⁴, чешће добијамо информације и податке о тамошњем функционисању библиотечко-информационе делатности, Француска је средина чија су искуства у теоријском и практичном смислу релативно мало заступљена у српској научној и стручној литератури. У том контексту, значајан је допринос овог рада у томе што је домаћој стручној јавности представљен не само библиотечки модел у Француској, него и теоретски рад једног броја француских аутора који су код нас мало познати.

Као што је циљевима истраживања одређено, показали смо ставове српских и француских библиотекара о савременим медијима и њиховом утицају на библиотекарство, где се потврдио највећи број изнетих хипотеза; испитали смо комуникационе обрасце у француским библиотекама, засноване на савременим медијима; представили смо компаративном методом општи пресек стања у библиотекарству у Француској и Србији са нагласком на употреби савремених медија.

Примена компаративног метода у библиотекарству логичан је израз настојања да се ова струка у једној земљи унапреди упознавањем са искуствима

²⁷⁴ Добар пример је исцрпна публикација Гордане Стокић Симончић под називом *Best Practice у 22 приче* (Рапчево : Gradska biblioteka ; Istočno Sarajevo : Matična biblioteka, 2009).

из других земаља, ради евентуалне имплементације одређених образаца који су се показали као пример добре праксе. Међутим, то није једина добробит коју доноси компаративна метода – њен допринос се огледа и у томе што се кроз њу боље сагледава позиција струке. Самодовољност и самоусредсређеност не води развоју и унапређењу; затвореност у сопствени микрокосмос изазива учауреност, пасивност и недостатак инвентивности. И сама компаративна метода нас тако усмерава на један од базичних концепата савремених медија, утемељених на низу феномена обједињеним називом 2.0, а то је интерактивност, размена идеја, што нас до краја води *колективној интелигенцији*.

Један од најважнијих доприноса нашег рада огледа се у томе да је у њему први пут сагледан библиотечко-информациони систем кроз призму савремених медија, с нагласком на њиховој важности у функционисању овог система, и неопходност њихове примене у свим сегментима библиотечко-информационог пословања.

Кроз мисао Режиша Дебреа, Маршала Маклуана, Доминика Волтона, Хенрија Џенкинса, Жана Бодријара, Силвера Мерсеја, Бертрана Каланжа, Клода Молара, Џесија Шира, подвучена је суштинска и вишеструка повезаност медија и библиотека, од почетака развоја библиотекарства па до данас; мисија библиотеке се путем медија остварује, али и сама библиотека суштински остварује улогу медија.

Нашим истраживањем и његовим резултатима наглашени су сви најважнији аспекти примене савремених медија у библиотекарству, како у промоцији професије, и библиотеке као институције, тако и у унапређењу процес рада.

Значајан допринос у конкретном смислу представљају предложени елементи за модел за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији. Овим смерницама је указано на нужност свеобухватног приступа унапређењу библиотечко-информационе делатности, са акцентом на доприносу савремених медија у том контексту.

Током читавог рада константно се наглашава померање фокуса ка кориснику, неопходност његовог укључивања у систем који су досад чинили библиотека, библиотечки фондови, и корисник као спољни фактор. У том светлу

утицај савремених медија је немерљив; они не само да пружају модалитете којим се такво *умрежавање* остварује, него нуде и концепте на основу којих је такво повезивање могуће, као што су партиципативност, непосредност, интерактивност. У складу са идејом савремених медија, оличеној у вебу 2.0 и концепту 2.0 генерално, акценат је на размени знања, искустава, на узајамном потпомагању и индивидуалним доприносом целини. То нам је наметнуло потребу за дефинисањем поменутог модела као *комуниколошког*, имајући у виду да се нови обрасци понашања и пословања заснивају на свеколикој и свеопштој комуникацији.

Нагласили смо и неопходност повећања видљивости библиотеке, ради учвршћивања њене позиције и улоге у друштву, што савремени медији чине у знатној мери лакшим. Из француског искуства научили смо да свака професионална активност доприноси повећању видљивости библиотеке у друштву, а самим тим отвара могућност за боље сагледавање њене важности за друштво у целини. То није посао само одељења за односе с јавношћу – у новом, умреженом свету *све* што чинимо представља неку врсту односа с јавношћу.

Савремени медији и концепти на којима су засновани створили су, како смо видели, услове за ново стање духа, за нове начине спознаје света и функционисања друштва; важност нашег истраживања огледа се и у томе што смо подвукли неопходност примене ових концепата у реалном животу и пословању, а нарочито у библиотечко-информационој делатности, и библиотеци као институцији која би у складу са својом мисијом и медијском природом морала бити у средишту медијске револуције.

Закључци истраживања на тему „Функције савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности : упоредна анализа искустава у Србији и Француској“ отварају нове перспективе за озбиљније преиспитивање улоге савремених медија у другим животним и друштвеним областима, као што су образовање, језичка политика, и културна политика генерално узев. Оваква темељна разматрања била би неопходан услов за интерсекторско *повезивање* и остваривање комплементарног модела заснованог на савременим медијима и

њиховим концептима, у циљу свеобухватног даљег развоја друштва на локалном и глобалном нивоу.

Упркос бројним ауторима који су, са доласком и развојем интернета, предвиђали крај библиотеке, сведоци смо да се то није десило. Показало се да библиотека није институција на заласку, и да постоје реални модуси да се њена мисија подупре новим информационим и комуникационим парадигмама. Сликвито речено, библиотека није рукавац којем прети да усахне јер је главни ток кренуо другим путем; библиотека јесте тај главни ток, а остало су рукавци и притоке које треба да буду потпора снажној речној струји. Тако можемо себи представити однос библиотеке и савремених медија: библиотека као институција у хронолошком току преноси знање, она јесте тај „главни медиј“, ток, канал, којим према будућности тече целокупно људско знање; све тековине модерних технологија, па и сам интернет, могу се ставити у службу овог задатка, олакшавајући га својим функцијама и могућностима које пружају.

Маршал Маклуан је дубоко обележио филозофију медија; кроз призму његових визионарских идеја трудили смо се да сагледамо тему односа библиотека и медија, и могућности које савремени медији пружају за унапређење библиотекарства. Његова нас је мисао увела у закључна разматрања овога рада, његовим ћемо речима, у које дубоко верујемо, и завршити, у настојању да још једном нагласимо важност прихватања нових медија и овладавања њима – од тога зависи напредак не само библиотекарства, него и човечанства генерално узев. Катаклизмичне промене окружења као што су ове, у себи и за себе морално су неутралне; начин на који их посматрамо и реагујемо на њих ће одредити коначне психичке и друштвене последице, а јко одбијемо да их уопште приметимо постаћемо њихове слуге. Светски збир електронског кретања информација ће нас неминовно бацати унаоколо попут плуте на немирном мору, али ако задржимо хладноћу док се спуштамо у вртлог, проучавајући процес који нам се збива и оно

што можемо да учинимо по том питању, можемо да га пребродимо – тако је говорио Маклуан.

„Ја лично имам велику веру у човекову отпорност и прилагодљивост, и склон сам да нашу будућност посматрам у налету узбуђења и наде. Осећам да стојимо на граници ослобађајућег и узбудљивог света у коме људско племе заиста може да постане једна породица, и да људска свест буде слободна од окова механичке културе и способна да лута свемиром. Имамо дубоку и трајну веру у човекову способност да расте и учи, да дође до дубине сопственог бића, и научи тајне песме које управљају свемиром. Ми живимо у прелазном добу дубоког бола и трагичне потраге за идентитетом, али агонија нашег доба је бол поновног рођења.“²⁷⁵

²⁷⁵ McLuhan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 75-76.

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ:

- Accart, Jean-Philippe, dir. *Communiquer ! : les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2010.
- Amar, Muriel et Véronique Mesguich, dir. *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2012.
- Amar, Muriel et Véronique Mesguich, dir. *Le web 2.0 en bibliothèques. Quel services? Quel usages?* Paris : Electre, 2009.
- American Marketing Association, [Definition of marketing],
<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
(преузето 22.02.2016.).
- Andevski, Milica, i Željko Vučković. *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*. Vršac : Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“, 2012.
- Anfinnsen, Svein, Gheorghita Ghinea, and Sergio de Cesare. “Web 2.0 and Folksonomies in a Library Context.” *International Journal of Information Management* 31 (2011): 63–70.
doi:10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.006.
- Ayache, Gérard, *Homo sapiens 2.0 : introduction à une histoire naturelle de l'hyperinformation*. Paris : M. Milo, 2008.
- Babić, Miloš, prir. *Uvod u medije i komunikacije*. Banja Luka ; Travnik : Besjeda ; Internacionalni univerzitet Travnik, 2015.
- Baudrillard, Jean. *L'Effet Beaubourg : implosion et dissuasion*. Paris : Éditions Galilée, 1977.
- Benasayag, Miguel, Angélique del Rey. *Plus jamais seul : le phénomène du téléphone portable*. Paris : Bayard, 2006.
- Béquet, Gaëlle, *Trois bibliothèques européennes face à Google: aux origines de la bibliothèque numérique, 1990-2010*. Paris : École des chartes, 2014.
- Bertrand, Ina, i Peter Hughes. *Media Research Methods : Audiences, Institutions, Texts*. Houndmills ; New York : Palgrave Macmillan, 2005.
- [Biblio-fr : 10 années d'échanges et de réflexions dans le domaine des bibliothèques!],
<http://biblio-fr.info.unicaen.fr/> (преузето 19.02.2015.).

- Bibliothèque nationale de France, <http://www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html>
(преузето 22.05.2015.).
- Birkner, Christine, "MTV Chooses New Name for Post-Millennial Generation" (2015),
<https://www.ama.org/publications/eNewsletters/Marketing-News-Weekly/Pages/mtv-post-millennial-founders.aspx>(преузето 09.01.2016.).
- Blek, Sem. *Odnosi s javnošću*. Beograd : Clio, 1997.
- Bodrijar, Žan. *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad : Svetovi, 1991.
- Brofi, Piter. *Biblioteka u dvadeset prvom veku*. Beograd : Clio, 2005.
- Buigues-García, Mar, and Vicent Giménez-Chornet. "Impact of Web 2.0 on National Libraries." *International Journal of Information Management* 32, 1 (2012): 3–10.
doi:10.1016/j.ijinfomgt.2011.06.007.
- Butigan-Vučaj, Tamara. „Digitalna tvrđava: nacionalna strategija digitalizacije u Srbiji“, *Kultura* 129 (2010): 63-73.
- Casey, Michael "Working Towards a Definition of Library 2.0".
http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html
(преузето 01.03.2015.)
- Chua, Alton Y.K., and Dion H Goh. "A Study of Web 2.0 Applications in Library Websites." *Library & Information Science Research* 32, (2010): 203–11.
doi:10.1016/j.lisr.2010.01.002.
- Claerr ,Thierry et Isabelle Westeel,*Manuel de constitution de bibliothèques numériques*.Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2013.
- Crnobrnja, Stanko. *Novi mediji i društvene mreže : pojmovnik*. Beograd : Fakultet za medije i komunikacije, 2014.
- Čudanov, Mladen. *Organizacija i strateška primena IKT-a*. Beograd : Zadužbina Andrejević, 2011.
- Ćirić, Ivana: „Interpretacija kulturnog nasleđa u virtuelnoj realnosti“ *Kultura*129 (2010): 286-299.
- Dane, Chase. "Are we too self-centered?", *Wisconsin Library Bulletin*, January-February(1954) 91-94.
<https://books.google.rs/books?id=TXgcAQAAMAAJ&pg=PA91&lpg=PA91&dq=%2>
(преузето 18.02.2016.)
- Davis, Ian. *Talis, Web 2.0 and All That* (2005).

<http://blog.iandavis.com/2005/07/04/talis-web-2-0-and-all-that/>

(преузето 10.02.2015.)

De Kerckhove, Derrick. *L'intelligence des réseaux*. Paris : O. Jacob, 2000.

Debre, Režis. *Uvod u mediologiju*. Beograd : Clio, 2000.

Desrichard , Yves. *Administration et bibliothèques*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2006.

Дигитална БМС. „Дигитална Библиотека Матице српске“. Библиотека Матице српске. <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/about>(преузето27.02.2016.).

Dinet, Jérôme, *La recherche d'information dans les environnements numériques*. London : ISTE éditions, cop. 2014.

Di Pietro, Christelle. “Agorabib, le forum de l'ABF“. Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques(2013),

<http://www.enssib.fr/breves/2013/03/05/agorabib-le-forum-de-labf>

(преузето 25.02.2015.).

Di Pietro, Christelle, *Produire des contenus documentaires en ligne : quelles stratégies pour les bibliothèques?* Villeurbanne : Presses de l'Esssib, 2014.

Dragičević Šešić, M. „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“. Mag. rad, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, 1981.

Dragičević Šešić, Milena i Branimir Stojković. *Kultura : menadžment, animacija, marketing*. Beograd : Clio, 2011.

Draker, Piter. *Postkapitalističko društvo*. Beograd : Poslovni sistem Grmeč-Privredni pregled, 1995.

Đukić Dojčinović, Vesna. *Tranzicione kulturne politike : konfuzije i dileme*. Beograd : Zadužbina Andrejević, 2003.

Elisina, Elena Jurevna. „Elektronske usluge biblioteke“, *Kultura*, 129 (2010): 336-346.

Gupta, Dinesh, i Réjean Savard, ured. *Marketing Libraries in a Web 2.0 World*. Berlin ; New York : De Gruyter Saur, 2011.

L'équipe@GallicaBnF. „Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux : L'exemple de Gallica“. Bulletin des Bibliothèques de France, n°5 (2012),

<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-05-0031-007> (преузето 17.10.2015.).

Fitzgerald, Judith, *Marshall McLuhan : un visionnaire*. Montréal : XYZ éd., 2004.

France-Henri, Nadège. *Les concours des bibliothèques : Informations générales* (2009),

- <http://bibliest.u-bourgogne.fr/images/stories/Concours/brochure%20info%20gles%20concours%20juillet%202009.pdf> (преузето 21.03.2016.).
- Galvani, W. “La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux“. Diplôme de conservateur de bibliothèque, Université de Lyon, 2012
<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56706-la-bibliotheque-nationale-de-france-sur-les-reseaux-sociaux.pdf> (преузето 18.10.2015.).
- Gaiman, Neil, „Why our future depends on libraries, reading and daydreaming“, *The Guardian*, 15.10.2013,
<http://www.theguardian.com/books/2013/oct/15/neil-gaiman-future-libraries-reading-daydreaming>(преузето 04.03.2015.)
- Guéguen, Eric. *Guide pratique des médias sociaux à l'usage des bibliothèques & centres de documentation*. [Mont-Saint-Aignan] : Éd. Klog, 2012.
- Harvey, John F. “Toward a Definition of International and Comparative Library Science“, *Int. Libr. Rev.* 5 (1973)
<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED073809.pdf> (преузето 22.02.2016.).
- Injac, Vesna. „Francuska nacionalna biblioteka : Istorijat, organizacija, nova Biblioteka“,
https://www.nb.rs/view_file.php?file_id=492 (преузето 15.03.2016.).
- Jenkins, Henry. *La culture de la convergence : des médias au transmédia*. Paris : A. Colin ; INA éd., 2013.
- Kastels, Manuel. *Moć komunikacija*. Beograd : Clio : Radio-televizija Srbije, 2014.
- Kelner, Daglas. *Medijska kultura : studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. Beograd : Clio, 2004.
- Кермеци, Даниела и Душан Јованчевић. „Електронска евиденција и наручивање публикација на интернет страници Библиотеке Матице српске www.bms.rs“. *Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012* (2013): 115-122.
- Клајн, Иван, и Милан Шипка. *Велики речник страних речи и израза*. Нови Сад : Прометеј, 2008.
- Koković, Dragan. *Društvo i medijski izazovi : uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad : Filozofski fakultet, 2007.

- Kotler, Filip, i Nensi Li. *Marketing u javnom sektoru : put do boljeg izvršenja*. Beograd : Mate, 2008.
- Kufini, Emanuel i Natali Denj, „Novi izazovi Javne biblioteke informacija (Bpi) u Centru Pompidu u Parizu“. U *Planeta čitalac*. Urednik Ivana Arsić (Pančevo : Gradska biblioteka ; Beograd : Udruženje Kulturis, 2014), 55-59.
- Kurbangolu, Serap “Information literacy in the electronic age“. *Elektronska biblioteka* (2008) 51-57.
- Ласло, Марија, Јадранка Ласић-Лазич и Јасмина Ловринчевић. „Шта није јасно око електронске библиотеке или који су традиционални концепти библиотекарства подесни за електронску библиотеку“. У *Електронска библиотека : зборник радова*. Уредници Александра Вранеш и Љиљана Марковић, 73-91. Београд : Филолошки факултет, 2008: 73-91.
- “La Vierge Marie a son compte Twitter“, *Le Figaro*, Actualité, 22.12.2015, <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2015/12/22/97001-20151222FILWWW00201-la-vierge-marie-a-son-compte-twitter.php>(преузето 23.12.2015).
- Le Deuff, Olivier. “The Library 2.0 : origins of the concept, evolutions, perceptions and realities“. U *Marketing Libraries in a Web 2.0 World*, ured. Gupta, Dinesh, i Réjean Savard,3-12. Berlin ; New York : De Gruyter Saur, 2011.
- Leleu, F. „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou“ (Diplôme de conservateur de bibliothèque : mémoire d’étude, ENSSIB, 1994), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62039-les-relation-entre-la-bpi-et-le-centre-georges-pompidou.pdf> (преузето 23.03.2016.).
- Le recueil factice (biblioblog), “Le booktueur et le bibliothécaire“ (2014), <http://lrf-blog.com/2014/12/07/booktueur/> (преузето 30.11.2015.).
- Lieber, Claudine. „Le développement des bibliothèques publiques“. *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 2006, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0098-009> (преузето 10.02.2016.).
- Liu, Yu-li. “Convergence in the Digital Age.” *Telecommunications Policy* 37, 8 (2013): 611–14. doi:10.1016/j.telpol.2013.04.012.
- Lor, Peter Johan “Definitions, scope and dimensions” <http://pjlors.files.wordpress.com/2010/06/chapter-2-2012-02-06.pdf> (преузето 22.02.2016.).

- Lor, Peter Johan. "Towards Excellence in International and Comparative Research in Library and Information Science" (2012), <http://conference.ifla.org/past-wlic/2012/105-lor-en.pdf> (преузето 21.02.2016.).
- Makluan, Maršal. *Gutenbergova galaksija : civilizacija knjige*. Beograd : Nolit, 1973.
- Makluan, Maršal. *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*. Loznica : Karpos, 2012.
- Maness, Jack M. "Library 2.0 Theory : Web 2.0 and Its Implications for Libraries". *Webology* 3, 2 (2006).
<http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> (преузето 07.02.2015.)
- Maurel, Lionel "Ce que Twitter fait aux bibliothèques (et ce qu'elles peuvent lui faire en retour)". U *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2012, 93-109.
- Mercier, Silvère. "Médiation numérique : une définition" (2010),
<http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/> (преузето 15.10.2015.).
- Miller, Paul. "Web 2.0 : building the new library". *Ariadne*, 45 (2005).
<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller> (преузето 12.02.2016.).
- Miège, Bernard, *La pensée communicationnelle*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2004.
- Милетић, Мирко. *Основе менаџмента медија*. Нови Сад : Филозофски факултет, 2014.
- Melot, Michel, *La Sagesse du bibliothécaire*. Paris : L'Oeil neuf éd., 2004.
- Mirlesse, Alexandre et Arthur Anglade. „Quelle politique culturelle pour la France?“ (2006), <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf> (преузето 20.03.2016.).
- Mirosavljević, Mladen. *Odnosi s javnošću*. Banja Luka: Besjeda : Banja Luka College, 2008.
- Molar, Klod. *Kulturni inženjering*. Beograd : Clio, 2000.
- Mucchielli, Alex, dir. *Le dialogue avec la technologie : étude des communications*. Paris : A. Colin, 2006.
- Nacionalni centar za digitalizaciju, <http://www.ncd.org.rs/> (преузето 27.02.2016.)
- Народна библиотека Србије, <https://www.nb.rs/> (преузето 23.01.2016.)

- O mreži Cobiss.Net. „Odkoncepcije COBISS sistema do regionalne bibliotečke mreže”. Cobiss.Net. http://www.cobiss.net/o_mrezi_COBISS-Net-SR.htm#a1 (преузето 27.02.2016.).
- Olivesi, Stéphane, dir. *Sciences de l'information et de la communication: objets, savoirs, discipline*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.
- O'Reilly, Tim. “What is Web 2.0?“, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (преузето 10.02.2015.)
- Owen, J. S. Mackenzie. “The future role of libraries in the information age” (1997), <http://eprints.rclis.org/5656/1/Future-role-of-libraries.htm> (преузето 13.12.2015.).
- Poissenot, Claude. “De la bibliothèque à la médiathèque“. *BIBLIOTHÈQUE(s)*, ABF, 2002. http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/file/index/docid/62154/filename/sic_00000372.pdf (преузето 26.11.2015.)
- Poulin, Eric. “A Whole New World of Freaks and Geeks: Libraries and Librarians on YouTube”. *Libres : Library and Information Science Research Electronic Journal* 18, 2 (2008). http://libres-ejournal.info/wpcontent/uploads/2014/06/Vol18_I2_Poulin_FINAL.pdf (преузето 19.12.2014.)
- Prensky, Marc. “Digital Natives, Digital Immigrants“, *MCB University Press*, vol. 9, No 5 (2001), <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (преузето 13.05.2015.).
- Prensky, Marc. “Listen to the Natives“, *Educational Leadership*, vol. 63, No 4, 2005 http://www.ascd.org/ASCD/pdf/journals/ed_lead/el200512_prensky.pdf (преузето 13.05.2015.)
- Priestley, Carol. „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries“. <http://www.ifla.org/past-wlic/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05.01.2016.).
- Queyraud, Franck et Jacques Sauteron, dir. *Outils du web participatif en bibliothèque : fils RSS, wikis, blogs, podcast, VOD, portails, réseaux sociaux, services mobiles*,

- questions-réponses : manuel pratique*. Paris : ABF, Association des bibliothécaires de France, 2013.
- Radojković, Miroljub i Mirko Miletić. *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad : Stylos, 2006.
- Radojković, Miroljub i Branimir Stojković. *Informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd : Clio, 2009.
- Reg, Dejvid. *Odnosi s medijima*. Beograd : Clio, 1996.
- Република Србија. *Закон о библиотечко-информационој делатности* („Службени гласник РС“ бр. 52/2011).
- Република Србија. *Закон о обавезном примерку публикација* („Службени гласник РС“ бр. 52/2011).
- Rissoan, Romain. *Réseaux sociaux : comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*. Saint-Herblain : ENI éditions, 2014.
- Rot, Peter. *Sponozorisanje kulture*. Beograd : Clio, 1996.
- Sauquet, Michel, dir. *L'idiot du village mondial : les citoyens de la planète face à l'explosion des outils de communication, subir ou maîtriser*. Bruxelles : L. Pire ; Paris : C. L. Mayer, 2004.
- Savić, Ana. „Biblioteke, muzeji, arhivi i pres kliping servisi: čuvari kulturne baštine ili informacioni servisi“. *Kultura*, 129 (2010) 115-131.
- Seale, Maura. “Old Maids, Policeman, and Social Rejects : Mass Media Representations and Public Perceptions of Librarians“. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*
http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v09n01/seale_m01.html
(преузето 19.12.2014.)
- Servet, Mathilde. „Les bibliothèques troisième lieu : Une nouvelle génération d'établissements culturels“. *Bulletin des bibliothèques de France*, No 4 (2010),
<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001#appelnote-4>
(преузето 20.03.2016.)
- Services et ressources, “Différence médiathèque/bibliothèques“, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques (2014),
<http://www.enssib.fr/content/difference-mediathèque/bibliothèques>
(преузето 29.12.2015.).

- Sokolovska, Valentina i Marko Škorić, prir. *Analiza socijalnih mreža*. Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsek za sociologiju, 2011.
- Sofronijević, Adam. „Nova paradigma saradnje u bibliotekama : više od Web 2.0 tehnologija“. *Kultura* 129 (2010): 34-62.
- Stigter, Fler „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci“, *Kultura*, 129 (2010) 300-315.
- Stokić Simončić, Gordana. *Best Practice u 22 priče*. Pančevo : Gradska biblioteka ; Istočno Sarajevo : Matična biblioteka, 2009.
- Stokić Simončić, Gordana. *Ka filozofiji bibliotekarstva : Džesi Šir u teoriji i praksi bibliotekarstva 20. veka*. Pančevo : Mali Nemo, 2002.
- Stokić Simončić, Gordana, and Vesna Vuksan. “The Role of Social Networks in the Evaluation of Library Services” (2012),
http://www.academia.edu/6262867/The_role_of_social_networks_in_the_evaluation_of_library_services (преузето)
- Стокић Симончић, Гордана, и Весна Вуксан. „Пракса односа с јавношћу у јавним библиотекама Србије“. *Читалиште* 23 (2013).
http://www.citaliste.rs/casopis/br23/stokic_gordana.pdf (преузето 16.02.2015.)
- Стокић Симончић, Гордана и Жељко Вучковић. *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*. Панчево : Градска библиотека ; Нови Сад : Филозофски факултет, 2012.
- Stokić Simončić, Gordana i Željko Vučković. „Koliko koristimo digitalne biblioteke“. *Kultura* 135 (2012): 114-120.
- Стокић Симончић, Гордана, и Жељко Вучковић. *Управљање библиотекама у добу знања*. Источно Сарајево : Матична библиотека, 2007.
- Stori, Tom i Lorkan Dempsi: “WorldCat – snaga globalne bibliotečke zajednice, efikasnost i zajedničko korišćenje izvora“, *Kultura*, 129 (2010): 324-335.
- Szabo, Lucian-Vasile. “The Future of Communication: From New Media to Postmedia.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 163, Dec. (2014): 36–43. doi:10.1016/j.sbspro.2014.12.283.
- Шокица-Шуваковић, Новка. „Аутоматизација коришћења публикација у Библиотеци Матице српске“. У *Електронска библиотека : зборник радова*. Уредници Александра Вранеш и Љиљана Марковић. Београд : Филолошки

- факултет, 2008: 707-714.
- The Online Computer Library Center, "About OCLC", OCLC,
<http://www.oclc.org/en-US/about.html> (преузето 12.01.2016.)
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, "Manifeste de l'UNESCO sur la bibliothèque publique", UNESCO,
http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html
(преузето 12.01.2016.).
- Tomić, Zorica. *Komunikologija*. Beograd : Čigoja štampa, 2003.
- Touitou, Cécile. "Etude d'usage et de satisfaction des usagers de SINDBAD" (2011),
http://www.bnf.fr/documents/enquete_sindbad_2011.pdf (преузето 03.02.2016.).
- Укропина, Весна, „Ка каталогизацији будућности: изазови и перспективе“.
Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012 (2013): 107-114.
- Valeri, Pol. *Sveske*. Beograd : Službeni glasnik, 2010.
- Valeri, Pol. *Sveske II*. Banja Luka : Glas, 1988.
- Valić-Nedeljković, Dubravka. *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad : Filozofski fakultet, 2007.
- Verčić, Dejan, [... et al.]. *Odnosi s medijima*. Beograd : Pristop, 2004.
- Wolton, Dominique. *Internet, et après ?* Editions Flammarion : Paris, 2000.
- Вранеш, Александра и Љиљана Марковић, прир. *Електронска библиотека*.
Београд : Филолошки факултет, 2008.
- Vraneš, Zorana. „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa“,
<http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2011/002351641130128V.pdf>
(преузето 17.03.2016).
- Вучковић, Жељко. „Електронска библиотека као глобални информациони ресурс“. У *Електронска библиотека : зборник радова*. Уредници Александра Вранеш и Љиљана Марковић, 251-254. Београд : Филолошки факултет, 2008.
- Вучковић, Жељко. *Јавне библиотеке и јавно знање*. Нови Сад : Библиотека Матице српске : Футура публикације, 2003.
- Вучковић, Жељко, и Нада Тодоров. *Култура читања у времену интернета*.
Инђија : Народна библиотека „Др Ђорђе Натошевић“, 2010.

- Xu, Chen, Fenfei Ouyang, and Heting Chu. "The Academic Library Meets Web 2.0: Applications and Implications." *The Journal of Academic Librarianship* 35 (2009): 324–31. doi:10.1016/j.acalib.2009.04.003.
- Young, Arthur P. 1996. "Libraries and Digital Communication: Collision or Convergence?" *The Journal of Academic Librarianship* 22 (1): 11–13. doi:10.1016/S0099-1333(96)90029-4.
- Zimmer, Michael. "The Twitter Archive at the Library of Congress : Challenges for information practice and information", *First Monday* Vol. 20, No 7 (2015), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5619/4653> (преузето 21.02.2016.)
- Жупан, Весна Д. *Маркетинг у библиотекама*. Београд : Свет књиге, 2001. <https://twitter.com/VersNoel> (преузето 19.12.2015.).

БИОГРАФИЈА АУТОРА

Драгана Јовановић рођена је у Новом Саду, 27. априла 1977. Основну школу „Жарко Зрењанин“ завршила 1992, а Гимназију „Исидора Секулић“, друштвено-језички смер, 1996. године у Новом Саду. Основне студије француског језика и књижевности завршила 2002. године на Универзитету у Новом Саду. Магистарску тезу из области филологије одбранила 2010. године на Универзитету у Новом Саду, на Катедри за француски језик и књижевност, и тиме стекла звање магистра филолошких наука.

На пословима водитеља и новинара на радију *Сигнал* у Новом Саду радила од 1999. до 2002. Реализовала маркетиншке кампање и радила на пословима идејне и техничке израде радијских рекламних порука. Од 2002. до 2010. године радила као Уредник информативног програма на радију *Сигнал*.

Од 2011. запослена у Библиотеци Матице српске као библиотекар у Одељењу каталожке обраде књига и прилога у периодици. Стручни испит положила 2012. године, са писменим радом из предмета Основи библиотеке информатике, на тему *Gallica – дигитална библиотека Националне библиотеке Француске*. Од почетка 2015. године прелази у Библиографију Војводине у Библиотеци Матице српске. У Библиотеци Матице српске иницирала и реализовала пројекат увођења електронске комуникације у процесу израде СІР-а.

Превела више књига са француског језика, радила као предавач француског и италијанског језика и симултани и консекутивни преводилац за француски језик. Ради као овлашћени судски тумач за француски језик при Вишем суду у Новом Саду.

Учествовала на новинарским семинарима у организацији Удружења франкофоних новинара, у Србији, Босни и Херцеговини, Француској и Белгији. У више наврата боравила у Француској ради усавршавања језика. У склопу програма француског Министарства културе и комуникација под називом „Profession culture“, током студијског боравка у Јавној информативној библиотеци у Паризу бавила се проучавањем улоге савремених медија у библиотекарству.

Одлично говори и пише француски, енглески и италијански језик.

Удата, мајка двоје деце.