

Marketinško djelovanje školskog knjižničara u promociji knjižnice

Bučević Romić, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:581775>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za informacijske znanosti

Diplomski sveučilišni studij Informacijske znanosti

Ana Bučević Romić

**Marketinško djelovanje školskog knjižničara u
promociji knjižnice**

Diplomski rad

Zadar, 2019.

Sveučilište u Zadru
Odjel za informacijske znanosti
Diplomski sveučilišni studij Informacijske znanosti

Marketinško djelovanje školskog knjižničara u promociji knjižnice

Diplomski rad

Student/ica:
Ana Bučević Romić

Mentor/ica:
Prof. dr. sc. Ivanka Stričević

Zadar, 2019.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ana Bučević Romić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Marketinško djelovanje školskog knjižničara u promociji knjižnice** rezultat mog vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mog rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 16. svibnja 2019.

SAŽETAK

Cilj ovog rada je prikazati marketinško djelovanje školske knjižnice koja je integrirani dio škole kao odgojno-obrazovne ustanove. U današnje vrijeme mnogo se toga u odgojno-obrazovnom sustavu promijenilo. Obrazovanje se mijenja s obzirom na intenzivan razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija što se odražava na potrebu za informacijskom pismenošću i usmjerenošću na razvoj društva znanja. Informacijske promjene vidljive su i u školskim knjižnicama, primarno u razvoju mrežne tehnologije, ali i njezinoj dostupnosti. Osnovna zadaća školske knjižnice ostala je ista, a to je poboljšanje obrazovanja svojih korisnika i zadovoljavanje njihovih potreba. Zadatak školske knjižnice usmjerava se prema izvorima informacija potrebnim za učenje, kao i razvoju sposobnosti učeničkog učinkovitog traženja informacije. Na takav način školska knjižnica svoje korisnike priprema za cjeloživotno učenje. Osnovna škola je stup obrazovanja svake osobe, a školska knjižnica kao njeno obrazovno, medijsko i informacijsko središte osposobljava učenike za razvoj informacijske pismenosti i kritičkog mišljenja. U prvom dijelu rada prikazani su i opisani svi elementi rada školske knjižnice, analizirani su zakonski okviri u Republici Hrvatskoj, te su iznesene mogućnosti marketinškog djelovanja školskog knjižničara. Istraživački dio rada sadrži istraživanje provedeno među korisnicima knjižnice osnovne škole kako bi se utvrdio njihov stupanj zadovoljstva promotivnim aktivnostima, ali i načinom na koji školska knjižnica provodi te aktivnosti. Za studiju slučaja odabrana je knjižnica Osnovne škole Bol iz Splita, a istraživanje je provedeno na uzorku od 90 ispitanika. Za potrebe ovog istraživanja provedena je i analiza sadržaja određenih knjižničnih dokumenata. Rezultat ovog rada donosi smjernice i preporuke za provođenje marketinškog djelovanja osnovnoškolskog knjižničara u promociji knjižnice.

Ključne riječi: školska knjižnica, školski knjižničar, marketinško djelovanje, promocija

POSVETA

Veliko *hvala* članovima moje obitelji koji su, kao i uvijek, bili moja podrška i potpora.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Školska knjižnica kao središte učenja i znanja	3
2.1. Zadaće i djelatnosti školske knjižnice	6
2.2. Godišnji plan i program školske knjižnice	11
3. Marketinško djelovanje školskih knjižnica	14
3.1. Terminološka određenja	14
3.2. Marketing obrazovnih ustanova	16
3.3. Posebnosti marketinškog djelovanja školske knjižnice	17
3.3.1. <i>Promocija kao marketinški alat školske knjižnice</i>	18
3.3.2. <i>Djelovanje školskog knjižničara u području marketinga i promocije</i>	21
4. Istraživanje: Djelovanje školskog knjižničara OŠ Bol u Splitu u promociji knjižnice među korisnicima	23
4.1. Uvodno o istraživanju	23
4.2. Cilj istraživanja i istraživačka pitanja	24
4.3. Metoda, instrument i uzorak istraživanja	24
4.4. Rezultati i rasprava	26
4.4.1. <i>Prikaz rezultata ankete</i>	26
4.4.2. <i>Prikaz rezultata analize dokumenata</i>	35
4.5. Rasprava o rezultatima	40
4.6. Zaključna razmatranja	44
5. Preporuke za marketinško djelovanje osnovnoškolskog knjižničara u promociji knjižnice	47
6. Zaključak	48
7. Literatura	50
8. Prilozi	56
8.1. Prilog 1	56
8.2. Prilog 2	57

1. Uvod

Škola je pedagoška institucija, jer se u njoj odgoj i obrazovanje odvijaju u skladu s pedagoškom znanosti,¹ a u sastavu škole djeluje i školska knjižnica. Blažeković i Furlan ističu kako su upravo školske knjižnice u prošlim vremenima imale veliki utjecaj na narodno prosvjeđivanje,² a današnji rad školske knjižnice ukazuje kako se ti utjecaji nisu puno promijenili. Prikazuje to rad školske knjižnice koji je određuje kao mjesto gdje se mnogi učenici po prvi put susreću s knjigom i kao mjesto gdje se razvijaju ljubav prema knjizi, čitalačke navike i čitalačke sposobnosti.

Današnja školska knjižnica više nije samo mjesto gdje se posuđuju knjige, već postaje informacijsko, medijsko i kulturno središte škole namijenjeno korisnicima. Školska knjižnica ima cilj djelovanja koji se ostvaruje zadovoljavanjem potreba njezinih korisnika, a školski knjižničar kao nositelj djelatnosti školske knjižnice dužan je pronaći najbolja rješenja za te potrebe. Ovaj rad se bavi problematikom rada školske knjižnice i načinom kako školski knjižničar iskorištava marketinške mogućnosti za dobrobit knjižnice odnosno njezinih korisnika. Usmjeren je prema knjižnici osnovne škole koja u životu svakog pojedinca pripada osnovnom stupnju obrazovanja i na nju svatko ima jednaka prava. Zbog toga se rad knjižnice mora prilagoditi potrebama različitih pojedinaca, a sve u okviru temeljne uloge školske knjižnice. Rad školske knjižnice temelji se na smjernicama, standardima i zakonima. Međutim, kvalitetnom ostvarenju rada svake osnovnoškolske knjižnice pridonosi kompetentan školski knjižničar.

Naglasak rada stavljen je na marketinško djelovanje školske knjižnice kroz promotivne aktivnosti, prvenstveno jer se cilj knjižnične djelatnosti izmijenio i sada je orijentiran na informacijsku pismenost i na razvoj društva znanja. Upoznavanje i dostupnost tehnologije te aktivno sudjelovanje korisnika u radu školske knjižnice zahtijeva visoki stupanj informiranosti koji se ostvaruje i kroz marketinške djelatnosti. Marketing je proces kojim su usuglašeni i zajednički osmišljeni svi elementi prodaje nekog proizvoda,³ a s obzirom na to da školska knjižnica pripada neprofitnom sektoru, u radu školske knjižnice marketing je proces koji mora biti primjenjiv i efikasan s ciljem unapređenja knjižnične usluge.

¹ Antić, Stanko. Rječnik suvremenog obrazovanja. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor, 2000. Str. 171.

² Usp. Blažeković, Tatjana. Furlan, Branka. Knjižnica osnovne škole. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna biblioteka, 1993. Str.5.

³ Anić, Vladimir. Veliki rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: Novi Liber, 2006. Str. 729.

Pavičić iznosi kako je specifičnost marketinga u obrazovanju, u odnosu na marketing u ostalim neprofitnim djelatnostima, upravo u načinu komunikacije s okruženjem,⁴ a kroz kvalitetnu se komunikaciju ostvaruje dobit koja se kroz kvalitetno razvijeni marketing u obrazovnim institucijama orijentira na znanje. Kroz obrazovnu ustanovu, pa tako i knjižnicu, razvija se najveća dobrobit nekog društva, a to je znanje. Važnost povezivanja znanja i školske knjižnice ističe i jedan od ključnih dokumenta o radu školske knjižnice. Nastavni plan i program ističe da je školska knjižnica izvor informacija i znanja.⁵

Prvi dio rada prikazuje ustrojstvo rada školske knjižnice, njezine zadaće i djelatnosti koje proizlaze iz odgovarajućih dokumenata, te zakonske okvire unutar kojih djeluje školska knjižnica. Također, donosi pregled osnovnih pojmova marketinga i promocije, kao sastavnica marketinškog miksa.

Istraživački dio rada sadrži istraživanje koje je provedeno s ciljem utvrđivanja stupnja zadovoljstva korisnika s promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica. Za studiju slučaja odabrana je knjižnica Osnovne škole Bol u Splitu, koja u njezinu sastavu djeluje od osnutka spomenute školske ustanove.

Kao metoda prikupljanja podataka korištene su anketa za ispitivanje korisnika knjižnice i analiza dokumenata. Uzorak je tvorilo 90 ispitanika podijeljenih u tri podskupine; učenici, roditelji/skrbnici i zaposlenici škole. Takvim odabirom uzoraka obuhvaćeni su različiti parametri koji se odnose na uzorak: maloljetni korisnici, punoljetni korisnici koji svakodnevno borave u ustanovi kojoj pripada školska knjižnica, te punoljetni korisnici koji svakodnevno ne borave u ustanovi kojoj pripada knjižnica.

⁴ Usp. Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 340.

⁵ Usp. Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str.19.

2. Školska knjižnica kao središte učenja i znanja

Škola je oduvijek bila institucija koja promiče kulturu i pismenost. Otkako postoji, od škole se očekivalo da bude spona između djece/mladeži i kulture, a to je prožimalo i čitavo školstvo – od osnovne do visoke, od osnovne pismenosti do najvišeg poznavanja, od kreacije do konzumacije kulturnih dobara.⁶ Školska knjižnica je organizirana zbirka knjižne i neknjižne građe, a knjižnično osoblje nabavlja, obrađuje, čuva i daje na upotrebu građu radi zadovoljavanja obrazovnih, kulturnih, informacijskih i stručnih potreba korisnika i permanentnog obrazovanja.⁷ Školska knjižnica je mjesto gdje se učenik uvodi u svijet knjige i čitanja, ona je izvor informacija i znanja i prvenstveno je namijenjena učenicima i učiteljima za potrebe redovite nastave, ali i potpora svim nastavnim i izvannastavnim aktivnostima škole.⁸ Iz navedenog je vidljivo da je njezina uloga biti središte učenja i znanja, te da je školska knjižnica kulturni, obrazovni i informacijski dio škole.

Potreba za informacijama korisnika se mijenja, a s njom i način zadovoljavanja korisnikovih potreba. Naime, korisnik traži izvore znanja koji više nisu samo u tiskanom obliku. Internet mijenja informacijsko okruženje. Knjižnica više ne predstavlja mjesto gdje se samo posuđuje knjiga, već postaje mjesto gdje korisnik proširuje svoje znanje. Takva knjižnica omogućuje korisniku da traži, promišlja, povezuje i zaključuje, a na taj se način on osposobljava za samostalno traženje i korištenje informacija.

Promjenama u društvu uzrokovanim razvojem tehnologija i razvijanjem društva znanja, raste i potreba za informacijskom pismenošću. Da bi pojedinac mogao pratiti tehnološke napretke potrebno ga je osposobiti, ne samo za korištenje tehnologije već i za snalaženje u informacijskoj okolini. Za to su mu potrebne informacijske vještine. J. Herring definira informacijske vještine kao „vještine koje učenici koriste da bi identificirali svaku lociranu, obrađenu i komuniciranu informacijsku koncepciju i ideju, što se zatim odražava na učinkovitoj primjeni tih ideja.“⁹

American Library Association (ALA)¹⁰ definira informacijski pismenu osobu: „informacijski pismena osoba mora biti u stanju prepoznati informacijsku potrebu, pronaći

⁶Usp. Antić, Stanko. Rječnik suvremenog obrazovanja. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor, 2000. Str. 174.

⁷Standard za školske knjižnice NN 34/2000 URL: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html (4.4.2018).

⁸ Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str.19.

⁹ Herring, E. James. Internetske i informacijske vještine. Priručnik za učitelje i školske knjižničare. Zelina: Dominović, 2008. Str. 74.

¹⁰ Američko knjižničarsko društvo. URL: <http://www.ala.org/> (25.11.2018.)

informaciju, vrednovati je i učinkovito koristiti.“¹¹ Špiranec i Banek Zorica definiraju informacijsku pismenost kao „vještine korištenja suvremenom informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, osposobljenost za rješavanje problema i informirano donošenje odluka, te osposobljenost za trajno učenje.“¹² Iz navedenih definicija može se zaključiti da je informacijska pismenost jedna od osnovnih kompetencija svakog pojedinca u društvu. Također, potrebno je da pojedinac bude uključen u stjecanje vještina informacijske pismenosti od najranijeg obrazovanja.

Ulaskom informacijske pismenosti u domenu knjižničarstva i obrazovanja najavljene su promjene u učenju i poučavanju, te time i u radu školske knjižnice. *Nastavni plan i program* iz 2006. godine, određuje informacijsku pismenost u školskoj knjižnici kao „jednu od važnih sastavnica čovjekove pismenosti.“¹³ Također, ističe važnost razumijevanja i upotrebe informacije posredovanjem suvremene tehnologije.¹⁴ Time je omogućeno školskim knjižnicama u Republici Hrvatskoj da poučavaju učenike istraživačkom radu, te potiču stvaralačko i kritičko mišljenje.

Zovko školsku knjižnicu predstavlja kao izvor, tj. mjesto koje je namijenjeno učenicima, a koje ujedno potiče i razvija njihove informacijske vještine.¹⁵ Kao izvor znanja školska knjižnica je korisnicima dužna osigurati dostupnost podataka i mogućnost pristupa svim informacijama. Školska knjižnica osim što potiče samostalni razvoj učenika, ona razvija i njeguje komunikaciju učenika i nastavnika. Autorica nadalje ističe kako je misija školske knjižnice „njegovanje posebnih odgojno-obrazovnih i komunikacijskih potreba učenika i učitelja.“¹⁶ Prema tome, školska knjižnica korisniku treba osigurati pristup informaciji i u tiskanom i u digitalnom obliku. Da bi takav rad bio ostvariv potrebno je razviti odgovarajuće strategije rada koje će pratiti zakonske okvire i znanstvene spoznaje, kao i potrebe korisnika.

Rad školske knjižnice sve više je orijentiran na razvoj pismenosti i na razvoj društva kao društva znanja. O ulozi školske knjižnice kao središta učenja i znanja mnogo se pisalo, pa tako Lončarević u svom tekstu ističe kako je s vremenom temeljna aktivnost školske knjižnice postala razvijanje istraživačkog učenja, te napominje kako knjižnica kod učenika treba razviti

¹¹ American Library Association. URL: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential> (25.11.2018.)

¹² Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2008. Str. 84.

¹³ *Nastavni plan i program za osnovnu školu*. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str. 19

¹⁴ Usp. Ibid, str. 19

¹⁵ Usp. Zovko, Mira. *Stručni suradnik knjižničar kao pokretač strateškog razvoja školske knjižnice*. // XXVIII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Biserka Šušnjić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 12.

¹⁶Ibid.

suradničko, involvirano učenje jer je to jedini oblik učenja koji će učenike pripremiti za učenje tijekom budućeg školovanja i ostatka života.¹⁷ Lásló i Lasić-Lazić navode da je učenje kada se skupljeno znanje pohranjuje u svrhu namjene za daljnjim usvajanjem radi budućih istraživanja.¹⁸ Usvajanje znanja poznato je pod nazivom učenje¹⁹, a učenje je osnova odgojno-obrazovnog sustava. Školska knjižnica je najbolje mjesto gdje se učenika može osposobiti za učenje. Ako se školska knjižnica određuje kao mjesto znanja i učenja, tada ona postaje okvir za učenje. Kroz učenje se njeguje čitanje i istraživanje pročitanog, a cilj školske knjižnice je osposobiti učenika za samostalni pronalazak informacija kao i razumijevanje pronađene informacije. Uloga školske knjižnice je obrazovati učenike ne samo za buduću život i cjeloživotno učenje, već ih i osposobljavati za uspješno buduće korištenje drugih knjižnica. Tradicionalno učenje nije kretalo od važnosti i razumijevanja pronađene informacije. Danas je najvažnije osposobiti učenike za snalaženjem u informacijskom okruženju. Suvremeno učenje potiče stvaranje novog znanja proizašlog na temelju istraživanja informacije. Takav oblik učenja je kontinuiran i aktivan, te održava motiviranost korisnika za daljnje učenje. Špiranec i Banek Zorica ističu tri skupine kompetencija informacijske pismenosti na razini primarnog i sekundarnog obrazovanja. Prve dvije skupine obuhvaćaju vještine potrebne za lociranje, razumijevanje i korištenje informacije. Treća skupina kompetencija odnosi se na poticanje pozitivnih stavova i vrijednosnih sudova u odnosu na dobivene informacije.²⁰ Iz navedenog se može iščitati kako se misija knjižnice u prostoru škole mijenja, od prostora gdje su se nekoć posuđivale knjige ona postaje prostor za traženje, lociranje, razumijevanje i korištenje informacija. James Henri ističe kako se na knjižnicu više ne gleda kao na knjižnicu u školi, nego kao školu u knjižnici.²¹ U radu školske knjižnice objedinjuje se informacijsko, medijsko i komunikacijsko središte škole, a školska knjižnica postaje izvor znanja. Knjižnica kao sastavni dio škole djeluje na svakodnevni razvoj učenika i mjesto je koje mu omogućuje učenje i samostalno istraživanje. Osim toga, omogućuje mu i prostor u kojem može boraviti u svoje slobodno vrijeme.

¹⁷ Usp. Lončarević, Marta. Školska knjižnica – instrument za učenje. // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str. 85

¹⁸ Usp. Lásló, Marija; Lasić - Lazić, Jadranka. Učenje kao obrada informacija (Informacijsko učenje). // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str. 18.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Usp. Špiranec, Sonja; Banek Zorica, Mihaela. Informacijska pismenost : teorijski okvir i polazišta. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2008. Str. 111-118.

²¹ Stričević, Ivanka; Perić, Ivana. Informacijska pismenost i razvoj kritičkog mišljenja. // XXIX Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Ana Saulačić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2017. Citirano prema: Henri, James. 2008. Intervju. Škola unutar knjižnice, a ne obrnuto! Zrno : časopis za obitelj, vrtić i školu 19/88-81. Str. 5-7.

Rad školske knjižnice orijentiran je prema kvalitetnim razvojnim strategijama knjižničarstva koje se prema Zovko temelje na „razvoju temeljne i inovativne knjižnične usluge, ravnomjernim infrastrukturnim pretpostavkama za obavljanje knjižnične djelatnosti te kompetencijskim okvirom stručnog znanja i vještina djelatnika u knjižničarstvu.“²² Rad školske knjižnice prati i zakonske okvire utvrđene *IFLA-nim smjernicama za školske knjižnice*²³, *UNESCO-ovim Manifestom za školske knjižnice: uloga školske knjižnice u poučavanju i učenju za sve*²⁴. Uz te dokumente, rad knjižnice u Republici Hrvatskoj vezuje se i uz zakonske akte koje propisuje Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa²⁵, a to su *Nastavni plan i program*, koji je na snazi od 2006. i *Standard za školske knjižnice* iz 2000. godine. *Standard za školske knjižnice* propisuje kako „u školskoj knjižnici stručne poslove obavlja stručni suradnik – školski knjižničar.“²⁶ Knjižničar je dužan na temelju obveznih, godišnjih dokumenata ostvariti predviđene zadaće i ciljeve. Pred svakog knjižničara postavljene su iste zadaće i djelatnosti, a o njegovim kompetencijama ovise aktivnosti kroz koje će te zadaće i djelatnosti biti ostvarene.

2.1. Zadaće i djelatnosti školske knjižnice

Svrha rada školske knjižnice usmjerena je prema njezinim korisnicima. Autorice Kovačević i Lovrinčević ističu kako „knjižnica u sustavu odgoja i obrazovanja još uvijek traži najkvalitetnija rješenja za svoje odgojno-obrazovno djelovanje.“²⁷ Vrlo je zanimljiva napomena autorica Kovačević, Lasić-Lazić i Lovrinčević „većina predmeta koje smo imali u školi uvršteni su u program s pretpostavkom da će nam biti korisni u kasnijem životu i radu. Znanja i vještine koje stječemo u knjižnici su primjenjiva u svakodnevnom životu te pomoću njih možemo bolje i kvalitetnije učiti.“²⁸ *Internacional Federation of Library Associations and*

²² Zovko, Mira. Stručni suradnik knjižničar kao pokretač strateškog razvoja školske knjižnice. // XXVIII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Biserka Šušnjić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 12.

²³ IFLA-ine smjernice za školske knjižnice / 2. prerađeno izdanje. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016.

²⁴ UNESCO-ov manifest za školske knjižnice. URL: <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/unesco.pdf> (4.4.2018)

²⁵ Današnji naziv: Ministarstvo znanosti i obrazovanja URL: <https://mzo.hr/> (22.4.2018.).

²⁶ Standard za školske knjižnice, NN 34/2000 URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html (4.4.2018.).

²⁷ Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Školski knjižničar. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 18.

²⁸ Kovačević, Dinka; Lasić-Lazić, Jadranka; Lovrinčević, Jasmina. Školska knjižnica – korak dalje. Zagreb: Altagama, 2004. Str. 88.

Institutions (IFLA)²⁹ ističe kako je cilj svih školskih knjižnica u stvaranju informacijski pismenih učenika koji su odgovorni i savjesni članovi društva.³⁰ Iz toga proizlazi zaključak kako je kvalitetno ustrojstvo rada školske knjižnice izrazito bitno, putem čega školska knjižnica po najefikasnijim principima oblikuje korisnike za budući život.

Zadaće i djelatnosti školske knjižnice spominje *Standard za školske knjižnice u Republici Hrvatskoj* u kojem se navode djelatnosti u školskim knjižnicama, a one su:

- neposredno odgojna-obrazovna djelatnost,
- stručna knjižnična djelatnost,
- kulturna i javna djelatnost.³¹

„Neposredno odgojno-obrazovna djelatnost obuhvaća rad s učenicima, suradnju s učiteljima, nastavnicima i stručnim suradnicima te pripremanje, planiranje i programiranje odgojno-obrazovnog rada.“³² Djelatnost se ostvaruje kroz različite aktivnosti. U članku 5. *Standarda* istaknuto je „da rad s učenicima u školskoj knjižnici obuhvaća:

- razvijanje navike posjećivanja knjižnice
- organizirano i sustavno upućivanje učenika u rad knjižnice
- razvijanje čitalačke sposobnosti učenika
- uvođenje suvremenih metoda u razvijanju sposobnosti djelotvornog čitanja
- ispitivanje zanimanja učenika za knjigu
- pomoć pri izboru knjige i upućivanje u čitanje književnih djela, stručne literature, dnevnih listova i časopisa
- upućivanje u način i metode rada na istraživačkim zadacima (upotreba leksikona, enciklopedija, rječnika i dr.)
- organizaciju rada s učenicima u produženom i cjelodnevnom boravku te s učenicima putnicima
- rad s učenicima u dopunskoj i dodatnoj nastavi te na satu razredne zajednice
- organizaciju rada s učenicima u naprednim skupinama i slobodnim aktivnostima
- rad na odgoju i obrazovanju u slobodno vrijeme mladeži
- organizaciju nastavnih sati u knjižnici (tinski rad)

²⁹ Međunarodni savez knjižničarskih društava i ustanova. URL: www.ifla.org (28.6.2018.).

³⁰ Usp. IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016. Str. 10.

³¹ Usp. Standard za školske knjižnice, NN 34/2000. Ibid. (4.4.2018.).

³² Standard za školske knjižnice, NN 34/2000. Ibid. (4.4.2018.).

- pomaganje učenicima u pripremi i obradi zadane teme ili referata
- uvođenje učenika u temeljne načine pretraživanja i korištenja izvora znanja (informacija)
- sustavno poučavanje učenika za samostalno i permanentno učenje - učenje za cijeli život
- podučavanje informacijskim vještinama pri upotrebi dostupnih znanja.³³

Kroz suradnju s nastavnicima, učiteljima i stručnim suradnicima ostvaruje se rad sa svim dionicima školskog sustava. Suradnja obuhvaća timski i mentorski rad za unapređenje i razvoj rada škole i školske knjižnice.

Članak 7. *Standarda* ističe poslove neposredno odgojno-obrazovne djelatnosti – pripremanje, planiranje i programiranje odgojno-obrazovnog rada. Ti poslovi obuhvaćaju izradu *Godišnjeg plana i programa rada školske knjižnice, Izvješća o godišnjem radu školske knjižnice* te izradu mjesečnih, tjednih i dnevnih programa odgojno-obrazovnog rada,³⁴ planovi i programi knjižnice trebaju biti usklađeni s godišnjim planom škole. Navedeni poslovi obuhvaćaju rad i na pripremanju za odgojno-obrazovnu djelatnost i izvannastavne aktivnosti.

Druga djelatnost koju ističe *Standard* je stručno-knjižnična djelatnost koja obuhvaća sve poslove vezane za stručni rad knjižnice. „Rad stručno knjižnične djelatnosti obuhvaća:

- organizaciju i vođenje rada u knjižnici i čitaonici
- nabavu knjižne i neknjižne građe
- izgradnju fonda
- inventarizaciju, signiranje, klasifikaciju i katalogizaciju, predmetnu obradu, otpis i reviziju
- izradu potrebnih informacijskih pomagala
- praćenje i evidenciju knjižničnog fonda
- statističke pokazatelje o upotrebi knjižničnog fonda
- sustavno izvješćivanje učenika te učitelja, nastavnika i stručnih suradnika o novim knjigama i sadržajima stručnih časopisa i razmjena informacijskih materijala
- usmene i pisane prikaze pojedinih knjiga, časopisa i novina
- izradu popisa literature i bibliografskih podataka za pojedine nastavne predmete

³³ Ibid.

³⁴ Usp. Ibid.

- izradu popisa literature koja promiče kulturnu baštinu i daje temelj za razumijevanje različitih kultura
- zaštitu knjižnične građe.³⁵

Kroz kulturnu i javnu djelatnost ostvaruje se suradnja knjižnice s drugim ustanovama. Suradnja obuhvaća provedbu kulturnih sadržaja te unapređuje godišnji rad knjižnice.

Osim što školska knjižnica djeluje odgojno-obrazovno kroz navedene djelatnosti, ona također djeluje i kroz istaknute zadaće preko kojih svojim korisnicima pruža sve potrebne uvjete za razvijanje informacijski pismenog pojedinca. Zadaće školske knjižnice propisuje *Standard*, a ostvaruju se aktivnostima poput:

- „promicanja i unapređivanja svih oblika odgojno-obrazovnog procesa,
- stvaranja uvjeta za učenje,
- prilagođavanja prema različitim oblicima učenja i očekivanjima sudionika u procesu učenja,
- pomaganju učenicima u učenju, poticanju istraživačkog duha i osobnog prosuđivanja,
- poticanja odgoja za demokraciju,
- razvijanja svijesti o vrijednostima nacionalne kulture, posebno jezika, umjetnosti i znanosti te vrijednosti multikulturalnosti,
- stvaranja uvjeta za interdisciplinarni pristup nastavi,
- poticanja duhovnog ozračja škole.“³⁶

Rad školske knjižnice ostvaruje se kroz navedene djelatnosti i zadaće. Različite aktivnosti pospješuju knjižnične djelatnosti i dovode do kvalitetnijeg ostvarenja knjižničkog cilja. Školski knjižničar kao kreator rada školske knjižnice osmišljava i provodi aktivnosti.

Osnovne zadaće škole kao odgojno-obrazovne ustanove trebaju biti usmjerene na podučavanje učenika, poticanje i unaprjeđivanje intelektualnih, tjelesnih, estetskih, društvenih, moralnih i duhovnih dimenzija razvoja u skladu s njihovim sposobnostima i sklonostima,³⁷ a školska knjižnica kao sastavni dio škole kroz navedene djelatnosti u

³⁵ Ibid. Radi se o aktivnostima koje se uobičajeno tako navode i nazivaju u godišnjim planovima i programima te izvješćima o radu školske knjižnice jer prate zakonske okvire propisane Standardom za školske knjižnice NN 34/2000. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html

³⁶ Ibid. Radi se o aktivnostima koje se uobičajeno tako navode i nazivaju u godišnjim planovima i programima te izvješćima o radu školske knjižnice jer prate zakonske okvire propisane Standardom za školske knjižnice NN 34/2000. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html

³⁷ Usp. Zakon o odgoju i obrazovanju, NN 87/08. URL: https://mzo.hr/sites/default/files/migrated/01_zakon_o_odgoju_i_obrazovanju_u_oiss.pdf (10. 4. 2018.).

potpunosti zadovoljava propisane zadaće *Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi*.³⁸

Svrha rada školske knjižnice treba se nadopunjavati kroz promjene na globalnoj razini koje moraju pratiti zadane zakonske okvire i znanstvene spoznaje. Uz školsku knjižnicu vrlo se često vezuje sintagma *školska knjižnica u novom tisućljeću*. Zovko ističe kako je 21. stoljeće uvelo ubrzani životni tempo u vrijeme znanja te težnju za društvom kojeg naziva *društvo koje uči*.³⁹ Nadalje, autorica ističe kako se škola i knjižnica trebaju razvijati prema potrebama novoga društva, te napominje da „školska knjižnica treba skrbiti da svaki učenik uspije na najbolji način potičući metode djelotvornog poučavanja, usvajanjem novog znanja i umijeća.“⁴⁰ Iz toga proizlazi zaključak kako svaka školska knjižnica vođena kompetentnim školskim knjižničarom svoj rad, u suvremenom dobu, mora na najbolji mogući način prilagoditi tehnološkim potrebama škole. Sukladno tome Kovačević i Lovrinčević ističu kako „svojim ciljem i ukupnom organizacijom suvremena škola afirmira školsku knjižnicu kao njezin integrirani i neodvojiv dio.“⁴¹ U *nastavnom planu i programu* ističe se kako je osnovna zadaća suvremene škole zajedno sa školskom knjižnicom „poticati i razvijati čitalačke vještine i navike te osnove informacijske pismenosti i informacijske vještine.“⁴² Iz navedenog se može zaključiti kako suvremena školska knjižnica podupire informacijsko djelovanje škole i sastavni je dio u obrazovanju svakog učenika. Također, postaje središte koje potiče učenike da postanu svjesni važnosti uključivanja u društvo znanja i razvijanja vlastitih informacijskih vještina.

Način djelovanja i rada knjižnice pokazatelj je koliko knjižnica zadovoljava potrebe svojih korisnika. Globalne promjene u informacijskom okružju promijenile su i poglede na školske knjižnice. Kovačević i Lovrinčević ističu kako je „danas riječ o školskoj knjižnici koja:

1. obrazuje sve učenike škole za kritičko mišljenje i vrednovanje informacija,
2. omogućuje svima da postanu aktivni korisnici informacija dostupnih preko različitih medija na način da šire knjižničarske i informacijske mreže,
3. nudi raznolike izvore informacija i znanja i kvalitetne usluge svim korisnicima.“⁴³

³⁸ Nakon zadnjih izmjena *Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi*, stupa na snagu od 26. siječnja 2017.

³⁹ Usp. Zovko, Mira. *Školska knjižnica u novom tisućljeću*. // Senj. zb. 36, (2009), str. 43.

⁴⁰ Ibid, str. 44.

⁴¹ Kovačević, Dinka; Lovrinčević Jasmina. *Školski knjižničar*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 18.

⁴² *Nastavni plan i program za osnovnu školu*, Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str. 20

⁴³ Kovačević, Dinka; Lovrinčević Jasmina. *Školski knjižničar*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 19.

Možemo zaključiti kako je cilj školske knjižnice ostao isti, a to je da zadovolji potrebe svojih korisnika. Iako su današnje potrebe zahtjevnije u odnosu na nekadašnje, školska knjižnica bi ih svojim radom trebala pratiti. Autorice nadalje u tekstu ističu kako je poznati i davno određeni okvir za djelovanje školske knjižnice u današnjem, suvremenom dobu promijenio opseg i sadržaje aktivnosti zbog: zahtjeva novog vremena, stručnog i odgojno-obrazovnog okružja⁴⁴, a djelovanje, tj. rad školske knjižnice opisan je u *godišnjem planu i programu*⁴⁵ čija je izrada zakonska obveza. Putem izrade *godišnjeg plana i programa* različitim aktivnostima ostvaruju se propisane djelatnosti i zadaće, što svaki *godišnji plan i program* čini jedinstvenim.

2.2. Godišnji plan i program školske knjižnice

Standard u Članku 7. ističe „pripremanje, planiranje i programiranje odgojno-obrazovnog rada u školskoj knjižnici“⁴⁶ čime je, između ostalog, obuhvaćena i izrada *godišnjeg plana i programa rada školske knjižnice*. Godine 2006. Ministarstvo donosi nacionalni dokument nazvan *Hrvatski nacionalni obrazovni standard* (HNOS) koji sadrži cjeloviti pristup obrazovnom procesu, uključuje ciljeve odgoja i obrazovanja, te odgojno-obrazovne sadržaje kao i prijedloge metoda poučavanja.⁴⁷ Rad školske knjižnice, kao dijela obrazovne ustanove, također je obuhvaćen *nastavnim planom i programom za osnovnu školu*. Njime su propisane sve zadaće i djelatnosti prema kojima školski knjižničar sastavlja vlastiti *godišnji plan i program školske knjižnice*. Izrada kvalitetnog *godišnjeg plana i programa* proizlazi iz *kurikuluma školske knjižnice*. Zovko ističe važnost *Nacionalnog okvirnog kurikuluma* za koji ističe da je „temeljni dokument koji na nacionalnoj razini donosi vrijednosti, opće ciljeve i načela odgoja i obrazovanja, koncepciju učenja i poučavanja, određuje odgojno-obrazovna postignuća na određenim stupnjevima učenikova razvoja, odnosno postignuća za određene odgojno-obrazovne cikluse i odgojno-obrazovna područja, utvrđuje načine i kriterije vrednovanja i ocjenjivanja“⁴⁸, a iz okvirnog kurikuluma svaki knjižničar piše vlastiti kurikulum za rad školske knjižnice. U kurikulumu školske knjižnice jasno su iznesene sve aktivnosti koje će se u tekućoj godini odvijati kroz djelatnosti školske knjižnice. Svakoj aktivnosti važno je opisati cilj i namjeru, te istaknuti tko je nositelj aktivnosti uz knjižničara.

⁴⁴ Usp. Ibid.

⁴⁵ Usp. Standard za školske knjižnice, NN 34/2000. Ibid. (12. 4. 2018.).

⁴⁶ Standard za školske knjižnice, NN 34/2000. Ibid. (12. 4. 2018.).

⁴⁷ HNOS: Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006.

⁴⁸ Zovko, Mira. Školski knjižničar u suvremenom kurikulumu. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 39.

Također se opisuje i način realizacije, vremenik i vrednovanje aktivnosti. Temelj kurikuluma knjižničaru služi kao predložak za organiziranje tijeka godišnjih knjižničnih događanja. Antić u svome rječniku ističe izvorno značenje riječi *kurikulum* kao put do nečega⁴⁹, u radu školske knjižnice to je put planiranja tijeka odgojno-obrazovnog procesa iz čega proizlazi program rada (sadržaji) i plan rada (godišnji, mjesečni, dnevni).

Kurikulum školske knjižnice mora biti fleksibilan, podložan mijenjanjima i doradivanju svake godine na temelju prethodnog iskustva i postignuća, a ujedno je i najbolji prikaz kreativnosti knjižničara,⁵⁰ dio je kurikuluma škole, a kao takav izvrsno je polazište za realizaciju različitih inicijativa za osuvremenjivanje nastave. Da bi kurikulum školske knjižnice bio kvalitetan i dobar te ispunjavao sve potrebe korisnika, potrebno je ispuniti određene preduvjete: postojanje kompetentnog školskog knjižničara, suradnički odnos, informacijsku tehnologiju i raznovrsne knjižnične fondove.⁵¹ Jedan od glavnih uvjeta ostvarivanja tijeka predviđenih aktivnosti je *nastavni plan i program* u kojem je definirano kako, zašto i zbog čega djeluje školska knjižnica, a njegova je realizacija vidljiva kroz *godišnji plan i program*.

U njemu se, između ostalog, realiziraju uvjeti rada, djelatnosti školske knjižnice, kao i broj radnih sati knjižničara u pojedinoj djelatnosti. Također se iznose ciljevi i zadatci knjižnice. Bitno je istaknuti kako je knjižničar dužan slijediti upute koje sadrži *nastavni plan i program*, a pogotovo upute o ciljevima odgojno-obrazovne djelatnosti u školskoj knjižnici, kao i upute za neposredno odgojno-obrazovni rad s učenicima jer je strukturiran prema razredima i sadržajima. Nadalje, *godišnji plan i program* je vodilja za izradu kvalitetnog mjesečnog (operativnog) plana rada školske knjižnice koji sadrži knjižnične djelatnosti realizirane u određenom mjesecu.

Iz navedenog proizlazi zaključak da je izrada *godišnjeg plana i programa* prva mogućnost knjižničara za pokazivanjem vlastitih marketinških vještina. Paralelno s tim shvaćanjem, autorice Kovačević i Lovrinčević ističu kako je svaka škola posebna, pa se tako i školske knjižnice razlikuju od škole do škole, a onda se i njihovi ciljevi i zadaće sukladno tome moraju razlikovati.⁵² Na tim polazištima leži još jedna bitna stavka rada školske knjižnice, a

⁴⁹ Usp. Antić, Stanko. Rječnik suvremenog obrazovanja. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor, 2000. Str. 225.

⁵⁰ Usp. Kovačević, Dinka; Lasić-Lazić, Jadranka; Lovrinčević, Jasmina. Školska knjižnica – korak dalje, Zagreb: Altagama. Str. 86.

⁵¹ Usp. Zovko, Mira. Školski knjižničar u suvremenom kurikulumu. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 39.

⁵² Usp. Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Školski knjižničar. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 42.

to je evaluacija rada. Na kraju svake školske godine piše se *izvješće o radu školske knjižnice*. Iz njega je vidljivo jesu li postavljeni ciljevi i zadatci ostvareni. Također su prikazani i opisani svi programi/aktivnosti koji su ostvarivani kroz zadane djelatnosti. Izrazito je bitno da *Izvješće* bude što detaljnije napisano tako da knjižničar dobije valjanu sliku svog rada, te na temelju nje bolje i kvalitetnije oblikuje rad knjižnice u idućoj školskoj godini.

2004. godine IFLA i UNESCO objavljuju *Smjernice za školske knjižnice* u kojima su opisana mjerila kvalitetnog rada u školskoj knjižnici.⁵³ Dokument ističe kako se očekuje uspješnost u cjelokupnom radu knjižničara i školske knjižnice. IFLA proširuje *Smjernice* 2015. godine, te ističe važnost vrednovanja školske knjižnice „vrednovanje je važan aspekt u neprekidnom ciklusu trajnog napretka.“⁵⁴ Također, *Smjernice* ističu kako je vrednovanje izrazito bitno jer se pomoću njega valorizira program i usluga što omogućuje njihovo poboljšanje.⁵⁵

Zbog toga kvalitetna izrada *godišnjeg plana i programa* i *izvješća* vodi k ostvarenju *Smjernica*. Cilj vrednovanja rada školske knjižnice je unapređenje cjelokupnog rada knjižnice i poboljšanje kvalitete usluge. Cilj vrednovanja vodi k boljoj i kvalitetnijoj realizaciji programa rada. Kroz navedene dokumente knjižničar preko određenih marketinških aktivnosti promovira knjižnicu među korisnicima i ostvaruje propisane norme.

Marketing školske knjižnice usmjeren je prema unutra i prema van, a način realizacije pojedine djelatnosti vođene marketinškim akcijama unutar marketinškog okruženja⁵⁶, dovode do zadanih ciljeva. Marketing je prisutan u svakoj školskoj knjižnici. On zbog aktivnosti ili neaktivnosti knjižničara dolazi ili ne dolazi do izražaja. IFLA-ne *Smjernice* ističu kako školska knjižnica treba imati pisani dokument o marketingu i promidžbi kojim se određuju ciljevi i zadatci.⁵⁷ Spomenuto se odnosi na *godišnji plan i program* i *kurikulum školske knjižnice*. Dobro razrađeni sadržaj tih dokumenata pruža mogućnost za poboljšanje programa i usluga školske knjižnice.

⁵³ IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004.

⁵⁴ IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016. Str. 24

⁵⁵ Usp. Ibid.

⁵⁶ Marketinško okruženje školske knjižnice može biti: 1. Prema unutra: učenici, nastavnici, ravnatelj, roditelji, ostali djelatnici. 2. Prema vanka: obrazovno okruženje, knjižničarska struka. Prema: Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Školski knjižničar. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 42.

⁵⁷ IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016. Str. 58.

3. Marketinško djelovanje školskih knjižnica

3.1. Terminološka određenja

Marketing je „ukupnost radnji i organizacije rada na propagandi, reklami i osvajanju tržišta ili javnog mišljenja; proces kojim su usuglašeni i zajednički osmišljeni svi elementi prodaje nekog proizvoda“⁵⁸, stoga se marketing shvaća kao društveni fenomen koji predstavlja glavnu poveznicu između izvora i korisnika. Zadnjih pedeset godina marketing se intenzivno razvija jer je čovjek osjetio potrebu za razumijevanjem svojih klijenata, kupaca, potrošača i korisnika.

Različita su shvaćanja marketinga korištenog u svakodnevnom životu. Pavičić navodi „da je marketing društveni i upravljački proces kojim pojedinci i grupe postižu ono što trebaju i žele kreiranjem, ponudom i razmjenom proizvoda od vrijednosti s drugima.“⁵⁹ Meller se u svojim radovima opredijelio za shvaćanje marketinga koje podupire i Američko udruženje za marketing „marketing je organizacijska funkcija i skup procesa kojim se kreira, komunicira i isporučuje vrijednost potrošačima te kojima se upravlja odnosima s potrošačima na način da organizacija i njezine interesne skupine ostvaruju korist.“⁶⁰ Iz navedenih definicija može se zaključiti da se marketing bavi potrebama ljudi i pronalazi načine kako zadovoljiti te potrebe. Pojam *marketing* uvijek se vezuje uz profit. Zbog toga se marketing povezuje uz organizacije koje ostvaruju dobit. Ostvarivanje profita kroz marketing Kotler opisuje riječima „marketing je društveni i upravljački proces koji putem stvaranja, ponude i razmjene proizvoda od vrijednosti s drugima, pojedinci i grupe dobivaju ono što im je potrebna ili što žele.“⁶¹ Ovakvo shvaćanje marketinga proizlazi iz osnova funkcioniranja marketinga, a to su prema autorovu mišljenju: „potrebe, želje i potražnja; proizvodi (robe, usluge i ideje); vrijednost, trošak i zadovoljstvo; razmjena i transakcije; odnosi i mreže; tržišta; marketing i potencijalni kupac.“⁶²

Iz navedenih definicija proizlazi osnovno funkcioniranje marketinga poznatije pod nazivom *marketinški miks*. Marketinški miks ili 4P sastoji se od elemenata: *product*, *place*, *price*, *promotion*, koji u prijevodu znače proizvod, cijena, distribucija i promocija. Sve četiri marketinške funkcije međusobno se nadopunjuju da bi se ostvario marketinški cilj.

⁵⁸ Anić, Vladimir. Veliki rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: Novi Liber, 2006. Str. 729.

⁵⁹ Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 26.

⁶⁰ Meler, Marcel. Marketing u kulturi. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, 2006. Str. 8.

⁶¹ Kotler, Philip. Upravljanje marketingom. Zagreb: Mate, 2001. Str. 9.

⁶² Ibid, str. 9.

Marketinški miks stoji između organizacije koja daje proizvod i ljudi kojima je taj proizvod potreban. Kroz djelovanje marketing se uvijek vraća na osnovu, a to je okretanje k ljudima, zadovoljavanju potrošača i profitu poduzeća. Prema Renko *proizvod*, kao osnovni marketinški element „uključuje određivanje kvalitete proizvoda, dizajna, svojstva, ime marke i ambalaže te druge dodatne karakteristike koje ga mogu učiniti konkurentnim.“⁶³ Na proizvod se vezuje drugi element, a to je *cijena* koja mora biti ekvivalentna vrijednosti proizvoda. Treći element – *distribucija* predstavlja proces kojim se proizvod dostavlja potrošačima. Nakon što proizvod stigne na tržište, potrošači moraju saznati za njega. *Promocija* uključuje sve aktivnosti koje tvrtka poduzima kako bi komunicirala i promovirala svoj proizvod na ciljanom tržištu⁶⁴, iz čega proizlazi da je *promocija* komunikacija s kupcem, tj. korisnikom usluge. Pri ostvarivanju marketinškog cilja potrebno je još istaknuti i marketinške strategije⁶⁵, koje se, prema Pavičiću, mogu orijentirati na širu dimenziju i tada je potrebno manipulirati varijablama marketinškog miksa (proizvodom, cijenom, distribucijom i promocijom), ali i na užu dimenziju kada se orijentiraju samo na pojedine elemente marketinškog miksa.⁶⁶

Najvažnija strategija promocije je strategija komunikacije. Njezina pravilna provedba ostvaruje završni marketinški cilj djelovanja - zadovoljstvo korisnika. Marketing je kompleksan pojam, a kao takav drukčije se definira u profitnom i neprofitnom sektoru. Osnovna razlika unutar ovih dvaju sektora leži u pojmu *profit*. Jedan sektor djeluje k tome da on bude što veći, dok drugi djeluju *za opće dobro*. Vrijednost koju neprofitni sektor daje iskazuje se drukčijim varijablama od novca i dobiti. Prema Bučeviću, marketing neprofitnih organizacija definira se skupom aktivnosti kojima se pospješuje planiranje, provedba, distribucija i komunikacija unutar organizacije radi ostvarivanja nekih određenih javnih interesa.⁶⁷ Iz navedenoga se može zaključiti da se *dobit* neprofitnog sektora razlikuje ovisno o smjeru poslovanja. Dio neprofitnog sektora su i obrazovne ustanove.

⁶³ Renko, Nataša. Strategije marketinga. Zagreb: Ljevak, 2005. Str. 16.

⁶⁴ Kotler, Philip. Upravljanje marketingom. Zagreb: Mate, 2001. Str. 93.

⁶⁵ Strategija marketinga je mogućnost da svi sudionici spoznaju prave ciljeve i načine osiguranja resursa za njihovo ostvarenje. Prema: Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 46.

⁶⁶ Usp. Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 46.

⁶⁷ Usp. Bučević, Davor. Marketinška istraživanja u funkciji kontrole učinkovitosti neprofitnih organizacija u Hrvatskoj. Magistarski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2010. Str. 22-24.

3.2. Marketing obrazovnih ustanova

Pavičić navodi da su „neprofitne organizacije sve one organizacije koje služe ostvarivanju nekog određenog javnog interesa, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita.“⁶⁸ Marketing svojim djelovanjem utječe na tri glavne odrednice suvremenog društva: na državu, na zajednicu ljudi i na tržište. Autor nadalje ističe kako „neprofitni sektor predstavlja pojedince i organizacije koji pomažu da društvo postane zajednica odgovornih pojedinaca orijentiranih prema osobnom/obiteljskom napretku, ali i napretku zajednice kojoj pripadaju.“⁶⁹ Marketing neprofitnih organizacija djeluje na zajednicu ljudi s ciljem poboljšanja njenog općeg dobra. U skupinu neprofitnih organizacija koje djeluju sa svrhom napretka zajednice ubrajaju se i obrazovne ustanove.

Pavičić iznosi kako je specifičnost marketinga u obrazovanju, u odnosu na marketing u ostalim neprofitnim djelatnostima, upravo način komunikacije s okruženjem te činjenica da su svi članovi društva uključeni u neki od niza obrazovnih procesa tijekom dugogodišnjega vlastitog životnog i radnog vijeka.⁷⁰ Iz toga proizlazi zaključak kako je marketinški rad obrazovnih ustanova usmjeren na razvoj komunikacije s članovima društva. Komunikacija se ostvaruje zadanom orijentacijom marketinga. Orijentacija marketinga obrazovnih ustanova može biti prema van i prema unutra. Usmjerenjem marketinga prema van, rad se orijentira prema osnivaču (gradu ili županiji), drugim obrazovnim institucijama i javnosti, dok je orijentacija marketinga prema unutra usmjerena na korisnike, zaposlenike ustanove i roditelje/skrbnike korisnika.

Obrazovnim ustanovama osnovni je cilj raditi za opće dobro, a njihov profit je znanje. Svrha djelovanja obrazovnih ustanova usmjerena je prema *znanju*. Cilj djelovanja obrazovnih ustanova usmjeren je prema poboljšanju i unapređenju znanja lokalne zajednice. U sustavu rade za zajednicu koju žele unaprijediti. Unaprjeđenje zajednice je poboljšanje bolje društvene dobiti i razvoj cjeloživotnog učenja. U obrazovne ustanove ubraja se i škola, u kojoj upoznajemo kulturne vrijednosti, norme, običaje i uzore koje slijedimo još od ranije dobi, a jedna od njezinih primarnih uloga je i stvaranje te posredovanje novih znanja zbog prilagodbi globalizaciji, demokratizaciji i tržištu (itd.).⁷¹ Škola poučava učenike te ih osposobljava za daljnje školovanje. Time djeluje u ostvarivanju primarnog cilja, naučiti učenike i osposobiti ih

⁶⁸ Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003. Str. 22.

⁶⁹ Ibid, str. 15.

⁷⁰ Usp. Ibid, str. 340.

⁷¹ Usp. Krce Miočić, Božena... [et al.]. Menadžment i marketing u školama. Zadar: Sveučilište u Zadru, 2016. Str. 11.

za život. Učenici u školi stječu znanja za daljnje školovanje, a svaki nastavni predmet organiziran je tako da učenici steknu osnovno znanje koje će im pomoći u daljnjem životu. Za ostvarivanje cilja škole nisu važni samo nastavni predmeti, već i školska knjižnica. U današnjem vremenu ona predstavlja dio škole namijenjen učenicima, gdje oni mogu naučiti tražiti, pronaći i koristiti informacije.

U sustavu škole i u školskoj knjižnici bitan je status školskih knjižničara. Status školskih knjižničara u radnom aktivu razlikuje se od škole do škole. Prema Posavecu status školskog knjižničara „ovisi o svakodnevnom radu samog knjižničara, ali i o naslijeđenim okolnostima.“⁷² Zaključak toga je kako o djelovanju školskog knjižničara ovisi uspjeh i realizacija marketinga. Školski knjižničar kao nositelj rada najviše pridonosi marketinškom djelovanju. U radu se treba držati zakonskih okvira, ali realizacija rada može biti vrlo kreativno usmjerena. Zbog toga se i marketing školske knjižnice, ako se usmjeri prema unutra, može ostvariti kroz mnoge zanimljive aktivnosti.

3.3. Posebnosti marketinškog djelovanja školske knjižnice

Kroz rad školske knjižnice može se provesti mnogo zanimljivih aktivnosti koje će knjižnicu približiti korisnicima. Za što bolji uspjeh potrebno je dobro izučiti strategije marketinga, a pogotovo rad usmjeriti na promociju knjižnice među svojim korisnicima. Kroz ustrojstvo školske knjižnice marketing se spominje u više zakonskih propisa. Marketing školske knjižnice treba biti sastavljen u suradnji s upravom škole s jasno određenim ciljevima i strategijama rada. Školski knjižničar kroz dokumente predlaže strategije marketinga i realizira cjelokupni marketinški rad školske knjižnice. Dokument treba sadržavati sljedeće elemente: ciljeve i strategije, izvedbeni plan i metode procjene.⁷³ Kvalitetno izrađen ovakav dokument vodi školskog knjižničara kroz sve marketinške korake koji naposljetku vode k ostvarivanju ciljeva.

Jedan od marketinških koraka zasigurno je i promocija koja, ako je valjana, donosi uspješne radne rezultate najbolje vidljive u završnom *Izvešću*. Uloga školskog knjižničara kao marketinškog stručnjaka ne smije biti zanemarivana. Prema zakonskom okviru njegov rad usmjeren je na različite uloge. Osim što mora poučavati, ostvarivati razvoj suradnje, biti

⁷² Posavec, Robert. Status školskih knjižničara unutar organizacije u kojima djeluju. // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str. 91.

⁷³ Usp. IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016. Str. 58.

društveno aktivan, on također mora i promovirati knjižnične programe i usluge kako bi za njih na najefikasniji način saznali korisnici.⁷⁴ Način promocije ovisi o realizaciji i sposobnosti rada svakog knjižničara. Zbog toga je izrazito bitno da svaki školski knjižničar shvati važnost promocije kao marketinškog alata.

3.3.1. Promocija kao marketinški alat školske knjižnice

Promocija kao marketinški alat predstavlja komunikaciju kroz koju se kontinuirano razmjenjuju informacije i odvija interakcija knjižnice s njezinim korisnicima. Cilj promocije je stvoriti kod korisnika svijest o postojanju knjižničnih proizvoda i usluga te aktivirati interese i sklonosti za njih. S obzirom na to da je nemoguće promovirati sve proizvode i usluge na jednak način, knjižnica treba jasno definirati svoje promotivne ciljeve. Promocijske aktivnosti u knjižnici možemo podijeliti na: oglašavanje, publicitet, odnose s javnošću i osobni kontakt⁷⁵, a svaka knjižnica prema svojoj potrebi treba pronaći najprikladniju aktivnost. Također, treba odlučiti koje će usluge promovirati i na koji način. Ciljevi promocije se razlikuju od knjižnice do knjižnice. Prema potrebama knjižnice, one se mogu orijentirati prema informiranju korisnika, povećanju potražnje za proizvodima i uslugama knjižnice te diferencirati proizvode i usluge.

Prednost promocije kao marketinškog alata u školskoj knjižnici je u tome što školski knjižničar ima slobodu u kreiranju svog rada, a istodobno i u kreiranju promocije knjižnice. Usluge knjižnice moraju se aktivno promicati kako bi ciljane skupine znale za njenu važnu ulogu u obrazovanju⁷⁶, a aktivnosti koje se za tu svrhu provode kreira sam knjižničar. Promocija školske knjižnice ujedno je i društvena odgovornost knjižničara jer na takav način svoj rad prikazuje svim dionicima škole. Za potrebe rada i istraživanja riječ je o unutrašnjim dionicima škole, poput: učenika, roditelja/skrbnika te ostalih zaposlenika. Djelatnost školske knjižnice sastoji se od stvaranja i pružanja usluga, a da bi se ta djelatnost ostvarila autorice Kovačević i Lovrinčević ističu kako je potrebno „poduzeti niz aktivnost iz domene onoga što

⁷⁴ Ibid, str. 32-35.

⁷⁵ Usp. Lukačević, Srđan; Pađen Farkaš, Dubravka. Oblikovanje pisanih promotivnih materijala Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. URL: https://www.gskos.unios.hr/wp-content/uploads/2017/01/225_Lukacevic_Paden-Farkas_2013_2.pdf (18. 8. 2018.).

⁷⁶Usp. IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016. Str. 58.

se smatra marketingom, menadžmentom i menadžerstvom.“⁷⁷ Knjižničar tako na valjan način razvija strategije promocije na kojima kasnije usmjerava komunikaciju s ciljanom skupinom.

Promotivne aktivnosti ovise o programima koje školski knjižničar želi prikazati svojoj ciljanom skupini. Upotrebom raznovrsnih alata za oglašavanje, knjižnica promovira svoj rad,⁷⁸ putem *online* i *offline* alata. Veliku ulogu u promociji školske knjižnice uvijek može odigrati Internet. Suvremeni *online* marketing koji uključuje alate, *web* stranice, wikijs, blogove, *Facebook*, *Twitter*, *chat*, e-poštu ili tekstualne poruke za ostvarivanje komunikacije. *Online* marketing Pavičić, Afirević i Aleksić definiraju kao „komunikacijske kanale koji omogućuju komunikaciju s korisnicima i drugim zainteresiranim javnostima, a nastali su uslijed razvoja informacijske i komunikacijske tehnologije.“⁷⁹ Kreiranjem adrese e-pošte knjižnice, knjižničar ostvaruje aktivnu komunikaciju sa svim dionicima svog radnog sustava. Promocijom knjižnice putem *mrežne* stranice škole knjižničar iznosi različite informacije o programima koji se odvijaju u knjižnici poput gostovanja književnika, nabavke nove građe, radnog vremena, aktualnih, najčitanijih knjiga i dr.

Raznim i redovitim informacijama utječe se na određene članove. Prikazom najčitanijih knjiga potiče se učenike na dolazak u knjižnicu i čitanje. Informiranjem o raznim izložbama potiče se dolazak neaktivnih članova u knjižnicu. Organizacijom izložbi dječjih radova potiče se dolazak roditelja/skrbnika u knjižnicu. Veliku ulogu u promociji školske knjižnice ima i aktivnost - otvorena vrata knjižnice. Kroz tu aktivnost članovima se šalje poruka da su uvijek dobrodošli u nju. Na taj se način ostvaruje komunikacija licem u lice, a koriste se tzv. *offline* alati poput izrade raznih plakata, panoa, letaka...

Objavom istih na *mrežnoj* stranici knjižnice potiče se dolazak neaktivnih članova u prostor knjižnice. Promocija školske knjižnice djeluje kao zatvoreni krug. Ako korisnik izradi plakat o omiljenoj knjizi, a knjižničar to objavi na *mrežnoj* stranici knjižnice, tako informira virtualnog posjetitelja. Objavom plakata i postavljanje u prikladan prostor unutar škole plakat služi kao informacija za stvarnog korisnika. Ovakve aktivnosti informiraju i aktiviraju korisnike knjižnice. Tako se krug zatvara, a knjižničar od neaktivnih članova stvara aktivne. Zbog toga je bitno da svaka školska knjižnica u određenom školskom prostoru ima svoj kutak/prostor na kojemu može obilježiti sve aktivnosti proizašle iz prostora školske knjižnice. Taj prostor treba imati vidljiva obilježja školske knjižnice. Na takav način posjetitelj povezuje

⁷⁷Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Školski knjižničar. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 42.

⁷⁸ Usp. Puška, Adis. Alati za izvođenje marketing aktivnosti putem socijalnih mreža. Praktični menadžment, Vol. III, br. 4. Str. 78.

⁷⁹ Pavičić, Jurica...[etal.]. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia, 2006. Str. 242.

vizualni identitet prostora sa školskom knjižnicom. Knjižničar može koristiti uvijek iste boje, logotip i sl. te na takav način stvara vizualnu informaciju o školskoj knjižnici. Prema navedenim primjerima knjižničar uspostavlja komunikaciju s virtualnim i stvarnim korisnikom. Autori Cole, Kerry [et al.] navode da *Mrežna* stranica knjižnice također može služiti za prikupljanje korisnih informacija. Kroz razne kratke ankete knjižničar može saznati što korisnici žele raditi u knjižnici, ali i po broju posjeta može pratiti koliko je korisnicima zanimljiva/nezanimljiva *mrežna* stranica knjižnice. Knjižnica ne mora koristiti sve navedene alate, ali treba odabrati nekolicinu putem kojih može najbolje prenijeti poruku svojim korisnicima.⁸⁰ Za promociju školske knjižnice bitan je i prostor knjižnice koji mora biti adekvatno uređen i odgovarati propisanim normama. S obzirom na to da je jedan od problema školskih knjižnica financiranje, knjižničar kao marketinški stručnjak svojim sposobnostima može dovesti do funkcionalnog uređenja knjižničkog prostora. Prema *Standardu za školske knjižnice* prostor školske knjižnice trebao bi biti središnji, pristupačni prostor školske zgrade, zaštićen od vlage, buke, visokih temperatura, insolacije, požara, poplava i otuđivanja, te bi trebao biti prostor sa sjeverne ili sjeveroistočne strane.⁸¹ U knjižnici moraju biti osigurani odvojeni prostori za kataloge i računala. Adekvatan prostor za pojedinačni rad korisnika, ali i za rad u skupini. Smještaj građe u slobodnom pristupu, jedinice za rad na računalu, stručni rad osoblja i izložbe, također moraju biti u odvojenom prostoru prikladne površine.⁸² Korisnicima boravak u knjižnici treba biti udoban, namještaj mora biti jednostavnog oblika i funkcionalan s mogućnošću nadogradnje. *Standard za školske knjižnice*, između ostalog, ističe kako treba voditi računa o skladu boja i oblika.⁸³ Uređenje knjižničkog prostora zahtjevan je posao jer treba voditi računa i o tome da on bude funkcionalan korisnicima i u budućnosti.

Primjerenim uređenjem interijera privlače se korisnici, a duljina njihovog boravka u knjižnici ovisi o razini zadovoljstva uzrokovanog ispunjavanjem njihovih potreba. Ako je prostor korisniku ugodan oku i funkcionalan, on će u njemu boraviti većinu svoga slobodnog vremena. Uređenje knjižničkog prostora, organizacija prostora, odabir boja leži na odgovornosti samog knjižničara. Knjižničar treba imati potporu škole kao glavnog financijskog pokrovitelja da bi zadovoljio propisane norme iz *Standarda za školske knjižnice*. Prostorom knjižničar ostvaruje komunikaciju sa svojim korisnicima. Prema Aniću,

⁸⁰Usp. Cole, Kerry...[et al.]. Marketing the Library in a Digital World. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03615261003625729?needAccess=true> (22.4.2018.)

⁸¹Usp: Standard za školske knjižnice URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html (16.4.2018.).

⁸²Usp. Ibid.

⁸³ Usp. Ibid.

komunikacija je davanje i primanje informacija,⁸⁴ a svaki oblik komunikacije je razmjena informacija preko dogovorenog sistema znakova. Knjižničar svoju stručnost mora primijeniti i pri rješavanju komunikacijskog dizajna⁸⁵ knjižnice pazeći da točno i jasno prenese određenu poruku bojom i slikom. On je odgovoran i za to da tehnička oprema bude funkcionalna, redovito servisirana i održavana, ali i suvremena jer samo takva može pratiti nove potrebe korisnika. Uspješno organiziran knjižnični prostor podrazumijeva zadovoljavanje korisničkih potreba, a time i pozitivne promotivne aktivnosti same knjižnice. Reklamiranje je jedna od glavnih okosnica komunikacijskog dizajna koje bi se trebalo provoditi na adekvatan način. Organizacija svake izložbe u prostoru knjižnice promovira ne samo rad knjižnice, već i njezin prostor.

Danas veliku ulogu u promociji školske knjižnice ima njezin virtualni i vizualni sadržaj, a knjižničar kao promotor knjižničnih usluga mora izaći među korisnike i promicati vrijednost školske knjižnice. Osim toga što su za promociju školske knjižnice bitne aktivnosti koje se provode, drugi vrlo važan i neizostavan element za uspješnu promociju je školski knjižničar.

3.3.2. Djelovanje školskog knjižničara u području marketinga i promocije

Nositelj djelatnosti školske knjižnice je školski knjižničar od kojeg se očekuje profesionalni pristup u komunikaciji i radu.⁸⁶ Školski knjižničar je osoba koja radi u školskoj knjižnici te svojim radom pospješuje njezino poslovanje. Od njega se očekuje sposobnost razumijevanja korisničkih potreba, izvrsno poznavanje informacijskih vještina, znanje o svrhovitosti te sposobnost za kvalitetno prenošenje informacija, kao i za razvoj motiviranosti kod svojih korisnika.⁸⁷ Zbog toga se za školskog knjižničara može reći da je to osoba koja je knjižničar, pedagog, ali i poznavatelj marketinških vještina. Kao knjižničar obavlja stručno-knjižničnu djelatnost, kao pedagog odgojno-obrazovnu djelatnost, a kao poznavatelj marketinških vještina na kvalitetan način promiče i unapređuje rad školske knjižnice.

⁸⁴ Usp. Anić, Vladimir. Veliki rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: NoviLiber, 2006. Str. 599.

⁸⁵ Dizajn je primijenjena umjetnička disciplina koja se bavi organizacijom likovnih elemenata (linija, oblika, boja i sl.). Usp: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Dizajn> i Anić, V. Veliki rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: NoviLiber, 2006. Str. 225-226.

⁸⁶ Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str. 19.

⁸⁷ Usp. Zovko, Mira. Stručni suradnik knjižničar kao pokretač strateškog razvoja školske knjižnice. / XXVIII. Proljetna škola školskih knjižnica / uredila Biserka Šušnjić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 13.

Kovačević i Lovrinčević ističu kako školski knjižničar danas mora znati da se njegova profesija mijenja, te da je zbog toga stalno mora obnavljati i usavršavati.⁸⁸ Zbog toga je bitno da školski knjižničar u svome radu koristi marketing. Knjižničar kao marketinški stručnjak djeluje među svojim korisnicima, a takav rad nadopunjuje njegove pedagoške kompetencije. Da bi marketinško djelovanje bilo uspješno, knjižničar mora razumjeti potrebe korisnika. Potrebe su raznolike s obzirom na različite dobi korisnika. Prilagoditi se korisnicima, biti im zanimljiv, znati ih razumjeti, može samo knjižničar koji je istodobno vrsni pedagog i vrsni menadžer.

Sve aktivnosti knjižničar planira kroz *godišnji plan i program rada* u kojem se ogledaju njegove sposobnosti u planiranju, organizaciji, upravljanju, praćenju, unapređenju i naposljetku realizaciji rada. Što je program školske knjižnice kvalitetniji, to će biti uspješnija promocija same knjižnice. Školski se knjižničar na jednak način mora posvetiti svim članovima. *Nastavni plani i program za osnovnu školu* iznosi kako se „timskim radom školskoga knjižničara i učitelja omogućuje međupredmetno povezivanje sličnih ili zajedničkih nastavnih sadržaja.“⁸⁹ U njihovom suodnosu moraju se preispitati međusobne potrebe te pronaći načini kako na najkvalitetniji način odgovoriti na te potrebe. Dokument nadalje ističe kako se program rada svake školske knjižnice razlikuje u zadaćama i ciljevima. Međutim, program rada svake školske knjižnice orijentiran je prema svojim korisnicima. Kroz različite zadaće i ciljeve školski knjižničar treba zadovoljiti različite potrebe svojih korisnika. Svojim djelovanjem školski knjižničar mora u potpunosti ostvariti rad knjižnice. Zbog toga školski knjižničar uvijek treba biti ljubazan i odgovarati na postavljene zahtjeve. Takvim postupcima obavlja najvažniji dio marketinga, tj. prezentira kvalitetnu uslugu. Znati se posvetiti korisniku od iznimne je važnosti, primjerice da knjižničar korisnika savjetuje za čitanje naslova koji su propisani lektirom ili u slučaju proširivanja koncepta poticanja čitanja i za nove korisnike, npr. roditelje.

U školskim knjižnicama radi jedan školski knjižničar i zbog toga to mora biti vrlo kompetentna osoba. On mora biti istraživač, kreativac, inovator, a napose zanimljiv svojim korisnicima. Zbog toga je on danas menadžer svoje knjižnice. Njegov je rad sveobuhvatan, pa se mora znati prezentirati i reklamirati da bi realizirao krajnji cilj rada.

⁸⁸ Usp. Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. *Školski knjižničar*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012. Str. 165.

⁸⁹ *Nastavni plan i program za osnovnu školu*. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str. 19.

4. Istraživanje: Djelovanje školskog knjižničara OŠ Bol u Splitu u promociji knjižnice među korisnicima

4.1. Uvodno o istraživanju

Školska knjižnica je mjesto gdje se učenik uvodi u svijet knjige i čitanja,⁹⁰ te je sastavni dio škole. Kroz svoj rad orijentirana je na potrebe svojih korisnika. Korisnike školske knjižnice čine: učenici škole, zaposlenici škole, te roditelji/skrbnici učenika. S obzirom na to da je riječ o korisnicima različite dobi, njihove su potrebe raznolike. *Nastavni plan i program* ističe kako je „suvremena školska knjižnica informacijsko, medijsko i komunikacijsko središte škole“,⁹¹ te zbog toga u prostoru škole postaje izvor informacijske pismenosti. Djelatnosti školske knjižnice na kvalitetan način trebaju promovirati knjižnične aktivnosti. Nositelj rada i promocije školske knjižnice je školski knjižničar.

U sljedećim poglavljima bit će prikazano istraživanje provedeno u Osnovnoj školi Bol u Splitu. Predmet ovoga istraživanja je ustvrditi stupanj zadovoljstva korisnika promotivnim aktivnostima školske knjižnice. Dosadašnja istraživanja većinom su bila usmjerena na marketinška istraživanja usmjerena na osnovnu školu kao cjelinu i narodne knjižnice. Ovo je istraživanje usmjereno prema jednom elementu marketinga, i to promociji, a naglasak je stavljen na ispitivanje zadovoljstva korisnika te njihovo mišljenje i stavove o promotivnim aktivnostima.

Na temelju analize rezultata anketnih upitnika i analize dokumenata, istraživanjem će se utvrditi promovira li knjižnica svoje aktivnosti, na koji način ih promovira, te stupanj zadovoljstva korisnika promotivnim aktivnostima. Rezultati istraživanja trebali bi donijeti preporuke za buduće marketinško djelovanje osnovnoškolskog knjižničara u promociji knjižnice.

⁹⁰ Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006. Str. 19.

⁹¹ Ibid.

4.2. Cilj istraživanja i istraživačka pitanja

Cilj istraživanja je utvrditi stupanj zadovoljstva korisnika promotivnim aktivnostima školske knjižnice. U ovom radu postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

1. U kojoj su mjeri korisnici (učenici, djelatnici škole, roditelji/skrbnici) zadovoljni promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica?
2. Zadovoljava li korisnike dosadašnji pristup informacijama u knjižnici?
3. Kakvo je mišljenje djelatnika škole o promotivnim aktivnostima školske knjižnice?
4. Kako učenici percipiraju promotivne aktivnosti školske knjižnice?
5. Kakav je stav punoljetnih korisnika (djelatnici škole, roditelji/skrbnici) o promotivnim aktivnostima školske knjižnice na Internetu?
6. Zadovoljavaju li internetske promotivne aktivnosti školske knjižnice učeničke potrebe?
7. Kako korisnici doživljavaju komunikacijski dizajn knjižnice?
8. Koje su posebnosti marketinške promocije koje provodi školska knjižnica?
9. Koliko su promotivne aktivnosti zastupljene u dokumentima škole?
10. Koji su prijedlozi ispitanika o promotivnim aktivnostima školske knjižnice?

4.3. Metoda, instrument i uzorak istraživanja

U radu je korištena metoda studije slučaja. Mejovšek je ubraja u kvalitativne znanstvene metode jer napominje kako je riječ o metodi u kojoj se opisuju i analiziraju omeđeni sustavi.⁹² Wildemuth ističe kako je studija slučaja „usredotočena na događaje unutar društvenog konteksta.“⁹³ Autorica također napominje i kako je zbog svoje longitudinalnosti prikladna za kronološku analizu neke pojave ili događaja.⁹⁴ Ona također sadrži i pisani izvještaj nastao analizom nekog određenog slučaja i predstavlja znanstveno istraživačku metodu kojom se na jednom primjeru može provesti istraživanje. Za studiju slučaja odabrana je knjižnica koja već šezdeset godina djeluje u sastavu osnovne škole. Kao rezultat istraživanja očekuje se prikaz

⁹² Usp. Mejovšek, Milko. Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima. 2. dopunjeno izdanje. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2013. Str. 160.

⁹³ Wildemuth, Barbara M. Applications of social research methods to questions in information and library science. Westport, Connecticut: Librariesunlimited, 2009. Str. 51. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16062> (20. 4. 2018.).

⁹⁴Usp. Ibid.

mišljenja, stavova i zadovoljstva korisnika koji će pomoći u poboljšanju budućih promotivnih aktivnosti.

U istraživanju je korištena deskriptivna statistika, jer je važno dobiti opis stanja u trenutku istraživanja. Podatci su prikupljeni metodom anketiranja i metodom analize sadržaja. Metodom analize raščlanjuju se složeni dijelovi, pojave i procesi na jednostavnije sudove, točnije rečeno analiza je raščlanjivanje pojmova.⁹⁵ Metodom analize sadržaja analizirani su dokumenti školske knjižnice *godišnji plan i program* i *izvješće o radu školske knjižnice*. U dokumentima je analizirana zastupljenost marketinga u radu školske knjižnice, način promocije knjižnice među korisnicima, provođenje promotivnih knjižničnih aktivnosti, te djelovanje knjižnice u školskom sustavu kao i suradnja knjižnice s drugim dionicima školskog sustava. Drugi instrument istraživanja je anketni upitnik koji su ispitanici popunjavali sami. Izvori podataka tijekom istraživanja potječu iz primarnih izvora. Za potrebe ovoga istraživanja kreirana su dva anketna upitnika. Jedan anketni upitnik namijenjen je učenicima, tj. maloljetnim korisnicima. Anketni upitnik namijenjen učenicima sastoji se od jednog dijela koji sadrži osam pitanja. Pitanja su formulirana kao izražene tvrdnje, a od ispitanika se očekivalo da svoj stupanj zadovoljstva prikažu na brojevnoj skali. (Prilog 1) Anketni upitnik namijenjen punoljetnim korisnicima – roditeljima/skrbnicima i zaposlenicima škole, sastoji se od dvaju dijelova. Prvi dio zahtijevao je odgovore na osam zadanih tvrdnji zaokruživanjem broja na brojevnoj skali. Drugi dio sadrži tri pitanja kojima se od njih traži izražavanje mišljenja. (Prilog 2)

Ispitanici su korisnici knjižnice, tj. njezini članovi, a prema *Pravilniku o radu školske knjižnice*⁹⁶, njih čine „učenici, roditelji i skrbnici učenika, učitelji, stručni suradnici i ostali zaposlenici škole.”⁹⁷ Istraživanje je obuhvatilo kvotni uzorak, što je manji dio osnovnog skupa i zahtijeva manji broj ispitanika.⁹⁸ Osnovnim skupom se smatra skupna jedinica koja ima neke zajedničke osobine potrebne za istraživanje, a postupkom uzrokovanja odbiru se članovi iz osnovnog skupa za uzorak istraživanja.⁹⁹ Za potrebe istraživanja korisnici knjižnice svrstani su u tri podskupine. Prvu podskupinu ispitanika čine učenici škole, drugu roditelji/skrbnici, a treću svi zaposlenici škole (učitelji, stručni suradnici i ostali zaposlenici

⁹⁵ Usp. Milat, Josip. Osnove metodologije istraživanja. Zagreb: Školska knjiga, 2005. Str. 31.

⁹⁶ OŠ Bol. Pravni akti. URL: http://os-bol-st.skole.hr/pravni_akti/statut_i_pravilnici (5.5.2018.)

⁹⁷ Ibid. To su uobičajeni korisnici školske knjižnice koji se navode u *pravilnicima o radu školske knjižnice* jer prate propisani zakonski okvir članka 28. Standard za školske knjižnice NN 34/2000. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html

⁹⁸ Usp. Marušić, Mira; Vranešević, Tihomir. Istraživanje tržišta, Zagreb: Adeco, 2001. Str. 265-266.

⁹⁹ Ibid, str. 266-267.

škole). Svi pripadaju osnovnom skupu, članovi su školske knjižnice. Njihovo je mišljenje izrazito važno za predmet istraživanja, a iz svake podskupine ispitano je 30 ispitanika.

4.4. Rezultati i rasprava

Školska knjižnica je u tekućoj školskoj godini brojala 364 aktivna korisnika, a za potrebe istraživanja ispitano je 90 korisnika. Maloljetni korisnici (učenici) popunjavali su anketni upitnik dostupan u *Prilogu 1*, dok su punoljetni korisnici (zaposlenici škole, roditelji/skrbnici) popunjavali anketni upitnik dostupan u *Prilogu 2*.

4.4.1. Prikaz rezultata ankete

Analizom rezultata anketnog upitnika namijenjenog prvoj podskupini, tj. učenicima (Prilog 1) utvrđeno je kako je veliki broj korisnika relativno zadovoljan promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica, kako bi rado sudjelovali u aktivnostima školske knjižnice kada bi za njih znali te kako su zadovoljni kada sudjeluju u aktivnostima koje provodi školska knjižnica. Primijećeno je veliko odstupanje u odgovorima na pitanja vezanim za *online* medije i promociju knjižnice preko njih, kao i na posljednje pitanje koje se odnosi na osobno sudjelovanje u predstavljanju i zagovaranju aktivnosti školske knjižnice u školi i izvan nje. Također, primijećeno je kako je znatan dio ispitanika još uvijek neodlučan kada je riječ o prepoznavanju aktivnosti školske knjižnice u prostoru škole. S obzirom na to da je riječ o maloljetnim korisnicima, tj. učenicima od trećeg do osmog razreda osnovne škole, treba uzeti u obzir njihovo razumijevanje anketnog upitnika. Pojedincima su se dodatno pojašnjavale zadane tvrdnje. Rezultati su analizirani i prikazani u *Tablici 1*. Uz svaku tvrdnju iz anketnog upitnika prikazan je broj ispitanika koji su ju ocijenili pojedinom ocjenom, kao i postotak broja ispitanika.

Tablica 1. Prikaz rezultata anketnog upitnika za učenike

Tvrdnja	Ocjena	1	2	3	4	5	Prosječna ocjena tvrdnje
1. O školskoj knjižnici uvijek znam sve informacije koje me zanimaju.		2 (6,66%)	0 (0%)	3 (10,00%)	9 (30,00%)	16 (53,34%)	4,5
2. Zadovoljan/-a sam prostorom školske knjižnice.		0 (0%)	0 (0%)	3 (10,00%)	5 (16,67%)	22 (73,33%)	4,6
3. U prostoru škole prepoznajem najave aktivnosti iz školske knjižnice.		0 (0%)	2 (6,66%)	7 (23,33%)	5 (16,67%)	16 (53,34%)	4,1
4. Kada bi moja školska knjižnica imala profil na društvenim mrežama sigurno bih ga pratio/pratila.		3 (10,00%)	3 (10,00%)	6 (20,00%)	8 (26,67%)	10 (33,33%)	3,6
5. Kada bih znao/-la za aktivnosti školske knjižnice sudjelovao/-la bih u njima.		0 (0%)	0 (0%)	1 (3,33%)	6 (20,00%)	23 (76,67%)	4,7
6. Uvjeren/a sam da bi <i>web</i> stranica školske knjižnice bila zanimljiva i poučna kada bi na njoj bilo više obavijesti o događanjima u knjižnici.		1 (3,33%)	1 (3,33%)	8 (26,67%)	3 (10,00%)	17 (56,67%)	3,9
7. Zadovoljan/-a sam kada sudjelujem u aktivnostima koje se za učenike organiziraju u školskoj knjižnici.		1 (3,33%)	2 (6,67%)	1 (3,33%)	5 (16,67%)	21 (70,00%)	4,4
8. Kada bih bio pozvan/-a da predstavljam i zagovaram aktivnosti školske knjižnice u školi i izvan nje, rado bih se uključio/-la u „reklamiranje“ školske knjižnice među učenicima.		3 (10,00%)	0 (0%)	2 (6,66%)	2 (6,66%)	23 (76,68%)	4,4

Analizom rezultata anketnog upitnika namijenjenog drugoj podskupini ispitanika - roditelji/skrbnici, (Prilog 2) utvrđeno je kako je veliki broj korisnika zadovoljan promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica, zadovoljni su i načinom na koji školska knjižnica promovira svoje aktivnosti te upotrebom *online* alata za promociju knjižničnih aktivnosti – *web stranica* knjižnice i *email adresa* knjižnice. Primijećeno je kako je velika

većina ispitanika zadovoljna uključivanjem knjižnice u raznovrsne školske aktivnosti, kao i s pronalaženjem svih potrebnih knjižničnih informacija u prostoru škole. Također, primijećeno je kako je samo polovica ispitanika zadovoljna smještajem i unutarnjim uređenjima školske knjižnice. S obzirom na to da je riječ o korisnicima roditelji/skrbnici treba uzeti u obzir njihov vremenski boravak u školi. Njihov boravak u prostoru školske knjižnice, procjenjuje se, rjeđi je nego u prostoru škole. Posjet se razlikuje od korisnika do korisnika na mjesečnoj razini, od jednog posjeta do desetak posjeta. Rezultati su analizirani i prikazani u *Tablici 2*. Uz svaku tvrdnju iz prvog dijela anketnog upitnika prikazan je broj ispitanika koji su ju ocijenili ocjenom, kao i postotak broja ispitanika.

Tablica 2. Prikaz rezultata prvog dijela anketnog upitnika za roditelje/skrbnike

Tvrdnja	Ocjena	1	2	3	4	5	Prosječna ocjena tvrdnje
1. Školska knjižnica se na valjan način promovira među korisnicima.		0 (0%)	1 (3,33%)	1 (3,33%)	12 (40,00%)	16 (53,34%)	4,4
2. Uvijek sam na vrijeme informiran/-a o dodatnim aktivnostima koje provodi knjižnica.		4 (13,33%)	2 (6,66%)	2 (6,66%)	8 (26,67%)	14 (46,67%)	3,8
3. Zadovoljan/-a sam načinom na koji knjižnica promovira svoje aktivnosti i usluge.		2 (6,66%)	0 (0%)	2 (6,66%)	10 (33,33%)	16 (53,34%)	4,2
4. Internetska stranica knjižnice sadrži sve potrebne informacije koje me zanimaju o događanjima unutar knjižnice.		0 (0%)	2 (6,66%)	4 (13,33%)	6 (20,00%)	18 (60,00%)	4,3
5. Smatram da je <i>e-mail</i> adresa školske knjižnice dobar način informiranja i uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom.		0 (0%)	1 (3,33%)	1 (3,33%)	2 (6,66%)	26 (86,67%)	4,7
6. U prostoru škole pronalazim sve potrebne informacije o događanjima unutar knjižnice (panoi, plakati...)		0 (0%)	0 (0%)	4 (13,33%)	9 (30,00%)	17 (56,67%)	4,4
7. Zadovoljan/-a sam smještajem i unutarnjim uređenjima školske		0 (0%)	3 (10,00%)	4 (13,33%)	8 (26,67%)	15 (50,00%)	4,1

knjižnice.						
8. Zadovoljan/-a sam uključivanjem knjižnice u raznovrsne školske aktivnosti.	0 (0%)	1 (3,33%)	3 (10,00%)	5 (16,67%)	21 (70,00%)	4,5

U drugom dijelu anketnog upitnika roditelji/skrbnici mogli su iznijeti svoje mišljene, ali i savjete za poboljšanje usluga koje pruža školska knjižnica. Bila su im postavljena tri pitanja na koja se tražio iskreni odgovor. Analizom odgovora zaključak je kako su roditelji/skrbnici za sve aktivnosti koje provodi školska knjižnica najviše informirani preko svoje djece (koji su ujedno učenici škole). Utvrđeno je kako je drugi najefikasniji izvor informacije preko *web* stranice škole. Nekolicina ispitanika ističe kako informacije dobivaju od učiteljice, rjeđe na roditeljskim sastancima, a češće putem poruke na *WhatsApp* aplikaciji. Na drugo pitanje, od ispitanika se tražilo da navedu način na koji bi željeli biti informirani o aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici. Utvrđeno je kako bi većina takve informacije željela naći na *web* stranici škole. Drugi najčešći odgovor je putem *e-mail* adrese, dok bi pojedini roditelji informacije željeli dobiti direktno od školskog knjižničara ili putem raznih društvenih mreža na kojima su aktivni. Također, utvrđeno je kako su odgovori na treće pitanje najkorisniji. Pitanje je tražilo mišljenje ispitanika o promotivnim aktivnostima i načinu na koje bi te aktivnosti trebalo poboljšati. Velika većina ispitanika smatra kako bi se prostor knjižnice trebao preseliti s trećeg kata u prizemlje jer bi na takav način knjižnica bila vidljivija i učenicima, i roditeljima. Roditelji ističu kako bi se knjižnica trebala osuvremeniti i modernizirati te da bi se u njezinu prostoru trebale organizirati razne učeničke aktivnosti, izložbe učeničkih radova (likovnih i literarnih), ali i dodatna nastava. U *Tablici 3* prikazana je analiza drugog dijela anketnog upitnika za roditelje/skrbnike. Uz pitanja su navedeni i dobiveni odgovori roditelja/skrbnika.

Tablica 3. Prikaz rezultata drugog dijela anketnog upitnika za roditelje/skrbnike

Pitanje:	Najčešće dobiveni odgovori:
1. Na koji način najefikasnije saznajete za usluge i aktivnosti koje se provode u školskoj knjižnici, bilo za učenike ili za druge korisnike?	- usmenom predajom djeteta, - preko <i>web</i> stranice škole, - na roditeljskim sastancima, - preko obavijesti od učiteljice, - putem Interneta, - putem info panoa na ulazu u školsku zgradu.
2. Na koji biste način željeli biti	- putem internetske stranice škole,

informirani o različitim aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici?	- e-mailom, - usmeno od knjižničarke, - oglasnom pločom u atriju škole, - preko društvenih mreža, - SMS-om, - školske mjesečne novine.
3. Prema Vašem mišljenju koje bi promotivne aktivnosti i na koji način trebalo poboljšati kako bi školska knjižnica bila vidljivija učenicima, nastavnicima i roditeljima?	- modernizirati knjižnicu i prilagoditi je današnjem vremenu, osuvremeniti, - više informirati učenike preko školskih novina, razglasa; učenike više uključiti u rad knjižnice (izložbe učeničkih radova), - uvesti razne radionice u knjižnici, susrete s književnicima, učenici kao autori, - prebaciti knjižnicu u prizemlje jer bi bila vidljivija roditeljima i učenicima, - uvođenjem dodatne nastave s boljim upoznavanjem knjižnice, - tiskati letke s aktivnostima te ih dijeliti učenicima tako da i roditelji mogu biti upoznati s događanjima u knjižnici, - dodatna nastava u knjižnici, tako bi učenici duže boravili u njoj, - druženja uz knjigu i filmskim projekcijama za djecu, - organizirati „Noć uz knjigu“.

Analizom rezultata prvog dijela anketnog upitnika (Prilog 2) treće podskupine ispitanika – zaposlenici škole, utvrđeno je kako većina ispitanika smatra da knjižnica na valjan način promovira svoje aktivnosti te su na vrijeme informirani o njima. Također, utvrđeno je da se većina ispitanika izjasnila kako sve potrebne informacije o događanjima unutar knjižnice pronalazi u prostoru škole, kao i da bi *e-mail* adresa školske knjižnice bila dobar način uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom. Uključivanjem knjižnice u razne školske aktivnosti u potpunosti zadovoljava sve ispitanike. Treća skupina ispitanika relativno je zadovoljna smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice. S obzirom na to da je riječ o korisnicima koji svakodnevno borave u obrazovnom prostoru kojem pripada i školska knjižnica, te da mogu imati i svakodnevnu komunikaciju sa školskim knjižničarom, očekivano je da će njihovi rezultati biti znatno različiti u odnosu na stav drugih ispitanika. Rezultati su analizirani i prikazani u *Tablici 4*. Uz svaku tvrdnju iz prvog dijela anketnog upitnika prikazan je broj ispitanika koji su ju ocijenili ocjenom, kao i postotak broja ispitanika.

Tablica 4. Prikaz rezultata prvog dijela anketnog upitnika za zaposlenike škole

Tvrdnja	Ocjena	1	2	3	4	5	Prosječna ocjena tvrdnje
1. Školska knjižnica se na valjan način promovira među korisnicima.		0 (0%)	0 (0%)	1 (3,33%)	7 (23,33%)	22 (73,33%)	4,7
2. Uvijek sam na vrijeme informiran/-a o dodatnim aktivnostima koje provodi knjižnica.		0 (0%)	1 (3,33%)	1 (3,33%)	3 (10,00%)	25 (83,33%)	4,7
3. Zadovoljan/-a sam načinom na koji knjižnica promovira svoje aktivnosti i usluge.		0 (0%)	0 (0%)	2 (6,66%)	9 (30,00%)	19 (63,33%)	4,5
4. Internetska stranica knjižnice sadrži sve potrebne informacije koje me zanimaju o događanjima unutar knjižnice.		0 (0%)	0 (0%)	1 (3,33%)	5 (16,67%)	24 (80,00%)	4,7
5. Smatram da je <i>e-mail</i> adresa školske knjižnice dobar način informiranja i uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom.		0 (0%)	0 (0%)	1 (3,33%)	6 (20,00%)	23 (76,67%)	4,7
6. U prostoru škole pronalazim sve potrebne informacije o događanjima unutar knjižnice (panoi, plakati...).		0 (0%)	0 (0%)	2 (6,66%)	5 (16,67%)	23 (76,67%)	4,7
7. Zadovoljan/-a sam smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice.		0 (0%)	0 (0%)	9 (30,00%)	11 (36,67%)	10 (33,33%)	4,0
8. Zadovoljan/-a sam uključivanjem knjižnice u raznovrsne školske aktivnosti.		0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (16,67%)	25 (83,33%)	4,8

U drugom dijelu anketnog upitnika zaposlenici škole mogli su iznijeti svoje mišljenje, ali i savjete za poboljšanje usluga koje pruža školska knjižnica. Bila su im postavljena tri pitanja na koja se tražio iskreni odgovor. Analizom odgovora utvrđeno je kako su zaposlenici škole za sve aktivnosti koje provodi školska knjižnica najviše informirani preko izravne komunikacije sa školskim knjižničarom. Utvrđeno je kako je drugi najefikasniji izvor informacije preko *offline* izvora u prostoru škole. Od dobivenih odgovora utvrđeno je kako su još informirani putem *online* izvora kao i putem školskog razglasa. Na drugo pitanje, od ispitanika se tražilo da navedu način na koji bi željeli biti informirani o aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici. Utvrđeno je kako bi većina takve informacije željela dobiti

putem *emaila* i putem oglasne ploče u prostoru škole. Treće pitanje je tražilo mišljenje ispitanika o promotivnim aktivnostima i načinu na koje bi te aktivnosti trebalo poboljšati. Većina ispitanika smatra kako bi se prostor knjižnice trebao modernizirati i preseliti s trećeg kata u prizemlje. U *Tablici 5* prikazana je analiza drugog dijela anketnog upitnika za zaposlenike škole. Uz pitanja su navedeni i dobiveni odgovori.

Tablica 5. Prikaz rezultata drugog dijela anketnog upitnika za zaposlenike škole

Pitanje:	Najčešće dobiveni odgovori:
1. Na koji način najefikasnije saznajete za usluge i aktivnosti koje se provode u školskoj knjižnici, bilo za učenike ili za druge korisnike?	- komunikacijom s knjižničarom, - putem plakata i oglasnih materijala u prostorima škole, - preko <i>web</i> stranice škole i učenika, - <i>e-mailom</i>, - putem školskog razglasa, - SMS-om.
2. Na koji biste način željeli biti informirani o različitim aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici?	- putem <i>e-maila</i>, - oglasnom pločom u atriju škole, - displejom u atriju, - putem plakata.
3. Prema Vašem mišljenju koje bi promotivne aktivnosti i na koji način trebalo poboljšati kako bi školska knjižnica bila vidljivija učenicima, nastavnicima i roditeljima?	- uređenjem i modernizacijom prostora, - preseljenjem prostora u prizemlje škole, - više plakata i radionica, - češćim susretima (književnici, edukativna predavanja), - organiziranjem događanja u školi za cijeli kvart ili Grad, za djecu i stanovnike (bake i djedove učenika), - povremeno održavanje SRZ-a (npr. videoteke, igara, radionica...), istraživačke djelatnosti u knjižnici za provođenje pojedinih projekata, - promocijom kulture čitanja (što čitati i zašto).

Analizom istraživanja prve podskupine korisnika koju su činili učenici, utvrđeno je kako je više od polovice učenika dosadašnji način informiranja ocijenilo ocjenom odličan. Manji dio ispitanika dosadašnji način informiranja ocijenio je trojkom. Ocjenom odličan ocijenili su tvrdnju „*O školskoj knjižnici uvijek znam sve informacije koje me zanimaju*“. Analizom rezultata dobivenih iz druge podskupine ispitanika, koju su činili roditelji/skrbnici, utvrđeno je kako većina ispitanika smatra da se knjižnica promovira na valjan način među korisnicima. Polovica ispitanika ocjenom vrlo dobar ocijenilo je tvrdnje „*Školska knjižnica se*

na valjan način promovira među korisnicima“ i „Uvijek sam na vrijeme informiran/a o dodatnim aktivnostima koje provodi knjižnica“. Navedene tvrdnje ocjenom vrlo dobar ocijenili su i ispitanici treće podskupine. 73% zaposlenika škole smatra da se knjižnica na valjan način promovira među korisnicima. Isto smatra i 54% ispitanika druge podskupine roditelji/skrbnici.

Analiza istraživanja pokazala je da je korištenje *online* alata raznoliko od skupine do skupine. Više od 50% ispitanika prve podskupine koju čine učenici smatra da bi se trebala poboljšati i češće ažurirati *web* stranica školske knjižnice. Tvrdnju „Uvjerena sam da bi *web* stranica školske knjižnice bila zanimljiva i poučna kada bi na njoj bilo više obavijesti o događanjima u knjižnici“, ocijenili su ocjenom vrlo dobar. Svega bi 33% ispitanika zasigurno pratilo profil školske knjižnice na društvenim mrežama. Ocjenom vrlo dobar ocijenili su i tvrdnju „Kada bi moja školska knjižnica imala profil na društvenim mrežama sigurno bih ga pratio“. U drugoj podskupini ispitanika – roditelji/skrbnici, njih čak 60% smatra kako internetska stranica knjižnice sadrži sve potrebne informacije, a ostatak od 40% smatra kako bi trebalo poboljšati internetsku stranicu. Tvrdnju „Internetska stranica knjižnice sadrži sve potrebne informacije koje me zanimaju o događanjima unutar knjižnice“ ocijenili su ocjenom vrlo dobar. 87% ispitanika izjasnilo se kako je *e-mail* adresa dobar način informiranja i uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom. Ocjenom odličan ocijenili su tvrdnju „Smatram da je *email* adresa školske knjižnice dobar način informiranja i uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom“. Treća skupina ispitanika - zaposlenici, navedene je tvrdnje također ocijenila ocjenom odličan. Najveći dio druge podskupine ispitanika - roditelji/skrbnici za sve informacije o aktivnostima u školskoj knjižnici saznaje preko svoje djece (učenika škole), dok je sljedeći najčešći način informiranja putem *web* stranice škole, a slijede ga obavijesti od strane učitelja i info panoa na ulazu u školu. Roditelji/skrbnici najviše bi voljeli biti informirani putem *web* stranice škole, *e-mailom*, obavijestima preko društvenih mreža, oglasnom pločom u atriju škole te mjesečnim školskim novinama. Najveći dio ispitanika treće podskupine – zaposlenici škole, za sve informacije o aktivnostima u školskoj knjižnici saznaje komunikacijom sa školskim knjižničarom, dok je sljedeći najčešći način putem plakata i oglasnih materijala u prostoru škole, a slijede ga informiranje putem *web* stranice škole, *e-mailom*, putem školskog razglasa. Zaposlenici škole bi najviše voljeli biti informirani putem *e-maila*, oglasne ploče, plakata i predočnika¹⁰⁰ u atriju škole.

¹⁰⁰Prema Pravopisu Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje: predočnik>displej URL:
<http://pravopis.hr/rjecnik/>(5.5.2018)

Analiza istraživanja prve podskupine učenici, ustvrdila je kako je čak 73% učenika zadovoljno prostorom školske knjižnice, dok je njih 27% djelomično zadovoljno te smatra kako bi se trebalo proraditi na unutrašnjem uređenju. Tvrdnju „Zadovoljan/a sam prostorom školske knjižnice“ ocijenili su ocjenom odličan. Ocjenom vrlo dobar ocijenili su tvrdnje „Kada bih bio pozvan/a da predstavljam i zagovaram aktivnosti školske knjižnice u školi i izvan nje, rado bih se uključio/ u „reklamiranje“ školske knjižnice među učenicima“ i „Zadovoljan/a sam kada sudjelujem u aktivnostima koje se za učenike organiziraju u školskoj knjižnici“. U drugoj podskupini 50% ispitanika je u potpunosti zadovoljno smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice, dok je ostalih 50% djelomično zadovoljno. Ocjenom vrlo dobar ocijenili su tvrdnje „Zadovoljan/a sam smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice“ i „U prostoru škole pronalazim sve potrebne informacije o događanjima unutar knjižnice“. Na upit što bi trebalo poboljšati kako bi školska knjižnica bila vidljivija svojim korisnicima, najviše ih smatra kako bi se knjižnica trebala osuvremeniti te preseliti u prizemlje školske zgrade. Također su isticali kako je potrebno učenike više uključiti u rad knjižnice, organizirati književne susrete i izložbe učeničkih radova. Svega 33% ispitanika treće podskupine koju čine zaposlenici škole u potpunosti je zadovoljno smještajem i interijerom školske knjižnice. Ocjenom vrlo dobar ocijenili su tvrdnju, „Zadovoljan/a sam smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice“. Knjižnični prostor najviše je podijelio ispitanike druge i treće podskupine. Istraživanje je također pokazalo kako ispitanici druge i treće podskupine nisu zadovoljni ni smještajem knjižnice u školskoj zgradi. Knjižnica se nalazi na zadnjem (trećem) katu, pa je većina ispitanika u drugom dijelu anketnog upitnika navela kako bi je trebalo preseliti u prizemlje jer bi tada bila vidljivija korisnicima.

Provedena analiza pokazala je kako među ispitanicima treće podskupine zaposlenici škole vlada podijeljeno mišljenje, te su još uvijek neodlučni o tome kako bi školska knjižnica trebala izgledati. Prema njihovom mišljenju, na upit što bi trebalo poboljšati kako bi školska knjižnica bila vidljivija svojim korisnicima, na prvo su mjesto stavili uređenje i modernizacija prostora, a slijedi ga preseljenje prostora u prizemlje škole. Također, naveli su još i: više plakata i radionica, češće susrete (književne i edukativne), organiziranje događanja za djecu i stanovnike kvarta, povremeno održavanje SRZ-e, istraživačke djelatnosti u knjižnici i promociju kulture čitanja. Oko 83% ispitanika je zadovoljno uključivanjem knjižnice u raznovrsne školske aktivnosti, dok je oko 17% ispitanika tu tvrdnju ocijenilo ocjenom vrlo dobar.

4.4.2. Prikaz rezultata analize dokumenata

Analiza dokumenta provedena je na dokumentima: *Godišnji plan i program za 2016./2017. godinu*, *Godišnji plan i program za 2017./2018. godinu*, *Izvešće o radu školske knjižnice za 2017. godinu* i *Izvešće o radu školske knjižnice za 2018. godinu*. Analizom dokumenta praćena je zastupljenosti sljedećih sadržaja:

- zastupljenost marketinga u dokumentima o radu školske knjižnice,
- zastupljenost promotivnih aktivnosti u radu školske knjižnice,
- način promocije knjižnice među svojim korisnicima,
- provođenje promotivnih knjižničnih aktivnosti,
- djelovanje knjižnice unutar školskog sustava,
- suradnja knjižnice s drugim dionicima školskog sustava.

Analizom dokumenata *Godišnjeg plana i programa za 2016./2017.*, te za *2017./2018. godinu*, utvrđeno je kako se samo okvirno spominje djelovanje promotivnih aktivnosti knjižnice prema svojim korisnicima. Iako je detaljno iznesen postotak sati planiran za pojedinu aktivnost, detaljne marketinške aktivnosti nisu iznesene. Tako u *Godišnjem planu i programu za 2016./2017. godinu* pronalazimo suradnju knjižnice s učiteljima, stručno razvojnom službom i ravnateljem, ali u opisu rada i djelatnosti ne pronalazimo na koji bi to način knjižnica djelovala da bi promovirala sebe i svoje aktivnosti. Iznesene su samo stavke poput:

1. Suradnja s razrednim učiteljima i učiteljima hrvatskog jezika na utvrđivanju plana obrade obvezne školske lektire i nabave određenog broja knjiga;
2. Suradnja sa svim učiteljima i izrada plana nabave literature i ostalih medija za učitelje i učenike;
3. Suradnja s Knjižničnim odborom i ravnateljem škole u svezi nabave stručne i metodičko-pedagoške literature te naslova obvezne školske lektire;
4. Koordinacija rada na pripremanju literature i ostalih medija potrebnih za izvedbu odgojno-obrazovnih djelatnosti u knjižnici;
5. Suradnja u organiziranju odgojno-obrazovnih djelatnosti u knjižnici;
6. Sudjelovanje u radu Učiteljskog vijeća.

Iz navedenih primjera vidljivo je kako u planu rada knjižnice za određenu školsku godinu nije planirana niti jedna suradnja knjižnice u određenim aktivnostima škole poput priredbe, izložbe, projekta, edukativnog izleta... Dokument predviđa realizaciju jednog školskog sata u svim razrednim odjeljenjima od prvog do osmog razreda, kojem je cilj upoznavanje učenika s knjižnicom. Također, kroz kulturnu i javnu djelatnost planirani su sljedeći poslovi:

1. Pripremanje i postavljanje tematskih izložbi uz važne obljetnice, praznike i blagdane;
2. Svečani program primanja prvaša u školsku knjižnicu;
3. Koordinacija rada na organiziranju književnih večeri i susreta s piscima;
4. Sudjelovanje na svim kulturnim manifestacijama u školi;
5. Suradnja u realizaciji sadržaja predviđenih HNOS-om;
6. Održavanje web stranice knjižnice.

U *Godišnjem planu i programu* je navedeno kako se tijekom 2016./2017. školske godine planira provesti *Program razvijanja čitalačke i informatičke pismenosti*, i to tri sata sa svakim razrednim odjelom. Nadalje u tekstu se iznosi i plan po razredima. Tako se saznaje da se u prvom razredu obrađuje tema *Knjižnica – mjesto poticanja čitalačke i informacijske pismenosti*, dok drugi razred obrađuje dvije teme, *Dječji časopisi* i *Jednostavni književni oblici*. Tijekom trećeg i četvrtog razreda također se obrađuju po dvije teme. U trećem razredu su to: *Put od autora do čitatelja* i *Mjesna (gradska) knjižnica*, a u četvrtom razredu: *Referentna zbirka – priručnici* i *Književno-komunikacijsko-informacijska kultura*. U višim razredima osnovne škole također se obrađuju po dvije teme, za peti razred su to: *Časopisi – izvori novih informacija* te *Organizacija i poslovanje školske knjižnice*. Za šesti razred predviđene su sljedeće teme: *Samostalno pronalaženje informacija* i *Predmetnica –put do informacije*. Kroz sedmi razred obradit će se teme: *Časopis na različitim medijima* i *Online katalogi*, dok će se u završnom razredu osnovne škole obraditi tema *Sustav i uloga pojedinih vrsta knjižnice*.

Analizom *Izvešća o radu školske knjižnice za 2016./2017. godinu* pronađen je podatak da je knjižnica ostvarila 25 sati tinskog rada u nastavi hrvatskog jezika (razredna i predmetna nastava) i da su korisnici knjižnice pročitali ukupno 1885 knjiga. Međutim, nije pronađen podatak o kojim se nastavim satima i razrednim odjelima radi. *Izvešće* iznosi podatak kako je suradnja sa stručnom službom i ravnateljem ostvarena isključivo kroz nabavku naslova obvezne lektire i stručnih naslova. Knjižnica je obilježila i važne datume, tako što je svoj rad realizirala putem objave priloga na web stranici škole i knjižnice. Za uključivanje knjižnice u

aktivnosti škole naveden je podatak da je knjižnica uključena u kulturni i javni rad škole te da sudjeluje u svim kulturnim manifestacijama. Također, ističe kako su likovni i literarni radovi prikazani na panoima u atriju škole i u školskoj knjižnici nastali suradnjom školske knjižnice s razrednim odjelima. Nije pronađen podatak je li se ta suradnja odvijala u prostoru knjižnice.

Prema *Izvyješću o radu školske knjižnice za 2016./2017. godinu* kroz odgojno obrazovnu djelatnost ostvareno je:

- organizirano i sustavno upoznavanje učenika s knjigom,
- razvijanje čitalačke sposobnosti učenika,
- uvođenje suvremenih metoda u razvijanju sposobnosti efikasnog čitanja,
- ispitivanje zanimanja učenika za knjigu,
- pomoć pri izboru knjige i upućivanje u čitanje književnih djela, znanstvene literature i periodike,
- upoznavanje učenika s knjižničnim poslovanjem,
- upućivanje u način i metode rada na istraživačkim zadacima (uporaba leksikona, enciklopedija, rječnika i druge priručno-referalne literature),
- rad s učenicima u dopunskoj i dodatnoj nastavi (timski rad),
- organizacija rada s učenicima u naprednim skupinama i slobodnim aktivnostima (timski rad),
- rad na odgoju i obrazovanju u slobodno vrijeme (timski rad),
- pomaganje učenicima u pripremi i obradi zadane teme ili referata.

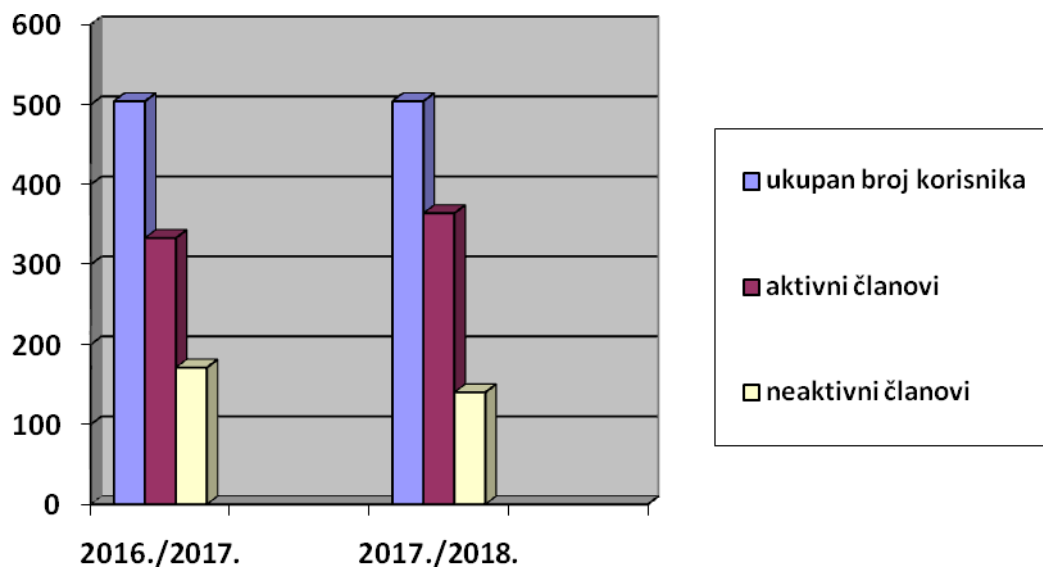
Utvrđeno je kako su u *Izvyješću* samo navedena ostvarenja odgojno-obrazovne djelatnosti, ali bez konkretnih rješenja i aktivnosti. Nije pronađen podatak koje su konkretne promotivne aktivnosti provedene tijekom školske godine da bi se knjižnica promovirala svojim korisnicima kroz odgojno-obrazovnu djelatnosti.

Obvezni *Godišnji plan i program za 2017./2018. školsku godinu*, između prethodno navedenog, iznosi i neke promjene u planu rada. Analizom je utvrđeno da osim što je spomenuto planiranje i provođenje niza projekata s ciljem poticanja učenika na dolazak u knjižnicu, planirana je i provedba projekta *Dani karijera za učenike sedmih i osmih razreda* te organizacija književnih večeri. Tijekom školske godine planiraju se organizirati tri književne večeri: *Domoljubna poezija* (17.11.), *Amorova strelica* (14.2.), *Zbogom školo, dobrodošlo ljeto* (lipanj), kao i božićna priredba. Analizom dokumenta navedeno je i provođenje triju projekata poticanja čitanja: *Bajkoviti sat*, *Volim čitati* i *I ja želim čitati*. U korelaciji je napomenuto da se projekti provode kroz sve razredne odjele i u suradnji sa

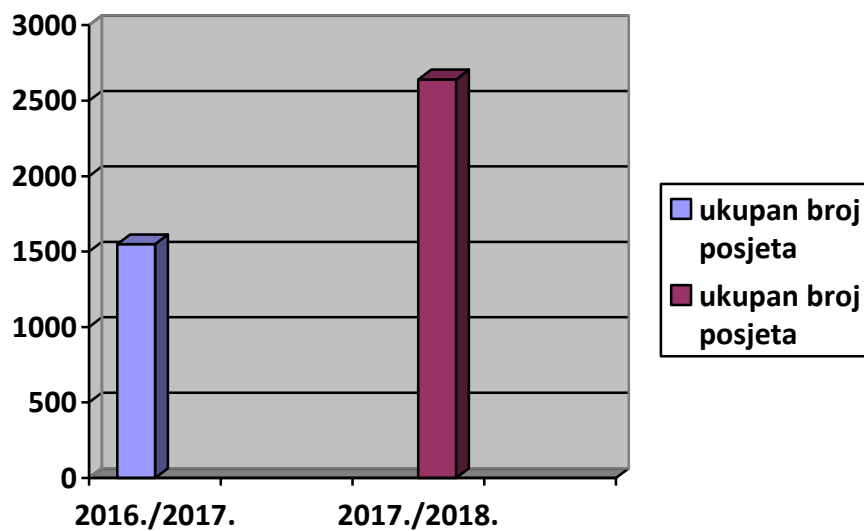
stručnom službom škole, učiteljima i nastavnicima hrvatskog jezika. Također je istaknuto kako se evaluacija rada očekuje kroz literarne i likovne sadržaje namijenjene organizaciji izložbi. U ciljevima odgojno-obrazovnog rada istaknuto je uključivanje svih korisnika u rad i organizaciju knjižnice.

Izvešće o radu školske knjižnice donosi rezultat o ostvarenim ciljevima. Kroz godišnji rad, sudjelovanje u nastavi hrvatskog jezika, sudjelovanje u školskim aktivnostima te kroz različite projekte koji su bili orijentirani prema ciljanoj skupini korisnika, knjižnica je ostvarila suradnju sa svim dionicima škole (stručnom službom, nastavnicima, učenicima...). Također, *Izvešće* navodi kako je kroz suradnju knjižnice i drugih izvannastavnih aktivnosti poput literarnih grupa, KUD-a, folklorne skupine i dramske grupe, ostvarena direktna komunikacija školskog knjižničara i roditelja/skrbnika. Školski knjižničar je inzistirao na pripremi učenika za nastup u školskoj knjižnici, a s obzirom na to da su roditelji uvijek bili uz svoju djecu, ostvaren je njihov dolazak u knjižnicu i upoznavanje s knjižnicom. Pregledom interijera pronalazili su likovne radove svoje djece, detaljnije se upoznali s projektima o kojima su samo površno znali. Iako je u *Godišnjem planu i programu za 2017./2018. godinu* (kao i godinu ranije) iznesen podatak koje će se nastavne jedinice obrađivati za pojedine razrede, u *Izvešću* nije iznesen podatak što je od nastavnih sati ostvareno. Utvrđen je samo podatak da se održalo 35 nastavnih sati u korelaciji s nastavom, ali bez podataka o nazivima nastavne jedinice i razrednim odjelima. Analizom *Izvešća* utvrđeno je kako se suradnja na nivou kulturne i javne djelatnosti, između ostalog, odvijala kroz posjete učenika Gradske knjižnici Marko Marulić. Te posjete organizirala je školska knjižnica.

Statistička usporedba *MetelWin* programa o radu knjižnice tijekom dviju školskih godina (2016./2017. i 2017./2018.) pokazala je pozitivne promjene. U školskoj godini 2016./2017. od 504 člana njih 333 je bilo aktivno, a knjižnica je brojila 1549 posjeta. Školska godina 2017./2018. također je imala 504 člana, ali se broj aktivnih članova popeo na 364, dok je ukupan broj posjeta bio 2641 što je oko 80% više nego prethodne godine. *Grafikon I* prikazuje brojčanu aktivnost korisnika tijekom školske godine 2016./2017. Prema navedenom grafikonu, bilo je aktivno 66,07% korisnika, dok je za školsku godinu 2017./2018. ta vrijednost porasla na 72,22%. U grafikonu se također vidi kako je broj neaktivnih korisnika smanjen u 2017./2018. godini. *Grafikon II* prikazuje broj ukupnih posjeta školskoj knjižnici tijekom dviju školskih godina.



Grafikon 1. Prikaz aktivnih članova u dvije školske godine



Grafikon 2. Prikaz ukupnih posjeta knjižnicu tijekom dviju školskih godina

4.5. Rasprava o rezultatima

Istraživanje se zasnivalo na analizi anketnih upitnika i analizi dokumenata školske knjižnice. S obzirom na to da su ispitanici bili podijeljeni u tri podskupine, rezultati svake podskupine su analizirani zasebno. Očekivani cilj istraživanja bio je saznati koliki je stupanj zadovoljstva korisnika promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica, kao i način na koji su korisnici informirani o aktivnostima školske knjižnice. Svrha istraživanja je orijentirana prema poboljšanju usluga i aktivnosti koje pruža školska knjižnica. Budući da je osnovna strategija promocije komunikacija, u ovom slučaju to je komunikacija školske knjižnice i korisnika sa svrhom razmjene informacije o aktivnostima iz školske knjižnice. Zbog toga je i jasno postavljen cilj promocije koji je za ovo istraživanje bio orijentiran prema informiranju korisnika.

Očekivani rezultati kod prve podskupine ispitanika (učenici) o načinu informiranja ukazuju na podatak kako je riječ o maloljetnim korisnicima. Treba uzeti u obzir njihovu dob i razmišljanje. Zbog toga im je stupanj slaganja uz većinu tvrdnji ocijenjen ocjenom odličan. To su korisnici koji najviše vremena provode u školskoj knjižnici pa bi za dobivanje njihovih mišljenja bila prikladna metoda intervjua. Njome bi se točnije saznalo što zadovoljava ili ne zadovoljava njihove korisničke potrebe i zašto.

Druga podskupina ispitanika – roditelji/skrbnici, donijela je najzanimljivije rezultate, jer je riječ o podskupini koja u najvećem omjeru ima aktivne i neaktivne članove. Članove koji su informirani i koji nisu informirani o knjižničnim aktivnostima. Ova podskupina vremenski najmanje boravi u prostoru škole i knjižnice. Roditelji/skrbnici boravak u školi, vrlo često, shvaćaju kao *usputni* boravak. Takav boravak odnosi se na dolazak po dijete ili dolazak na redovna mjesečna primanja. Tijekom svog boravka informiraju se o školskim događanjima putem *info* plakata. Također, ispitanici su bili i roditelji/skrbnici koji se aktivno informiraju o svim školskim događanjima, pa tako i knjižničnim. Roditelji čija djeca redovito dolaze u knjižnicu ili sudjeluju u izvannastavnim aktivnostima koje se izvode u korelaciji s knjižnicom. Oni poznaju školskog knjižničara i knjižnični rad. Pretpostavka je da je upravo zbog toga *mrežna* stranica kao način informiranja bio vrlo čest odgovor u drugom dijelu anketnog upitnika. Većina roditelja/skrbnika je na pitanje: „*Na koji način najefikasnije saznajete za usluge i aktivnosti koje se provode u školskoj knjižnici*“ odgovarala: putem *mrežne* stranice škole. Drugi najčešći odgovor na pitanje „*Na koji biste način željeli biti*

informiran o različitim aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici“ je – *mrežna stranica škole*. Može se zaključiti kako dio roditelja/skrbnika redovito prati *web* stranicu škole i knjižnice, te je upoznat sa svim knjižničnim aktivnostima. Također, upoznat je i s činjenicom da knjižnica koristi *e-mail* adresu čime ostvaruje bolju i uspješniju komunikaciju s korisnicima. Drugi dio ispitanika iz podskupine roditelji/skrbnici nema ostvarenu komunikaciju sa školskim knjižničarom, te se ujedno i ne informira putem Interneta o školskim i knjižničnim događanjima. Iz toga proizlazi zaključak kako većina roditelja ne zna da se na *web* stranici škole nalazi *poveznica* za školsku knjižnicu gdje se redovito ažuriraju podatci vezani za aktivnosti i rad školske knjižnice, kao i da knjižnica koristi *online* katalog i *e-mail* adresu školske knjižnice.

Iako je svrha istraživanja usmjerena na razvoj komunikacije knjižnice s korisnicima, na temelju dobivenih rezultata vidljivo je kako je prvo potrebno razviti komunikaciju u odnosu roditelj/skrbnik i dijete, te roditelj/skrbnik i učitelj, da bi školska knjižnica imala uspješnu komunikaciju s ovom skupinom ispitanika. Takav zaključak proizlazi i iz drugih pitanja anketnog upitnika jer je vidljivo suprotno stajalište ispitanika o zadovoljstvu radom školske knjižnice, knjižničnom prostoru, promotivnim aktivnostima itd.

Treća skupina ispitanika – zaposlenici škole donijela je očekivane rezultate. Riječ je o skupini koja svakodnevno boravi u prostoru škole i to na duže vremensko razdoblje zbog toga je ova skupina ispitanika u mogućnosti ostvarivanja svakodnevne komunikacije sa školskim knjižničarom. Pogodnosti koje ostvaruje ova skupina ispitanika vidljivi su i u rezultatima. Na temelju dobivenih rezultata vidljivo je kako ova skupina ispitanika ima jako dobru uspostavljenu komunikaciju sa školskim knjižničarom. Također, uvijek je na vrijeme informirana o svim knjižničnim događanjima. Rezultat toga je i što veliki dio ispitanika redovito surađuje s knjižnicom pri ostvarivanju korelacije u nastavi i izvannastavnim aktivnostima. Tvrdnja koja je podijelila ovu skupinu ispitanika bila je o zadovoljstvu unutarnjim uređenjem i smještajem školske knjižnice. S obzirom na to da knjižnica svojim smještajem na zadnjem katu škole ne zadovoljava propisane standarde, rezultati su bili očekivani. Ispitanici koji svoje radno vrijeme provode na katu gdje je knjižnica, prema rezultatima istraživanja zadovoljni su takvim smještajem. Veći dio ispitanika nije zadovoljan smještajem i unutarnjim uređenjem knjižnice. Može se zaključiti da ti ispitanici svoje radno vrijeme provode u drugim dijelovima škole, te im je odlazak u knjižnicu predaalek. Pretpostavka je da je zbog toga ova skupina ispitanika na zadnje pitanje drugog dijela

anketnog upitnika najviše isticala važnost za preseljenjem prostora u prizemlje škole kao i za uređenjem i modernizacijom prostora.

U prvom dijelu rada, istaknuto je kako suvremeni *online* marketing uključuje alate *web* stranice, wikijs, blogove, *Facebook*, *Twitter*, *chat*, e-poštu ili tekstualne poruke. Na temelju dobivenih rezultata možemo pretpostaviti kako dio ispitanika ne koristi *online* alate. Riječ je o učenicima - korisnicima školske knjižnice. Iako je preporuka da knjižnica ima profil na nekoj od društvenih mreža, mali dio ispitanika se izjasnio da bi pratio profil knjižnice na društvenim mrežama. Malo više od polovice ispitanika neodlučno je o važnosti postojanja profila školske knjižnice na društvenim mrežama, dok se svega 10% ispitanika izjasnilo kako ne bi pratilo profil knjižnice na društvenim mrežama. Na temelju dobivenih rezultata, možemo pretpostaviti da je to zbog dobne granice ispitanika. Rezultati su pokazali kako društvene mreže i *online* alate isključivo koriste punoljetni ispitanici, te kako ih smatraju najboljim načinom informiranja. Iako se očekivalo da će učenici suvremene škole koristiti *online* alate, rezultati su pokazali kako su oni još uvijek nedovoljno korišteni od mlađih učenika.

Na temelju dobivenih rezultata, pokazalo se kako se korištenje *online* i *offline* alata razlikuje kod svake skupine ispitanika. Istraživanje je pokazalo kako sve tri skupine teže razvoju komunikacije sa školskom knjižnicom putem *offline* alata.

Što se tiče razine stupnja zadovoljstva prostorom školske knjižnice, analizom rezultata zaključno je kako je dio korisnika roditelja/skrbnika koji je u potpunosti zadovoljan, zasigurno i ranijih godina dolazio u prostor školske knjižnice (što proizlazi i iz razgovora s njima). Roditelji/skrbnici koji smatraju da su nužne promjene u prostornom uređenju tek odnedavno dolaze u prostor školske knjižnice. Početkom prošle školske godine došlo je do promjene u interijeru školske knjižnice. Reorganizacijom prostora, knjižnica je dobila radni dio koji učenicima omogućuje grupni rad, timski rad, ali i općenito rad u knjižnici. Broj učenika - korisnika školske knjižnice je tijekom protekle školske godine porastao. Utvrđeno je da nisu dolazili u knjižnicu samo po nove lektirne naslove, već i da su ondje provodili svoje slobodno vrijeme u čitanju, radu, pisanju i stvaranju. Također je kupljen i novi *SmartTV* koji učenicima omogućuje kvalitetnije gledanje multimedijalnih sadržaja. U prostoru knjižnice osigurano je i jedno stolno računalo za potrebe korisnika knjižnice.

Za potrebe istraživanja, analizirani su dokumenti školske knjižnice, *Godišnji plan i program* i *Izvešće o radu školske knjižnice*. Analiza je provedena na dokumentima iz školske godine 2016./2017. i 2017./2018. Usporedbom dokumenata dviju školskih godina zaključno

je kako je potrebno provoditi više aktivnosti kroz različite projekte i suradnju s voditeljima izvannastavnih školskih aktivnosti. Na takav se način ostvaruje izravna komunikacija s korisnicima knjižnice. Nakon analize dokumenata jasnije je zašto su raznoliki rezultati anketnog ispitivanja. Na temelju rezultata dobivenih od ispitanika, vidljivo je kako je neophodna suradnja i planiranje rada knjižnice u korelaciji s učiteljima, nastavnicima i stručnim suradnicima škole. Analizom dokumenta utvrđeno je kako je takva suradnja samo navedena u *Godišnjem planu i programu za 2016./2017. godinu*, dok su u *Godišnjem planu i programu za 2017./2018. godinu* pronađene aktivnosti kroz koje bi se takva suradnja ostvarivala. Iz navedenog je utvrđeno kako s ravnateljem i stručnom službom nije dovoljno surađivati samo za nabavku nove stručne građe, već da je potrebno razviti projekte na razini škole kroz koje bi do izražaja dolazio rad školske knjižnice. Na temelju analize dokumenta za 2016./2017. godinu, utvrđeno je kako su u njima iznesene zadaće i djelatnosti propisane zakonskim okvirima, ali nisu opisane aktivnosti koje bi dovele do ostvarivanja propisanih zakonskih normi. Temeljem analize zaključno je kako *Izvešće za 2016./2017.* prikazuje okvirne realizacije odgojno-obrazovne djelatnosti bez detaljnih opisa. Iznesen je podatak o ostvarenju 25 nastavnih sati. Takav podatak pronađen je i u *Izvešću za 2017./2018. godinu*, gdje stoji da je ostvareno 35 nastavnih sati. *Izvešće* kao dokument koji donosi analizu godišnjeg rada školske knjižnice, trebao bi donijeti i potpuni izvještaj o ostvarenosti odgojno-obrazovne djelatnosti. Osim navedenih i detaljno opisanih aktivnosti kroz koje se ostvario godišnji rad školske knjižnice, potrebno je navesti i nazive nastavnih sati i razrednih odjela u kojima je održan nastavni sat. Za svaki sat je potrebno napraviti pripremu koju bi bilo dobro priložiti završnom *izvešću*.

Analizom dokumenta primijećen je isti nedostatak u razradi i drugih knjižničnih djelatnosti. Tako je za kulturnu i javnu djelatnost u *izvešćima* navedeno samo suradnja s Gradskom knjižnicom i kulturnim ustanovama. Osim podatka iz *Izvešća za 2017./2018. godinu* u kojem je naznačeno da je školska knjižnica organizirala i provela upis prvaša u Gradsku knjižnicu Marko Marulić, nije zapisana niti jedna druga aktivnost kojom se ostvarila ova djelatnost. Godišnje *izvešće* bi trebalo detaljnije navesti i opisati suradnju školske knjižnice s kulturnim i javnim ustanovama.

Također, analiza je ukazala kako je u *izvešćima* najbolje prikazana stručna knjižnična djelatnost. Oba *izvešća* donose podatak o nabavci nove građe, financijskom stanju knjižnice, te stručnom usavršavanju knjižničara. Svaka od navedenih aktivnosti ima dokaz o provedbi u *izvešću*.

Dokumenti su uspoređeni sa statističkim pokazateljima iz *MetelWin* programa. Iz njih je vidljivo kako su manje preinake u dokumentima za 2017./2018. godinu donijele poboljšanje u knjižničnom radu. Utvrđen je veći broj ukupnih posjeta kao i veći broj aktivnih korisnika.

Potrebno je naglasiti potrebu za dodatnom promocijom kod pojedinih skupina korisnika, i to na različite načine, a najzahtjevnija skupina zasigurno su roditelji/skrbnici. Ponajprije jer ne znaju da su korisnici knjižnice, a zatim jer su skupina koja najmanje boravi u školskim prostorima pa imaju i najmanje doticaja sa školskom knjižnicom. Najinformiranija skupina korisnika neupitno su zaposlenici škole, a razlog tome leži u činjenici kako je njima lagano ostvariti komunikaciju sa školskim knjižničarom.

4.6. Zaključna razmatranja

Ovo istraživanje je pokazalo kako se promotivne aktivnosti najbolje provode putem kvalitetnog razvijenog komunikacijskog kanala. Analizirajući rezultate treće podskupine (zaposlenici škole), vidljivo je kako je ta skupina korisnika najinformiranija o knjižničnim događanjima i knjižničnom radu. Ta skupina korisnika u mogućnosti je svakodnevno i neposredno razvijati komunikaciju s knjižničarom. Takvi rezultati posljedica su njihova svakodnevnog boravka u obrazovnoj ustanovi kojoj pripada i knjižnica. Knjižnicu vrlo često posjećuju usput te na taj način ostvaruju korisničku aktivnost. Druga podskupina ispitanika, koja svakodnevno boravi u ustanovi kojoj pripada knjižnica, su učenici. Ti su ispitanici tijekom istraživanja isticali svoje oduševljenje promjenama koje su se dogodile u knjižnici, ali nisu sagledavali širu sliku i mogućnost poboljšanja promjena. Školska knjižnica svoj rad najviše orijentira prema ovoj skupini korisnika, te osluškivanjem njihovih želja na kvalitetan način unaprijeđuje svoj rad. Najzahtjevnija podskupina zasigurno su roditelji/skrbnici, prvenstveno jer su korisnici koji vremenski najmanje borave u prostoru škole. Velika većina te podskupine uopće nije znala da su prema *Pravilniku* i oni korisnici knjižnice. Komunikaciju s knjižnicom ostvaruju preko svoje djece, učitelja/nastavnika, a u najrjeđim slučajevima izravno sa školskim knjižničarom. Usporedbom tih rezultata i analizom *godišnjeg plana i programa* primijećeno je kako je jedan od primarnih marketinških problema školske knjižnice upravo nedovoljno razvijeni marketing u *godišnjem planu i programu*. *Godišnji plan i program* mora imati navedene sve zakonske okvire i poželjno je da knjižnica provodi aktivnosti putem kojih će pridobivati nove korisnike,

bilo da je riječ o učenicima ili roditeljima/skrbnicima. Kvalitetno odrađen marketing leži u provođenju aktivnosti koje će na kraju školske godine knjižnici donijeti povećanje broja aktivnih korisnika kao i sveukupan broj posjeta. Time će statistički pokazatelji na godišnjoj razini ukazati na poboljšani rad knjižnice. Osim toga, knjižničar će dobiti i kvalitetnu sliku svog rada te vidjeti razvija li svoj rad u dobrom smjeru. Godišnje *izvješće* o radu knjižnice potvrdit će ili opovrgnuti kvalitetnu realizaciju pojedinih aktivnosti, a na temelju *izvješća* knjižničar će bolje i kvalitetnije stvarati okvire za iduću školsku godinu. Kvalitetan rad knjižnice izlazi iz okvira same škole zbog toga što školski knjižničar odgovara svojoj matičnoj službi kojoj mora prikazati godišnje pokazatelje uspješnosti rada.

Posao školskog knjižničara je i provođenje društveno odgovornog marketinga, čija osnova leži u stupnju zadovoljstva korisnika promotivnim aktivnosti. Autorice Čelić-Tica i Zovko ističu kako je „školski knjižničar nositelj djelatnosti školske knjižnice od kojeg se očekuje: profesionalni pristup u komunikaciji i radu, sposobnost razumijevanja korisničkih potreba te informacijske vještine i znanje o svrhovitosti kvalitetne uporabe informacija.“¹⁰¹ Da bi ostvario takav uspješan rad, potrebno je da uoči propuste u vlastitom radu s ciljem poboljšavanja i razvijanja kvalitete knjižnične djelatnosti. Naposljetku, krajnji je cilj rada školskog knjižničara organizirati kvalitetan rad školske knjižnice preko kojeg će na najkvalitetniji način odgovarati svim dionicima radnog sustava od korisnika do osnivača i matične službe.

Mrežne stranice je potrebno redovito unapređivati jer je jedna od njezinih glavnih zadaća odmicanje i poboljšanje od tradicionalnih usluga. Najvažnija sastavnica mrežne stranice zasigurno je *online* katalog putem kojeg knjižnica prezentira svoj fond. Trend mrežnih stranica i *online* kataloga započele su narodne i sveučilišne knjižnice, ali ih školske prate u razvoju. Nacionalna i sveučilišna knjižnica 2012. godine, organizira program *Umreženi: susret knjižnica na društvenim mrežama*¹⁰² u sklopu 12. okruglog stola o slobodnom pristupu informacijama u kojem je sudjelovalo dvadesetak knjižnica koje su ostvarile zapažen uspjeh poslovanja na društvenim mrežama. Među sveučilišnim, visokoškolskim i gradskim knjižnicama našlo se i nekoliko školskih koje su prezentirale važnost upotrebe mrežnih stranica u poslovanju školske knjižnice. Iako danas većina školskih knjižnica ima svoje mrežne stranice, upitno je koliko se korisnici mogu informirati na njima.

¹⁰¹Čelić-Tica, Veronika; Zovko, Mira. Pokazatelji uspješnosti rada u školskim knjižnicama. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1 (2002), str. 103.

¹⁰²12. okrugli stol o slobodnom pristupu informacijama Društvene mreže i knjižnice. URL: www.nsk.hr (10. 4. 2018.).

Zbog toga je izrazito bitno – a osobito što je to pokazalo i istraživanje – unaprijediti i poboljšati mrežnu stranicu školske knjižnice kako bi bila vidljivija virtualnim posjetiteljima.

Promocija knjižnice putem drugih mrežnih oblika zastupljenih u istraživanju bilo je informiranje putem društvenih mreža. Raznoliki rezultati potvrđuju kako je u istraživanju ipak riječ o osnovnoj školi jer korištenje društvenih mreža najviše ovisi o dobi ispitanika. Prema rezultatima dobivenih iz sve tri podskupine vidljiv je pad korištenja društvenih mreža kod prve skupine korisnika, tj. učenika. Rezultati su pokazali da mali broj ispitanika prati društvene mreže. Iako danas postoji mnoštvo društvenih mreža, najpopularnije su zasigurno *Facebook*, *Twitter* i *Instagram*. O korištenju društvenih mreža u radu knjižnica provedeno je istraživanje za narodne knjižnice¹⁰³, dok je ovaj segment djelatnosti školskih knjižnica još uvijek neistražen. Neupitno je da bi postojanje profila školske knjižnice na nekoj društvenoj mreži poboljšao njezin rad i poslovanje, samo je pitanje što je najbolje za školsku knjižnicu, prema kojoj društvenoj mreži se treba orijentirati. Nemoguće je da školska knjižnica ima profil na više društvenih mreža jer za razliku od narodnih knjižnica gdje radi već broj zaposlenika, u školskoj knjižnici radi samo jedna stručna osoba. Suvremena školska knjižnica svoj rad treba orijentirati prema potrebama svojih korisnika, a potrebe korisnika su raznolike. Korisnici još uvijek imaju potrebe za komunikacijom putem *offline* alata. Iako se pretpostavljalo da će takav način razvoja komunikacije biti zanemaren naspram *online* alata, istraživanje je pokazalo kako su ta dva načina komunikacije izjednačena u korisničkim potrebama. Zbog toga bi školska knjižnica paralelno trebala poticati korištenje *online* alata kod svojih korisnika, ali i održavati razvoj *offline* alata.

Poticanjem razvoja komunikacije kroz sve segmente rada knjižnica razvija društveno koristan marketing prema svojoj zajednici. Kvalitetno razrađenim različitim marketinškim aktivnostima i njihovim usmjerenjima prema korisnicima dolazi do promocije knjižnice. Pri razvoju i poboljšanju marketinga od iznimne je važnosti da pisani dokumenti školske knjižnice budu što realnije napisani jer će školski knjižničar na temelju godišnje analize uvidjeti svoj prostor za poboljšanjem. Tako će iz godine u godinu unapređivati i poboljšavati rad knjižnice. Uspješno razvijena knjižnica razvit će marketing koji će kroz svoje promotivne aktivnosti zadovoljiti razne segmente potrebne za uspješan rad i razvoj knjižnice. Prvo, to je zastupljenost marketinga u knjižničnim dokumentima, a drugo je zadovoljstvo korisnika promotivnim aktivnostima koje se realiziraju putem raznovrsnih aktivnosti.

¹⁰³ O istraživanju se piše u: Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, Dorja. Social Networking Phenomenon and Its Use in Libraries. // Croatian Journal of Education 17, 1(2015).

5. Preporuke za marketinško djelovanje osnovnoškolskog knjižničara u promociji knjižnice

U svome je radu školski knjižničar dužan provoditi marketing. Normativne obveze nalažu mu radne okvire koje je dužan na najkvalitetniji način uskladiti sa školskim sustavom. S obzirom na to da marketinški može djelovati prema različitim dionicima sustava izrazito je važno znati provesti kvalitetne marketinške aktivnosti prema različitim potrebama korisnika.

Marketinškim djelovanjem prema korisnicima knjižnice od knjižničara očekuje zahtjevan posao. Potrebno je pronaći najbolje odgovore na uvijek ista pitanja: Radi li školska knjižnica dobro? Zadovoljava li potrebe svojih korisnika? Provodi li potrebne aktivnosti da bi knjižnicu promovirao svojim korisnicima?

Marketinške preporuke za uspješno djelovanje školskog knjižničara u promociji knjižnice:

1. Kvalitetni, potpuni i realni dokumenti za djelovanje: *godišnji plan i program i izvješće o radu školske knjižnice*.
2. Provođenje kvalitetnih aktivnosti za realizaciju knjižničnih djelatnosti i zadaća.
3. Uključivanje knjižničara u nastavni proces i izvannastavne aktivnosti radi poboljšanja komunikacije sa svojim korisnicima.
4. Stvaranje prepoznatljivog logotipa knjižnice (koristiti uvijek iste boje i/ili naziv).
5. U svrhu poboljšanja promocije aktivno koristiti *online* i *offline* alate.
6. Učiniti knjižnicu prepoznatljivom na *mrežnoj* stranici škole.
7. Prostor knjižnice učiniti ugodnim prostorom za boravak.

Kroz marketinški rad knjižnice knjižničar treba razviti dvije bitne strategije: strategiju komunikacije i strategiju prepoznatljivosti. Korisnici knjižnice su članovi njezine zajednice, a glavni cilj djelatnosti knjižnice je unapređivanje svoje zajednice u vidu cjeloživotnog učenja i bolje društvene dobiti.

6. Zaključak

Školska knjižnica organizirana je zbirka knjižne i neknjižne građe koja kroz djelovanje školskog knjižničara ostvaruje svoj rad. Neizostavno je mjesto odgojno-obrazovnog procesa. U svome radu treba osigurati uvjete za promicanje čitanja, razvijanje mašte i osposobljavanje svojih korisnika za život odgovornoga građanina. Suvremena školska knjižnica prati tehnološka dostignuća, a svoj rad mora prilagoditi svim promjenama. Školska knjižnica je jedinstvena i drukčija od drugih knjižnica. Ona, kao i osnovna škola daje temeljna znanja koja će svakom njezinom korisniku biti korisna u pojedinom dijelu njegova života. Zato je bitno razviti dobre strategije rada školske knjižnice.

Ovaj rad bavi se temom marketinškog djelovanja školskog knjižničara u promociji knjižnice. Kvalitetnim promotivnim aktivnostima knjižničar unapređuje rad školske knjižnice, odgovara na potrebe svojih korisnika te ispunjava cilj rada školske knjižnice.

Istraživanje koje je provedeno temelji se na analizi knjižničnih dokumenata i analizi anketiranju knjižničnih korisnika. Pokazalo je da je korištenje marketinga u radu školske knjižnice neophodno jer pridonosi komunikaciji s dionicima. Utvrđeno je kako je bitna uloga školskog knjižničara jer je on kreator rada školske knjižnice. Također, utvrđen je i stupanj zadovoljstva korisnika s promotivnim aktivnostima koje provodi školska knjižnica. Korisnici žele da školska knjižnica bude vidljivija stvarnom i virtualnom korisniku. Također, žele poboljšati i komunikaciju sa školskim knjižničarom, direktnom komunikacijom, ali i putem *online* alata. Analizom dokumenata utvrđeno je kako bi njihova izrada trebala biti kvalitetnija. U tom kontekstu naglašena je uloga školskog knjižničara koji bi trebao kvalitetnim marketinškim aktivnostima ostvariti knjižnične djelatnosti i zadaće.

Na temelju istraživanja donesene su preporuke za poboljšanje promotivnih aktivnosti u radu školske knjižnice. Preporuke mogu poslužiti školskim knjižničarima za poboljšanje rada. S obzirom na to da vođenje školske knjižnice zahtijeva različite poslove, preporuke za marketinško djelovanje donose veća očekivanja u radu knjižnice. Očekivanja školske knjižnice su godišnje povećanje ukupnog broja posjeta te poboljšanje promotivnih aktivnosti. Odgovornost za uspješan rad leži na školskom knjižničaru koji mora biti kompetentna osoba u svim zadanim područjima rada.

Na temelju pregleda literature i provedenog istraživanja može se zaključiti kako je primjena marketinških strategija u radu školskog knjižničara od iznimne važnosti. Suvremena školska knjižnica teži k većoj razini razvijene komunikacije s učenicima,

roditeljima/skrbnicima i zaposlenicima škole. Također, korisnicima mora biti prepoznatljiva i pristupačnija. Školski knjižničar kao koordinator rada mora suvremenu školsku knjižnicu učiniti vidljivom stvarnom i virtualnom posjetitelju. U radu školske knjižnice, marketing treba biti zastupljen u svim segmentima rada. U takvom suodnosu potrebe tržišta (korisnika) i školske knjižnice ostvaruje se svakodnevna promocija što može pridonijeti porastu korištenja knjižnice i boljem razumijevanju njezine uloge u ustanovi u kojoj djeluje.

7. Literatura

1. Američko knjižničarsko društvo. URL: <http://www.ala.org> (25.11.2018.)
2. American Library Association. URL: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential> (25.11.2018.)
3. Anić, Vladimir. Veliki rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: Novi liber, 2006.
4. Antić, Stanko. Rječnik suvremenog obrazovanja. Zagreb: Hrvatski pedagoško-književni zbor, 2000.
5. Bedaković, Dejana. Knjižnično-informacijska pismenost u osnovnoj školi. // XXIX. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Ana Saulačić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2017. Str. 74-82.
6. Blažeković, Tatjana; Furlan, Branka. Knjižnica osnovne škole. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna biblioteka, 1993.
7. Blažić, Diana. Školska knjižnica i marketing. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2007.
8. Bučević, Davor. Marketinška istraživanja u funkciji kontrole učinkovitosti neprofitnih organizacija u Hrvatskoj. Magistarski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2010.
9. Cole, Kerry; Cipkowski, Pam; Graves, Tonia; Marketing the Library in a Digital World. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/03615261003625729?needAccess=true> (22.4.2018.)
9. Čelić-Tica, Veronika; Zovko, Mira. Pokazatelji uspješnosti rada u školskim knjižnicama. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 55, 1 (2002), str. 101-116. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/137962> (10.04.2018.)
11. Čelić-Tica, Veronika; Zovko, Mira. Školske knjižnice danas. Zagreb: Ministarstvo prosvjete i športa, 2000.
12. Hebrang Grgić, Ivana; Mučnjak, D. Social Networking Phenomenon and Its Use in Librarie. // Croatian Journal of Education 17, 1(2015), str. 217-241. URL: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=203605
13. Herring, E. James. Internetske i informacijske vještine. Priručnik za učitelje i školske knjižničare. Zelina: Dominović, 2008.
14. Hrvatski jezični portal. URL: <http://hjp.znanje.hr/> (10.4.2018.)

15. IFLA-ine smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2016.
16. IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za školske knjižnice. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004.
17. Jozić, Ruža. Smjernice za kvalitetan rad školske knjižnice. // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 67-76.
18. Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Školski knjižničar. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2012.
19. Kovačević, Dinka; Lovrinčević, Jasmina. Mjerila kvalitete rada u hrvatskom školskom knjižničarstvu. Osijek: Gradska tiskara, 2014.
20. Kovačević, Dinka; Lasić-Lazić, Jadranka; Lovrinčević, Jasmina. Školska knjižnica – korak dalje. Zagreb: Altagama, 2004.
21. Krce Miočić, Božena; Pavičić, Jurica.; Alfrević, Nikša; Najev Čaćija, Ljiljana. Mendžment i marketing u školama. Zadar: Sveučilište u Zadru, 2016.
22. Kršelj-Vidac, Ines. Novi izazovi za školske knjižnice. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 92-93.
23. Kotler, Philip. Upravljanje marketingom. Zagreb: Mate, 2001.
24. Lásló, Marija; Lasić - Lazić, Jadranka. Učenje kao obrada informacija (Informacijsko učenje). // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str. 17-22.
25. Leksikon odgojno-obrazovnih znanosti. Zagreb: Akademija odgojno-obrazovnih znanosti Hrvatske, 2017.
26. Lončarević, Marta. Školska knjižnica – instrument za učenje. // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str. 85-90.
27. Lukačević, Srđan; Pađen Farkaš, Dubravka. Oblikovanje pisanih promotivnih materijala Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. URL: https://www.gskos.unios.hr/wp-content/uploads/2017/01/225_Lukacevic_Paden-Farkas_2013_2.pdf (18.8.2018.)
28. Marušić, Mira; Vranešević, Tihomir. Istraživanje tržišta. Zagreb: Adeco, 2001.
29. Milat, Josip. Osnove metodologije istraživanja. Zagreb: Školska knjiga, 2005.

30. Ministarstvo znanosti i obrazovanja. URL: <https://mzo.hr/> (22.4.2018.)
31. Meler, Marcel. Marketing u kulturi. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, 2006.
32. Međunarodni savez knjižničarskih društava i ustanova. URL: www.ifla.org (28.6.2018.)
33. Mejovšek, Milko. Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima. 2. dopunjeno izdanje. Jastrebarsko: Naklada Slap, 2013.
34. Nacionalna i sveučilišna knjižnica. URL: <http://www.nsk.hr/> (10.4.2018.)
35. Nastavni plan i program za osnovnu školu. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, 2006.
36. Osnovna škola Bol, Split. URL: http://os-bol-st.skole.hr/pravni_akti/statut_i_pravilnici (5.5.2018.)
37. Pavičić, Jurica. Strategije marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedija, 2003.
38. Pavičić, Jurica; Alfirević, Nikša; Aleksić, Ljiljana. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb: Masmedia, 2006.
39. Posavec, Robert. Status školskih knjižničara unutar organizacija u kojima djeluju. // XXIV. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2012. Str 91-95.
40. Poslovanje i usluge narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj u godini 2014. URL: <http://www.nsk.hr/wp-content/uploads/2012/01/Poslovanje-i-usluge-narodnih-knjiznica-u-RH-u-2014.pdf> (10.4.2018.)
41. Puška, Adis. Alati za izvođenje marketing aktivnosti putem socijalnih mreža. Praktični menadžment, Vol. III, br. 4, str. 75-80.
42. Radigović, Marko. Strategije marketinga u knjižničnoj djelatnosti. Diplomski rad. Zagreb : Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2011.
43. Rakonić, Ivana. Kako „razbiti“ dosadu? – školska knjižnica i slobodno vrijeme učenika. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 35-36.
44. Renko, Nataša. Strategije marketinga. Zagreb: Ljevak, 2005.
45. Rihtarić, Josip. Struktura odgojno-obrazovnog rada školskog knjižničara. // XXVIII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Biserka Šušnjić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 65-81.

46. Špiranec, Sonja; Banek Zorica Mihaela. Informacijska pismenost : teorijski okvir i polazišta. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 2008.
47. Stančić, Draženka. Slobodno vrijeme korisnika školska knjižnice – izazov školskome knjižničaru. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 9-20.
48. Standard za školske knjižnice. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2000_03_34_698.html (4.4.2018.)
49. Stropnik, Alka. Knjižnica za nove generacije, Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2013.
50. Stričević, Ivanka; Perić, Ivana. Informacijska pismenost i razvoj kritičkog mišljenja. // XXIX. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Ana Saulačić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2017. Str. 38-47.
51. Stričević, Ivanka. Rad na projektu u školi – metoda aktivnog učenja. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str.101-108.
52. Smjernice za knjižnične usluge za bebe i djecu rane dobi. Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2008.
53. Tadić, Katica. Rad u knjižnici. Opatija: Naklada Benje, 1994.
54. UNESCO-v Manifest za školske knjižnice. URL: <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/unesco.pdf> (4.4.2018)
55. Wildemuth, Barbara M. Applications of social research methods to questions in information and library science. Westport, Connecticut: Librariesunlimited, 2009. URL: <https://crl.acrl.org/index.php/crl/article/view/16062> (20. 4. 2018.).
56. Zakon o odgoju i obrazovanju. URL: https://mzo.hr/sites/default/files/migrated/01_zakon_o_odgoju_i_obrazovanju_u_oi_ss.pdf (10.4.2018.)
57. Zovko, Mira. Školska knjižnica u novom tisućljeću // Senj. Zb. 36, 2009. Str.43-50.
58. Zovko, Mira. Stručni suradnik knjižničar kao pokretač strateškog razvoja školske knjižnice. // XXVIII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredila Biserka Šušnjić. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2016. Str. 10-16.
59. Zovko, Mira. Školski knjižničar u suvremenom kurikulumu. // XXII. Proljetna škola školskih knjižničara / uredio Miroslav Mićanović. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje, 2010. Str. 39-42.

Abstract: The marketing activity of a school librarian in the promotion of the library

The paper presents the marketing activity of a school library that is an integral part of the school as an educational institution. Today, many things have changed in the educational system. The system is focused on information literacy and the development of the knowledge society. Information changes are also visible in school libraries, primarily in the development of network technology, but also in its availability. The primary task of the school library remains the same, improving the education of its users and meeting their needs. Its job is not just to teach them how to study, but also to prepare them for lifelong learning. The elementary school is the pillar of education of every person and the school library as its educational, media and information center educates students for the development of information literacy and critical thinking. In the theoretical part of the paper, all the elements of a school library are outlined and described, the legal framework has been analyzed in the Republic of Croatia as well as the basic concepts of marketing are analysed and the possibilities of the school librarian's marketing activities. The research part of the work is oriented towards the research conducted among users of the Primary School Library to determine their degree of satisfaction with promotional activities as well as the way the school library carries out these activities. For the case study, a library of the Primary School „Bol” was selected and the survey was conducted on a sample of 90 respondents. For the purposes of research, the analysis of the contents of certain library documents was also carried out. The result of the work provides guidelines and recommendations for the implementation of marketing activities of elementary school librarians in the promotion of libraries.

Keywords: school library, school librarian, marketing activity, promotion

KAZALO TABLICA

Tablica 1. Prikaz rezultata anketnog upitnika za učenike	27
Tablica 2. Prikaz rezultata prvog dijela anketnog upitnika za roditelje/skrbnike	28
Tablica 3. Prikaz rezultata drugog dijela anketnog upitnika za roditelje/skrbnike	29
Tablica 4. Prikaz rezultata prvog dijela anketnog upitnika za zaposlenike škole	31
Tablica 5. Prikaz rezultata drugog dijela anketnog upitnika za zaposlenike škole	32

KAZALO GRAFIKONA

Grafikon 1. Prikaz aktivnih članova u dvije školske godine	39
Grafikon 2. Prikaz ukupnih posjeta knjižnicu tijekom dviju školskih godina	39

8. Prilozi

8.1. Prilog 1

Anketni upitnik

Dragi učenici,

molim vas ispunite ovu anketu. Ona je dio istraživanja u izradi diplomskog rada koji se bavi promotivnim aktivnostima u školskoj knjižnici. Da bi se programi i usluge mogli unaprijediti, vrlo mi je važno saznati što mislite o promotivnim aktivnostima koje se ostvaruju u vašoj školskoj knjižnici. Anketa je anonimna i molim da odgovori budu sasvim iskreni. Vaši odgovori će biti od iznimne važnosti i osnova za poboljšanje usluge u budućnosti. Unaprijed se zahvaljujem.

Zaokružite ocjenu u rasponu od 1 do 5, pri čemu 1 označava da se u potpunosti NE slažete s izjavom, a 5 da se u potpunosti SLAŽETE:

1.	O školskoj knjižnici uvijek znam sve informacije koje me zanimaju.	1	2	3	4	5
2.	Zadovoljan/-a sam prostorom školske knjižnice	1	2	3	4	5
3.	U prostoru škole prepoznajem najave aktivnosti iz školske knjižnice.	1	2	3	4	5
4.	Kada bi moja školska knjižnica imala profil na društvenim mrežama sigurno bih ga pratio/-la.	1	2	3	4	5
5.	Kada bih znao/-la za aktivnosti školske knjižnice sudjelovao/-la bih u njima.	1	2	3	4	5
6.	Uvjeren/-a sam da bi web stranica školske knjižnice bila zanimljiva i poučna kada bi na njoj bilo više obavijesti o događanjima u knjižnici.	1	2	3	4	5
7.	Zadovoljan/-a sam kada sudjelujem u aktivnostima koje	1	2	3	4	5

	se za učenike organiziraju u školskoj knjižnici.					
8.	Kada bih bio pozvan/-a da predstavljam i zagovaram aktivnosti školske knjižnice u školi i izvan nje, rado bih se uključio/-la u „reklamiranje“ školske knjižnice među učenicima	1	2	3	4	5

8.2.Prilog 2

Anketni upitnik

Poštovani, molim Vas ispunite ovu anketu koju provodi Ana Bučević Romić u okviru diplomskog rada na temu marketinških aktivnosti školske knjižnice, na Studiju Informacijskih znanosti na Sveučilištu u Zadru pod mentorstvom prof. dr. sc. Ivanke Stričević.

Za ispunjavanje upitnika bit će Vam potrebno oko 10 minuta. Anketa je anonimna.

Zaokružite odgovor koji se odnosi na Vas:

Član školske knjižnice ste kao: a) zaposlenik škole, b) roditelj/skrbnik učenika

Zaokružite ocjenu u rasponu od 1 do 5, pri čemu 1 označava da se u potpunosti NE slažete s izjavom, a 5 da se u potpunosti SLAŽETE:

1.	Školska knjižnica se na valjani način promovira među korisnicima.	1	2	3	4	5
2.	Uvijek sam na vrijeme informiran/-a o dodatnim aktivnostima koje provodi knjižnica.	1	2	3	4	5
3.	Zadovoljan/-a sam načinom na koji knjižnica promovira svoje aktivnosti i usluge.	1	2	3	4	5
4.	Internetska stranica knjižnice sadrži sve potrebne informacije koje me zanimaju o događanjima unutar	1	2	3	4	5

	knjižnice.					
5.	Smatram da je e-mail adresa školske knjižnice dobar način informiranja i uspostavljanja komunikacije sa školskom knjižnicom.	1	2	3	4	5
6.	U prostoru škole pronalazim sve potrebne informacije o događanjima unutar knjižnice (panoi, plakati...)	1	2	3	4	5
7.	Zadovoljan/-a sam smještajem i unutarnjim uređenjem školske knjižnice.	1	2	3	4	5
8.	Zadovoljan/-a sam uključivanjem knjižnice u raznovrsne školske aktivnosti.	1	2	3	4	5

Molim Vas pročitajte sljedeća pitanja i odgovorite iskreno na njih:

1. Na koji način najefikasnije saznajte za usluge i aktivnosti koje se provode u školskoj knjižnici, bilo za učenike ili za druge korisnike?

2. Na koji biste način željeli biti informirani o različitim aktivnostima koje se provode u školskoj knjižnici?

3. Prema Vašem mišljenju, koje bi promotivne aktivnosti i na koji način trebalo poboljšati kako bi školska knjižnica bila vidljivija učenicima, nastavnicima i roditeljima?
