

Драгана Д. Јовановић

УНИВЕРЗУМ ИНФОРМАЦИЈА



Драгана Д. Јовановић

УНИВЕРЗУМ ИНФОРМАЦИЈА
БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ САВРЕМЕНИХ МЕДИЈА

Едиција
Трагови
Књига 11

Главни и одговорни уредник
Селимир Радуловић

Уредник
Љиљана Клевернић

Драгана Д. Јовановић

УНИВЕРЗУМ ИНФОРМАЦИЈА
БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ САВРЕМЕНИХ МЕДИЈА



Библиотека Матице српске

Нови Сад

2019

Мојој породици

САДРЖАЈ

УВОДНА РЕЧ / Жељко Вучковић	...11
УВОД	...15
БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ САВРЕМЕНИХ КОМУНИКАЦИЈА	... 25
<i>Концепти електронске, дигиталне и хибридне библиотеке</i>	... 32
<i>Библиотека или медијатека?</i>	... 38
<i>Нови медији комуникације и конвергенција медија</i>	... 40
<i>Интернет и веб 2.0</i>	... 45
<i>Библиотека као медиј</i>	... 51
<i>Концепт 2.0 као темељ нових медија</i>	... 62
<i>Библиотека 2.0</i>	... 84
<i>Отварање и умрежавање библиотеке</i>	... 93
<i>Имиџ библиотеке и библиотекар као основ за репозиционирање у друштву</i>	... 103
<i>Ризици и дилеме</i>	... 109
САВРЕМЕНИ МЕДИЈИ У ПРАКСИ: БИБЛИОТЕКЕ У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ	... 115
<i>Француски културни модел</i>	... 116
<i>Положај библиотеке и библиотекар у Француској</i>	... 120
<i>Комуникација савременим медијима у Националној библиотеци Француске</i>	... 126
<i>Веб-страница Националне библиотеке Француске</i>	... 131
<i>Национална библиотека Француске на Фејсбуку</i>	... 134
<i>Национална библиотека Француске на Твитеру</i>	... 139
<i>Синдбад</i>	... 142

<i>Дигитална библиотека Галика и савремени комуникациони медији</i>	... 143
<i>Савремени медији у Јавној информативној библиотеци</i>	... 157
<i>Веб-странице Јавне информативне библиотеке</i>	... 160
<i>Вебмагазин Бализ</i>	... 161
<i>Сервис за постављање питања библиотекарица – Еурекоа</i>	... 164
<i>Јавна информативна библиотека и друштвене мреже</i>	... 166
<i>Дигитално посредовање и дигитални посредник</i>	... 166
<i>Париске јавне библиотеке и савремени медији</i>	... 170
<i>Викибиб</i>	... 171
<i>Промоција две нове париске медијатеке посредством савремених медија</i>	... 171
<i>Комуникациони сервис за професионалце у библиотечкој струци – Агорабиб</i>	... 175
<i>Положај библиотеке и библиотекара у Србији</i>	... 177
<i>Правни оквир библиотечко-информационе делатности у Србији</i>	... 181
<i>Образовање библиотекара у Србији</i>	... 183
<i>Савремени медији у српском библиотекарству</i>	... 185
<i>Савремени медији у Библиотеци Матице српске</i>	... 192
<i>Дигитална БМС</i>	... 195
<i>БМС на Фејсбуку</i>	... 197
<i>Увођење електронске комуникације у процес израде СРП записа у БМС</i>	... 200
<i>Савремени медији у Народној библиотеци Србије</i>	... 202
<i>Савремени медији у Библиотеци града Београда</i>	... 205
<i>Место савремених медија у библиотекама у Француској и Србији: компаративни осврт</i>	... 206

ОДНОС ПРЕМА САВРЕМЕНИМ МЕДИЈИМА:
СТАВОВИ БИБЛИОТЕКАРА У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ ... 211

ПРИЛОГ ИЗГРАДЊИ КОМУНИКОЛОШКОГ МОДЕЛА У
БИБЛИОТЕЧКО-ИНФОРМАЦИОНОЈ ДЕЛАТНОСТИ СРБИЈЕ...229

ЗАКЉУЧАК ... 241

РЕЗИМЕИ ... 251

ИМЕНСКИ РЕГИСТАР ... 257

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ... 261

УВОДНА РЕЧ

Књига др Драгане Д. Јовановић *Универзум информација: библиотека у свету савремених медија* једанаеста је у обновљеној едицији Библиотеке Матице српске *Трагови*. Док су претходни аутори ове едиције тумачили трагове српске прошлости и српске културне историје, најмлађа међу њима окренута је будућности, судбини књига и библиотека у глобализованом свету медија, друштвених мрежа и динамичних информационо-комуникационих технологија.

Књига је настала на темељу докторске дисертације одбрањене на Филолошком факултету у Београду 2016. године, а њена основна тема јесте, с једне стране, библиотека као медиј, и са друге стране, употреба савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности. При томе се под савременим медијима подразумевају првенствено интерактивни медији који функционишу посредством интернета, нарочито веб 2.0. Овако дефинисан предмет истраживања се сагледава са медиолошког аспекта, што значи да се анализира функционисање саме библиотеке као медија; са аспекта употребе савремених медија у библиотекама ради унапређења библиотечког пословања и организације рада; и с обзиром на допринос који савремени медији дају промовисању библиотека, у циљу повећања њихове видљивости и оснаживања њихове улоге у друштву. Истраживање је засновано на испитивању теоријских концепата значајних за ову тему, у првом делу, и на компаративној анализи искустава у библиотекарству у Француској и Србији, у другом делу, са циљем да се понуди модел креативне употребе медија и оснажи нова

комуникациона парадигма библиотеке, заснована на француским примерима.

Француска искуства изабрана су као релевантна с обзиром на то да потичу из средине у којој је развијена медиолошка мисао, од филозофа, социолога и теоретичара културе Жана Бодријара до Режиша Дебреа, утемељивача концепта и теорије медиологије; средине која има разгранату и богату библиотечку мрежу и значајне културне институције, и сматра се традиционалним обрасцем успешне културне политике.

Веза између библиотеке и медија није нова: библиотека је одувек у својој суштини и сама медиј, и одувек је медије користила за остваривање своје мисије; без обзира на врсту носиоца, преношење информација односно знања, остваривало се преко неког, за дату епоху карактеристичног средства, омогућавајући тако, осим дисеминације информација и знања кроз простор, на хоризонталној временској оси, и остваривање комуникације кроз време, што је човечанству пружило привилегију да памти и осмишљава своју историју. Преносећи информације на хоризонталном и, што је још важније, на вертикалном временском плану – библиотеке непрестано остварују улогу посредника између универзума корисника и универзума информација.

Више од пет векова наш интелектуални и културни дискурс обликују модели комуникације који проистичу из природе штампаних медија, тако да прелазак на мрежно и електронско комуницирање доноси наговештај радикалног преустројства у начинима понашања и разумевања света, у поимању ауторитета, у односу аутора и читалаца, у начину на који циркулишу идеје и модели понашања и мишљења. Померање доминантног модела комуницирања од књиге ка екрану доноси нове изазове, у распону од репресивног до еманципаторског модела света. Расправа о будућности књиге и библиотека тако постаје расправа о магистралним правцима развоја друштва и културе.

Драгана Д. Јовановић показује да интегрални концепт информационе писмености треба да обједини вредности традиционалне књижне писмености и предности електронских књига и библиотека. Па ипак, у покушају да створи слику неког будућег идеалног читаоца у свету хипертекста и интерактивности, Небојша Ковачевић с правом упозорава да оваква слика поред оптимизма технолошких утопија може садржати и једно ново искуство трагичног: „Можда то није никакав идеални читалац, натчовек дигиталног, већ парадоксално, пре очајник, понајвише налик Кјеркегоровом хероју вере. Или неки нови, још непознати трагични јунак који се сваке вечери, у мраку собе коју осветљава само хладно светло компјутерског екрана или е-читача, без страха баца у сусрет бескрајној усамљености.”

Књига Драгане Д. Јовановић потврђује да су библиотеке, упркос свим технолошким и друштвеним изазовима, трајније од нас самих. Оне ће опстати, да се послужимо метафором Данила Киша, као величанствени механизми који спречавају да свет изгуби свој смисао и да речи изгубе своје значење.

У Новом Саду, октобра 2019.

Жељко Вучковић

УВОД

Ми живимо у прелазном добу дубоког бола и трагичне потраге за идентитетом, али агонија нашег доба је бол поновног рођења.¹

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

У сусрету са новим медијским изазовима, условљеним експлозивним развојем савремених технологија, библиотека тражи своје место у свету умрежених комуникација. Институција чија би позиција у друштву знања требало да буде централна, није довољно призната, а њену улогу у приступу информацијама многи су склони да маргинализују.

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

Која је улога модерних медија у библиотечко-информационој делатности? Како библиотекари виде утицај савремених медија у својој професији? Да ли се нови медији у довољној мери, и на прави начин користе за унапређење библиотекарства? Које су

¹ Maršal Mekluan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti* (Loznica : Karpos, 2012), 75–76.

могућности за њихову бољу, свеобухватнију и сврсисходнију примену у овој области? Да ли су могућности које пружају модерни медији као нови начин комуникације адекватно искоришћени у сврху повећавања видљивости библиотеке и јачања њене позиције у друштву?

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

Библиотечко-информациони систем сагледава се овде кроз призму модерних, односно савремених медија, који су дефинисани као медији који функционишу посредством интернета, нарочито веба 2.0; нагласак је на њиховој важности у функционисању овог система, и неопходности њихове примене у свим сегментима библиотечко-информационог пословања. Поред тога, подвлачи се померање фокуса ка кориснику библиотечких услуга и неопходност његовог укључивања у систем који су досад чинили библиотека, библиотечки фондови, и корисник као спољни фактор. Такође, наглашава се и неопходност повећања видљивости библиотеке, ради учвршћивања њене позиције и улоге у друштву, што савремени медији чине у знатној мери лакшим.

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

Сама тема је комплексна, и подразумева, с једне стране, однос између библиотека и медија, и са друге стране употребу

медија, на првом месту савремених, дигиталних, у унапређењу библиотечко-информационе делатности. Та и таква тема обрађена је са више аспеката: први аспект је медиолошки, што значи да се анализира функционисање саме библиотеке као медија; други аспект представља начин на који се медији унутар библиотеке користе у унапређењу библиотечког пословања и организације рада; и трећи аспект је начин на који медији, посебно савремени, доприносе промовисању библиотека, у циљу повећања њихове видљивости и оснаживања њихове улоге у друштву.

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

Да су медијске иновације савременици од вајкада дочекивали са сумњом, скепсом, и подозрењем добро илуструје и следећи дијалог у Платоновом Федру: „... кад је дошао до писмених знакова, рече Теут: 'Ово знање, краљу, учиниће да Египћани буду мудрији и да боље памте, јер је нађен лек за памћење и за мудрост.' Али Там одговори: 'Веома довитљиви Теуте, један може да произведе вештине, а други да оцени колико је у њима штете и користи за оне који ће се њима служити. Тако си и ти сада, као отац писмених знакова, у доброј намери рекао супротно ономе што они могу. Они ће, наиме, у душама оних који их науче рађати заборав због невежбања памћења, јер ће људи, уздајући се у писмо, сећање изазивати споља страним знацима, а неће се сећати изнутра сами собом. Ниси, дакле, изумео лек за памћење, него за опомињање, а ученицима носиш привидну, а не истиниту мудрост, јер кад постану многослушалице без наставе, уображаваће себи да су и свезналице,

иако су већином незналице и тешко подношљиви у саобраћају, јер су постали назовимудраци а не мудраци.”²

Цео свет се и данас налази пред великим, највећим до сада, чини се, медијским изазовом. Снажан, прогресиван развој комуникационих и информационих технологија, и њима условљених нових медија, довео је до кључних промена у свакодневном личном и професионалном животу, пословној организацији и комуникацији, које пресудно утичу нарочито на установе и предузећа чији су предмет информација и знање, каква је и библиотека. Начин спознаје света се променио, а библиотека као центар чији је задатак да у тој спознаји посредује има обавезу да ту промену прихвати и према њој уобличи нови приступ организовању процеса рада, да уважи корисника као ко-субјекта у остваривању комуникације, и на крају, а можда и пре свега – као неопходан услов за све даље кораке – да сагледа и редефинише сопствени положај у свету умрежених комуникација. Кључни фактор у том преображавању јесу припадници струке, библиотекари, чија је улога да изнесу све наведене задатке; тој мисији мора претходити њихова самоспознаја, саморазумевање у контексту нових друштвених, комуникационих, епистемолошких парадигми. Притом треба имати у виду да је промена о којој говоримо постала константан процес, са којим је нужно држати корак и у њему учествовати. Библиотека у том окружењу трага за новим моделима пословања, организације, комуникације, који би јој обезбедили место у умреженом свету базираном на интеракцији, партиципацији, размени информација, индивидуалном приступу и доступности сваковрсних ресурса.

Доминантни фактор у развоју савремених библиотека јесте окретање према дигиталној дистрибуцији информација посредством инфраструктуре глобалне мреже. То даље условљава помак од

2 Плагон, *Дела* (Београд : Дерета, 2006), 128.

традиционалне улоге библиотеке као посредника између књиге и читаоца, и сервисног центра за штампане публикације, према улози опскрбљивача мрежних услуга за дигиталне информационе ресурсе.

Овом књигом настојимо да сагледамо позицију библиотеке у данашњем тренутку у односу на нове медије; да откријемо какав утицај они остварују на пословање библиотеке, на њено представљање у јавности и комуникацију на свим нивоима; да укажемо на могућност заузимања нових позиција и креирање нових организационих, пословних и комуникационих парадигми. До одговора покушавамо да дођемо испитивањем теоријских основа емпиријским проверама на које се начине, и у које сврхе користе медији у библиотекарству; колико доприносе јавној видљивости и препознатљивости библиотеке као институције и библиотекарства као професије.

У основи свега је жеља да се допринесе редефинисању и јаснијем схватању кључних концепата библиотекарства у дигиталном, умреженом окружењу 21. века – библиотекара, корисника, информације, као и саморазумевању, самоспознаји припадника професије у дигиталним условима живота, комуникације и пословања. Такође, желимо да укажемо на два правца у којима медији делују у контексту библиотека и библиотекарства: с једне стране, колико медији доприносе афирмацији и изградњи позитивне слике о библиотечко-информационој делатности у јавности, а с друге стране, жели се нагласити и допринос савремених медија промени начина самог пословања, унутрашње организације, техничко-технолошким условима за остваривање мисије библиотечко-информационе делатности. Даље, у контексту динамизације и развоја интерактивности у сваком сегменту приватног, друштвеног, и пословног окружења, убрзане дисеминације информација, и еволуције двосмерне комуникације, што је обједињено концептом 2.0, желимо да нагласимо и то да је за библиотекаре нужно да заузму активан став у креира-

њу свог имица и представљању своје професије, као и у развоју принципа савременог пословања у својој струци, користећи за то могућности које пружају, да не кажемо намећу, модерни медији, као неопходан инструмент за реализацију тог циља.

Како се из њеног поднаслова види, у овој књизи сучељене су професионална библиотекарска пракса у Француској и Србији, са циљем да се на основу добијених резултата понуди модел примене савремених медија у српским библиотекама, у смислу оптимизације организације посла, едукације библиотекара, и интерактивне комуникације са корисницима и спољном циљном јавношћу.

Француска искуства изабрана су као релевантна, с обзиром на то да потичу из средине у којој је развијена медиолошка мисао, од филозофа, социолога и теоретичара културе Жана Бодријара, до Режиша Дебреа, утемељивача концепта и теорије медиологије;³ средине која има разгранату и богату библиотечку мрежу и значајне културне институције, и традиционално се сматра обрасцем напредне културне политике. Овај избор се темељи и на уверењу да француске библиотеке у већој мери, и на организованији начин користе предности савремених медија у унапређењу својих функција, имајући у виду да је Француска земља која је у готово свакој историјској епохи од ренесансе навамо предводник културних и друштвено-политичких збивања, у којој је развијен критички дух и аналитичка мисао, у комбинацији са смелим и прогресивним ставовима. Полази се од идеје да искуства из земље каква је Француска, где постоји дуга историја развоја и библиотека и медија, у којој је у 16. веку први пут у свету уведена институција

³ Неологизам који је први пут употребио Дебре у свом делу *Интелектуална моћ у Француској* (1979).

обавезног примерка, где је и теоријска мисао која разрађује ова два концепта утемељена и развијена, могу послужити као узор за библиотекарство у Србији, која у многим сегментима, па и овом, тежи приближавању европским вредностима и принципима.

Примена компаративног метода у библиотекарству логичан је израз настојања да се ова струка у једној земљи унапреди, на основу поређења са библиотекарством у другој земљи (или земљама), чији би модели и парадигме могли допринети развоју професије.⁴ Самодовољност и самоусредсређеност не воде развоју и унапређењу; затвореност у сопствени микрокосмос изазива учауреност, пасивност и недостатак инвентивности. Џон Ф. Харви назива компаративном библиотекарском науком „објективно и прецизно статистичко и фактографско поређење и контрастирање, смештено у друштвени, културни и библиотечки контекст, одређеног предмета из библиотечке науке, у две или више земаља.”⁵ Питер Јохан Лор, један од најзначајнијих савремених теоретичара у области интернационалног и компаративног библиотекарства, дефинише компаративно библиотекарство као подручје научног истраживања које анализира и на прецизан начин пореди феномене библиотечко-информационе науке у

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

5 John F. Harvey, „Toward a Definition of International and Comparative Library Science”, (1972): 9 <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED073809.pdf> (преузето 22. 02. 2016).

две или више држава или различитих средina са циљем да установи и разуме њихове сличности и разлике, и дође до утемељених општих карактеристика.⁶

У првом делу књиге представљени су теоријски концепти значајни за нашу тему, са циљем да се расветли природа релације између библиотеке и медија са теоријског аспекта, да се укаже на њихову суштинску повезаност, и на нужност њиховог конструктивног односа. Успостављањем оваквог теоријског оквира који повезује библиотекарство и медије заснива се потка за проучавање савремених медија у контексту библиотечко-информационе делатности, на основу изучавања теоријске мисли релевантних француских и других мислilаца, као и дефинисања кључних идеја значајних за овај контекст.⁷

Други део представља искуства у француском и српском библиотекарству у овом домену и доноси њихову компаративну анализу, са циљем да се понуди модел креативне употребе медија и нова комуникациона парадигма библиотеке, заснован на француским узорима. Нагласак је, тако, на водећим примерима добре праксе из француског библиотекарства, а нарочито на две француске библиотеке: Националној библиотеци Француске, са њеном дигиталном библиотеком – *Галиком*, и Јавној информативној библиотеци у Паризу.⁸

6 Peter Johan Lor, „Definitions, scope and dimensions” <http://pjl.or.files.wordpress.com/2010/06/chapter-2-2012-02-06.pdf>

7 Приметан је недостатак новије стручне литературе из области примене медија у библиотекарству у Србији, у Француској се у вези са овом темом издаје неупоредиво већи број публикација.

8 Ауторка је као стипендиста француског Министарства културе стекла драгоцену непосредна искуства током боравка у Паризу 2015. године, првенствено у Јавној информативној библиотеци и Националној библиотеци Француске. Осим увида у начин и организацију пословања, од нарочитог су

У трећем делу износе се најважнији резултати емпиријског истраживања спроведеног на тему присуства савремених медија у библиотекама и библиотекарству, и ставова српских и француских библиотекара у вези с тим. Истраживање је реализовано путем упитника који су испунили библиотекари у Србији и Француској, запослени у националним, универзитетским и јавним библиотекама. Резултати су подвргнути статистичкој анализи и упоређени по различитим критеријумима.

Закључним разматрањима претходи предлог елемената за *комуникалошки* модел за унапређење библиотечно-информационе делатности у Србији, са акцентом на примени нових медија у комуникацији и пословању, при чему се наглашава нужност свеобухватног, систематског, стратешки заснованог приступа.

Књига *Универзум информација: библиотека у свету савремених медија* настала је на основу докторске дисертације под називом „Функције савремених медија у унапређењу библиотечно-информационе делатности: упоредна анализа искустава у Србији и Француској”, коју је ауторка одбранила у септембру 2016. године на Катедри за библиотекарство и информатику Универзитета у Београду, под менторством проф. др Гордане Стокић Симончић. Уз драгоцену помоћ и савете рецензената и уредника дисертација је приређена за објављивање, уз допуне и измене, као и ажурирање великог дела података и консултовање нове, првенствено француске литературе из предметне области.

значаја за настајање ове књиге и разговори са француским експертима у домену комуникације у библиотекама.

БИБЛИОТЕКА У СВЕТУ САВРЕМЕНИХ КОМУНИКАЦИЈА

*Библиотеке и информациони сервиси
омогућавају приступ богатству
људског изражавања и културне разноликости
преко свих могућих медија. Глобални Интернет
омогућава појединцима и друштвеним заједницама
широм света [...] да представе своја интересовања,
знања и културу целом свету на увид.⁹*

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

⁹ Интернет манифест IFLA-e (2014), <https://www.ifla.org/files/assets/faife/publications/policy-documents/internet-manifesto-sr.pdf> (преузето 21. 09. 2015).
¹⁰ Chase Dane, „Are we too self-centered?”, *Wisconsin Library Bulletin*, January-February (1954): 93.

Улога библиотеке одувек је била везана за сакупљање, чување, и преношење информација, односно забележеног људског знања. Требало би одмах нагласити и разлику између информације и знања; ова два појма, иако повезана и у извесном степену блиска, разликују се у квалитативном и концептуалном смислу. Информација је заправо темељ знања; знање од информација полази и на њима се заснива, али се не може на њих и свести. Док су информације неповезане, разнородне и самосвојне, знање настаје синтезом, представља систем који се гради методично и постепено; знање потиче изнутра, а информација споља. О информацији као темељу знања говори и Младен Чуданов, повезујући информационе и комуникационе технологије са његовом дистрибуцијом, што је значајно за контекст библиотека: „По важећим дефиницијама информација се може у потпуности посматрати као основа знања. Иако Робертсова¹¹ и Хислоп¹² сматрају да информационе и комуникационе технологије немају значајан допринос дистрибуцији знања, већина осталих аутора у пољу управљања знањем сматрају информационе и комуникационе технологије значајним фактором у креирању и дистрибуцији знања.”¹³

Библиотеку, тако, можемо посматрати као сабиралиште и посредника у преношењу информација и знања; навешћемо у том смислу као аргументацију део текста *Манифеста UNESCO-a о јавним библиотекама*, где се наводи да су то места која представљају „снажну силу у служби образовања, културе, и

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

12 Donald Hislop, „Mission impossible? Communicating and sharing knowledge via information technology”, *Journal of Information Technology* (2002) 17, 165–177.

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

информација, и суштинско средство за [...] допринос духовном развоју човечанства”.¹⁴

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

Питер Брофи је један од заступника тезе да су библиотеке угрожене прогресивним развојем технологије која омогућава свеprisутност и екстремно лаку доступност информација: „Претње су велике, и могу разорно да утичу на библиотеке, онакве какве су тренутно – може се догодити да њихове основне делатности ишчезну.”¹⁶

14 United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, „Manifeste de l’UNESCO sur la bibliothèque publique”, UNESCO, http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html (mpeyzero 12. 01. 2016).

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

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

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

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

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

најбоље да се библиотекар и информатичар приклоне неизбежном и сами пронађу нове вештине и простор за рад у информатичком друштву?”¹⁷

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

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

Приликом покушаја да се изнађе одговор на ово питање, треба имати у виду једну од основних карактеристика дигиталног доба, а то је хиперпродукција информација која доводи до њиховог преобила; у непрестаном генерисању и умножавању кроз различите канале губи се свест о потреби чувања и преношења кроз време, што уосталом представља и огроман изазов. „[...] једна од највећих иронија информатичког доба је та што је 20. век несумњиво сакупио више информација него било који период у историји,

17 Ibid, 10.

али је и изгубио више података него периоди пре њега! Овим он упућује на то да, док количина података рапидно расте, животни век медија на коме су оне забележене се скраћује (увођењем нових, нових... и нових медија). Ово нису само технолошки проблеми него и концептуални изазови који постају све очигледнији у ери дигиталних медија.”¹⁸

„Годишње се производи, према процени истраживача Калифорнијског универзитета у Берклију, око 5 ексбита информација. Према томе, почетком другог миленијума број произведених информација у мрежи био је ’500 хиљада пута већи од информација чуваних у Конгресној библиотеци’. Крајем прве деценије новог миленијума произведено је ’24 ексбита података – односно... на сваки бајт података чуваних у Конгресној библиотеци... 2,4 милиона бајта нових података’. Све ово измиче човековој моћи да сагледа те размере. Оставља исти утисак на људски мозак као појам – бесконачност.”¹⁹

Питер Брофи у овом контексту говори о *универзуму информација*, где овај појам подразумева свеукупност забележених информација које постоје на свету, и које су потенцијално доступне. Задатак библиотеке био би да из тог хаоса који представља универзум информација, издваја садржаје које је из универзума могућих извора одабрала одређена библиотека. „Не може се превише нагласити да се овај процес бирања у суштини тиче обезбеђивања гаранције квалитета”.²⁰ Јер, како би то рекао Бодријар, налазимо се у универзуму у коме има све више информација, а све мање смисла.²¹

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

19 Слободан Релић, „Како и демократија једе своју децу” *Савремени човек и савремени свет: зборник радова*, 4, ур. Селмир Радуловић и Драган Станић (Нови Сад : Матица српска : Библиотека Матице српске), 149.

20 Брофи, *Библиотека u двадесет првом веку*, 127.

21 Žan Baudrillard, *Simulakrumi i simulacija* (Novi Sad : Svetovi, 1991), 83.

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

Како пише Питер Дракер у свом *Посткапиталистичком
друштву*, светска привреда ће у предстојећој епохи знања остати
тржишна, али ће њоме доминирати *капитализам информација*.
„Индустрије које су се у последњих четрдесет година помериле у
средиште привреде имају за предмет производњу и дистрибуцију
знања и информација [...]. Непривредне делатности које производе
и примењују знање – образовање и здравство – у свим развијеним
земљама расту много брже и од привредних активности заснованих
на знању.”²² Сигнификантно је да Дракер, који у свом делу
Посткапиталистичко друштво тврди да се свет налази у средишту
процеса преласка ка друштву знања, само једном спомиње
библиотеке, које би морале да имају једну од кључних улога у овом
периоду транзиције, као и у том и таквом будућем друштву.

Не сме се, међутим занемарити чињеница да су библиотеке
карактеристична појава за релативно висок ниво развоја неке
цивилизације, када је одређено друштво у економском смислу
довољно јако да може да их финансира, а сâмо се темељи на
принципима демократског приступа информисању и доступности
образовања. Библиотеке од самих својих почетака настају из жеље
да се оствари комуникација људи са забележеним људским знањем,
и комуникација људи преко тог знања, без обзира на границе које
намећу простор и време, при чему је ова комуникација таква да се

²² Peter Draker, *Postkapitalističko društvo* (Београд : Гмеџ – Привредни преглед,
1995), 182.

на њој темељи даљи напредак и развој цивилизације.²³ Због тога је улога библиотеке неизмерно важна: библиотека јесте медиј, средство трансмисије информација, порука, знања, културе, које се не само кроз простор, него и кроз време, по вертикалној оси, преносе кроз људске генерације. Без обзира на то да ли је порука забележена на глиненим плочицама, папирусу, пергаменту, хартији, или неком од модерних дигиталних средстава комуникације, без обзира на то да ли је руком писана, штампана или нумерички представљена, налази своје место у процесу комуникације који се остварује кроз библиотеку. У том смислу се и о самој библиотеци може говорити као о носиоцу процеса, који омогућава константно трајање преношења информација, о носиоцу и омогућитељу вертикалног (истина једносмерног) протока знања.

Концепти електронске, дигиталне и хибридне библиотеке

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

„Чувајући се од опасности да западнемо у технолошки детерминизам, морамо признати да су информационе и комуникационе технологије почеле да мењају целокупну природу публиковања, преношења и коришћења информација. Глобална

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

рачунарска мрежа (*World Wide Web*), као јавно средство, за непуних десет година постојања потпуно је изменила навике у вези са информацијама.²⁴ Овај феномен утиче на пословање, радне процесе, комуникацију и стратегије развоја у свим врстама предузећа и институција; библиотека, као чвориште стицања информација, и библиотекарство као наука о организовању информација и знања у доба (или по завршетку) информационе револуције, трпе у овом смислу још већи притисак у односу на неке друге делатности.

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

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

24 Број, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 10.

користи. Могло би се закључити, даље, да ће бити доведено у питање физичко постојање библиотеке.²⁵

Питер Брофи је на самом почетку 21. века покушао да разграничи појмове као што су *дигитална, електронска, виртуелна и хибридна* библиотека, прецизирајући да терминологија још увек није утврђена, и да ти термини још увек траже своја места. Сам Брофи се, говорећи о савременој библиотеци и библиотеци будућности, највише служи термином *дигитална* библиотека, наводећи да он покрива најширу област. *Хибридном* библиотеком Брофи означава установу на преласку са традиционалне на дигиталну библиотеку: „Замисао хибридне библиотеке је веома важна управо зато што наглашава да у стварном свету може и мора заједно да се управља и традиционалним и дигиталним изворима информација.”²⁶

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

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

26 Брофи, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 97.

мером очувања наслеђа [...]; да доприноси грађењу друштва знања [...]; да доприноси развоју интернетске културе у целини.”²⁷

Дигиталну библиотеку, према Брофију, између осталог карактерише схватање да се информације важне за њене кориснике налазе у различитим, бројним базама података у физички удаљеним објектима различитих врста, али повезаним електронским мрежама. Коришћење оваквих информација повлачи за собом и сложена права интелектуалне својине, организацију, као и потребу за усклађивањем стандарда и протокола за описивање извора, њихово декодирање и испоруку. За разумевање дигиталних библиотека потребно је успоставити концепцијски оквир који обухвата три кључна сегмента, а то су: *друштвени домен* који подразумева људски фактор, са пратећим питањима информационе писмености и информационог права и политике; *информациони домен*, који подразумева организацију информација и истраживања, с посебним акцентом на улози метаподатака; и *системски домен*, у који спадају интеракција на релацији човек – рачунар, као и посреднички програми и архитектура система.²⁸

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

		САВЕТОВАЊЕ И ОБУКА				
УНИВЕРЗУМ КОРИСНИКА	ПОПУЛАЦИЈА КОРИСНИКА ОБАВЕШТЕНОСТ О КОРИСНИЦИМА	КОРИСНИЧКИ ИНТЕРФЕЈС	ПРИСТУП И КОРИШЋЕЊЕ ИНФОРМАЦИЈА	ИНТЕРФЕЈС ИЗВОРА	ПОПУЛАЦИЈА ИНФОРМАЦИЈА ОБАВЕШТЕНОСТ О ИЗВОРИМА	УНИВЕРЗУМ ИНФОРМАЦИЈА

Слика 1: Брофијев општи модел библиотеке²⁹

27 Марија Ласло, Јадранка Ласић-Лазић и Јасмина Ловринчевић, „Шта није јасно око електронске библиотеке...”, у *Електронска библиотека: зборник радова*, ур.

Александра Вранеш и Љиљана Марковић (Београд : Филолошки факултет, 2008), 74.
28 Brofi, *Biblioteka u двадесет prvom веку*, 94–95.

29 Ibid, 139.

Са преласком на дигиталне библиотеке, усложњава се и дигитализује и *кориснички интерфејс*, како га назива Брофи. Ако кориснички интерфејс схватимо као тачку додира и комуникације између корисника и библиотеке, стварно или виртуелно место на којем ће се користити услуге, онда ћемо овим појмом у традиционалним библиотекама обухватити и саму зграду библиотеке, као и њено особље, лисне каталоге, ознаке на полицама, пултове, и сва остала физичка средства и ресурсе. Насупрот томе, са окретањем библиотеке електронским услугама и начину пословања, интерфејс све више постаје електронски. Као први интерфејс Брофи наводи приступну веб-страницу библиотеке, „која првобитно само представља услуге, али тај интерфејс ће све више нудити и услуге на вишем нивоу. Он ће омогућити корисницима да формулишу сложене стратегије претраживања, пружаће савете и повратне информације и бити конструисан тако да одражава приоритете и интересовања индивидуалних корисника.”³⁰ Брофијево предвиђање развоја оваквог концепта великим делом се остварило, мада ни он није успео да сагледа сву силу којом ће експлодирати нови медији у веома блиској будућности.

Нова парадигма сарадње у библиотекама мора повезати пословање библиотеке у физичком и виртуелном свету, односно задатке и функције библиотеке у реалном контексту са концептима дигиталног и онлајн окружења: „Унапређење библиотечког пословања у физичком свету није више могуће без доброг познавања идеја и концепција потеклих из виртуелног света. Такође, пословање библиотека у физичком свету не може се више одвојити од оног у виртуелном свету. Ова два аспекта пословања библиотека нераздвојиво су повезана и међусобно утичу један на други у тој мери да значајно лошији квалитет пословања у једном

30 Ibid, 131.

неумитно утиче на значајно уназађивање пословања у другом.³¹ Унапређење пословања библиотека које би се заснивало искључиво на виртуелном развоју, водило би ка томе да библиотеке изгубе корак у физичком свету. Нова парадигма сарадње која би унапредила функционисање библиотеке, подразумева не само коришћење концепата веба 2.0 на мрежи, него и њихово усвајање и интегрисање у пословању у реалном простору и времену. Ауторство корисника, интерактивност, транспарентност информација у библиотечком систему пословања – неки су од принципа на којима би данашња библиотека требало да се заснива.

То предвиђа и модел *хибридне* библиотеке, коју Брофи дефинише као установу која ће „заснивати своје услуге на мешавини физичких објеката (књиге, штампана периодика, видео-траке и слично), и електронских 'ствари' (веб-странице, информационе услуге на даљину, CD-ROM-ови, и тако даље).³² Замисао хибридне библиотеке веома је важна управо зато што наглашава да у стварном свету може и мора заједно да се управља и традиционалним и дигиталним изворима информација.

Ауторке Ласло, Ласић-Лазич и Ловринчевић истичу да библиотека од традиционалне постаје аутоматизована онда када почне да примењује технологију ради дигитализације, омогућавања машинске читљивости каталога, похрањивања, претраживања и испоруке библиотечког материјала. „Када аутоматизована библиотека има могућност рада у локалној мрежи, тј. кад јој се приступа с удаљених места ради консултовања каталога у вези са фондом или информацијама у вези саме библиотеке [...], онда се ради о електронској библиотеци. Ако је електронска библиотека припојена на интернет помоћу оптичких каблова и са библиотечком грађом која је претежно у дигиталној форми, онда се ради о дигиталној библиотеци.

31 Adam Sofronijević, „Nova paradigma saradnje u bibliotekama: više od web 2.0 tehnologija”, *Kultura*, 129 (2010): 52.

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

Ако библиотека у свој фонд укључује штампани материјал заједно са грађом на електронским медијима и организира дигиталне збирке и мрежне сервисе, тада је то тзв. хибридна библиотека. Већина се савремених библиотека може сматрати хибриднама.³³ Ове ауторке наглашавају да у пракси ипак нема доследне примене тих назива, па се појмови електронска и дигитална библиотека употребљавају у истом смислу.

Библиотека или медијатека?

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

У речнику Више школе за информационе и библиотечке науке (*Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques – ENSSIB*),³⁴ реномиране образовне установе у француском образовном систему у области библиотекарства и информатике, термин медијатека дефинише се на следећи начин: „Семантички особени термин 'медијатека' постоји готово искључиво у Француској. Од седамдесетих година двадесетог века (медијатека у Мецу прва је понела ово име 1972. године) овај термин означава јавну библиотеку која прихвата различите носаче информација. Укратко, то је модерна библиотека која треба да

33 Ласло, Ласић-Лазич и Ловринчевић, „Шта није јасно око електронске библиотеке...”, 78.

34 Реч је о онлајн речнику на веб-страници Више школе за информационе и библиотечке науке, који представља продукт колаборативног рада. Константно се допуњава, а аутори су професори и сарадници Школе.

престане да носи то име ... [јер] променити име значи променити имиџ”.³⁵

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

Велики је број установа у Француској које у свом званичном имену носе назив *медијатека*, да наведемо само неке од њих: медијатека у Арлу, Бовеу, Шамберију, Корбеју, Ле Ману, Нансију, Нанту, Ниму, Сету, Сент Назеру... Овај термин, међутим, никада није у потпуности заменио назив *библиотека*; и код припадника библиотекарске професије, и код шире јавности приметно је мешање ова два термина, или паралелна употреба једног и другог. Постоје и тврдње да је термин *медијатека* на заласку, и да је реч о пролазном тренду. Да није баш сасвим тако показује и чињеница да је веома значајна нова установа културе у Паризу – *La Médiathèque de la Canopée La Fontaine*³⁶ – названа медијатеком, а не библиотеком.

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

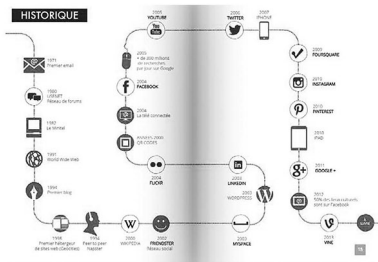
35 École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, „Différence médiathèque / bibliothèque”, <http://www.enssib.fr/content/difference-mediathèque/bibliothèques> (преузето 18. 11. 2015).

36 Медијатека у срцу Париза, отворена у априлу 2016. године; нешто више о овој установи биће речено у наставку.

институције, да се њеним преименовањем нагласи потреба за њеним постојањем у временима која долазе.

Нови медији комуникације и конвергенција медија

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



Слика 2: Историја развоја нових медија³⁷

37 Извор: Министарство културе и информација Француске, http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/pub/guide_reseaux_sociaux/index.htm (преузето 06. 03. 2016).

Дефиниција савремених, модерних, нових медија подложна је сталним променама, будући да је условљена савременим технологијама, чији рапидан развој онемогућује дугорочно, или бар релативно трајно фиксирање датог појма. Најгрубље и најупштеније речено, савремени, односно нови медији јесу медији засновани на савременим, новим технологијама, који за остваривање своје функције преношења поруке користе облике комуникације и продукције уведене новим технолошким процесима. „Већином је ту реч о медијима које подржава нека врста мреже (компјутер, телефонски терминал или телевизор). Али, то могу бити и аутономни медији, као што је CD-ROM. Примена нових медија може подразумевати четири основна поља делатности: слободно време, услуге, посао и образовање.”³⁸ Новим медијима се такође означавају врсте дигитализованих медија, као што су дигитални текстови, дигиталне статичне слике, дигитални видео, дигитални звук и просторне виртуелне конструкције. Популарно гледано, категорије које се сматрају новим медијима су: интернет, веб-презентације, мултимедија, видео-игре, CD-ROM, DVD и виртуелна реалност.³⁹

Француски теоретичар медија и комунологије, Доминик Волтон, дефинише нове медије као медије који су настали приближавањем информатике, телекомуникација и аудиовизуелних техника. Услови за овакву конвергенцију настали су са појавом и развојем дигитализације. Слично тврди и Николас Кар: „Оног тренутка кад се информације дигитализују, границе медија се расплињују. На место више специјализованих инструмената долази један свенаменски.”⁴⁰ У том тренутку почињемо да говоримо о

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

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

40 Nikolas Kar. *Plitko: kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo* (Smederevo : Heliks, 2013), 75.

конвергенцији медија. Клајн и Шипка дефинишу конвергенцију на следећи начин : „1. геом. узајамно приближавање двеју линија или равни ; 2. мат. својство низа бројева да теже истој граничној вредности (лимесу); 3. фиг. узајамно зближавање, тежња ка истом или сличном циљу.”⁴¹

Важан допринос проучавању овог феномена дао је амерички теоретичар медија Хенри Џенкинс: „Када кажем конвергенција, тим појмом истовремено желим да нагласим следеће: бујицу информација које круже посредством многобројних медијских платформи, сарадњу између бројних медијских индустрија, и несталну природу корисника медија који су у сталној потрази за свим могућим врстама дистракције. У свету конвергенције медија свака важна прича се исприча, сваки бренд се прода, и сваком потрошачу се додворавају преко бројних медијских платформи.”⁴²

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

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

42 Henry Jenkins, „Introduction: Worship at the Altar of Convergence”, http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23560/2007_21_31.pdf?sequence=1 (преузето 24. 12. 2015).

другачији начин sagледавања, схватања стварности, спознавања универзума.⁴³

Тај феномен, још увек у процесу развоја, представља извор велике медијске моћи, којом још увек покушавамо да овладамо: „Ми учимо како да користимо ту моћ у својим свакодневним активностима, у оквиру културе конвергенције. Још увек нам та колективна моћ служи за разоноду, али ускоро ћемо те вештине користити за 'озбиљније' сврхе.“⁴⁴ Џенкинс наводи да овај феномен почиње да мења начин на који функционишу религија, образовање, закон, политика, маркетинг, па чак и војска.

У том контексту и од библиотека се очекује да се прикључе неком незауствљивом кретању чији се крајњи циљ и правац развоја још увек не зна, а сами библиотекарски често имају неко нејасно осећање да је реч о нечему веома важном, мада још увек не могу јасно да формулишу шта је то тачно. Хенри Џенкинс упозорава да ће та несигурност која прати конвергенцију потрајати, наглашавајући да улазимо у еру транзиције и трансформације начина на који медији функционишу.

Приликом разматрања проблематике опстанка старих медија, неминовно се намеће питање „шта су то 'старе', а шта 'нове' технологије и даље, колики је век 'нових' технологија. И сада је већ јасно, али ће се у блиској будућности сасвим сигурно показати да 'старе' и 'нове' технологије могу да опстану само у интеракцији.“⁴⁵ Сличан став заузима Доминик Волтон, који сматра да је превазиђено гледиште да су нови медији супротност 'старим' медијима, уз напомену да их треба посматрати као целину. Волтон тврди да су они комплементарни, и да не постоји прогрес којим су повезани. И Николас Кар разматра однос старих и нових медија,

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

44 Jenkins, „Introduction: Worship at the Altar of Convergence“.

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

наводећи да се традиционалне медијске форме не губе – кад нове технологије долазе на место старих, старе технологије се често користе још дуго, а понекад никад не престану да се користе. Кар, међутим, тврди да старе технологије губе своју економску и културну снагу, и да постају слепе улице напретка, будући да производња и потрошња иду за новим технологијама, јер оне управљају понашањем људи и обликују им перцепцију. Зато је за њега будућност у дигиталним датотекама „које се брзином светлости крећу нашим универзалним медијем.”⁴⁶

„Оно што чини комуникацију није техника, него људи и друштво”.⁴⁷ Ова Волтонова мисао компатибилна је Џенкинсонвим тезама које смо претходно навели. Комуникација постаје све ефикаснија, са преласком са телефона на радио, са телевизије на информатику, и на данашње мултимедије, али њена техничка димензија превазилази њене основне компоненте, људску и друштвену. Међутим, технички напредак у комуникацији није довољан да омогући напредак саме људске и друштвене комуникације: „Да је напредак технике заиста довољан да побољша разумевање међу људима, то би већ било познато пре једног столећа: напредак који су представљали телефон, радио, телевизија, а затим и информатика, нису спречили још горе сукобе који су обележили двадесети век.”⁴⁸

Поставља се питање да ли са толико брзим развојем технологије и начина комуникације, човек који се налази у средишту збивања, прецизније речено комуникационог чина и комуникационих процеса, има времена да спозна оруђе које му се налази у рукама, да њиме овлада и употреби га у своју корист? „Интернет се, као и персонални рачунар пре њега, показао тако корисним на тако много начина да смо поздрављали свако ширење његовог досега. Ретко смо застајали да се замислимо над медијском револуцијом (а још

46 Kar, *Plitko: kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*, 76.

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

48 Ibid, IV.

ређе да је доведемо у питање) која се одвија свуда око нас, у нашим домовима, на радним местима, у школама”,⁴⁹ наводи Кар. Француски антрополог Марк Оже, када говори о *неместима*, у њих убраја и „оно сложено клупко кабловских или бежичних мрежа расутих по свемиру, а чија је сврха крајње необична комуникација – која се често своди на то да јединка, заправо, општи искључиво са сликом себе саме.”⁵⁰

Према Волтону, свака критичка мисао спрам нових комуникационих технологија дочекује се сумњичаво, као одраз страха од напретка и технолошке револуције. Илустративна је слика коју употребљава Волтон: људско биће суочено са све бржим напретком нових технологија изгледа као бели зец из „Алисе у земљи чуда” – константно касни, жури и покушава да буде бржи.⁵¹

Интернет и веб 2.0

Феномен чија је експанзија обележила крај 20. века пресудно је утицао на све сегменте друштва, али и личног живота и самодефинисања појединца: „Интернет је постао метафоричко пребивалиште Ја, а идентитет корисника је резултат повезивања и веза које он успоставља. Интернет је медијум за проширење нашег интелектуалног и емоционалног идентитета у времену глобализације.”⁵² Иако се у свакодневном говору интернет и веб често користе као синоними, треба нагласити да је веб један од сервиса интернета, који је омогућио рекло би се максималну експлоатацију овог светског система умрежених рачунарских мрежа.

49 Кар, *Plitko : kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*, 75.

50 Марк Оже, *Неместа. Увод у антропологију надмодерности* (Београд : Крут, 2005), 76.

51 Wolton, *Internet, et après ?*, 33.

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

Веб су у *CERN*-у,⁵³ у Женеви, створили Енглез Тим Бернерс Ли и Белгијанац Робер Кајо, 1990. године. У почетку развоја интернета, деведесетих година двадесетог века, веб-странице, израђене у *html*-у, биле су налик на изложбени простор; то су биле статичне веб-странице, где је интеракција са посетиоцем била ретка и тешко остварива. У доба концепта који је ретроактивно добио назив веб 1.0, корисник је био *сурфер* – пасивни конзумент понуђених садржаја. На прелазу у нови миленијум, прогресивни развој технологије отворио је нови сајбер-простор који је ускоро добио препознатљиве обресе.

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

Сам појам *веб 2.0* појавио се у лето 2004. године, током састанка у организацији издавачке установе „O'Reilly”. Као последица експлозије интернета 2001. године, непрестано су се појављивали нове веб-странице и апликације, које су повезивале сличне особине: једноставност, интерактивност, и поновна употреба садржаја. Израз 2.0 изабран је да означи нову генерацију, попут нових верзија софтвера, које се именују на овај начин (што је својеврстан парадокс, имајући у виду да је тешко мрежу поистоветити са софтвером). Тим О'Рејли у свом чланку под називом „Шта је веб 2.0?”, у којем је поставио теоријске основе овог концепта, дефинише седам основних принципа на којима се он заснива. У основи се налази прелазак са модела „one to many” на модел „many to many”, а успех и развој оваквих апликација везује

⁵³ CERN – акроним од фр. Conseil européen pour la recherche nucléaire, бившег имена данашње Европске лабораторије за физику честица, највеће овакве врсте у свету.

се за велики број корисника који организују сопствене интересне заједнице, и за појам *колективне интелигенције*. Набројаћемо неке од карактеристика овог концепта: усмереност на спољну средину, на широк круг корисника, на добро организовану комуникацију с корисницима, на представљање разноврсних услуга, разноликост начина презентације и преноса докумената и информација.

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

Први корисници веба 2.0 називају се *генерацијом Y*; под овим се подразумевају људи рођени после 1978. године, мада неки извори наводе и 1980. као граничну годину. У том смислу употребљава се и енглески термин *digital natives*. Овај појам је осмислио и први пут употребио Марк Пренски још 2001. године, говорећи о односу ученика и професора у дигиталној ери.⁵⁴ Под синтагмом *digital natives* Пренски подразумева особе које су рођене у дигиталном окружењу, које су по рођењу „проговориле” на „матерњем језику” дигиталних технологија. Ови припадници друштва на различитим меридијанима свет спознају на нови начин, што повлачи тезе да се и њихов мозак развија и функционише другачије.

Овоме је супротстављен појам *digital (im)migrant*, којим се означава особа којој дигитално окружење није природно, будући да је одрасла у аналогном друштву, користећи фиксни телефон, гледајући телевизију и слушајући радио, речју, користећи класичне медије, а обухвата особе рођене највећим делом између 1960. и 1970. године. Ови појединци се са мање или више успеха труде да усвоје вештине потребне за функционисање у дигиталном

⁵⁴ Marc Prensky, „Digital Natives, Digital Immigrants”, *MCB University Press*, vol. 9, No 5 (2001).

окружењу, мада су им и даље својствени аналогни рефлекси, које Пренски назива „акцентима”, задржавајући аналогију са матерњим и страним језиком. Овакву класификацију допуњава термин „аналогист”, којим се означавају особе рођене пре 1960. године, и које се веома тешко одричу свог функционисања заснованог на папиру, којима је информатичко окружење потпуно страно.

Према генерацијској теорији чији је представник и аустралијски социолог Марк Маккриндл, генерацију „Y” наследила је генерација „Z”, чији су представници рођени између 1995. (по некима је доња граница 2000) и 2009. године. Маккриндл за ову генерацију, по аналогији са термином *digital natives*, нуди назив *digital integrators*.

Други аутори користе и термине као што су генерација *plug-and-play*, *millenials*, *the game boy generation*, *the cut and copy generation*. Њима је својствена визуализација уместо вербализације, концепт 'седи и учи' замењен је концептом 'покушај и види', а спознавање садржаја (*uma?*) замењује овладавање процесом (*како?*). Карактеристике ове генерације јесу кретање вебom системом покушаја и грешке, игнорисање упутстава и помоћних објашњења, веровање да је све што је на вебу тачно, збуњеност или недовољна упућеност у етичка питања као што су права својине. Према резултатима пројекта у организацији компанија *MTV* и *Red Peak Youth*, који су објављени у децембру 2015. године, сами припадници генерације „Z” изабрали су за себе име *founders*, односно оснивачи. У овом истраживању учествовало је преко хиљаду испитаника узраста 14 година и млађих. Овакав избор имена указује нам на то да ова генерација себе види као активну, спремну на раскид са традицијом и утемељавање нових вредности, на стварање нових парадигми у свим животним доменима. Они се осећају као да граде нови свет, отворенији и разноврснији у сваком погледу. Маккриндл предлаже и назив за следећу генерацију, коју именује *генерацијом алфа*, чиме сугерише почетак неког новог циклуса.

Ову проблематику сагледао је и коментарисао и медијски визионар Маршал Маклуан: „Данашња деца одрастају у апсурду зато што лебде између два света и два вредносна система, од којих их ниједан не усмерава ка зрелости, јер они не припадају у потпуности ниједном од њих, већ се налазе у хибридном чистилишту вредности које су у сталном сукобу. Очекивање да ће 'укључено' дете електричног доба реаговати на старе образовне методе је исто што и очекивати да ће орао да плива. То једноставно није у његовом окружењу и стога је неразумљиво. [...] Оно жуди за дубоким учествовањем, а не линеарном издвојеношћу и униформним секвенцијалним обрасцима.”⁵⁵

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

Културне и образовне институције, каква је и библиотека, могле би да одиграју значајну улогу у едукацији младих, њиховом образовању, и критичком сагледавању експонирања путем друштвених мрежа и интернета генерално. „Библиотекари морају да буду тамо где се налази нова генерација корисника. С обзиром на то да информациона писменост постаје све битнија, библиотекари су потребни нови алати за учење који привлаче, а нису наметнути, или досадни корисницима. Веб 2.0 изгледа као једна од најбољих могућности за упознавање са начинима учења нових генерација, и захтевима новог доба.”⁵⁶ Да би ту и такву улогу оствариле, нужно је да саме институције достигну значајан ниво познавања употребе, начина функционисања и владајућих правила

55 McLuhan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 41–42.

56 Serap Kurbanoglu, „Information literacy in the electronic age”, у *Elektronska библиотека: зборник радова* (Београд: Филолошки факултет, 2008): 55.

понашања и комуникационих парадигми у виртуелном свету, како би правилно и ефикасно обављале едукативну функцију и остваривале културну (транс)мисију у овом специфичном смислу. „Библиотекари ће морати да користе нова оруђа (веб 2.0) [...] Ова технологија се мора употребљавати ако библиотекари желе да буду релевантни у очима нове генерације. Тада могу да подстичу и кориснике да користе алате веба 2.0, као што су блогови и викији, али да буду критични према садржају.”⁵⁷

У том контексту веома је значајна улога младе научне дисциплине која се назива критичка педагогија медија. „Основна сврха и мисија критичке педагогије медија била би да ученицима, студентима и грађанима омогући да схвате савремену културу и друштво, да створе сопствени идентитет и отпорност према медијским манипулацијама, као и да подстакне медије да стварају алтернативне и креативне облике културе ради трансформације савременог медијализованог и отуђеног друштва.”⁵⁸

Пишући о борби Џесија Шира да премости јаз између библиотека и информатичког друштва, Гордана Стокић Симончић истиче: „Медији који су полако потискивали књигу, прокламовали су, истовремено, експресне квазиинформације и општу полуобавештеност.”⁵⁹ Ова констатација и данас је, можда још и више, примењива, као и Валеријева опсервација о *четвртастом месту*: „Читање новина води према томе да се све чита као новине. Новине су једно четвртасто место на коме се аутори и читаатељи чудовишно окупљају све док на крају не остану саме будале. И још: то је четвртасто место на коме аутор трује читаатеље који га чине глупим.”⁶⁰ Обе ове опсервације наводе на исти траг: на критички став према медијима. С тим у вези је и

57 Ibid.

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

59 Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 59.

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

појам медијске компетенције, који може имати веома различита значења; како наводе Андевска и Вучковић, медијска компетенција подразумева разумевање медија и медијских порука и садржаја, владање медијима, употребу медија, стварање и процењивање медија. Препорукама IFLA-е⁶¹ о медијској и информационој писмености, ове категорије се одређују као основно људско право у свету који је све више дигиталан, међузависан и глобалан, које могу премостити разлику између добре и лоше информације, оснажујући појединце и повећавајући њихово знање у овом домену. IFLA одређује медијску и информациону писменост као „знање, ставове и скуп вештина које су потребне како би се знало када и које информације су потребне; где и како те информације прибавити; како их критички проценити и организовати једном кад се нађу; и како их користити етички.” Медијска и информациона писменост обухвата све врсте информационих ресурса: усмене, штампане и дигиталне. Посебан нагласак даје се доживотном учењу у овој области.⁶²

Библиотека као медиј

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

Етимолошки гледано, појам медиј води порекло од латинског придева *medius*, *-a*, *-um*, чије је значење средњи, који се налази

61 IFLA – International Federation of Library associations and institutions (Међународна федерација библиотечких удружења и институција).

62 „IFLA Препоруке о медијској и информационој писмености” (2011), http://bds.rs/wordpress/wp-content/uploads/2013/07/Preporuke-IFLA-o-medijskoj-i-informacionoj-pismenosti_srp-cirilica.pdf (преузето 29. 03. 2016).

у средини, умерен, што повлачи данашње значење ове именице у српском језику: „1. а. средство комуникације и изражавања (нпр. речи, музика, карикатура); б. средство јавног информисања (новине, радио, ТВ, интернет итд.).”⁶³ По својој дефиницији, библиотеке су институције које сакупљају, чувају, организују и омогућавају коришћење забележених људских искустава. За разјашњавање везе између концепта библиотеке и концепта медија значајно је подвући њихову двоструку повезаност: управо се преко медија као средства изражавања остварује мисија библиотеке, али и сама библиотека у тако дефинисаном поретку функционише као медиј – посредник између корисника и блага које чува.

Дуалност појма *медиј*, без обзира на то што друго наведено значење представља само својеврстан продужетак, проширење првог значења, а некада се ова два значења и преплићу, у неким случајевима може довести до нејасноће. На то указује и Режи Дебре, наглашавајући да треба брижљиво разликовати медијум од медија, називајући их лажним пријатељима у медиологији. Он упозорава на вишеструка значења термина *медијум*: „...та реч је замка. Она, у ствари, упућује на више разнородних реалија, које не противрече једна другој, често се преклапају, али никад се не мешају. Медијум може означавати: 1) уопштени поступак симболизације (артикулисани говор, графички знак, аналогна слика); 2) комуникациони код у друштву (језик којим се користе они који говоре или пишу); 3) физички носилац процеса исписивања или складиштења (камен, папирус, магнетна трака, микрофилм, CD-ROM) и 4) уређај за дифузију уз одговарајући начин протока информација (рукопис, штампа, дигитализација).”⁶⁴ Овакву разлику наглашава и Зорица Томић: „Медијуми су средства комуникације која комбинују различите форме, као што је на пример књига,

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

64 Debre, *Uvod u medijologiju*, 49.

будући да може садржавати речи, графиконе и цртеже. Медијуми захтевају извесну технолошку подршку, која је у највећем броју случајева, потпуно изван контроле многих од нас”. С друге стране „медији су технолошка средства масовне комуникације, као што су ТВ, радио, филм, новине, интернет итд. Медији користе све форме комуникације стварајући неку врсту моста између комуникатора и реципијента.”⁶⁵

За Маршала Маклуана појам медија је веома растегљив; он га одређује у складу са својом филозофијом медија као човекових продужетака, као и са својом девизом *Медиј је порука*: „Морате да имате на уму да је моја дефиниција медија широка, она укључује све технологије које омогућавају продужење човековог тела и чула, од обуће до компјутера. И оно кључно што морам да нагласим јесте да су друштва увек била под већим утицајем природе медија путем којих људи комуницирају него под утицајем комуникативног садржаја.”⁶⁶

Као најопштије одређење медија навешћемо дефиницију коју дају Милица Андевски и Жељко Вучковић, који наводе да се у најширем смислу, сваки облик којим се представља неки садржај, може се означити као медиј.⁶⁷

Медиј је, према претходно изнетим дефиницијама, онај који је у средини – посредник у преношењу информације између учесника у комуникацији, односно у размени података. И мисија библиотека је од самих својих почетака, и у самој својој суштини, уско везана са појмом посредовања, прецизније речено неодојива је од њега. Преласком са усменог на писмени систем преношења знања, који је омогућен појавом писма, појавила се потреба да се графички забележена искуства обједињују, чувају и преносе. Током хиљада година, од појаве првих сумерских библиотека, носиоци

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

66 Meklun, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 21.

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

забележених информација су се са технолошким прогресом такође мењали. Од глинених таблица, преко папируса, пергамента, папира, па све до данашњих дигиталних носилаца записа, медији које библиотека сабира су еволуирали, што су библиотеке спремно пратиле и прихватале. На тај начин, библиотеке су се увек налазиле у самом епицентру дешавања – функционисале су као средишта из којих се ширило људско знање, односно информације. Веза између медија и библиотека била је призната и током 20. века. Томе је, како смо већ указали, посебан допринос дао Џеси Хок Шир, дефинишући библиотеку као медиј комуникације,⁶⁸ а и други су наглашавали ову повезаност: „Библиотека је први и главни посредник у организацији и употреби комуникационих медија: омогућава циркулисање књига, води форуме, сарађује са радијом и телевизијом, и обезбеђује периодичку и новине.”⁶⁹

Џон Макензи Овен, са Амстердамског универзитета, разликује традиционалне и библиотеке будућности на основу опозиције између улоге посредника између издавача и крајњих корисника (традиционална библиотека), и улоге *медијатора знања*, што би била карактеристика библиотеке будућности. „Концепт медијације знања подразумева посредничку улогу библиотека које повезују корисничке потребе са доступним знањем које је садржано у информационим ресурсима, независно од тога где се ти ресурси налазе, и у каквом су облику.”⁷⁰ Поново је, како видимо, нагласак на томе да је улога библиотеке нераскидиво повезана са појмом посредовања, са појмом медијације, који подразумева да се медијатор, посредник, налази између две или више реалних датости, стављајући их тиме у неки однос.

68 Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 57–70.

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

70 J. S. Mackenzie Owen, “The future role of libraries in the information age” (1997), <http://eprints.rclis.org/5656/1/Fuure-role-of-libraries.htm> (преузето 13. 12. 2015).

Француски филозоф и медиолог Режи Дебре у основи везује медијацију за Хегелову дијалектику, где она значи основну законитост развоја духа. Дух се супротставља самом себи непрекидним порицањем и самопревазилажењем, представљајући тиме медијаторску, дијалектичку активност. Медијација је, слично томе, средство самоостваривања.⁷¹ Медијација, ипак, „није само 'нешто што је у средини', она учествује у стварању онога у чему посредује. [...] Она обликује. Често превазилази и оно што је саму покреће.”⁷²

У данашње доба делује готово парадоксално тражити перспективу за библиотеку у посредовању између корисника и универзума информација које нуди интернет; у ери када има све више појединаца који су способни да самостално долазе до информација, наизглед је излишна потреба за установом која би у се овом контексту нашла у улози посредника. Интернет се у неком смислу може схватити као неизмерна виртуелна библиотека, као што га одређују неке од првобитних дефиниција. Ово поређење интернета и традиционалне библиотеке ипак може бити само парцијално; основна разлика међу њима је то што је библиотека сређена колекција, са алатима и посредницима (библиотекарима) који омогућавају претрагу и проналажење садржине, а интернет то није. Глобална мрежа заправо је подстакла развој институције посредовања, што је сасвим логично када се има у виду да је у поплави и преобиљу тешко наћи праву информацију, из чега следи да би стручњак за тражење и проналажење информације, односно библиотекар, требало да буде на цени, или, да парафразирамо Нила Гејмена – Гугл вам може дати сто хиљада одговора, а библиотекар вам може дати прави одговор.⁷³

71 Režis Debre, *Uvod u medijologiju* (Beograd : Clio, 2000), 145.

72 Ibid, 149.

73 Neil Gaiman, „Why our future depends on libraries, reading and daydreaming”, *The guardian*, 15. 10. 2013, <http://www.theguardian.com/books/2013/oct/15/neil-gaiman-future-libraries-reading-daydreaming> (преузето 04. 03. 2015).

У прилог овој тези, да је посредовање у преносу информација заправо један од најактуелнијих трендова данашњице, иде и постојање бројних веб-страница које не презентују своју сопствену понуду, него обједињују и сабирају производе других компанија, како би корисницима уштедели време у претраживању и пружили им проверену и релевантну информацију. И ово представља неки вид *аутсорсинга*,⁷⁴ који је један од владајућих принципа на којима се темељи функционисање модерног модела пословања. Поред тога, однос медија и библиотеке може се, следећи мисао Режиша Дебреа, сагледати кроз њихову хоризонталну, односно вертикалну функцију преношења информација; наиме, функција медија јесте дисеминација информација у одређеном тренутку, кроз простор. Ту улогу има и библиотека, али, за разлику од масовних медија, библиотеке имају и далеко значајнији задатак, а то је културна трансмисија, односно преношење порука кроз време.⁷⁵ Мисије медија и библиотеке би, следствено томе, требало да се надопуњују, и да заједно чине једну ширу целину. Медији би требало да подупиру функције библиотеке, које би, са своје стране, требало да се налазе у средишту медијске револуције, интегрисујући хоризонталну и вертикалну функцију медија. Добру теоријску потку за проучавање улоге библиотеке као учесника у процесу вертикалног, хронолошког преношења информација и знања дао је управо Дебре; он је неологизмом „медиологија” означио научну дисциплину чији је предмет проучавања човек као преносилац. У свом делу *Увод у медиологију*, Дебре детаљно развија концепцију преношења порука на хоризонталном и вертикалном временском плану.

Дефинишимо најпре шта је библиотека за Дебреа: „Под овом речи (‘полица за књиге’) подразумевамо складиште писаних знакова који се у облику књига и штампе остављају у нарочитим здањима ради чувања и повременог прегледавања. То материјално

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

75 Брофи, *Biblioteka u dvadeset prvom veku*, 13.

нагомилавање представља извор сећања, спољни чинилац унутрашње трансмисије. Намена тог пасивног сабиралишта није само да сачува вековно наслеђе. Оно, самим својим постојањем, као модел заједнице писмених, себи својственим ритуалима (егзегеза, превод, компилација) подстиче утискивање нових трагова. Библиотека рађа писце, као кинотека синеасте.⁷⁶ Даље Дебре износи веома важно виђење библиотеке, одређујући је као носиоца носиоца – невидљивог извршиоца трансмисије чији је библиотека видљиви медијум, али не и покретач.⁷⁷ Дебре у наставку указује на врло битну чињеницу, а то је да често долази до мешања поступка и процеса, и да многи подлежу заблуди да физички пренос информација значи и пренос знања у друштву, што доводи до својеврсне *кризе трансмисије*.

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

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

76 Debre, *Uvod u mediologiju*, 17.

77 Ibid, 18.

заборављање, већ уклапање у сложенију целину. Комуникација представља тренутак дуготрајнијег процеса и део шире целине, коју по договору зовемо трансмисијом.”⁷⁸ Нужно је схватити да комуникација и трансмисија не треба да стоје у паралелном односу, без тачке додира и преклапања; управо супротно, ова два регистра егзистирају у међусобном прожимању, при чему је комуникација неопходан, али не и једини услов за остваривање трансмисије.

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

У *комуникацијским друштвима*, за које је карактеристично све успешније освајање простора и све мање успешно владање временом, учестало се јавља илузорно веровање да се културна трансмисија може остварити путем техничких средстава комуникације. Уз то, комуникациона индустрија се обнавља све већом брзином, чиме се наплашава раскорак између спорог напретка институција које су задужене за трансмисију, доводећи до тога да оне делују превазиђено, и у екстремном исходу непотребно. Мас-медији као средства мондијализације наплашавају везе између *овде* и *другде*,

78 Ibid.

односно превазилажење разлика између њих; повезаност ових ентитета видљивија је и очигледнија у односу на везе између *пре* и *после*. Заменом значаја дела и целине долази до тога да се *трајно* нађе у подређеном положају у односу на *пролазно*, што је својеврстан парадокс, јер ни то пролазно не би могло да буде реализовано да није засновано на ономе што је трајно. То је узрок већ споменуте кризе трансмисије, и у ширем контексту, кризе цивилизације.

Кључни концепт за сагледавање комплексног односа медија и библиотека јесте управо наведени појам уклапања у сложенију целину. Када се тај концепт постави у основу ове релације, добија се полазна тачка за сагледавање и разумевање суштинске повезаности између (масовних) медија као сервиса комуникације у реалном времену, на хоризонталном временском плану, и библиотека као „агенција друштва”, како их је дефинисао Џеси Шир, које посредују у преношењу информација на вертикалном, историјском плану. Пошто је библиотекарство дефинисао као делатност посредовања у друштву, Шир је прецизирао да се то посредовање врши у процесу комуникације као социјалном феномену.⁷⁹ „Штавише, парафразирајући Маршала Маклуана и његов текст под називом *Медиј је порука*, Шир наплашава да библиотека као медиј додатно обликује саму поруку. У процесу уобличавања поруке библиотека има низ предности над другим медијима. Оне почивају на специфичним задацима које библиотека обавља у друштву, тј. на документационој, меморијској и функцији организовања знања у библиотеци. Испуњавајући задатке прикупљања, чувања и организовања грађе у, по одређеном критеријуму сређене, фондове, библиотека своје услуге намењује појединцу, а не колективу. Она му пружа упориште за рад и приморава га на активан однос према порукама које се у библиотеци чувају. Шир исправно примећује да корисник библиотеке није пасивни посматрач већ активни учесник

⁷⁹ Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 57.

у процесу комуникације, те да библиотека, за разлику од радија, телевизије или новина, подстиче мисаоне процесе човека и у знатној мери искључује могућност цензуре или манипулације. Својим фондовима и њиховом презентацијом библиотека утиче на ширину човековог погледа на свет и, на посредан начин, богати културу чији је део, још једном исправно примећује Шир, доследно, међутим, потискујући чињеницу да коришћење библиотека нема димензију обавезности, да библиотека нема агресиван наступ попут неких других медија, те да су домети њеног утицаја ипак ограничени.⁸⁰

Овде можемо уочити још неке од кључних разлика између библиотеке као медија, и медија за масовну комуникацију: док се мас-медији обраћају (што) широј публици, библиотека комуницира са појединцем, а не колективом; за разлику од мас-медија, библиотека налаже активан став корисника у процесу комуникације. Природа порука које се преносе кроз ове две врсте медија, као и наведене разлике, значајна су аргументација за тезу да су библиотеке као медији далеко значајније и вредније. То, међутим, не значи да библиотека не треба да се послужи другим медијима, да искористи њихове предности, како би унапредила и учврстила свој статус. И библиотека мора бити спремна и способна да надживи медијум првобитне комуникације, укратко, да прихвати своје доба.⁸¹ Многи аутори сматрају да је један од нужних корака у овом процесу повезивање између библиотека, архива и музеја с једне стране, и медија с друге стране: „Једна од основних функција медија је стављање информације на располагање јавности и управо та функција у ери глобализације може да се означи као спојно место масовних медија, библиотека, архива и музеја. На тој тачки настају различити видови сарадње система који се баве информацијом у било ком њеном облику.”⁸² Овом тезом наглашава се став да промењена, од-

80 Ibid, 58–59.

81 Debre, *Uvod u medijologiju*, 19.

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

носно савремена улога наведених институција културе може да се оствари њиховом сарадњом, и коришћењем масовних медија, као и информационаих и комуникационих технологија шире гледано, у остваривању њиховог коначног (заједничког) циља.

Савремени медији имају више основних и изведених функција. Међу основним функцијама медија јесу: надзор над околином – обављају улогу стражара у друштву; повезивање делова друштва и усмеравање на решавање проблема; трансмисија културних тековина; маркетиншка функција; и функција забаве, која се може сматрати и изведеном. У изведене друштвене функције медија спадају: сазнавање и учење; релаксација и разонода; социјално повезивање; функција изградње и развијања личног идентитета (коју медији у одређеној мери злоупотребљавају намећући унификоване идеалистичке представе и гушећи индивидуализам, креативност и критичку мисао).⁸³ Дobar део ових функција остварује, или би могла да преузме и библиотека, као јемац права на проверену, квалитетну, ваљану, и валидну информацију, које је један од првих принципа демократски утемељеног друштва. Међутим, готово као аксиом у свести данашњег човека присутна је опозиција између асоцијација на медије, који подразумевају актуелност, динамику, савременост, у односу на библиотеке, које имплицирају трајност, мир, стабилност, али и анахроност. Таква перцепција библиотека и библиотекарства у односу на медије и медијске садржаје може се окарактерисати пре свега као површина. Имајући у виду да библиотеке увек прате промену коју диктира промена технологије, а следствено томе и медија, у сваком смислу, код савремених библиотека препознаје се спремност да одговоре захтеву дигиталног времена. Веома је важно нагласити да у том новом комуникационом обрасцу библиотечки корисник има активну улогу – он је агенс, субјекат у комуникационом и сазнајном процесу, за разлику од конзумента медијских садржаја, који је пасивизиран и представља објекат који се обликује према

83 Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju medijske kulture*, 6–8.

тржишним, политичким и другим потребама. Оно што је кључно за остваривање нове комуникационе парадигме јесте разумевање корисничких потреба: „Постоје многе, веома цењене улоге које библиотеке могу обављати у XXI веку, али ће најмоћнија бити улога 'информационог посредника унутар заједнице', тела које разуме и уме да се поистовети са заједницом својих корисника, добро познаје универзум информација и његову организацију, и истовремено активно развија и побољшава механизме који повезују та два света.”⁸⁴

И ако, као што каже Маршал Маклуан, медиј јесте порука, онда је и сама библиотека порука, као што су и поруке садржане у њој, које све заједно остају лишене сврхе у одсуству реципијента. „Због данашњег страховитог убрзања кретања информација, имамо шансу да разумемо, предвидимо и утичемо на силе окружења које нас обликују – и на тај начин преуземо контролу над нашом судбином,”⁸⁵ тврди Маклуан, што је за библиотечко-информациону делатност од пресудне важности, и што је једна од кључних порука наше књиге.

Концепт 2.0 као темељ нових медија

У време када се појавио током 2004. године, концепт 2.0 је подразумевао нови тренд на мрежи, али се у међувремену значење овог термина проширило, па се тако данас употребљава за различите активности и секторе, као што су „наука 2.0”, „предузеће 2.0”, „новинарство 2.0”, а говорићемо касније и о, за нас, разуме се, посебно важној, „библиотеци 2.0”. Ван контекста глобалне мреже, израз 2.0 постао је означитељ нових пракси у послу, образовању, у чијој је основи заправо нови начин комуникације и размене – података, информација, знања. Овај концепт друштвене,

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

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

конверзационе мреже, који је заснован на дељењу (енг. *share*), на узајамном деловању, подразумева и једно ново стање духа; овај феномен не подразумева само нове технологије и производе на њима засноване, него употребу, нове вештине и начин размишљања.

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

У том смислу говоримо о заједничкој, *колективној интелигенцији*. Како наводи Хенри Џенкинс, творац овог термина је Пјер Леви, француски филозоф и комуниколог, којег Џенкинс назива и сајбер-теоретичарем. Леви наглашава разлику између подељеног знања, односно информације коју група сматра релевантном и због тога је дели са другима, и колективне интелигенције, која чини укупан збир свих информација које поседује сваки од чланова групе понаособ, и којима сви имају приступа. То је колективно знање, које није могуће објединити у једној особи. „Али друштво мора брижљиво да испита сваку информацију која припада корпусу његовог колективног знања: погрешне информације могу довести до умножавања грешака...”⁸⁶

Појам културе учествовања коси се са традиционалним концептом пасивног посматрача. Више се не може говорити о одвојеним улогама произвођача и потрошача у медијском свету – треба их посматрати као учеснике у заједничком креативном процесу, који се реализује у складу са новим правилима која још увек нико од нас не разуме у потпуности. У том смислу француски аутори говоре о појави ’*consommateurs*’, или ’*consommauteurs*’,

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

што непреводивом игром речи (фр. *consommateur* – потрошач и *acteur* у смислу активни учесник, односно *auteur* – аутор) указује на сједињавање улоге потрошача, односно корисника информације, и њеног креатора, аутора, у некој врсти симбиозе која настаје, бивствује и расте на обострану корист.

Овај феномен има неизмеран значај када се посматра са аспекта маркетинга: повезивањем улоге аутора и конзумента долази до кружења садржаја, чиме се ствара звук сличан зујању инсекта (*buzz* – енглески термин који означава зујање инсекта). Реч је о техници карактеристичној за *вирални маркетинг*,⁸⁷ која је преузета из усмене културе, али са појавом и развојем веба 2.0 и друштвених мрежа добија нови смисао и важност. У најкраћем, то је имитација феномена „од уста до уста”, поводом неког догађаја, производа, услуге, или комерцијалне понуде. *Buzz* функционише тако што сам потенцијални конзумент постаје медиј, што доводи до наглашавања или мењања оригиналне маркетиншке поруке. Може бити спонтан, или тенденциозно изазван одговарајућим маркетиншким активностима.

Треба имати у виду да нису сви учесници у таквом комуникационом процесу једнаки: корпорације, па чак и појединци унутар корпоративних медија имају далеко већу моћ од било којег другог појединог потрошача или чак групе појединаца. А неки од потрошача имају много већи утицај у односу на остале појединце који учествују у комуникацији. Тај њихов потенцијал препознају *community* менаџери, који преко таквих појединаца на друштвеним мрежама посредно утичу на групе окупљене око њих и преносе им на тај начин своју поруку.

⁸⁷ Маркетиншка техника за коју је карактеристично да рекламу дистрибуирају сами корисници, и то добровољно. Путем друштвених мрежа и других сервиса интернета реклама се у идеалном случају шири неизмерно брзо, попут вируса, па се стога назива виралним, или вирусним маркетингом.

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

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

Различите алатке и апликације веба 2.0 могу се класификовати у неколико група: друштвене мреже; синдикација садржаја; друштвене ознаке (*bookmarks*); фолксономија (таговање); подкастинг; слике, фотографије и аудио садржаји; видео садржаји; блогови; вики-алати; презентације; алати за библиографске референце; ћаскања, поруке, видео-конференције, и други алати. У наставку ћемо у најкраћем представити неке од најзначајнијих поменутих феномена утемљених на вебу 2.0, без покушаја њихове систематизације. Посебан акценат биће на неким од специфичних платформи и алата за комуникацију и повезивање посвећеним књигама и читању.

„Све урбанији карактер наше цивилизације има за последицу да се број наших пријатеља и познатика константно повећава, док се степен блискости смањује; оно што имамо да кажемо све мање је упућено појединцима, а све више групама, и то све бројнијим. Наш стварни саговорник, са којим заиста комуницирамо, то је сваким даном све више – Јавност.”⁸⁸ Рекло би се – написано данас, али истина је да су ове речи старе више од стотину година; њихов аутор је Габријел Тард, француски филозоф и социолог, који је, како видимо, проникао у ванвременску суштину развоја комуникације, и као да је насликао оно што се данас подразумева под појмом друштвених мрежа.

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

Маршал Маклуан дао је готово пророчку слику данашњег умреженог света у којем се информације моментално деле сједињујући готово читаво човечанство у „глобално село”. Према Маклуану, цео свет ће у блиском моменту будућности бити сједињен у племе. „То ће бити потпуно ретрибализован свет дубоког учествовања. Ми смо већ ступили на глобалну позорницу путем радија, ТВ-а и компјутера у коме је цео свет Догађај. Наш

⁸⁸ Gabriel Tarde, *L'opinion et la foule* (Paris : F. Alcan, 1922), 24.

целокупни културни хабитат, који смо некада посматрали као нешто што само обухвата људе, путем ових медија и свемирских сателита се трансформише у живи организам који је и сам обухваћен новим микрокосмосом или *connubium*-ом надземаљске природе. Доба индивидуалности, приватности, подељеног или 'примењеног' знања, 'гачака гледишта' и специјалистичких циљева замењује се потпуном свесношћу мозаичког света у коме су простор и време савладани телевизијом, млазњацима и компјутерима – симултаним, 'све-у-исти-мах' светом у коме се све огледа у свему другом у једном потпуном електричном пољу, свет у коме се енергија не производи и не схвата традиционалним везама које стварају линеарни, узрочни процес мисли, већ интервалима, или размацама, које Линус Паулинг схвата као језик ћелија који ствара синестетичку интегралну дисконтинуирану свест.⁸⁹ Маклуан дубоко верује да човек стоји на граници неког новог света у којој ће људска свест бити ослобођена механичких стега, и способна да „лута свемиром”, научивши „тајне песме” које управљају универзумом.

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

Два основна принципа на којима се темељи особеност друштвених мрежа јесу лични идентитет у дигиталној форми и везе које се успостављају са другима. Припадници оваквих социјалних

89 McLuhan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 56–57.

група најчешће граде свој идентитет путем профила. Он обично садржи неку врсту визуелне идентификације, и краће или дуже информације о кориснику, које могу бити строго формалног карактера, и такве да одговарају реалности, што је обавезно код професионалних мрежа типа Линкедина, или неофицијалне, у целисти или парцијално фиктивне природе, што се среће код мрежа каква је Твитер.

Без обзира на то што се понекад посматрају са извесном дозом презира, и сматрају извором лаких садржаја које конзумирају припадници најширих друштвених структура, не обавезно образованих и културно освешћених, важно је разумети да се ради о веома моћном оруђу. Пример „Арапског пролећа”⁹⁰ показује како су друштвене мреже пресудно утицале на организовање маса, а на основу предизборних активности кандидата за председника САД током 2016. године⁹¹ може се закључити колико је важна улога социјалних мрежа у политичкој борби, која је знатно другачија откад је виртуелни јавни простор отворен за критике, коментаре, увреде и похвале сваког појединца који има потребу за таквим иступима.⁹²

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

91 Друштвене мреже представљају један од главних алата у политичким надигравањима; као карактеристичан пример у току предизборне кампање током 2016. за избор новог председника САД, издвојићемо карикатурално представљање кандидата Републиканске странке, Доналда Трампа, чија је слика са хитлеровским брковима кружила друштвеним мрежама, ефектно поредећи његове ставове са фашистичким. Без обзира на то, Трамп је изабран за председника; он је наставио активно да користи свој Твитер налог, на којем је присутан још од 2009. године, и где у лето 2019. године има 62,5 милиона пратилаца. Овде можемо споменути и председника Француске Емануела Макрона, који је активан на друштвеној мрежи Инстаграм, на којој има налог од септембра 2016. године, а прапи га 1,4 милиона људи (август 2019). Налог британске краљевске породице у истом тренутку има 6,6 милиона пратилаца, а објаве које се тичу активности њених чланова постављају се просечно два пута дневно.

92 Маркетиншки потенцијал друштвених мрежа и код нас је препознат и признат, чему у прилог иде и чињеница да је одавно у неким од огласа за

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

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

Додаћемо овде да просечан корисник интернета проводи на мрежи више од 6,5 сати сваког дана, од чега је на друштвеним медијима (мрежама и сервисима за размењивање порука) 2 сата и 16 минута. Од преко 7 и по милијарди људи у свету, 2019. године 3 милијарде 256 милиона њих користи друштвене медије, што је за 10% више у односу на претходну годину. Од свих друштвених медија и даље је по броју корисника неприкосновен Фејсбук – активан налог на овој мрежи у јануару 2019. има 2,27 милијарди корисника. Инстаграм у истом тренутку бележи милијарду активних налога, Твитер 326 милиона, Линкедин 303, а Снепчет 287 милиона. У Србији 3 и по милиона грађана користи Фејсбук, 2,2 милиона користи Инстаграм, налог на Твитеру има 275 хиљада људи, док Снепчет користи 945 хиљада, а Линкедин 780 хиљада припадника српске популације.⁹³

посао маркетинг-асистента или менаџера у Србији један од неопходних услова минимум хиљаду конекција, такозваних „пријатеља” или следбеника на некој од најпопуларнијих друштвених мрежа.

93 <https://datareportal.com/reports/digital-2019-serbia> (преузето 20. 06. 2019).

Фејсбук⁹⁴ је интернет страница друштвеног карактера, коју је основао Марк Закерберг у фебруару 2004. године. Првобитно је ова друштвена мрежа била намењена искључиво студентима универзитета Харвард, али је врло брзо ова интерна намена превазиђена, да би мрежа постала отворена за све кориснике интернета старије од 13 година који имају регистровану адресу електронске поште, постајући тако с временом глобални друштвени феномен.

Корисници Фејсбука имају регистроване профиле, односно странице, у зависности од тога да ли је реч о личном или пословном налогу. Основна страна састоји се од зида који омогућава комуникацију са „пријатељима“, или „фановима“ ако је реч о пословном кориснику. „Пријатељства“ се успостављају тако што један од корисника шаље захтев другом. Степен отворености профила предмет је подешавања, што значи да постоји могућност индивидуалног регулисања нивоа доступности информација објављених на профилу другим корисницима и „пријатељима“. Правила Фејсбука допуштају све осим говора мржње, голотиње, порнографије и насиља, и такви садржаји су цензурисани, што се десило и са контроверзном Курбеовом сликом „Порекло света“, чије је објављивање на овој друштвеној мрежи забрањено.

Велики успех Фејсбука почива у највећој мери на томе што ова платформа омогућава појединцима да друштву предоче своју сопствену слику о себи, другачију од оне у неvirtуелном друштву, као и неке аспекте своје личности који по њиховом мишљењу нису довољно видљиви, односно прихваћени у реалном животу, или би желели да их нагласе. Технолошка медијација даје могућност исказивања сопства или његовог дела које може бити фантазија, пародија, екстрем, који истовремено изражава и преобликује фрустрације из свакодневног личног и професионалног живота.

94 Facebook, <http://facebook.com/>.

Већ сам избор профилне слике указује на то какав је приступ корисника и каквим жели да се представи: да ли је одабрана стварна фотографија корисника или стилизована слика, лого, *аватар*;⁹⁵ да ли је приказан анфас, или на неки други начин, да ли му се види лице или је сакривено, да ли је у свакодневной ситуацији или неком специфичном тренутку, да ли је приказан у крупном плану или из даљине и слично.

Нарцизам, сујета, хвалисавост, то је у великом степену погонско гориво ове друштвене мреже. За наведене карактеристике везан је и термин „екстимност”, као супротности од интимност, (фр. *extimité/intimité*), у смислу експониране интимности. Реч је о термину који се помиње још од 1923. године, када га уводи француски књижевни критичар Албер Тибоде. Овај концепт добија свој данашњи смисао са мишљу француског психолога, психијатра и психоаналитичара Сержа Тисерона, и његовим делом *Преекспонирана интимност (L'intimité surexposée)*, који он даље развија у другим својим текстовима. Према Тисерону, интима је суштаствена људском бићу, али начини на који се она изражава непрестано се мењају из жеље за екстимношћу. Екстимност се заснива на излагању одређених делова наше приватности у јавност, са жељом да се добије повратна информација о њиховој вредности. Она се разликује од егзибиционизма и од конформизма. С једне стране, екстимност доприноси изградњи самопоштовања и стварању богатије приватности и већег броја веза. Она чува кључ емпатије на интернету, која је са своје стране кључ за патолошке процесе.⁹⁶ Колико потенцијалних опасности овакво

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

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

излагање доноси, никада није сувишно нагласити. Посебно су угрожени млади људи, који су оваквој пракси и најсклонији, не сагледавајући притом довољно њене могуће последице и лоше аспекте: отварање простора за деловање појединаца или група конкретних криминалних интенција, нарочито коришћењем инструмената за *геолокализацију*;⁹⁷ стварање услова за искривљену самоперцепцију; омогућавање интензификације вршњачког насиља – то су само неки од пратећих ефеката претераног излагања путем Фејсбука и осталих савремених медија. Актуелна су и гледишта која унос података (корисничких постова, текстова, фотографија, локација...) на овој друштвеној мрежи третирају као бесплатан дигитални рад. Овај рад постаје имовина која се може претворити у економску вредност, а корисници константно доприносе том систему непрестано додатно прецизирајући и прилагођавајући себе као мету, тиме што обезбеђују све више личних података. „Производи ове нематеријалне фабрике јесу више од милијарде различитих профила корисника, категорисаних и спремних за продају.”⁹⁸

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

Твитер је виртуелна друштвена мрежа која постоји од 2006. године; омогућава својим корисницима да пишу и објављују кратке

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

98 Vladan Joler i Andrej Petrovski, „Facebook Algorithmic Factory”, u *Critical Cartography of the Internet and Beyond*, ur. Vladan Joler (Novi Sad : Share foundation, 2018), 94. Доступно и на: <https://labs.rs/en/facebook-algorithmic-factory-immaterial-labour-and-data-harvesting/>.

поруке.⁹⁹ Ове објаве се називају твитовима (енгл. *tweet* – цврнут), а лого представља стилизовану птицу, што заједно указује на идеју ове мреже – да путем тих кратких јављања ствара увек присутан бруј који прати свакодневицу. Ове објаве се у реалном времену појављују на такозваној временској линији следбеника који прате датог корисника, а могу се погледати и накнадно приступом његовој профилној страници. Твитер поставља питање „Шта се дешава?“, што га везује за *овде* и *сада*, за актуелни тренутак корисника на датом месту; истовремено, он даје осећај свеprisутности, јер сва та „овде и сада“ су кроз њега повезана и чине један систем.

Дистинктивне функције без којих је данас Твитер незамислив развијале су се с временом и употребом, посредством система конвенција које су сами корисници постепено наметали, а компанија је на то реаговала уврштавајући их у део услуге. Овај механизам је посебно важан јер се на њему може сагледати принцип функционисања успешног феномена базираног на вебу 2.0, који суштински прати његову логику: правила нису задата а приори, нису екстерна, она потичу од самих корисника, она су аутохтона, суштствена, инхерентна самом систему. Свакако постоји базични сет правила из којих је поникла читава концепција, али она се допуњују, мењају, еволуирају, и то спонтано, великом брзином, и на иницијативу корисника.

Једна од карактеристичних функција Твитера јесте и обраћање директно некој особи додавањем знака „@“ испред њеног корисничког имена. Овакву објаву могу видети и сви други чланови мреже, који такође могу да се прикључе дискусији. Још једна веома значајна пракса на Твитеру јесте *ретвит* (енгл. ReTweet — RT), која се састоји у копирању нечије поруке и њеном дистрибуирању у сопственој мрежи. Функција *ретвита* пружа могућност моменталне

⁹⁹ Twitter, <http://twitter.com/>. Оригинална дужина поруке морала је да буде до 140 карактера, да би од септембра 2017. године број знакова био повећан на 280.

дисеминације и промовисања одређене информације, што га чини врло моћним оруђем, већ препознатим и прихваћеним нарочито на пољу политике и новинарства. У последње време моћ Твитера препознаје се и у другим животним областима и професијама, између осталих и у библиотекарској, али и у још неким, донедавно незамисливим доменима.

Илустративан је пример који је крајем децембра 2015. потресао католичку јавност: један француски свештеник је отворио налог на Твитеру у име Девике Марије како би, „разгрнуо праšину са вере” и приближио је верницима, са циљем да их на неформалан начин уведе у Божићне празнике. Овај налог је за само неколико дана стекао више хиљада следбеника на Твитеру.¹⁰⁰ Иако је наишао првенствено на зграђавање већег дела хришћанске јавности, овај случај нас наводи на размишљање, и питање да ли се овакав вид пропагирања вере и приближавања религији може упоредити са традиционалним средствима за те циљеве? Да ли је дрвена кутија вертепа замењена профилном сликом и фиктивним изјавама виртуелне Богородице?

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

За разлику од Фејсбука, за Твитер важи да његови корисници махом боље владају новим технологијама, и да су то највећим делом припадници млађих генерација. На овој друштвеној мрежи постоје и посебна правила, кодови, који творе један нарочит, „твитерашки” језик, особен у визуелном, синтаксичком и логичком смислу; карактерише га присуство *хаштагова* (енг. *hashtag*), који служе за микроиндексацију порука означавањем кључних речи такозваним „тарабама” (знаком „#”). Овакве карактеристике, које доприносе особености Твитера,

100 Твитер-налог <https://twitter.com/VersNoel> (преузето 19.12. 2015).

уједно га чине и недовољно приступачним за нове кориснике, што доприноси томе да Твитер још увек није досегао стадијум општепопуларне, „мејнстрим” друштвене мреже, за разлику од Фејсбука, који је знатно транспарентнији. За све нове кориснике, па тако и за библиотекарe који желе да користе ову мрежу у свом раду од посебног је значаја да усвоје кодове и правила понашања карактеристичне за Твитер, и користе их на природан начин. Циљ би за библиотеку на Твитеру требало да буде интеграција одређене циљне групе, али тако да и сама библиотека оствари припадност тој заједници,¹⁰¹ „то је свакако и једна од највећих последица које Твитер оставља у библиотекама: наводи их да из улоге установе која пружа услуге корисницима пређу у позицију једног од чланова заједнице.”¹⁰²

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

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

Инстаграм је апликација и платформа за дељење фотографија и видео-клипова посредством мреже пратилаца, који имају могућност да реагују поводом објављених садржаја. Инстаграм је

101 Више у: Драгана Д. Јовановић, „Библиотеке, шта се дешава?: о Твитеру и библиотекама”, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2016): 160–168.

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

покренут 2010. године и врло брзо је стекао велику популарност. Један од алата који доприноси његовој распрострањености јесте и могућност примене разноврсних филтера који дају различите естетске димензије фотографијама. Посебну популарност Инстаграму даје могућност емитовања такозване *приче* (енг. *story*), која има привремени карактер (нестаје 24 сата након објављивања), за разлику од стандардних објава које се задржавају на профилу корисника уколико их он намерно не уклони.¹⁰³ Млађе генерације дају предност Инстаграму, и неким другим, новијим апликацијама и платформама за мултимедијалну комуникацију, у односу на, рецимо, Фејсбук, који доживљавају као друштвену мрежу „за старије“.¹⁰⁴

*Линкедин*¹⁰⁵ је специјализована друштвена мрежа која је покренута 2003. године, као виртуелно место намењено пословној комуникацији и контактима између професионалаца у одређеним областима и пословних људи. Заснована је на пословним профилима корисника и ограничена искључиво на професионални домен.

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

103 На овој идеји заснива се и Снепчет (енг. Snapchat), мултимедијална апликација која је за кратко време постигла велику популарност, нарочито међу младима.

104 Утицај Инстаграма препознале су бројне значајне светске библиотеке; наведимо да Британска библиотека (British Library) има налог на овој мрежи од 2013. године, са око 276.000 пратилаца 2019, док је Њујоршка јавна библиотека (The New York Public Library) присутна на Инстаграму од 2012, а седам година касније има око 379.000 пратилаца. Ово, истина, нису значајне бројке у поређењу са бројем следбеника које, на пример, имају налози неких личности из домена масовне културе; ипак, указују нам на то да библиотеке имају свест о важности успостављања комуникације овим путем.

105 LinkedIn, <http://www.linkedin.com/>.

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

*Мајспејс*¹⁰⁶ представља интерактивну социјалну мрежу која садржи личне профиле корисника и повезује пријатеље, групе, блогове, фотографије, видео-клипове и музику, као и интерне поруке и претраживач. Ова друштвена мрежа настала је пре Фејсбука, 2003. године, као мрежа општег карактера; након што је Фејсбук преузео доминацију на овом пољу, Мајспејс се после више успона и падова и промене власништва коначно преоријентисао на област музике.

Јутјуб је колаборативна платформа за објављивање и гледање видео садржаја, покренута у фебруару 2005. године. Према наводима статистичке веб-странице „Socialbakers” објављеним у јануару 2016. године, Јутјуб се у том тренутку месечно гледао чак шест милијарди сати.¹⁰⁷ Према неким наводима, у мају 2019. године више од 500 сати видео-садржаја постављало се на Јутјуб у току сваког минута. Према подацима компаније за анализу интернет саобраћаја Алекса интернет, у августу 2018. Јутјуб је био други по реду најпосећенији сајт на свету.¹⁰⁸

Према дефиницији колаборативног онлајн речника *Dicodunet*¹⁰⁹, *вики* је динамична веб-страница на којој сваки посе-

106 MySpace, <http://www.myspace.com/>.

107 „YouTube statistics directory”, <http://www.socialbakers.com/statistics/youtube/> (преузето 08. 01. 2016).

108 <https://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>.

109 Колаборативни онлајн речник *Dico du Net* (www.dicodunet.com).

тилац може да уноси измене. Реч „вики” потиче из хавајског језика, где је „wikiwiki” придев или прилог са значењем „брз(о)”. Вики концепт омогућава колаборативно уређивање и објављивање докумената на мрежи, и то сваком посетиоцу дате стране, без употребе HTML кодова. Вики је један од најкарактеристичнијих феномена веба 2.0, имајући у виду његово утемељење на идејама заједничке интелигенције, партиципације и дељења. Осим најшире познате колаборативне онлајн енциклопедије, *Википедије*, постоје многобројне специјализоване *вики* веб-странице, попут *Јуриспедије* (међународно право), *Библиопедије* (франкофона колаборативна енциклопедија библиотекарско-информационе делатности), и других. Последњих година вики чланци су повезани са нормативним базама великих светских библиотека; овакви примери нам показују на који би начин библиотеке могле да допринесу савременим изворима информација, истовремено на тај начин наглашавајући неопходност своје улоге у информационом свету: библиотеке и њихове базе података јесу тај гарант поузданости, релевантности и основаности који недостаје модерним информационим ресурсима.

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

Блогови су настали стицањем два услова – упрошћавањем технике објављивања на интернету, с једне стране, и жеље за дељењем онога што знамо са што већим бројем људи. Креирање блог-налага је једноставно и не захтева много информатичког знања, а за приступ садржајима на блогovima довољно је имати интернет-конекцију, за разлику од већине друштвених мрежа где су садржаји углавном доступни ако је корисник регистрован и има свој профил на датој друштвеној мрежи. Међу познатијим бесплатним

хостинг веб-страницама за блогове налази се Blogger,¹¹⁰ а веома велики број блогера користи за потребе објављивања блогова Wordpress.¹¹¹ Власник блога има слободу да објављује све што сматра релевантним, а најчешће су написи везани за једну тему која их окупља у смисаону целину. Садржај који се објављује на блогу представља оригинално дело, које одражава идентитет аутора. У последњој деценији блогови су се веома развили и остварују знатан утицај у такозваној блогерској заједници, и посредно у широј јавности.¹¹²

Осим општепознатих, великих друштвених мрежа, постоје разноврсне специјализоване друштвене мреже и платформе које користе стручњаци или заинтересовани за одређене специфичне области. Тако научници, истраживачи и студенти могу да деле садржаје, праве забелешке, похрањују и организују научне публикације путем сервиса као што су били *CiteULike* или *Connotea*. Постоје и мреже као што је *Diigo*,¹¹³ која није превише позната широј јавности, а служи за означавање и дељење одабраних садржаја. Ови садржаји подразумевају не само насловне стране веб-страница, него и чланке, библиографске референце, или мултимедијалне документе. Оваква разноврсност информација тешко може да се

110 Сервис за објављивање блогова, покренут 1999. године; 2003. купио га је Гугл (www.blogger.com).

111 Wordpress (www.wordpress.com) је систем за управљање садржајем (енг. Content management system, CMS), чија је прва верзија објављена 2003. године. У почетку је zamiшљен као блог платформа, али се у међувремену развио тако да осим као основа за објављивање блогова широку примену налази и у креирању веб-сајтова, за које корисник не мора да има нарочито информатичко предзнање.

112 У другом делу књиге биће наведен пример добре праксе када је реч о блоговању у француском библиотекарству.

113 Назив *Diigo* (www.diigo.com) представља акроним од Digest of internet information, groups and other stuff – у слободном преводу „Сажети избор интернет информација, група и остало”. На овој веб-страници регистрованим корисницима је омогућено да означавају и тагују друге веб-странице и њихове садржаје, да маркирају делове и додају своје забелешке.

уклопи у класични библиотекарски систем, који је настао на основу класификације штампаних монографских публикација.

*Лајбраритинг*¹¹⁴ је друштвена интернет-апликација за каталогизацију, дељење и чување књижних каталога и различитих метаподатака, коју користе аутори, књижаре и издавачи, и други. Постоји од 2005. године, а у јуну 2019. ова мрежа имала је преко 2,4 милиона корисника и 135 милиона каталогизованих публикација. *Thingamabrarians*, што је неформални назив за кориснике ове мреже, могу своје каталоге да чувају као потпуно приватне, али већина се ипак одлучује да податке који им припадају дели са другим корисницима, који их могу претраживати по наслову, аутору, или преко тагова којима су јединице означене. Оно што је Лајбраритинг за англофоне кориснике, то је мрежа под називом *Бабелио*¹¹⁵ за франкофоне љубитеље књиге и читања, и професионалце у овој области. Обе ове платформе омогућавају евалуацију прочитаних дела, критику, као и таговање путем кључних речи, које олакшавају претраживање по различитим критеријумима: према тематици, читаности, најбољим оценама, и слично. Димензија друштвене мреже представља основу ових платформи, јер корисници, осим што трагају за новим насловима, успостављају везе са осталим члановима на основу сродних интересовања, проналазећи саговорнике за размену мишљења о прочитаним делима. Профили корисника засновани су на читалачком аспекту личности, и не захтевају никакве личне информације. На Бабелију је аватар често фотографија корисника где је лице сакривено иза корица књиге. За професионалце у домену библиотекарства значајна је услуга коју нуди Бабелио управо за библиотеке и запослене у њима: сервис под називом *Бабелтек* (франц. *Babelthèque*) пружа могућност

114 LibraryThing (www.librarything.com).

115 Babelio (www.babelio.com).

повезивања Бабелија са системом ОРАС и веб-страницом одређене библиотеке. На тај начин се садржаји које на Бабелио уносе његови корисници – коментари, критике, цитати, облаци тагова – повезују са подацима у библиотечком каталогу. Тиме се званични подаци, који су плод рада каталогизатора и других професионалаца у библиотечно-информационој делатности, обogaћују мање официјелним садржајима, који су, истина, најчешће резултат уплива лаика, али тиме библиотечки запис добија на животности и на непосредности.

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

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

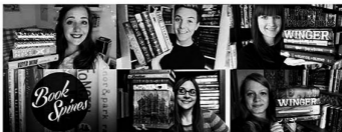
*Блинкист*¹¹⁶ је сервис везан за књигу и читање, који је у последње време у експанзији. Основан је у Берлину 2012, и има око 7 милиона корисника. Назив апликације указује на њену основну идеју: представљање есенције неке књиге у највише петнаест минута. Реч је о публикацијама које не спадају у лепу књижевност, а најтраженији су наслови из категорије личног развоја, менаџмента и психологије. На располагању корисницима је око 2.500 наслова. У настојању да се повеже са постојећим корисницима и стекне нове,

116 Blinkist (<http://blinkist.com/>); енгл. blink – трептај.

Блинкист је присутан и на најпопуларнијим друштвеним мрежама – Фејсбуку, Твитеру, Линкедину и Инстаграму. Иако је оваква врста кондензованог „читања” најблаже речено проблематична, како са библиотекарског аспекта, тако и из перспективе љубитеља књиге, не може се порећи да се посредно ипак може схватити као промоција читања и повезивања са писаном речју.

Посебно интересантан феномен у контексту промоције и пропагирања књиге и читања јесте *Буктјуб* (BookTube). Овај неологизам скован је од енглеске речи за књигу, *book*, и назива платформе *YouTube*. Реч је о појави која је настала још 2005. године, али се тек 2009. проширила, прво у Сједињеним Америчким Државама, да би данас била присутна на светском нивоу, посебно у Шпанији, Аргентини, Енглеској и Француској. У најкраћем, *буктјуб* је медијско средство којим читаоци, који се називају *буктјуберима*, изражавају чињенице, своје мишљење и утиске о прочитаним књигама, и то на врло непосредан, ефектан и упечатљив начин. Они снимају кратке видео-записе на тему прочитаног дела, и објављују их посредством личног канала на Јутјубу. Обично се налазе у свом приватном простору, пуном књига, а посебан акценат је на индивидуалном печату, духовитости, а често и необичном наступу уз певање, глуму и екстравагантну визуелну презентацију. Да би проширили круг публике, често *буктјубери* имају и свој блог, и тематски повезане профиле на најпопуларнијим друштвеним мрежама општег или литерарно профилисаног карактера. На америчком подручју најпознатија *буктјуберка* је Кристин Ричио на каналу „PolandbananasBOOKS”, који постоји од 2010. и има преко 400 хиљада следбеника¹¹⁷ и близу 70 милиона прегледа укупно, док су у Француској међу најпопуларнијима Нин на каналу под називом „Lectures de Nine”, и Жистин са „FairyNeverland”.

117 Податак са веб-странице www.christinericcio.com (преузето 08. 07. 2019).



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

Trois exemples de booktubers

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



Слика 3: Буктјубери

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

независни; њихови наступи постепено се комерцијализују будући да издавачке куће у њима препознају нови канал за ширење утицаја на потрошачку читалачку публику.

Појава овог и сличних феномена показује да постоји празан простор за посредовање између читалаца и књиге, који је у некој мери припадао библиотеци и који јој је са доласком нових технологија измакао. Исто тако, ова појава нам указује на изузетно битну чињеницу, која може бити помало изненађујућа, а то је да су младе генерације и даље везане за класичну књигу, штампану на папиру. Овом закључку у прилог иде и податак да је током 2015. године опала продаја е-књига у Великој Британији и Сједињеним Америчким Државама,¹¹⁸ а и неки скорији статистички подаци указују на то да се таква тенденција наставља.¹¹⁹

Библиотека 2.0

Када је реч о контексту библиотечко-информационе делатности, веб 2.0, и концепт 2.0 генерално, имају веома велики утицај на улогу библиотеке (и библиотекара), која губи своју традиционалну компоненту, имајући у виду да проток информација замењује њихово похрањивање, повезивање преузима улогу збирки, *аутор* у класичном смислу те речи налази се у истој равни са корисником, који и сам постаје онај који производи садржаје. Ово дељење, на којем јесте заснована идеја која се означава термином веб 2.0, повезује библиотекара и корисника који, сваки на свој начин, раде на истом задатку – протоку информација – у складу са логиком да се услуга побољшава са повећањем броја учесника у њеној реализацији. Веб 2.0 тако наглашава ефекат феномена које се на

118 Agathe Auproux, „Chute des ventes d'ebooks au Royaume-Uni et aux Etats-Unis en 2015”, *Livres Hebdo*, 17. 02. 2016. <http://www.livreshebdo.fr/article/chute-des-ventes-debooks-au-royaume-uni-et-aux-etats-unis-en-2015> (преузето 18. 02. 2016).

119 <https://www.idbook.com/infos-ebooks/baisse-des-ventes-debooks-en-2017-aux-usa/> (преузето 27. 06. 2018).

енглеском назива *long tail*, у слободном преводу „дугачак траг”. Овај термин је сковао амерички аутор Крис Андерсон 2004. године, док је објављивао у магазину *Wired*, означавајући њиме тезу да производи за којима влада слабија потражња могу у збиру достићи или превладати производе који су бестселери, али једино ако је дистрибуциони канал довољно широк.

Непрегледна количина неуређених података, мобилност, реално време – ове карактеристике данашњег интернета потпуно су стране традиционалној концепцији библиотеке. Међутим, библиотека и веб 2.0 имају и заједничке тачке, у погледу друштвене улоге, културног посредовања и преношења информација. Веб 2.0 технологије нуде библиотекама многобројне могућности, као што су боља услуга за њихову већ постојећу публику, излазак изван зидова и оквира веб-страница установе, и проналажење потенцијалних корисника тамо где они јесу.¹²⁰ Утицај веба 2.0 на библиотеке свакако је неминован. Како наводи велики ауторитет модерног француског библиотекарства, Бертран Каланж, „веб 2.0 ће убедити библиотеке да се другачије поставе, у погледу понуде услуга и садржаја, и да се дубље упусте у ову свакодневну праксу публике, а зашто да не и да експериментишу са доприносом корисника: имају добру позицију за тако нешто. Веб 2.0 подстиче на децентрализацију библиотека, на њихово активно укључивање у спољашње мреже, у вишеструка партнерства: и библиотеке тако улазе у еру протока.”¹²¹

Са појавом и развојем веба 2.0, и библиотека као институција суочила се са измењеним окружењем, у којем се информације преносе на нови начин, што је представљало неиспитани терен на који је требало ступити и њиме овладати, да би се одговорило на потребе нове генерације корисника. Највећи изазов за библиотеку представља позиционирање у овом веб окружењу: пословним,

120 Paul Miller, „Web 2.0: building the new library”, *Arcadie*, 45 (2005).

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

тржишним, речником говорећи, императив за библиотеку је био, и још увек јесте, да се репозиционира у односу на конкуренцију.

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

Термин је први употребио Мајкл Кејси 2005. године у свом блогу *Library Crunch*,¹²² да би га за време конференције „Internet Librarian 2005”,¹²³ популарисао амерички библиотекар Мајкл Стивенс, данас професор на универзитету *San Jose* у Калифорнији, наглашавајући њиме разлику у односу на традиционалне библиотечке веб-странице. Према Кејсијевим одређењима, суштина овог концепта јесте промена која у средиште доводи корисника. „То је модел библиотечке услуге која подстиче константне и сврсисходне промене, позивајући на учествовање корисника у креирању физичких и виртуелних услуга које желе, што је подржано сталном евалуацијом.”¹²⁴ У овоме су кључну улогу одиграле технологије веба 2.0, омогућајући иновације као што су виртуелне референсне услуге, персонализовани ОРАС интерфејси, или даунлодовање ресурса које корисници могу користити од куће. Навешћемо овде и дефи-

122 Michael Casey, „Working Towards a Definition of Library 2.0”, http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html (преузето 06. 04. 2013).

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

124 Michael Casey and Laure Savastinuk, „Library 2.0” (2010), <http://lj.libraryjournal.com/2010/05/technology/library-2-0/> (преузето 15. 01. 2016).

ницију М. Хабиба: „Библиотека 2.0 описује подскуп библиотечких услуга пројектованих тако да испуне потребе корисника које су настале као директна или индиректна последица веба 2.0”¹²⁵

Нови концепт под називом библиотека 2.0 прихваћен је и у руском библиотекарству, о чему сведочи и Јелена Јелисина, из Руске државне библиотеке у Москви: „Нов модел библиотечно-информационог услуживања [...] Библиотека 2.0 заснован је на следећим принципима: стављање корисницима на располагање широког спектра услуга непрекидно и из било ког места, приступ преко интернета електронском каталогу, узајамним каталозима разних земаља света; учествовање у корпоративним пројектима, придобијање широког круга партнера који имају своје презентације на мрежи; увлачење корисника у библиотечку делатност, конкретно, у формирање и обогаћивање садржаја електронског каталога, електронске библиотеке, веб-странице библиотеке; коришћење инструмената веба 2.0 (блогови, тагови, RSS, викији и друго), учествовање у друштвеним мрежама.”¹²⁶

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

Библиотеку 2.0 одређују следеће активности и идеје: промоција (активности у сврху придобијања старих и нових корисника); отварање према кориснику (који постаје креатор садржаја); побољшавање постојећих алата; омогућавање нових

125 Habib M. *Toward Academic Library 2.0: Development and Application of a Library 2.0 Methodology*, School of Information and Library Science of the University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, North Carolina, USA, 2006; према Sofronijević, A., „Nova paradigma saradnje u bibliotekama : više od web 2.0 tehnologija” у *Kultura*, 129 (2010): 38.

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

услуга; (ре)позиционирање унутар друштвене заједнице, заузимањем централног места у друштву.

Један од елемената који може послужити за илустрацију примене концепта 2.0 у једном сегменту библиотекарства јесте ОРАС2.0. Реч је о новој генерацији каталога ОРАС, коју карактеришу функције базиране на вебу 2.0, као што су јединствено поље за претрагу („onebox search” или „google-like search”), облаци тагова, прелоруке у смислу коментара корисника, статистика позајмица, профила корисника који су позајмили одређену публикацију, и други алати.

Библиотечарска струка суочава се са бројним практичним питањима када је реч о преласку на концепт 2.0: треба себи објаснити зашто је уопште потребно примењивати концепт 2.0, какво је место документарних професија у друштву 2.0, шта су тачно „ресурси” библиотеке у тој расподели, где је ту место књиге, коју територију треба обухватити (с обзиром на то да територија у физичком смислу више није лако одредива категорија), и с тим у вези, ко је уопште публика коју треба послужити.

Покушају спознаје места библиотеке 2.0, њене намене и механизма, може допринети и разматрање белгијске библиотечарке Вероник Делане, која покушава да изнађе одговор на питање која је улога библиотеке 2.0. „То није пуко креирање налога на Твитеру или Фејсбуку, него првенствено остваривање следећег: отвореног простора који нуди лак приступ информацијама и омогућава њихово обогашивање; простора у којем корисник интернета може да персонализује приступ, своје изборе, запамти омиљене ставке и управља својим подацима; креирање платформи које подстичу директну размену међу корисницима; омогућавање колаборативног филтрирања и онлајн препорука; увођење могућности креирања садржаја [...]; омогућавање праћења и дистрибуције циљане информације [...]; употребљавање иновативних интерфејса који

олакшавају претрагу и приказ докумената.”¹²⁷ Суштина овог навода могла би се, у најкраћем, изразити и на следећи начин: нужно је да библиотека прихвати суштину савремених медија и веба 2.0, да се сроди с њиховим механизмима, и имплементира их у своје функционисање.¹²⁸ Важно је нагласити да се алатке веба 2.0 не могу посматрати и користити независно и издвојено у односу на остала средства која библиотека као институција користи у сврху реализације своје мисије и циљева: „Да би остварили успех, пројекти засновани на вебу 2.0 морају бити интегрисани у стратешки план библиотека и везани за циљеве институције”.¹²⁹ Библиотека 2.0 није заснована само на новим технологијама. Методологија за планирање увођења услуге веба 2.0 потпуно је традиционална: одређивање визије, дефинисање пројекта, прикупљање информација, одлучивање о финансирању и о кадровским решењима, одабир софтвера, обликовање политике, имплементација услуге, и на крају евалуација.¹³⁰ Библиотеку 2.0 карактеришу и нетехнолошке функције и активности које у основи имају логику веба 2.0. Међу такве карактеристике спадали би, између осталог, и принцип евалуације услуга посредством анкета и испитивања корисника, дефинисање политике услуга и набавке у складу са испољеним захтевима корисника, развијање трансверзалне улоге библиотека у друштву на локалном нивоу, нове или адаптиране зграде у којима је простор организован према

127 Véronique Delannay : „La bibliothèque 2.0 : comment la gérer?” y *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?*, 177–182.

128 Када је реч о коришћењу Твитера у библиотекама, вредан је помена пројекат Универзитетске библиотеке „Светозар Марковић” из Београда, која је поводом обележавања 100 година од завршетка Првог светског рата на овој друштвеној мрежи покренула налог „@1918nadSrbijom”, а твитови су представљали мисли имажинарног учесника пробоја Солунског фронта. Објављена је и штампана верзија овог налога, промовисана као прва Твитер књига на свету. Један од циљева овог пројекта био је и да се јавности представи претражива база дигитализованих историјских новина.

129 Elena Jurevna Elisina, „Elektronske usluge biblioteke” y *Kultura*, 129 (2010): 340.

130 Delannay, „La bibliothèque 2.0 : comment la gérer?”, 177–182.

различitim korisničkim potrebama, organizovanje kreativnih atelea ili debatnih aktivnosti u kojima korisnici učestvuju i razmeñuju iskustva, sadržaji koji animiraju korisnike, kao što su čitalacke sesije, приче, презентације, креативне активности и игре у вези са књигама и читањем (на пример *bookcrossing*), организација тематских сусрета у вези са актуелним темама – здрављем, запошљавањем, образовањем...

Једна од битнијих карактеристика веба 2.0 јесте и феномен учења у складу с концептом „покушај, (погрешно), и види“. Овим принципом требало би да се руководе сви они који се лате оруђа веба 2.0, па и институције културе, а међу њима и библиотеке – оне „не би требало да оклевају да експериментишу, да инсталирају неку апликацију, која касније може бити уклоњена. Треба бити свестан да су софтвери у константној бета верзији, и не треба од њих очекивати савршеност. Неуспех имплементирања неке апликације може бити драгоцено искуство које нас информира о очекивањима и понашању корисника.“¹³¹

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

Развој понуде библиотечких услуга на мрежи постао је тако континуирани посао, кроз медиј који се константно мења и напредује. Нове информационе и комуникационе технологије омогућиле су библиотекама да боље организују своје активности – каталогизацију, размену података, управљање свакодневним

131 Ibid.

радним процесима, мерење rezultata тих процеса – али и да уведу нове услуге, као што су претраживање и консултација фондова на даљину, онлајн резервације, читање на новим носачима информација и друго. Библиотеке користе каталогe 2.0, портале за циљану дисеминацију информација, блогове намењене промоцији својих активности и садржаја. Осим за везивање традиционалних корисника, ове иновативне комуникационе могућности значајне су првенствено за придобијање нове публике, припадника генерације „Y” и „Z”, за које су платформе за генерисање, размену и дељење садржаја потпуно природан део друштвене средине. С тим у вези, посебан утицај нове дигиталне технологије оствариле су на однос између институције и њених корисника.

Кориснички хоризонт очекивања се померио; корисници имају нове потребе у погледу библиотечких услуга. Појам корисника библиотеке је измењен, проширен – он више не означава само заједницу људи који су уложили напор да се физички преместе како би користили изворе које библиотека нуди *in situ*. Овај термин сада обухвата све оне који користе дигиталну библиотеку, онлајн каталогe, услуге које више нису резервисане само за чланове библиотеке; корисник не мора физички да се премешта јер може да реализује своје потребе на даљину. „Библиотеке су у стању да испуне важну функцију, али само ако се понашају проактивно и ако мисле и делују у складу са жељама заједница корисника. Идеално би било да јасно дефинисана визија и концепт усмерен од стране корисника претходи комплетном развоју производа и услуга, нарочито када је у питању рад са виртуелним заједницама или њихов развој.”¹³²

Да би библиотека уопште могла да се нађе у улози модерног информационог центра, неопходан услов за то је и њено *отварање*

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

и окретање ка кориснику. Током већег дела историје цивилизације био је заступљен концепт библиотеке као установе у којој се грађа, у прво време писана, а касније и штампана, чува, и организује на начин који омогућава и олакшава њено коришћење. У средишту се, дакле налазио фонд и његова организација, што Брофи назива традиционалним, *птоломејским* погледом на библиотекарство, где је библиотека у средини а корисници на периферији, у односу на нови, *коперникански* образац, који у средиште поставља корисника. „Промене у поимању места и улоге библиотечких каталога у систему информација, понекад се с правом пореде с геоцентричном и хелиоцентричном сликом света, при чему се у средишту првог модела налази *каталог* којем гравитирају корисници, а у средишту другог – *корисници* и око њих много каталога и других информационих извора, који у фокусу имају управо корисника и његове потребе, вештине и навике.”¹³³ Уместо на грађи, фондовима, нагласак је сада на потребама појединца у оквиру друштвене заједнице. „Упоредо са инсистирањем на фонду, израђивало се схватање да је потребно организовати приступ знању и уважити потребе корисника као појединаца – становиште које су најјасније изразили пионери јавног библиотекарства – да је библиотека друштвена установа која је имала своју улогу у организовању друштва. Док су једни у овоме видели друштвену контролу, други су заузели либералнији и напреднији став видећи у јавним библиотекама средство за ширење писмености и љубави према учењу.”¹³⁴ Управо ово питање контроле разматра и Дракер, констатујући да „савремена технологија дарује појединцу средства да заобиђе и надмудритоталитарну контролу над информацијама.”¹³⁵

133 Весна Укропина, „Ка каталогизацији будућности: изазови и перспективе”,

Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012 (2013): 107–114.

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

135 Draker, *Postkapitalističko društvo*, 145.

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

У библиотекама у Француској последњих неколико година у пуном је замаху промовисање концепта „bibliothèque – troisième lieu”, у преводу „библиотека – треће место”, где наведени термин означава место сусрета, размене информација, социјалног контакта; треће је по реду после куће и посла. У складу са Дракеромовом констатацијом да посткапиталистичко друштво тражи доживотно учење, модел библиотеке као *трећег места* омогућава приступ информацијама и колекцијама свим заинтересованима. Тезу о *трећем месту* развио је амерички социолог Реј Олденберг, а карактеришу га, између осталог, следећа одређења: то је неутралан терен, који ублажава разлике међу људима, лако је доступно, са архитектонског аспекта гледано у равни са приземљем, то је друга кућа (*home-away-from-home*), обележена атмосфером игре.¹³⁶ Као што наглашава Бруно Мареска, „за разлику од других традиција, посебно англосаксонске, култура у Француској остаје стриктно раздвојена од разоноде, и често нам је мрска помисао на везу коју публика остварује са тим универзумом у складу са шемама конзумације забаве.”¹³⁷ Ова карактеристика француског библиотекарства препозната је и раније, али је било потребно

136 Mathilde Servet, „Les bibliothèques troisième lieu : Une nouvelle génération d'établissements culturels”, Bulletin des bibliothèques de France No 4 (2010), <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001#appelnote-4> (преузето 20. 03. 2016).

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

имати снаге и времена да се приступ промени: „Француска је дочекала 60-те године са врло застарелим концептом библиотеке, затвореним приступом у најзначајније и специјализоване, тако да је била очигледна потреба за оживљавање њиховог рада.”¹³⁸ Насупрот томе, библиотека као треће место најављује еру где ће концепти информисања, па и учења бити обједињени са забавом (енг. *infotainment* – кованица настала сажимањем лексема *information* и *entertainment* – информација и забава; енг. *edutainment* – *educational entertainment* – учење кроз забаву, игру).¹³⁹

Како видимо, у ширењу овог концепта у Француској препознаје се утицај англосаксонског библиотекарства; у прилог томе говори и чињеница да се као пример добре праксе на веб-страници посвећеној развојним стратегијама Француске презентује нова идеја библиотеке оличена у концепту под називом *IdeaStore*.¹⁴⁰ Реч је о библиотеци у лондонском округу *Tower Hamlets*, који је, суочен са тиме да је традиционални модел јавне библиотеке ’у крају’ превазиђен, 1999. године покренуо иницијативу да се формулише нови облик приступа знању и информацијама, који би уједно био инклузивнији, партиципативнији и отворенији према свом окружењу. Овај нови тип културне установе обједињује услуге библиотеке и едукативног центра, који омогућава доживотно образовање, у оквиру концепције која се назива *street corner university* (универзитет на уличном ћошку, у смислу неформалног образовног центра у суседству, доступног свима). Иако традиционална књига и даље заузима централно место, назив *библиотека* је напуштен у корист имена *IdeaStore* (енг. складиште, или продавница идеја). Акцент је на улози социјалне кохезије, омогућене различитим

138 М. Драгићевић Шешић, „Institucionalni sistem kulture politike Francuske”, 337.

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

140 France stratégie, „Élargir la participation à la vie culturelle: expériences françaises et étrangères”, République française, <http://www.strategie.gouv.fr/publications/elargir-participation-vie-culturelle-experiences-francaises-etranangeres> (преузето 20. 03. 2016).

услугама и разноврсном понудом, која укључује и чување деце, едукативно-информативне радионице (на тему здравља, посла и сл.), курсеве, могућности за самообразовање, и тако даље. Да су овај концепт корисници препознали и прихватили сведочи и податак да је „од отварања првог објекта *IdeaStore* посећеност троструко увећана, а број позајмица је порастао за 35%.”¹⁴¹ Сам назив ове установе упућује на повезаност са потрошачким друштвом и усмереност ка њему, с једне стране; с друге стране, имплицирана је активна улога корисника, који на ово место долази по *идеју*, у смислу сазнања које га инспирише и наводи на даље активности.

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

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

У библиотеке се, у складу са све присутнијим концептом гејмификације,¹⁴² уводе друштвене игре, па се тако по Француској јављају *лудотеке*, или чак *лудо-медијатеке*,¹⁴³ као што је она у Фо-

141 Ibid.

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

143 Библиотека, или медијатека, у чијем се фонду између осталог налазе и

су.¹⁴⁴ Такође, приступ преношењу знања по систему „покушај и научи”, који је, како смо видели, једна од карактеристика веба 2.0 и предиспозиција на којима се он заснива, довео је до појављивања такозваних *фаблабова*, у којима се знање преноси непосредним путем и омогућава овладавање различитим вештинама кроз праксу, а све то унутар библиотеке.

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

Управо у овом контексту веома је важно за институције културе и образовања да ухвате корак са савременим методама комуникације и функционисања генерално узев. „Креатори садржаја који не буду успели да се усагласе са овом новом партиципативном културом суочиће се са опадањем публике и прихода.”¹⁴⁵

Библиотеке морају водити рачуна о томе да се дигитално окружење непрестано мења и развија. Немогуће је успоставити трајан режим образаца у средини чије су карактеристике привремене, пролазне; свака пракса која се примењује мора константно бити предмет преиспитивања, евалуације, и као резултат тога, промене, прилагођавања. Као што је за појединца данас императив доживотно учење, тако је у извесном смислу и за библиотеку. „Међутим, могућности које нуди *виртуелна реалност* нису развијене у потпуности, а разлози су и концептуална ограничења, као што је употре-

друштвене игре, првенствено игре на табли (*board games*); оне су на располагању корисницима који могу да их играју на лицу места или код куће.

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

145 Henry Jenkins, „La culture de la convergence: Introduction”, http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23560/2007_21_31.pdf?sequence=1 (24. 12. 2015).

ба нових медија на традиционалан и ограничен начин, реплицирање старих парадигми, отпор и сумња...”¹⁴⁶

Императив је за библиотеку да пронађе модус да свој ригидни, непомични део који јој је иманентан, на неки начин умекша, постајући флексибилнија, прилагођивија, савитљивија, не дозвољавајући, притом, да то наруши њену суштину и основне принципе, задатке и темеље њеног функционисања. Уколико се то не догоди, уколико библиотека недовољно спремно, или недовољно спретно прихвати медијске компетенције својих корисника млађе генерације, које они доносе из свог свакодневног живота, јаз који већ постоји између њих биваће с временом све дубљи. За наставак комуникације нужно је прихватити чињеницу да се она одвија на другачији начин. „Библиотеке су стању да испуне важну функцију, али само ако се понашају проактивно и ако мисле и делују у складу са жељама заједница корисника. Идеално би било да јасно дефинисана визија и концепт усмерен од стране корисника претходи комплетном развоју производа и услуга, нарочито када је у питању рад са виртуелним заједницама или њихов развој”¹⁴⁷

Овај задатак, мора се признати, комплексан је и тежак за установу културе каква је библиотека. Библиотека по самој својој суштини тежи томе да обезбеди трајност, постојаност, уређен и стабилан систем који функционише на предвидљив начин, док прихватање нових комуникационих пракси подразумева спремност на готово свакодневно прилагођавање, напуштање дојучерашњих и прихватање сасвим нових модела, који ће већ сутра бити депласирани. „Говорећи речима Макса Вебера и библиотеке су бирократске организације. [...] Та чињеница собом носи бројне препреке за остварење мисије библиотеке у друштву. [...] У жељи да буде ефи-

146 Ivana Činić, „ Interpretacija kulturnog nasleđa u virtualnoj realnosti”, *Kultura* 129 (2010): 297.

147 Stigter, „Virtualne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci”, *Kultura* 129 (2010), 312.

касна, бирократска организација људе претвара у роботе што узрокује отуђење од посла, а тиме се доводе у питање основни циљеви и вредности библиотеке”.¹⁴⁸

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

Једну од потешкоћа за библиотеке у овом контексту често представља и проблем *дигиталног идентитета*, имајући у виду да, на пример, свако може на некој друштвеној мрежи да креира профил или страницу са подацима и сликом неког појединца или институције. Велики изазов представља и унификација тона и усклађивање порука и оних који их емитују међусобно, као и усклађивање са мисијом библиотеке, како би се стекао утисак једнствености и монолитности, утисак да се ради о „личности” библиотеке.

Али, библиотека 2.0 не значи само употребу алата веба 2.0 у библиотеци; овај концепт подразумева и „препуштање” библиотеке вебу 2.0: прихватање да садржаји које библиотека поседује или које је креирала изађу ван њених зидова и њених алата, да ти садржаји постану доступни кроз неке друге алатке, апликације, платформе, сервисе, да почну да живе у неким другим световима. Искуства бројних библиотека, међу којима су и Конгресна библиотека у Вашингтону, или општинска јавна библиотека у Тулузу доказују ову тезу: њихове збирке фотографија много су видљивије, и оствариле су знатно динамичнију интеракцију са публиком након објављивања на друштвеној платформи Фликр, него што би то био случај да су остале само на изворним веб-страницама ових институција.¹⁴⁹ Велики број библиотека које су окупљене у светски

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

149 Bertrand Calenge, „Web 2.0 : déclinaison bibliothécaires...”, *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?* 185–189.

каталог *WorldCat* postale su svesne чињенице да ће њихови каталози бити далеко видљивији и кориснији ако користе *Google books*, него да остану затворени у своје информационе системе. „У данашње време, када је реч о откривању неког садржаја, веб је први медиј избора за оне који траже информације. Ниједна појединачна библиотека реално не може да се такмичи са светским добављачима информација у привлачењу корисника. Као одговор на то, OCLC је 2006. године потпуно преместио *WorldCat* на веб, заједно са *WorldCat.org*, бесплатном локацијом за претраживање библиотечких веб-страница. Од тада, милиони појединачних посетилаца сваког месеца приступају *WorldCat*-у, а многи од њих потом приступају услугама локалних библиотека.”¹⁵⁰

И друштвене мреже општег типа представљају један од начина на који се остварује повезивање библиотеке не само са корисницима груписаним у заједнице, него и са самим вебом 2.0, успостављањем односа између нових медија и библиотеке, чиме се надаље остварује прогрес у развоју саме мреже, али и библиотеке, у некој врсти симбиозе. Дobar пример за то може бити однос Твитера и библиотеке: на први поглед је јасно какву добит може очекивати библиотека од овог актуелног медија – комуникација с корисницима и остваривање приснијег односа с њима, модернизација имица библиотеке, проширење круга корисника и слично. Пођемо ли корак даље, видећемо да постоји и домен у којем библиотеке могу допринети оваквом једном систему, а то је архивирање: како смо раније видели, ова посебно динамична и брза друштвена мрежа константно је упућена на актуелни тренутак, и нема димензију трајања, нити услове за озбиљније складиштење објављених садржаја. Постоје алати за претраживање у оквиру Твитера, али имају ограничења за претраге које се односе на садржаје старијег

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

датума. Компанија Твитер је, препознајући тај недостатак, потписала са Конгресном библиотеком у Вашингтону споразум о похрањивању и заштити целокупних архива ове друштвене мреже, и то још 2010. године (четири године по оснивању Твитера). Приликом реализације овог амбициозног пројекта Конгресна библиотека се суочила са бројним изазовима и техничким препрекама, и била је принуђена да упосли стручњаке из различитих области како би се са њима изборила.¹⁵¹ Конгресна библиотека је оваквим иступањем и ангажовањем показала не само јасно признавање историјског и културног значаја овог новог информационог и комуникационог медија, него и спремност да се суочи са новим ризицима, да *покуша*, ступајући на још увек недовољно испитан терен, и да успе, или извуче искуство, што показује блискост са логиком веба 2.0

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

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

¹⁵¹ Michael Zimmer, "The Twitter Archive at the Library of Congress : Challenges for information practice and information", *First Monday* Vol. 20, No 7 (2015), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5619/4653> (преузето 21. 02. 2016).

трошкова информација.¹⁵² У кооперацији са библиотекама које су део овог система, OCLC креира и одржава највећи светски онлајн јавни каталог, *WorldCat*, у оквиру којег се данас може наћи велики број података из различитих стручних и научних области. *WorldCat* представља кооперативну мрежу утемељену на заједничком коришћењу података. Садржи записе из јавних и приватних библиотека из целог света, у формату MARC, који се могу преузети у локалне базе података, чиме (у идеалном случају) престаје потреба за каталогизацијом сваке публикације на локалном нивоу.

Будућност ове мреже предмет је амбициозних планова надлежних за њено функционисање: „Наша визија је да снагу *cloud computinga* уведемо у активности библиотечког управљања. Ови мрежни алати за управљање библиотечким фондовима путем циркулације и испоручивања, штампања и лиценциране набавке, као и управљање лиценцама, изграђени су на новим технологијама и платформама које омогућавају библиотекама да прилагоде своје процесе рада, засноване на променљивој природи њихових фондова, корисника и процеса пословања”.¹⁵³ У августу 2019. године база података *WorldCat* садржала је преко 450 милиона записа, а сваке две секунде богатија је за један нови запис.¹⁵⁴

У контексту повезивања и дељења библиотечких садржаја креирањем глобалне мреже посвећене овим активностима, велики помак представља појављивање Европеане. Европеана је интернет платформа коју је 2008. године покренула Европска комисија, са циљем да омогући приступ различитим дигитализованим документима (књигама, аудиовизуелним садржајима, фотографијама, архивским документима), које обезбеђују институције културе из

152 OCLC, [„OCLC is a global library ...”], Online Computer Library Center, <http://www.oclc.org/en-US/about.html> (пнеузето 17. 02. 2016).

153 Stori i Dempši, „WorldCat – snaga globalne bibliotečke zajednice, efikasnost i zajedničko korišćenje izvora”, *Kultura*, 129 (2010), 332.

154 <https://www.oclc.org/en/worldcat/inside-worldcat.html> (пнеузето 01. 08. 2019).

27 земаља чланица. „Европеана је створена да пружи интегрисани приступ милионима дигиталних извора обезбеђених из музеја, архива, библиотека и аудио-визуелних институција широм Европе. Књиге, часописи, филмови, географске карте, фотографије, музика [...] и тако даље, биће на располагању свима на увид и коришћење, уколико то дозвољавају власници.”¹⁵⁵

С обзиром на то да се различите институције користе различитим стандардима у обради и чувању грађе, Европеана их прилагођава сопственом стандарду који омогућава њихову унификацију, а следствено томе и претраживање. У августу 2019. године Европеана је садржала преко 50 милиона дигитализованих објеката. Европеана не архивира садржаје; она служи само као каталог за претраживање, и приступна тачка преко које се путем линкова долази до институција које су садржаје дигитализовале и понудиле на својим веб-страницама и порталима. То значи да дигитални садржаји нису похрањени на једном централном рачунару; они се налазе у мрежи у оквиру своје матичне институције, до које се стиже посредством Европеане, која поседује једино метаподатке који одређују дате садржаје. На тај начин се посредством Европеане промовише матична локација одређеног садржаја, и повећава њена видљивост. У Европеану је укључено хиљаду и по институција из целе Европе, међу којима су и Британска библиотека (*British Library*), париски Лувр, и многе друге. Као стратешки циљеви Европеане дефинисани су сакупљање, олакшавање приступа, дистрибуција садржаја, и придобијање корисника.

¹⁵⁵ Stigter, „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci”, *Kultura*, 129 (2010), 305.

*Имици библиотеке и библиотекарка као основ
за репозиционирање у друштву*

Савремени медији значајни су у контексту остваривања библиотечарске мисије и са аспекта доприноса активном приступу промовисању библиотека и редефинисању имица библиотечарске струке у јавности. Овај аспект је изразито важан, посебно у данашњем времену када се оно што није присутно у медијима на овај или онај начин доживљава од стране ширих слојева јавности готово као непостојеће. У том смислу, улога савремених медија има велики, рекли бисмо пресудан значај у повећавању видљивости библиотеке у друштву, бољем препознавању њене улоге и мисије генерално, а посебно у времену знања.¹⁵⁶ Повећањем видљивости остварује се и већа транспарентност, а на тај начин и приближавање библиотеке и припадника професије јавности, посебно млађим генерацијама. Јаснији, снажнији, бољи имици библиотеке као установе није важан само у контексту реализације позитивне комуникације и интеракције са јавношћу и корисницима; исто тако, па и више, значајно је остварити већу препознатљивост, ојачати, нагласити и позитивно обојити њену слику као друштвено неопходне институције ради стицања финансијске и других видова подршке неопходних за њено функционисање и даљи развој. Приметан је и раскорак између виђења припадника библиотечарског позива, који су поносни, мотивисани, доживљавају библиотечарство као драгоцену професију, односе се с поштовањем према вредностима које чувају и деле, и виђења спољне јавности која перципира библиотечарску струку готово као превазиђену. Овај тренд није

¹⁵⁶ У складу са актуелним трендовима, ИФЛА је недавно покренула платформу под називом *IFLA Global Vision Ideas Store* (доступна на <https://ideas.ifla.org/>), која служи за размену идеја у области библиотечарства, и у суштини почива на принципу колективне интелигенције. Основни циљ ове „продавнице” јесте размена идеја библиотекарка из разних крајева света, ради унапређивања библиотечарства на генералном плану.

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

Исто тако, често у јавности постоје стереотипне представе о библиотекарима, које такође негативно утичу на имиџ овог занимања. „Слика библиотекара у мас-медијима може се сврстати у неку од следећих пет међусобно различитих категорија: библиотекарка уседелица, библиотекар полицајац (библиотекарка полицајка), библиотекар(ка) као пародија, неспособни библиотекар (неспособна библиотекарка), и библиотекар-херој (библиотекарка-хероина). Перцепција професије библиотекара у јавности нешто је другачија; иако су библиотекарски најчешће описани позитивним терминима, готово да уопште не постоји свест о знањима, вештинама, пословима и образовању библиотекара.”¹⁵⁷

157 Maura Seale, *Old Maids, Policeman, and Social Rejects: Mass Media Representations and Public Perceptions of Librarians*, *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, <http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v09n01/>

У многим библиотекама у Србији често постоје спорадични, неинституционализовани напори, много пута на индивидуалном нивоу, да се библиотеке ослободе негативног имица застареле институције која припада епохи на заласку, али стиче се утисак да су такве активности недовољно координисане, осмишљене и уклопљене у неку општу, дугорочну стратегију библиотеке. „Када библиотека нема план односа с јавношћу, када циљне групе и методе комуникације нису јасно дефинисани, када је језик комуникације неразумљив, библиотека, заправо, показује да нема стратегију развоја у којој би јавност могла препознати свој интерес.”¹⁵⁸ Због тога су организоване и добро усмерене, стратешки утемељене активности из домена односа с јавношћу и маркетинга изузетно значајне за даљи развој библиотеке у актуелном тренутку.

Клод Молар наглашава улогу комуникационе стратегије у промотивним активностима у култури: „Промоција сваког појединог пројекта у култури наћи ће се у незавидном положају ако не постоји ваљана комуникациона стратегија. Активност комуникације синтетичког је карактера. *Зашто баш таква стратегија? За кога? Како?* То су питања које одговорно лице установе културе у фази замисли саме делатности или неке друге културне манифестације треба себи да постави, и то што је раније могуће, много пре отварања установе за публику или много пре почетка одржавања манифестације.”¹⁵⁹ Молар даље разрађује свако од ових питања, па тако међу одговорима на питање „Зашто?” наводи следеће могућности: да би се постигао одређени ниво угледа установе; да би се подстакло учешће публике у пројекту; да би се подржао квалитет предложене уметничке продукције; да би културни пројекат могао да одигра и улогу покретача локалног развоја. Питање „За кога?” доноси пет могућих одговора, у виду различитих циљних група;

seale_m01.html (преузето 19. 12. 2014).

158 Стокић Симончић и Вучковић, *Управљање библиотекама у добу знања*, 189.
159 Klod Molar, *Kulturni inženjering* (Београд : Clío, 2000), 128–129.

прелазак са нејасне категорије публике на категорије циљних група Молар представља као усвајање волонтаристичке стратегије. У прву циљну групу спадали би доносиоци одлука, другу циљну групу дефинише као посреднике, трећу као партнере, четврта циљна група је публика, а пета јавно мњење. Одговор на питање „Како?“ морао би да буде последица добро утврђене стратешке концепције, подразумевајући и проналажење адекватних средстава за његово спровођење. Према Молару постоје три стратешка облика који се не морају нужно међусобно искључивати. То су стратегија утицаја, која подразумева и одлуку да ли је циљна публика првенствено локалног или националног карактера; стратегија догађаја, која се дефинише насупрам нивоа сталности програма, при чему је важно нагласити да давање предности сталним колекцијама у односу на повремене догађаје неминовно доводи у повлашћен положај установе као што су позоришта у односу на институције попут библиотека; и на крају стратегија одане публике – најстарија стратегија, која подразумева снажне маркетиншке активности, у циљу везивања публике за генералну политику куће.¹⁶⁰

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

Незаобилазну ставку у планирању представљају људски и финансијски ресурси, што наплашава улогу руководеће структуре, која „мора да схвати, да подстакне и да помогне руководиоцу комуникација.“¹⁶¹

160 Ibid, 129–131.

161 Ibid, 132.

С тим у вези је и појам визије и мисије културних установа. Визија представља дугорочни стратешки циљ организације, који треба да буде даг на инспиративан, мобилизаторски и амбициозан начин; она је окренута будућности и носи са собом вредности које у организацији постоје можда тек у назнакама. Мисија, као дефиниција установе и њеног основног смисла, веома се ретко мења; мисија представља полазну основу за исказивање циљева и задатака. Циљеви, искази крајњег резултата, тачке су које желимо да достигнемо; увек се исказују за одређени период и представљају полазну основу за мерење и евалуацију достигнућа.¹⁶²

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

Треба нагласити да су односи с јавношћу и маркетинг различите дисциплине, али да су међусобно испреплетане и да заједно чине једну комплекснију целину. Како каже дефиниција Америчког друштва за односе с јавношћу (PRSA),¹⁶³ односи с јавношћу су стратешки комуникациони процес који изграђује везу између организација и њихове публике, на обострану корист. Овде би се могло додати да се публика у овом контексту може схватити, а можда би је и требало схватити у ширем смислу, тако да обухвата не само публику одређене институције, већ и ширу јавност, што

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

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

би значило и потенцијалну публику, као и унутрашњу јавност, односно све оне који су на било који начин професионално везани за ту организацију. Према једној другој дефиницији, односи с јавношћу имају задатак да стварају и одржавају репутацију, с циљем да се оствари разумевање и подршка, као и да се утиче на мишљења и понашања циљаних јавности.

Насупрот томе, навешћемо и неке од бројних дефиниција маркетинга. Ево како је маркетинг одредио Робин Фарли: „Маркетинг је функција менаџмента која организује и усмерава све пословне активности садржане у процењивању и преобраћању куповне моћи потрошача у ефикасну тражњу за одређеним производом или услугом и у усмеравању тог производа или те услуге крајњем потрошачу или кориснику, како би се остварио профит или други циљеви које је фирма одредила.”¹⁶⁴

Према најновијој дефиницији Америчке асоцијације за маркетинг (*American Marketing Association* – AMA), маркетинг је активност, низ усвојених образаца и процеса за стварање, преношење информација, испоручивање и размену понуда које имају вредност за потрошаче, клијенте, партнере, и друштво генерално.¹⁶⁵

Када је реч о примени маркетинга у библиотекарству, објекат маркетиншког деловања биле би колекције, услуге и програми библиотеке. С друге стране, односи са управом на локалном и државном нивоу, комуникација међу запосленима у хоризонталном и вертикалном смислу, развојне стратегије, изградња корпоративног имиџа, *fundraising*¹⁶⁶ – све су то категорије које припадају области односа с јавношћу. За маркетинг у библиотекама веома

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

165 American Marketing Association, „Definition of Marketing”, <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (преузето 18. 12. 2015).

166 Процес преговарања и прикупљања (додатних) средстава путем донација, наплаћивања услуга, инвестиција и слично, првенствено у невладиној сектору, али и у државним институцијама.

је битан концепт који у фокус ставља корисника, тако да се све даље активности организују спрам његових потреба, жеља и очекивања. „За крај можемо навести још једну од честих заблуда – редукуцију односа с јавношћу на само једну димензију, на односе с медијима. Иако су медији међу најважнијима, ако не и најважнији код формирања јавног мњења, ипак у већини случајева нису наша главна циљна јавност, већ оруђе и пут којим досежемо до своје циљне групе.”¹⁶⁷

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

Ризици и дилеме

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

На први поглед могло би се закључити да културна институција каква је библиотека, нарочито када је реч о националним и високошколским библиотекама, ризикује да наруши свој идентитет, да се игра својим угледом, да долази у опасност да се компромитује и изгуби своју душу, експериментишући са Фејсбуком, Твитером,

¹⁶⁷ Mladen Miroslavić, *Odnosi s javnošću* (Banja Luka: Besjeda : Banja Luka College, 2008), 22.

Јутјубом и сличним платформама. Постоји очигледан несклад између установе која је стожер културе у институционалном смислу, и алата за дистрибуцију баналних сегмената свакодневице, које многи као такве презиру.

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



Слика 4: Комплексан однос Твитера и библиотеке

Твит у наведеном примеру има 1643 такозвана „фејва“,¹⁶⁸ а ретвитован је 359 пута у моменту када је преузет, што указује на то да се велики број корисника препознао у цитираном напису.

¹⁶⁸ Жаргонски – свиђања.

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

Још један аспект овог проблема чине практичне, оперативне потешкоће у вези са организацијом посла, што смо делом већ претходно поменули: како обезбедити кохерентност наступа, хармоничност поруке и склад презентације у ауторској множини; како наступити, са каквим тачно циљем, како обезбедити уједначено испољавање идентитета институције? „Изузетно је битно да, унутар једне установе културе, сви појединци говоре истим језиком и да, уз помоћ јединствено припремљеног материјала, шире исту поруку.”¹⁶⁹ Ширење јединствене поруке није толико тешко када се установа оглашава кроз један институционални канал комуникације, као што је то официјелни сајт; када се прича прошири на динамичније, интерактивније медије, остваривање успешне комуникације постаје знатно сложенији задатак.

Потешкоћу за библиотеке, када је реч о позиционирању првенствено на друштвеним мрежама, и помоћу других сервиса веба 2.0, представља то што нови медији захтевају суштинско разумевање дигиталног идентитета. Развој присуства на мрежи изван онога које је одређено официјелним страницама и порталима, захтева размишљање о начину на који ће библиотека презентовати свој идентитет на мрежи. Суштина је у томе да није довољно само наставити са званичним представљањем, као да је реч о некој врсти продужетка официјелне веб-странице. То не значи да се не треба

¹⁶⁹ Molar, *Kulturni inženjering*, 132.

ослонити на званични идентитет, посебно ако је реч о институцији изграђеног имиџа и интернационалног статуса. Има више примера великих светских библиотека које су без даљег развијања стратегије, следећи праксу званичних односа с јавношћу своје установе, оствариле значајан успех на друштвеним мрежама, као што су Конгресна библиотека у Вашингтону, и Британска библиотека у Лондону (која илустрације ради, средином 2019. године има близу два милиона пратилаца на Твитеру, а споменули смо и њен налог на Инстаграму). Ипак, неопходно је јасно дефинисати и добро осмислити прецизан уреднички концепт; појединци много лакше успевају на друштвеним мрежама јер њихова личност остварује уредничку улогу. Институције су по својој природи имперсоналне, немају личност коју би могле да аутоматски пројектују на профил и тако му обезбеде потребну конзистенцију, доследност, униперсоналност – за то је нужна добра, препознатљива, снажна уређивачка концепција.

Једна од основних одлика веба 2.0 јесте и допринос јавности, односно корисника у креирању садржаја, што носи своје ризике: на првом месту, такав искорак доноси лаички печат институционалном деловању; друго, јавност која се стимулише да пружи свој допринос подразумева свакако и запослене у библиотеци, а то нас доводи до питања да ли је за институцију пожељно и за њен имиџ корисно да сви запослени јавно износе своје приватне ставове и лична виђења.

Данак релативизацији простора и времена коју са собом носе модерни медији у контексту библиотека представља и губљење јасне дистинкције између оригинала и репликае, прошлости и садашњости, објекта и интерпретације, што неминовно доводи до измењеног контекста сагледавања одређеног садржаја, који се у измењеном издању појављује пред очима корисника. С тим у вези је и један од важнијих проблема који се јавља када је реч о дисеминацији библиотечких садржаја и њиховом дељењу кроз различите агрегаторе и платформе; то је питање права над емитованим подацима. Да ли интереси библиотеке могу да се

изгубе у судару са првенствено комерцијалним мотивима који у највећој мери представљају основне нити мреже? Не треба заборавити, примера ради, да је самим отварањем налога на Фејсбуку корисник дао сагласност да ова платформа региструје све објављене информације и да има право да их користи без додатног одобрења.

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

Приликом разматрања улоге веба 2.0 треба имати на уму да његове алатке могу знатно изменити методе и процес рада у библиотекама, да ће у великој мери и трајно утицати на услуге, колаборативни рад и друге сегменте библиотечко-информационе делатности. „Али веб 2.0 неће суштински изменити лице библиотеке нити њен статус: јавне установе у колективној служби сачуваће своју институционалну димензију, у смислу организације и начина функционисања, а то ће бити у успешнијој симбиози са њиховим корисницима”.¹⁷⁰

Свакако, никада не треба губити из вида правило да је сваки медиј добар слуга, али зао господар, што потврђује и Режи Дебре: „... према сваком 'револуционарном медију' треба се поставити езоповски као према најгорем и најбољем могућем изуму.”¹⁷¹ Да би био „најбољи изум”, да би био добар слуга, треба га одлично упознати, треба њиме овладати; ако направимо ту грешку да га идеализујемо, или му се препустимо – ми губимо. Другим речима: са медијима који су производи нових технологија треба се суочити, они се морају користити како би се савладали. На сличан траг на-

170 Calenge, „Web 2.0 : déclinaison bibliothécaires...” y *Le web 2.0 en bibliothèques. Quels services ? Quels usages ?*, 187.

171 Debre, *Uvod u mediologiju*, 234.

води нас и Маршал Маклуан, који сматра да су катаклизмичне промене окружења као што су ове којима сведочимо, у себи и за себе морално неутралне; начин на који их посматрамо и реагујемо на њих одредиће коначне психичке и друштвене последице, а ако одбијемо да их уопште приметимо постаћемо њихове слуге. Светски збир електронског кретања информација неминовно ће нас бацати унаоколо попут плуте на немирном мору, али ако задржимо хладноћу док се спуштамо у вртлог, проучавајући процес који нам се збива и оно што можемо да учинимо у вези с тим, можемо да га пребродимо. „Судбином технологије нећемо загосподарити тако што ћемо јој окренути леђа. Наша одговорност се налази у разумевању њене логике да бисмо што је могуће боље предвидели њене последице.”¹⁷²

172 Ibid, 252.

САВРЕМЕНИ МЕДИЈИ У ПРАКСИ: БИБЛИОТЕКЕ У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ

Како би се барем делом сагледала и упоредила примена савремених медија у библиотекарској пракси у Француској и Србији, неопходно је успоставити шири оквир и представити опште карактеристике културне политике двеју земаља, а затим, у најкраћем, и комплексан положај библиотеке и библиотекара унутар француског и српског друштвеног система.

Савремена културна политика дефинише се као „свесно регулисање јавног интереса у области културе и одлучивање о свим питањима везаним за културни развитак једног друштва.”¹⁷³ Ради бољег поимања, културна политика сваке земље може се сврстати у један од шест модела који су уобличени на основу заједничких карактеристика и уочених сличности у културним политикама конкретних земаља, а то су либерални, парламентарни, државни бирократско-просветитељски, државни престижно-просветитељски, национално-еманципаторски и регионално/језички/етнички дефинисани модели.¹⁷⁴ Према типологији коју су установили канадски аутори Хари Хилман Шартран и Клер Маккафи, у оквиру прва четири модела држава има различите улоге, које су именоване као фацилитатор, патрон, инжењер и архитекта. Може се остварити и мешавина ових улога, што би представљало повезани државни приступ.¹⁷⁵

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

174 Ibid, 37–41.

175 Harry Hillman Chartrand & Claire McCaughey, „The Arm’s Length Principle and

За француски културни модел значајно је установљаванье министарства културе, што је институција коју је Француска увела први пут у свету. Министарство културе¹⁷⁶ основао је 1959. године тадашњи председник републике Шарл де Гол, поставивши за првог министра интелектуалца, писца и политичара, Андреа Малроа,¹⁷⁷ а овај пример следиле су многобројне земље у свету. Кроз ове значајне културно-историјске податке отвара се угао за сагледавање Француске као земље која је предводник прогресивних тенденција на пољу културног развоја, и поборник иновативних, пионирских решења у области културне политике.

Малро, као први министар културе, снажно је обележио француску културну политику. Саму идеју за оснивање министарства културе заједнички су разрадили и реализовали де Гол и Малро: „према њиховој замисли ово министарство треба да делује у циљу јачања француске културе и њеног престижа у свету, односно да својим деловањем буде један од суштинских и најважнијих чинилаца стварања слике о Француској, као културној сили.“¹⁷⁸ То ново министарство, као престижна, месијанска визија културе, представља пример без преседана у историји; а Малро, генијални пророк,

the Arts: An International Perspective – Past, Present and Future”, in *Who's to Pay? for the Arts: The International Search for Models of Support*, eds. M. C. Cummings Jr & J. Mark Davidson Schuster (N.Y.C.: American Council for the Arts, 1989), <http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Arm%201%201989.htm> (преузето 18. 03. 2016).

176 Ово министарство се у Француској од 1997. до 2017. године званично звало Министарство културе и комуникација.

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

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

sa svoјом прагматичном и ратоборном администрацијом остварио је утицај државе у домену културе, који је утемељио традицију и моделе на које се Француска и данас ослања.¹⁷⁹

Француска је земља у којој културна политика функционише у оквиру државног модела, што значи да јавни сектор остварује доминантну улогу у развоју културе, који је у потпуности подређен државним органима. Од неколико специфичних облика који се издвајају унутар државног модела, у Француској је заступљен престижно-просветитељски модел, чија је основна одлика да надлежне државне структуре осмишљавају стратегију културног развоја, укључујући и финансијски аспект, и користе инструменте културне политике помоћу којих управљају културним животом. За овај концепт карактеристично је да су култура и културни развој појмови од националног значаја, који су утицајан фактор у креирању имиџа државе у интернационалним оквирима. „Главни циљ културне политике Француске је учинити културу доступном свим грађанима, уз истовремено повећање учешћа свих грађана у културним активностима и културном развоју земље, што се посебно односи на француску културу и дела француских аутора.”¹⁸⁰ У складу са законским одредбама, акције владе Француске се с једне стране односе на заштиту, очување, одржавање, развој, промоцију, дифузију и побољшање културног и уметничког наслеђа које се сматра заједничким власништвом целе нације, а с друге стране на заштиту, промовисање, подржавање и охрабривање културне и уметничке креативности. Ови напори имају значај у спречавању гушења и сузбијања креативности и стваралаштва, што је једна од одлика државног модела културне политике. У складу с главним циљем укључивања свих грађана у културни живот Француске,

179 Alexandre Mirlesse et Arthur Anglade, „Quelle politique culturelle pour la France?” (2006), <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf> (преузето 20. 03. 2016).

180 Zorana Vraneš „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa”, <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2011/0023-51641130128V.pdf> (преузето 17. 03. 2016).

влада је такође преузела одговорност уметничког и културног едуковања грађана, стављајући културно образовање у исту раван са формалним образовањем.¹⁸¹ Посебан значај има међуминистарска сарадња, где треба поменути сарадњу између Министарства културе и Министарства образовања. Држава одређује и обезбеђује средства за финансирање културних институција и пројеката, и то двојачко: директним управљањем националним установама, или субвенционисањем локалних заједница и установа културе. Држава покушава да оствари баланс између своје доминантне улоге у културном развоју која неминовно има уплив на свеукупност културне организације и понуде, и подстицања креативних искорака и иновативних, независних уметничких остварења. „Са становишта Министарства, прилагођавање нормама омогућава да се обезбеди кохерентност културне политике, али са становишта заједница које користе таква преимућства то исто значи и обавезно подвргавање културном и уметничком избору који није увек и њихов сопствени.”¹⁸²

С тим у вези је и појам децентрализације културе, под којим се у Француској, као и у највећем броју западних земаља, подразумева активност којом се остварења у области културе преносе из престонице у што већи број регионалних културних центара. Овај појам често се узима као синоним са изградњом домова културе.¹⁸³ Домови културе као производи децентрализације представљају оригинални француски концепт. Њихово оснивање покренуо је Андре Малро по доласку на функцију министра културе; сам Малро је инсистирао на разлици између француског и совјетског појма дома културе, „говорећи да је совјетски дом културе намењен свима – а француски свакоме. На овој лингвистичкој дистинкцији Малро је покушао да одреди начин деловања и обраћања дома културе, који би био у складу са

181 Ibid.

182 Molar, *Kulturni inženjering*, 51.

183 Dragičević Šešić, „Institucionalni sistem kulture Francuske”, 236.

француском традицијом, инсистирањем на индивидуализму културних потреба, на протесту против хомогенизације, на давању слободе избора.¹⁸⁴

Посебан значај у овом смислу има Национални центар за уметност и културу „Жорж Помпиду“, који је замишљен као модел комплексног културног центра будућности, и као такав представља есенцијализацију идеја француске културне политике.¹⁸⁵ До оснивања ове установе дошло је из настојања да се акцентује развој савременог француског уметничког стваралаштва, који није био довољно наглашен кроз реализацију програма и активности које су спроводили домови културе, задржавајући се више на елементарним циљевима дифузије уметничких пројеката. Кључну улогу у оснивању ове институције одиграо је тадашњи председник Републике Жорж Помпиду, који је 1969. предложио изградњу новог културног центра на платоу Бобур, који би поред разноврсне уметничке понуде укључивао и библиотеку. Паралелно са развојем ових планова, текло је, почев од 1967, осмишљавање пројекта оснивања нове библиотеке, будуће Јавне информативне библиотеке, да би у једном тренутку ова два пројекта била интегрисана у један, што је резултирало отварањем Центра и Библиотеке у јануару 1977. године.¹⁸⁶ Центар представља јединствен пример у Француској, имајући у виду његову величину и разноликост активности које нуди: сталне и привремене изложбе, пројекције документарних и играних филмова, позоришне представе, концерти, деље радионице, трибине, дебате и друго.¹⁸⁷

Са аспекта значајне улоге Бобура, нарочиту важност у развоју француског културног идентитета има специфично

184 Ibid, 294.

185 Ibid, 358.

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

187 F. Leleu, „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou” (Diplôme de conservateur de bibliothèque : mémoire d'étude, ENSSIB, 1994), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62039-les-relation-entre-la-bpi-et-le-centre-georges-pompidou.pdf> (преузето 23. 03. 2016).

архитектонско решење, чија је естетика изазивала опречна мишљења, као својевремено Ајфелова кула, или Пирамида у Лувру. Архитекте које су га осмислиле, Ренцо Пјано и Ричард Роцере,¹⁸⁸ дефинисале су ово решење као *еволутивни просторни дијаграм*, наглашавајући техничке карактеристике овог пројекта које га чине јединственим у светским размерама, стварајући од њега прототип за нову генерацију музеја и културних простора уопште.

Ова јавна установа налази се под ингеренцијом министра задуженог за културу. Он контролише потрошњу ресурса и, у сарадњи са министром економије и финансија, одређује буџет установе.¹⁸⁹ Примера ради буџет Центра је 2005. године износио близу 100 милиона евра, од чега је 70 милиона субвенција државе.¹⁹⁰

За крај овог кратког осврта на Центар „Жорж Помпиду“ навешћемо Бодријарово позитивно конотирано поређење Центра и параметара потрошачког друштва: „Први пут, Бобур је на висини културе као што је хипермаркет на висини робе.”¹⁹¹

Положај библиотеке и библиотекар у Француској

Библиотека у Француској има јасно одређену улогу, препознату као један од темеља демократског система вредности, што наглашава њену друштвено одговорну функцију: „Библиотека је јавни сервис неопходан за остваривање демократије. Она мора да осигура једнак приступ читању и документарним изворима да

188 Renzo Piano, Richard Rogers.

189 Loi No 75-1 du 3/1 1975 portant création du centre national d'art et de culture Georges Pompidou, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LE-GITEXT000006068487&dateTexte=vig> (преузето 23.03.2016).

190 Centre Pompidou, „Le Centre en chiffres”, <https://www.centrepompidou.fr/media/document/35/25/35251a5f2110e63430a3feaf419eb3bd/normal.pdf> (преузето 23. 03. 2016).

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

би омогућила интелектуалну независност сваког појединца и да би допринела напретку друштва.”¹⁹² Овако је библиотека одређена у Повељи о библиотекама, коју је у новембру 1991. године усвојио Виши библиотечки савет.¹⁹³ Даље се прецизира да доступност фондовима подразумева лак физички приступ библиотеци, радно време прилагођено потребама корисника, и коришћење техничких могућности за комуникацију на даљину. Како видимо, посредовање савремених медија препознато је и у овом документу као једна од битних претпоставки за остваривање мисије библиотеке у данашњем тренутку у демократски одређеној средини, с нагласком на чињеници да је повеља усвојена пре готово тридесет година.

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

Првом типу припада Национална библиотека Француске (*Bibliothèque nationale de France – BnF*), као јавна установа под окриљем Министарства задуженог за културу, са мисијом која је генерално карактеристична за националне библиотеке, а о којој ће више речи бити у наставку.

У јавне библиотеке спадају Јавна информативна библиотека (*Bibliothèque publique d'information – Bpi*), која има посебан статус у оквиру овог система, с обзиром на то да се налази под ингеренцијом Министарства културе; општинске и међуопштинске библиотеке (*bibliothèques municipales / intercommunales*), које функционишу под окриљем својих општина; и департманске библиотеке (*bibliothèques départementales de prêt – BDP*), чија је основна улога

192 Charte des bibliothèques : adopté par le Conseil supérieur des bibliothèques le 7 novembre 1991, <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1096-charte-des-bibliothèques.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

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

везана за подршку малим општинским библиотекама, а зависне су од департамантских органа власти. Посебан тип библиотека јесу високошколске или универзитетске библиотеке, које су отворене за све, али су првенствено намењене студентима, професорима и истраживачима. Библиотеке у основним и средњим школама именоване су као „центри за документацију и информације”, па се, строго узев, издвајају из библиотечког система. У Француској, према подацима Министарства културе, има преко 16.000 библиотека и места за јавно читање, а 16% француске популације учлањено је у библиотеку.¹⁹⁴

Иако јавне и универзитетске библиотеке у Француској спадају под ингеренцију локалних власти, односно универзитета, држава традиционално остварује утицај на функционисање библиотека. Министарство културе, посредством Службе за књигу и читање (*Service du Livre et de la Lecture*), даје техничку, а повремено и финансијску подршку јавним библиотекама. Национални центар за књигу (*Le Centre national du livre*), који спада под ингеренцију Министарства културе, такође има своју улогу у подржавању функционисања библиотека, првенствено кроз потпомагање проширивања библиотечких колекција.¹⁹⁵

Према подацима француског Министарства културе, библиотеке у Француској бележе пад броја корисника у периоду од 1997. до 2008. године. Процент уписаних корисника старијих од 15 година 1997. био је 20%, а 2008. 18%.¹⁹⁶

194 Ministère de la Culture et de la Communication, „Chiffres clés 2018”, <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-d-ouvrages/statistiques-de-la-culture-et-da-la-communication-2012-2019/Chiffres-cles-2018> (преузето 29. 06. 2019).

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

196 Ministère de la Culture et de la Communication, „Chiffres clés 2015”, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Vient-de-paraitre/Chiffres-cles-2015> (преузето 29. 10. 2015).

Основна карактеристика правне регулативе која уређује библиотечко-информациону делатност у Француској јесте чињеница да Француска нема посебан закон о библиотекама. Нарочито активан поборник доношења оваквог закона јесте Асоцијација библиотекара Француске (*Association des Bibliothécaires de France – ABF*)¹⁹⁷, највеће и најзначајније удружење припадника библиотекарске струке у Француској.¹⁹⁸ Мада се о потреби за постојањем оваквог закона често воде полемике, а било је и најава његовог доношења, до сада није било конкретних резултата у том смислу, тако да ова област остаје уређена појединачним државним актима. Први такав декрет о француским библиотекама донесен је 1923. године, чиме је спроведена и генерална реорганизација свих библиотека у земљи.

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

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

197 <http://www.abf.asso.fr/>.

198 Danielle Oppetit et Matthieu Rochelle, „Une loi sur les bibliothèques” (2011), <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-02-0006-001> (преузето 22. 03. 2016).

У домену образовања библиотекара, Француска има разрађен систем који, на првом месту, предвиђа школовање у трајању од најмање две или три године после завршетка средње школе, односно гимназије (фр. *Vac+2 / Vac+3*), у области информационо-комуникационих технологија, или високошколског образовања друштвеног усмерења. За даљи наставак образовања неопходно је проћи на конкурс који расписује надлежни државни или орган локалне самоуправе, у зависности од типа установе за који се будући библиотекар припрема.¹⁹⁹ У складу са одредбама Одлуке којом се одређују модалитети организације екстерног и интерног конкурса за регрутацију библиотекара, од 11. јуна 2010. године, конкурс се састоји од писменог и усменог дела, који осим стручних сегмената подразумевају и испитивање опште културе и информисаности. Конкурси су подељени у три категорије, – *A, B и C*, у складу са претходним нивоом образовања кандидата, а постоји могућност за организовану припрему за конкурс у оквиру неке од надлежних образовних установа. После успешно завршеног конкурса, примљени кандидати настављају школовање за библиотекара, у трајању од шест месеци, или за конзерватора (*conservateur*),²⁰⁰ што представља квалификацију за руководеће позиције у библиотекама, у трајању од осамнаест месеци. Престижна установа за образовање библиотекара зове се Национална виша школа информационих наука и библиотекарства,²⁰¹ и налази се у Лиону, а постоје и још неке образовне институције сличног профила, као што је Школа за библиотекарске документаристе²⁰² у Паризу.

199 Nadège France-Henri, *Les concours des bibliothèques: Informations générales* (2009), <http://biibliest.ubourgogne.fr/images/stories/Concours/brochure%20info%20gles%20concours%20juillet%202009.pdf> (преузето 21. 03. 2016).

200 Овај термин не треба поистовећивати са звањем конзерватора у номенклаури библиотечких звања у Србији; његово значење је општије, а представља највиши степен у образовању библиотекара у Француској.

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

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

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

Према наводима на официјелној веб-страници Министарства за национално образовање, више школство и науку, бруто месечна зарада библиотекара на почетку каријере износи око 1600 евра, на половини радног века око 2300, а пред одлазак у пензију готово 3000 евра.²⁰³ Конзерватор на почетку каријере може имати плату од 1700 евра бруто, да би генерални конзерватор у националној библиотеци (што је највише звање у хијерархији у француском библиотекарству) на крају каријере могао да зарађује готово 5400 евра месечно бруто.²⁰⁴

Да бисмо употпунили ове контуре француског библиотекара, изнећемо и његову мисију, онако како је дефинисана у Декрету бр. 92–29 од 9. јануара 1992, који се односи на посебан статус припадника библиотекарске струке; она јесте у неком степену застарела, односно изискује допуне у складу са актуелним тренутком, али добро одређује базичне задатке библиотекара: „Библиотекари учествују у стварању, организовању, обогаћивању, евалуацији, употреби, и приближавању публици свих врста библиотечких збирки. Такође, задужени су за анимацију и образовање у оквиру своје установе, а могу имати и руководеће дужности.”²⁰⁵

203 Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid23205/bibliothecaire.html>, (преузето 21. 03. 2016).

204 Centre de documentation sur les métiers du livre, *Les concours des bibliothèques* (2014), <http://bibliotheques-de-pret.paris.fr/userfiles/file/Nouveautes/concours-bibliotheques.pdf> (преузето 21. 03. 2016).

205 Décret n° 92–29 du 9 janvier 1992 portant statut particulier du corps des bibliothécaires, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000539406> (преузето 21. 03. 2016).

Комуникација савременим медијима у Националној библиотеци Француске

Национална библиотека Француске (*Bibliothèque nationale de France – BnF*), која овај назив носи од 1994. године, настала је на основу краљевских збирки са краја средњег века, које су годинама расле и развијале се, тако да тачну годину оснивања Библиотеке није могуће дефинисати. Посебно важну годину за даљи развој Библиотеке, као и за светско библиотекарство генерално узев, представља 1537. година, када је Франсоа I увео обавезу достављања обавезног примерка сваке публикације у земљи краљевској библиотеци. Значајну улогу у историји Библиотеке, посебно у домену набавне политике, имао је опат Бињон,²⁰⁶ краљевски библиотекар из прве половине 18. века, који је увео прву организацију Библиотеке по одељењима. Период Револуције битно је утицао на будућу Националну библиотеку Француске; без обзира на то што је институција обавезног примерка била привремено укинута (током три године), Библиотека је значајно обогатила своје фондове захваљујући конфискацијама, првенствено збирки племства и свештенства, у земљи и иностранству.²⁰⁷ Краљевска библиотека преименована је током овог периода у Националну.²⁰⁸

У новије време, током осамдесетих година 20. века, суочена са неизбежним потешкоћама изазваним порастом штампарске продукције и повећаном културном потражњом, за Библиотеку је морао да се пронађе нови концепт, који је отелотворен у новом објекту

²⁰⁶ Жан Пол Бињон (1662–1743), свештеник и члан Француске академије, краљевски библиотекар Луја XIV.

²⁰⁷ Dominique Varty, „Les confiscations révolutionnaires”, *Histoire des bibliothèques françaises. 3, Les bibliothèques de la Révolution et du XIXe siècle, 1789–1914*, dir. Dominique Varty (Paris : Ed. du Cercle de la librairie, 2009).

²⁰⁸ Bibliothèque nationale de France, „De la Librairie royale à la BnF”, http://www.bnf.fr/fr/la_bnf/histoire_de_la_bnf/a_sept_siecles.html (преузето 23. 03. 2016).

на обали Сене, у 13. париском арондисману, отвореном у децембру 1996. године. На дан националног празника, 14. јула 1988. године, током традиционалног телевизијског обраћања, тадашњи председник Француске Франсоа Митеран најавио је „изградњу једне од највећих и најмодернијих библиотека на свету, која ће покривати сва поља знања, која ће бити на услузи свима, и која ће користити најмодерније технологије за пренос података, којој ће моћи да се приступи на даљину и која ће се повезати са другим европским библиотекама.”²⁰⁹ Ова председничка најавна значајна је по више основа: сам датум одабран за најављивање изградње нове библиотеке даје јој прворазредну важност у националним оквирима, што је наглашено најавом из уста председника; друго, савремени медији одређени у овом обраћању као модерне технологије препознати су још тада као један од темеља кључних за функционисање нове библиотеке; и треће, у наведеним карактеристикама нове библиотеке препознају се неки од обриса концепта који је касније оличен у феномену веб 2.0 – отвореност, даљински приступ и умреженост.

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

²⁰⁹ Bibliothèque nationale de France, „Un grand projet”, http://multimedia.bnf.fr/visitefmiterrand/histoire/esp_hp.htm (преузето 23. 03. 2016).

Нова зграда Националне библиотеке Француске сматра се задужбином председника Митерана – она званично и носи његово име. Пут који је зацртао Жорж Помпиду као председник Републике, изградњом Центра Помпиду, наставили су председници који су на чело Француске дошли после њега: Жискар д’Естен са Музејом Орсеј, Франсоа Митеран за чијег је мандата поред Националне библиотеке Француске остварен низ капиталних пројеката од значаја за културу, познатих под називом „Велики радови” (*Grands travaux*) – адаптација Лувра са изградњом Пирамиде, Опера Бастиља, Арапски институт, Жак Ширак који је установио Музеј првих уметности Кеј Бранли (*Quai Branly*).²¹⁰ Овај импресивни низ илуструје значај и место културе у француском друштву: држава има заштитнички став према култури, издиже је, обезбеђује јој видљивост, наглашава њену присутност и утицај, стварајући од ње *бренд*, како у националним тако и у интернационалним оквирима, који са своје стране тој држави доприноси – кроз културни туризам, ширење политичког утицаја, еманципацију и образовање њених грађана. Поред тога, ови подаци нам говоре и то да појединац у Француској има потребу да се кроз културу изрази, да обележи свој значај у простору и трајање у времену; ако је тај појединац на челу државе онда се та потреба манифестује кроз монументалне резултате какви су наведени.

Ново здање има потпуно промењену концепцију, као и организацију у односу на стару националну библиотеку. Више то није библиотека само за хуманистичке науке, већ за све области људског знања. Читаонице које претенасто обухватају врт, подељене су у два нивоа – на вишем нивоу око врта (*Haut-de-jardin*) налази се библиотека општег карактера, док је на доњем нивоу (*Rez-de-jardin*) смештена библиотека истраживачког типа. Одлуку о томе да истраживачку библиотеку треба физички одвојити од опште

210 Од 2016. овај музеј носи име Жака Ширака.

библиотеке, раздвајањем на два нивоа, донела је Влада Француске, што је још један од показатеља важности овог пројекта у државним размерама.²¹¹

У организационом погледу, Библиотека се састоји од Опште управе, Управног савета и Научног савета. Главног управника именује Библиотека у складу с предлогом Министарства културе. Библиотека има 2700 запослених.

Поред централне зраде на локацији Толбијак, делови Библиотеке налазе се на још шест места. Од ових преосталих локација издваја се историјско језгро библиотеке у 2. париском арондисману, које носи име Ришеље, и где се чувају посебне збирке Библиотеке (картографска грађа, рукописи, медаље, новчанице, фотографије...)²¹²

Национална библиотека Француске спадала је под ингеренцију Министарства за универзитет све до 1981. године, када је пребачена у надлежност Министарства културе. „То повезивање захтевао је још и Андре Малро, оснивач Министарства за културу, у чијем надлештву су данас такође и сви француски Архиви и Музеји, Дирекција за издаваштво, Национални центар за сарадњу библиотека, као и Национални центар за књижевност.”²¹³

Према одредбама Декрета од 3. јануара 1994. године, мисија Националне библиотеке Француске подразумева сакупљање, чување, и богаћење колекција, с нагласком на француској језичкој

211 Gérard Grunberg, „La Bibliothèque de France, de l'intention à la réalisation”, *Bulletin d'informations de l'Association des Bibliothécaires français* No 161, 4^{me} trimestre (1993), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/43244-la-bibliotheque-de-france-de-l-intention-a-la-realisation.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

212 Здање на овој локацији реновира се од 2010. године, а коначан завршетак радова после вишеструких одлагања предвиђен је за 2020. Назив Ришеље носи по улици у којој се налази главни улаз у зграду Библиотеке.

213 Vesna Injac, „Francuska nacionalna biblioteka: istorijat, organizacija, nova Biblioteka”, https://www.nb.rs/view_file.php?file_id=492 (преузето 15. 03. 2016).

баштини, или у вези са француском цивилизацијом; обезбеђивање приступа што већем броју колекција; подстицање активности у вези са међународном разменом и другим видовима научне и културне сарадње; и брига о зградама у којима је смештена.²¹⁴

Велики део финансија Националне библиотеке Француске одваја се из државног буџета, будући да Министарство за културу учествује у финансирању ове установе са 85%, док преосталих 15% Библиотека остварује сопственим приходима. „Француска национална библиотека потпуно је самостална у свом раду и поседује ранг министарства, што значи да француска влада упућује средства Библиотеци преко Министарства културе, али тим средствима Библиотека самостално располаже, као што је и потпуно неовисна у вођењу политике и стратегије свога развоја и функционисања.”²¹⁵

У фонду Библиотеке налази се око 40 милиона публикација и предмета, од којих је 14 милиона књига и часописа; више од 3 милиона дигиталних докумената могуће је прегледати онлајн, посредством дигиталне библиотеке Националне библиотеке Француске – *Галике*.²¹⁶

На локацији Толбијак Библиотека има 4500 места за кориснике у читаоницама; физички у Библиотеку дође између 3 и 4000 особа сваког дана, што је на годишњем нивоу преко милион корисника. Према подацима Службе за комуникацију, Библиотека бележи мањи број посета докторанада него раније, што се образлаже чињеницом да ова групација, природно и у великој мери користећи нове технологије, уместо виšekратних долазака у Библиотеку, користи један долазак да забележи фотоапаратом или мобилним телефоном оно што их занима, штедећи на тај начин време.

214 Décret No 94-3 du 3/01/1994 portant création de la Bibliothèque nationale de France, [https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORF-TEXT000000545891&fastPos=1&fastReqId=251135199&categorieLien=cid&oldAction=techTexte\(mpeuzero 23.03.2016\)](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORF-TEXT000000545891&fastPos=1&fastReqId=251135199&categorieLien=cid&oldAction=techTexte(mpeuzero 23.03.2016)).

215 Vesna Injac „Francuska nacionalna biblioteka : istorijat, organizacija, nova Biblioteka”.

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

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

Веб-страница Националне библиотеке Француске

The screenshot shows the homepage of the National Library of France (BnF) as of January 2016. At the top, there is a navigation bar with language options (Français, English, Español, Deutsch, Italiano, Português, Pycckий, العربية, 中文, 日本語) and a search bar. The main content area is divided into several sections:

- EXPOSITION:** A featured exhibition by Anselm Kiefer, titled "Anselm Kiefer, l'alchimie du livre", running from January 18 to February 7, 2016. The image shows a stack of books with a scale of justice hanging above them.
- ACCÈS DIRECTS:** A list of direct access links including "Catalogue général", "Gallica, la bibliothèque numérique", "Ressources électroniques", "Réserver une place", and "Poser une question à un bibliothécaire".
- SORÉE THÉMATIQUE:** A section for thematic evenings, featuring "Les lundis de l'Arsenal: Acteurs de la création graphique" with a video of Laurent Ulgerec.
- REVOIR LES CONFÉRENCES:** A section for rewatching conferences, featuring "La bonne cause" by Martin Rueff and "La relativité générale aujourd'hui, demain et après-demain" by Thibault Damour.

Слика 5: Приступна страна веб-странице Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

Иако на први поглед делује јасно и прегледно, веб-страница Националне Библиотеке Француске из јануара 2016. претрпана је садржајима који су се годинама гомилали и нарастали у различитим правцима, тако да је првобитна организација веб-странице у том тренутку била превазиђена. Парадоксално је, примера ради, да посетилац веб-странице мора да прође кроз три падајућа менија како би пронашао информацију о адреси и начину доласка у саму Библиотеку. Та информација јесте по одређеној логици смештена на одговарајуће место („BNF” → „практичне информације” → „приступ”), али је занемарена перспектива корисника; она би морала да се нађе на видном месту, да буде лако уочљива и брзо доступна на веб-страници, како би потенцијални посетилац био ефикасно упућен на физичку адресу и локацију Библиотеке.

На основу анализе стања, након вишеструких истраживања која су показала да је веб-страница постала сувише комплексна – прегломазна, преоптерећна и пренатрпана садржајима – у Одељењу за комуникацију Националне библиотеке Француске испланирано је редизајнирање званичног сајта; план је предвиђао да пројекат реорганизације траје две године, и да веб-страница буде устројена према врсти информација које очекују одређене заједнице корисника (*communautés*).²¹⁷

217 Као нека врста најаве редизајнирања целокупне веб-странице Националне библиотеке Француске, почетком 2016. године замењен је интерфејс за претраживање општег електронског каталога. Ова иновација оглашена је путем свих комуникационих канала који су на располагању овој библиотеци: између осталог, ова информација са пратећим линком нашла се и на блогу *Галике*, дигиталне библиотеке Националне библиотеке Француске. Графика је у знатној мери измењена у односу на претходну верзију интерфејса, а претраживање је прилагођено потребама корисника, поставши много једноставније и интуитивније. Наглашене су и везе са *Галиком*, па је између осталог омогућено само претраживање дигиталне библиотеке, или филтрирање погодака по критеријуму припадности *Галики* а постериори, након добијања резултата.



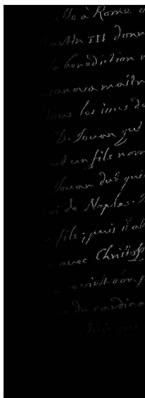
Слика 6: Приступна страна веб-странице Националне библиотеке Француске у августу 2019.

Веб-страница је редижајнирана, у складу с плановима, и како се види на приказаној илустрацији (Слика 6), сајт је данас организован интуитивније, више у складу с потребама и очекивањима корисника, а мање спрам логике наслеђене од првобитних верзија сајта. У овој, редижајнираној форми, за разлику од претходне, прва информација коју посетилац добија отварањем основног падајућег менија (горе лево на Слици 6) јесте она о начину доласка у Библиотеку, као и о радном времену. Иста информација може се добити брзим приступом преко тамносиве вертикалне траке с леве стране екрана, са симболичним сличицама.

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

Национална библиотека Француске на Фејсбуку

Национална библиотека Француске има неколико званичних презентација на Фејсбуку, што подразумева да ове странице воде и администрирају запослени у Националној библиотеци, уз сагласност управе Библиотеке. Почетком 2016. године Национална библиотека Француске на Фејсбуку има седам званичних налога, а то су: „BNF – Bibliothèque nationale de France”, „BNF – Haut-de-jardin”, „BNF – Centre national de la littérature pour la jeunesse”, „Gallica”, „Classes BNF”, „Bibliothèque numérique des enfants”, и „Arlequin – BNF Arts du spectacle”.



Les pages Facebook de la BnF



Rejoignez-nous et découvrez nos activités et nos manifestations sur la page officielle de la Bibliothèque nationale de France



Bienvenue sur la page officielle de Gallica, la bibliothèque numérique respondue par la Bibliothèque nationale de France



Lecteurs du futur lecteurs de la Bibliothèque du Haut-de-jardin, rejoignez-nous ici



Retrouvez la page Facebook du Centre national de la littérature pour la jeunesse



La page « Classes BnF » s'adresse aux enseignants et à leurs élèves mais également aux associations culturelles, aux éducateurs...



La Bibliothèque numérique des enfants est destinée aux jeunes de 6 à 12 ans : découvrez-la et rejoignez-nous sur cette page



Rejoignez-nous

Слика 7: Сви налози на Фејсбуку Националне библиотеке Француске 2016.

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

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

Две од ових седам страница на Фејсбуку генералног су карактера: „BNF – Bibliothèque nationale de France” и „BNF – Haut-de-jardin”. Први налог је најопштије одређен, и функционише под директном надлежношћу Одељења за односе с јавношћу.

У неком смислу, овај налог представља паралелу званичне интернет странице Националне библиотеке Француске, и обраћа се најширој публици. Има за циљ да популарише и учини што видљивијим бројне активности Библиотеке, делујући као средство за преобликовање слике у јавности једне културне установе која и даље има елитистички имиџ. На овом налогу корисници могу да поставе питања, а игра и улогу неке врсте виртуелне рецепције, задужене за пријем корисника који су тек приспели у Библиотеку. Осим тога, нуди и конкретне информације у виду најаве изложби, линкова ка блоговима Националне библиотеке Француске, промоцију различитих услуга и сервиса и ресурса који су на располагању корисницима, практичне савете и слично.

За разлику од генералног Фејсбук налога који се обраћа *urbi et orbi*, страница „Haut-de-jardin” намењена је уже одређеној публици, односно корисницима који долазе у читаонице истоименог дела Библиотеке. Понекад су садржаји који се деле путем ова два налога слични, односно објављују се истим поводом и донекле се садржински поклапају, али су различито одређени: ако се, на пример, презентује вест о некој изложби која се организује у Библиотеци, на општем налогу тај пост ће бити праћен линковима ка блоговима и осталим пратећим објавама, док ће на налогу „Haut-de-jardin” корисници бити подстицани да физички посете изложбу у простору саме Библиотеке. Према наводима у раду објављеном 2012. године на тему друштвених мрежа у Националној библиотеци Француске, страница „BNF – Bibliothèque nationale de France” имала је у то доба око 4500 следбеника, а „BNF – Haut-de-jardin” свега 282;²¹⁸ почетком 2016. године страница „BNF – Bibliothèque nationale de France” има близу 72.000 пратилаца, што представља велики пораст у односу на претходно стање, док налог „BNF – Haut-de-jardin” у истом тренутку следи нешто више од хиљаду и по корисника, што процентуално такође представља велики пораст, али је у односу на „главни налог” овај број готово незнатан.

218 W. Galvani, „La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux” (Diplôme de conservateur de bibliothèque, Université de Lyon, 2012), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56706-la-bibliotheque-nationale-de-france-sur-les-reseaux-sociaux.pdf> (преузето 18. 10. 2015).

Нешто већи број следбеника у односу на налог „BNF – Haut-de-jardin”, њих близу 2000, има страница „Classes BNF”, која се обраћа првенствено наставницима и школском особљу (*classes* на француском значи 'часови'), имајући у виду да Национална библиотека Француске организује различите пројекте педагошког карактера, као и организоване посете и упознавање са садржајима Библиотеке кроз разноврсне активности прилагођене овим потребама. Ова Фејсбук страница представља неку врсту продужетка интернет странице „Classes BNF” (<http://classes.bnf.fr>), која је један од тематских огранака главне веб-странице Националне библиотеке Француске.

„Arlequin – BNF Arts du spectacle” је налог на Фејсбуку који је креиран 2011. године, и 2016. има око 2000 пратилаца. Намењен је презентацији колекција у поседу Одељења за представе и наступе, а вешто одабрани *аватар* представља комбинацију официјелног логоа Националне библиотеке Француске са фигуром Арлекина, симболишући тако компромис између званичног наступа институције и имагинарног, фантастичног света уметности.



Слика 8 : Профилна слика Фејсбук странице „Arlequin – BNF Arts du spectacle”

Фејсбук страница „Bibliothèque numérique des enfants” произашла је из истоимене веб-странице у оквиру Националне библиотеке Француске. У јануару 2016. године имала је готово седам хиљада пратилаца, што је значајно већи број у односу на остале „споредне” Фејсбук налоге Националне библиотеке Француске. Циљна група је у овом случају не само млађа публика, што се види по специфичном стилу објава и обраћању са *ти*, него су то и професионалци и истраживачи на пољу дечје књижевности и у другим доменима који се могу наћи у вези са овом облашћу, као што је на пример историја књижевности. Један од циљева је повећање видљивости веб-странице на интернету, који омогућава деци да преко њега приступе делу колекција Библиотеке, будући да је физички приступ могућ само старијима од шеснаест година. Ова страница нуди и велики број мултимедијалних игара кроз које се посетилац веб-странице упознаје са библиотечким садржајима, а које осим едукације имају за циљ и остваривање утицаја на формирање читалачког укуса најмлађе публике.

Фејсбук страница „BNF – Centre national de la littérature pour la jeunesse” везана је за рад Националног центра за књижевност за децу и младе, који се од 2008. године налази у оквиру Националне библиотеке Француске (до тада је спадао у директну надлежност Министарства културе Француске). Овај центар има за задатак чување и давање на коришћење публикација, сарадњу са библиотекама и обучавање библиотекара за децу и младе, као и међународну сарадњу, па су објаве на њиховој Фејсбук страници везане за поменуте активности и надлежности. Овај налог имао је у јануару 2016. око 6500 хиљада ’лајкова’.

Наведеним Фејсбук страницима Националне библиотеке Француске треба придодати још једну, која није набројана на званичној веб-страници Библиотеке заједно са гореспоменутима, али се на њу упућује на другом месту: то је Фејсбук налог пројекта „BnF Collection Sonore” који обједињује звучне снимке из обавезног

примерка који се чува у библиотеци, objavljenih na teritoriji Francuske između 1949. i 1962. godine.²¹⁹

Национална библиотека Француске на Твитеру

Према наводима у раду „Национална библиотека Француске на друштвеним мрежама”, који је objavljen почетком 2012. године,²²⁰ Национална библиотека Француске имала је у то време два налога на Твитеру – „@GallicaBnf” и „@LaboBnf”. За четири године, овај број је порастао на шест налога: претходно наведеним придружили су се и општи налог Националне библиотеке Француске, као и налози пројекта *BnF Collection sonore* („@BnFCollection”), обавезног веб-примерка („@DLwebBnF”), и међународне сарадње BnF.



Слика 9: Сви налози на Твитеру Националне библиотеке Француске у јануару 2016.

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

220 W. Galvani, "La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux".

Налог „@LaboBnF” постоји на Твитеру од јула 2009. године. У јуну 2011. године овај налог је имао око 1400 пратилаца и близу 300 твитова.²²¹ Аутор рада „Национална библиотека Француске на друштвеним мрежама”, Валтер Галвани, констатује да је према мерилима ове друштвене мреже налог „@LaboBnF” недовољно активан, будући да су оглашавања нередовна и да најчешће упућују на линкове везане за технолошке иновације у писању и читању, који се надовезују првенствено на истоимену веб-страницу (<http://labo.bnf.fr>) и блог. Последњи твит на овом налогу објављен је у марту 2015. године, због чега се овај налог може сматрати практично неактивним. Налог је с почетка 2016. пратило близу 6000 следбеника, а до тад је било објављено око 2800 твитова. Један од интересантнијих међу последњим твитовима који су објављени на овом налогу јесте линк ка позиву за *crowdsourcing*²²² у пројекту под називом „Correct”, а који се односи на колаборативну партиципацију корисника у ручном исправљању дигитализованих текстова који су прошли кроз поступак оптичког препознавања карактера (OCR).

Општи налог Националне библиотеке Француске, „@ActuBnF”, креиран је у октобру 2012. године и за нешто више од три године имао је близу 3000 објављених твитова и стекао чак 155.000 следбеника. Како и сам његов назив сугерише, сврха овог налога је објављивање актуелности везаних за рад Националне библиотеке Француске: информација о раду читаоница, изложбама, услугама, конференцијама, посетама... Твитови су неретко праћени фотографијама које се односе на садржаје Библиотеке, а у погледу учесталости објављивања за овај налог се може констатовати да

221 Ibid.

222 Кованица од енгл. *crowd* (маса, велики број појединаца) и *outsourcing* (ангажовање спољних сарадника за неки задатак); овај неологизам означава изузетно популаран партиципативни модел, где се користе услуге или идеје корисника интернета ради реализације неког посла или активности.

поштује динамику која је уобичајена за ову мрежу: твитови се објављују најчешће свакодневно (с нешто мањом учесталошћу током викенда и празника), а често се током једног дана објави и већи број твитова (на пример 13. јануара 2016. објављено је преко 20 твитова). Овај налог је угашен у јуну 2016. године, а корисници се са овог, неактивног налога упућују на „@laBnF”, профил креиран у октобру 2012, који је средином 2019. имао близу 218.000 пратилаца.

Одељење и сервис за обавезни примерак на вебу у Националној библиотеци Француске има свој налог на Твитеру „@DLWebBnF”, од 2011. године. Према законској регулативи о културној баштини из 2006. године, у обавезни примерак који сакупља Национална библиотека Француске убрајају се између осталог и електронска издања, блогови и веб-странице. Похрањују се све веб-странице са територије Француске (са екстензијом *.fr*), као и веб-странице које уређују правна или физичка лица из Француске. Веб-странице аутоматски снима робот под називом *Heritrix*. У јануару 2016. године овај налог је имао 1700 пратилаца, и готово две хиљаде објављених твитова. Средином 2019. констатовали смо да је број пратилаца за три године порастао на 3000, док је у том периоду објављено око 800 нових твитова. У погледу учесталости објављивања твитова, приметна је недоследност и неустаљеност – после вишедневних пауза током једног дана објави се по више твитова, после чега некада поново следи размак од неколико дана до следећег твита, а понекад је следеће оглашавање већ идућег дана.

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

од тога – због процењене релевантности оригиналног твита за пратиоце налога „@BnFMonde”. Постоји од 2013, а средином 2019. има око 2000 пратилаца.

Како видимо, од више налога Националне библиотеке Француске на Твитеру, значајнији број пратилаца бележи само општи званични налог „@laBnF”; такође, примећује се да Библиотека не страхује од испробавања Твитера, чак и по цену да се планови у ходу мењају, као што нам показује случај са налогом „@ActuBnF”.

Синдбад

Термин „Синдбад” представља акроним: SINDBAD – *Service d'Information Des Bibliothécaires A Distance* (Библиотечки сервис за информисање на даљину). Овај назив уједно представља алузију на библиотекара као морепловца, коју добро осликавају речи Мишела Мелоа: „Библиотекар воли књиге као што морнар воли море. Можда није најбољи пливач, али уме да пливи.”²²³

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

Према резултатима истраживања које је спровела Национална библиотека Француске 2011, већина испитаника користила је услугу Синдбад-а по први пут, а свега 10% су редовни корисници ове услуге.²²⁴

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

224 Cécile Toutou, „Etude d'usage et de satisfaction des usagers de SINDBAD” (2011), http://www.bnf.fr/documents/enquete_sindbad_2011.pdf (mpeuzero 03. 02. 2016).

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

У априлу 2014. на располагању је било преко три милиона дигитализованих докумената. Приступ овој грађи је бесплатан, али се она може користити само за личне потребе. Објављени дигитализовани објекти на *Галики*, који не подлежу ауторском праву, могу се користити слободно у настави, истраживањима, и за све друге некомерцијалне циљеве. Недељно се на мрежу постави око 2500 нових дигиталних објеката.

Од својих почетака, *Галика* је замишљена као енциклопедијска библиотека франкофоне културе, и њена иницијална политика селекције докумената за дигитализовање усмерена је ка образованој публици. Велики део ових докумената тренутно се налази у процесу оптичког препознавања знакова (*OCR*). Богатство ове дигиталне библиотеке, као и њен научни, историјски и културни значај, донели су јој велики успех код публике. Дигитална библиотека Националне библиотеке Француске била је осмишљена и пре отварања новог здања Библиотеке 1996. године: „Национална библиотека Француске располагаће електронском колекцијом по отварању на локацији Толбијак [коју ће] чинити 100.000 дела [...] 90% фонда биће дигитализовано у формату слике, а 10% у текстуалном формату.”²²⁵

225 T. Boucher, „La numérisation des documents imprimés à la Bibliothèque

Како наводи бивши председник Националне библиотеке Француске Бруно Расин²²⁶ у свом чланку објављеном у онлајн верзији листа *Le Monde*, за ову библиотеку је апсолутни приоритет да дигитализује своје колекције, и то што потпуније, и да омогући онлајн приступ до њих. Велики прираст дигитализованих објеката, од 10 милиона страница и стотина хиљада слика годишње, употпуњен је и услугама које се непрестано побољшавају, као и апликацијом за мобилни телефон.²²⁷ Овакав прираст могућ је захваљујући субвенцији коју Национални центар за књигу (*Centre national du livre – CNL*) додељује Националној библиотеци у сврху дигитализације публикација, која се допуњава средствима које издваја Библиотека из сопственог буџета. Међутим, неке збирке се не дигитализују толико брзим темпом, јер њихова обрада није подржана од стране центра за књигу (рукописи, плоче, графике, и друго...). Зато Библиотека жели да у будућности добије подршку у оквиру инвестиционих програма које обезбеђује Генерални инвестициони комесаријат (*Commissariat général à l'investissement*), који стимулише сарадњу са приватним сектором ради подстицања приватних инвестиција, отварања нових радних места, потпомагања развоја фактора *дигиталне економије*. У том смислу Национална библиотека Француске склопила је два значајна партнерства. Први од та два споразума постигнут је са француском компанијом *Believe Digital*, која важи за европског лидера у дигиталној дистрибуцији музике, што ће омогућити дигитализацију музичке колекције Библиотеке из периода пре 1962.

nationale de France” (Diplôme de conservateur de bibliothèque : mémoire d'étude, ENSSIB, 1994), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62891-la-numerisation-des-documents-imprimes-a-la-bibliotheque-nationale-de-francememoire-d-etude.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

226 Bruno Racine – налазио се на челу Библиотеке од 2007. до 2016, када га је на тој функцији заменила Лоранс Енжел (Laurence Engel).

227 Bruno Racine, „La Bibliothèque de France au défi de la numérisation”, *Le Monde.fr*, 01. février 2013, http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/02/01/la-bibliotheque-de-france-au-defi-de-la-numerisation_1826114_3232.html#LP6boQqsA52KBwcr99 (преузето 25. 03. 2016).

године. Предвиђени посао биће на овај начин завршен за неколико година, док би пређашњим темпом био потребан готово читав век. Још једно партнерство склопљено је са америчким издавачем *ProQuest*, у оквиру ширег програма сарадње на европском нивоу, под називом *Early European Books*. Овај пројекат омогућава Библиотеци да за шест година дигитализује 70.000 дела из 15, 16, и 17. века, која су највећим делом писана латинским језиком, и имаће велики значај за истраживаче, будући да је приступ оригиналима ограничен. За реализацију оваког посла у самосталном извођењу Националној библиотеци Француске требало би најмање 25 година.

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

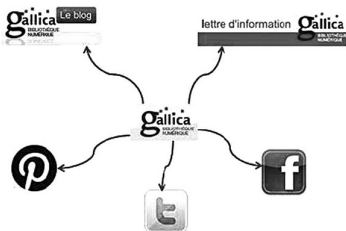
Упркос неодобравању и негодовању једног дела француске јавности, овакви потези Националне библиотеке Француске не само да показују храброст и спремност на искорак у односу на утабану праксу и модалитете функционисања установе, зарад добробити Библиотеке и њених корисника, већ и њену отвореност и решеност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

„Омогућавање слободног приступа остаје основни принцип *Галике*, и то моменталног за већину докумената, или у нешто измењеном режиму за дела под посебном заштитом, или она која су дигитализована у оквиру партнерстава. Жеља да омогући што шири приступ својим богатствима, и да дође до нове публике, у складу са својим вредностима – то су принципи којима се руководи Национална библиотека Француске.”²²⁸

228 Ibid.

Управо је тиме одређен и *Галикин* маркетиншки наступ: циљ је да се повећа видљивост фондова, чиме и сама Библиотека добија на препознатљивости и остварује већу присутност у друштву, као и да се придобију нови корисници. У библиотечким круговима у Француској, када је реч о презентацији библиотека кроз друштвене мреже и генерално путем интернета, као пример добре праксе истиче се случај *Галике*.²²⁹

Галика с јавношћу комуницира првенствено путем интернета, и то својом веб-страницом, и кроз неколико других канала комуникације (информативно писмо, блог, Фејсбук, Твитер и Пинтерест).²³⁰



Слика 10: Схема презентације *Галике*

229 L'équipe@GallicaBnF, „Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux: l'exemple de Gallica”, Bulletin des bibliothèques de France No 5 (2012), <http://bbf.enssib.fr/consultser/bbf-2012-05-0031-007> (преузето 12. 11. 2015).

230 У међувремену *Галика* је проширила своје присуство на друштвеним мрежама и профилем на Инстаграму, који је креиран 23. фебруара 2017. Овај профил има 52.600 пратилаца и око 950 објава у августу 2019. У складу са природом овог медија, објаве су углавном визуелног карактера са кратким текстуалним појашњењем; најчешће су то живописне илустрације из највреднијих и најстаријих *Галикиних* дигитализованих публикација.

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

Презентацију *Галике* кроз друштвене мреже и блог организује и води уредништво састављено од шест пуноправних чланова, који имају иста овлашћења и ингеренције. Циљ овог уредничког тима јесте да *Галика* постане део комуникационог система у којем је интеракција норма, у којем је приступ информацији организован према мери и навикама корисника, и у којем је потребно изградити нове односе са корисницима. Два основна задатка су информисање и промоција, односно истицање *Галикиних* фондова. Екипа је сачињена од релативно младих људи, који су добро упознати са начином функционисања модерних медија, који их користе и у личне сврхе и одлично владају важећим правилима понашања и коришћења ових средстава комуникације, као и владајућим трендовима и терминологијом. Само ових шест особа има право да објављује постове на друштвеним мрежама. Сваке недеље се смењују на уредничкој функцији, а из непосредног искуства и разговора са члановима екипе намеће се закључак да је овај тим у потпуности посвећен свом послу, и да се налази у готово непрекидном контакту, у динамичном процесу комуникације и непрестане размене информација и идеја, која се највећим делом одвија преко Фејсбукновог сервиса за поруке.



Слика 11: Фотографија администратора Галике у јануару 2016.

Фотографија администратора *Галике* из јануара 2016. снимљена је за потребе кампање поводом једне од акција *Галике*, под називом „Галика селфи”, где се корисници *Галике* позивају да сниме своју фотографију позирајући са неком од дигиталних слика из фонда библиотеке, надомештајући део свог тела или неки други део реалности изабраном сликом, приказаном на екрану таблета или смартфона. За ову прилику кориштен је и посебан хаштаг – #GallicaSelfie. Ова фотографија је значајна из више разлога. На првом месту, битан је начин на који су администратори *Галике* изабрали да се представе: њихови портрети су неодвојиви од маклуановских *продужетака* који надопуњују делове њихових тела. Такође, наглашена је њихова *анонимност*, с обзиром на то да су им лица највећим делом скривена, чиме је акценат са њихових личности пребачен на њихову *улогу*, коју остварују као *хомогена множина*. Даље, значајна је чињеница да су њихова тела настављена, допуњена сликама из *Галикиног* фонда, што симболички може да се

протумачи као њихова неодвојивост од посла који раде. На крају, ова фотографија нам показује да су сами чланови уредничког тима први спремни да пређу границу између библиотекара и корисника, да уђу у њихову кожу и допринесу покренутој акцији својим личним чином.

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

Галикино информативно писмо (*lettre d'information*) шаље се једном месечно, свим заинтересованима који су се за ту услугу пријавили. Половином 2015. године за ову услугу било је пријављено око 60.000 корисника. Информативно писмо садржи све новости у вези са радом и садржајима *Галике*. Ово је најмање интерактиван, најкласичнији алат, намењен искључиво информисању, без могућности за икакав уплив корисника, или интеракцију са њима.

На *Галикином* блогу²³¹ редовно се објављују чланци у вези са *Галикиним* садржајима, догађајима и активностима које ова библиотека организује, али и важне информације који се односе на магичну, Националну библиотеку Француске. Један од написа из јануара 2016. говори о новој верзији електронског

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

каталога Националне библиотеке Француске, а има и објава које садрже практичне савете за кориснике (какав је, на пример, чланак под насловом „Четири питања која треба поставити себи ако претраживање не даје резултате“).

Фејсбук страницу *Галике* у јануару 2016. године пратило је близу 104.000 следбеника, да би тај број до средине 2019. нарастао на преко 140.000. Фреквенција објављивања најчешће подразумева један пост дневно, понекад два, а ретко више. Садржаји постова највећим делом се односе на *Галикине* активности, догађаје, садржаје, а често су то и тематске објаве или повезивање неког објекта из фонда са актуелним датумом, дешавањем и слично.

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

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

Испитивања показују да Твитер у Француској остаје „мала“ друштвена мрежа, док се Фејсбук већ преображава у мас-медиј, чији корисници већином имају између 35 и 45 година. Твитер, с друге стране, највећим делом користе припадници млађе популације, претежно мушког рода, технофили, који најчешће овој мрежи приступају преко мобилних медијума (смартфона, таблета...).²³²

²³² Maurel, „Ce que Twitter fait aux bibliothèques (et ce qu'elles peuvent lui faire en retour)“, u *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*, 93–109.

Галика објављује најмање један твит дневно, понекад и до десет или више. *Галикин* налог на Твитеру²³³ у јануару 2015. године пратило је око 38.000 следбеника, да би се овај број 2019. попео на преко 66.000. Администратори овог налога осмислили су и посебно име за своје пратиоце, као и истоимени хаштаг – „Галиканаути”. Овај назив представља игру речи, односно кованицу насталу од имена *Галика*, и лексеме „интернаут” (фр. *internaute*), што је неологизам у широкој употреби у савременом француском језику, препознат у најмеродавнијим речницима, са значењем „онај који плови интернетом”.²³⁴ Овај хаштаг се користи да би успоставио везу, створио групу од *Галикиних* корисника; њиховим обједињавањем овим именом ствара се заједнички идентитет.

Као што је већ напоменуто, посебан акценат је на комплементарности различитих комуникационих алата које користе администратори *Галике* – садржаји се преузимају и објављују у облику прилагођеном датум медију, или се објављује информација са линком ка другом медију.

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

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

233 „@GallicaBnf”

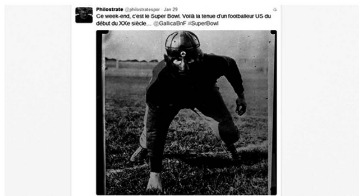
234 <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/internaute/43773?q=internaute#43696> (преузето 17. 11. 2015).



Слика 12: Пример ретвита на Галикином налогу на Твитеру

На приказаној слици види се исечак из новина из прве половине 20. века, где један од предака корисника који је твит објавио огласом тражи кућну помоћницу. Документ пронађен у *Галикином* фонду за овог корисника има емотивну вредност, што га је навело да нађени исечак путем Твитера подели са другима, док га *Галика* препознаје као материјал за сопствену промоцију и ретвитује га.

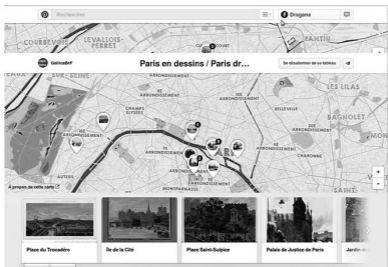
Објаве су често инспирисане неким актуелним догађајем, чија се тема повезује са дигиталним објектом који је корисник пронашао у фонду *Галике*, као што је случај на следећој фотографији:



Слика 13: Пример ретвита на Галикином налогу на Твитеру

Илустрација приказује ретвит твита који је објавио један од следбеника *Галикиног* налога на Твитеру, на којем је, поводом одржавања „Супербоула“²³⁵ фотографија играча ове игре са почетка 20. века, пронађена у *Галикиним* збиркама.

Галика је присутна и на Пинтересту, који нуди могућност изражавања кроз такозване *геолокализоване албуме*, какав се види на следећој слици:



Слика 14: Пример *Галикиног* геолокализованог албума на Пинтересту

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

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

235 Финале националне лиге САД у америчком фудбалу.

Императив који налаже константно кретање укорак са напредком технологија, као и тражење увек нових начина за приближавање корисницима, навели су администраторе *Галике* да уведу још једну иновацију која је почетком 2016. године представљена јавности. Реч је о презентацији интеграције *Галикиног* претраживача директно у основни *браузер* корисника. Уз илустрацију, у пропратном тексту објашњено је у корацима како се адреса *Галике* додаје у базични претраживач, како би се нашла у основној понуди.



Слика 15: Промоција Галикиног претраживача – иста објава на блогу, Фејсбук страни Националне библиотеке Француске, Твитер налогу Галике, и ретвит једног од корисника

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

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

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

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

Један од значајних корака на овом плану представља креирање новог радног места, на којем би био запослен такозвани *комју-*

нити менаџер.²³⁶ До оваквог искорака долази по угледу на приватна предузећа, која су прва препознала ову потребу и на њу реаговала упошљавањем особе која координише активности презентације фирме на интернету, анимира и обједињује интернет-заједнице које гравитирају предузећу или његовим услугама и пољу деловања. Ово занимање је суштински повезано са феноменом веб 2.0 и са развојем друштвених мрежа, и још увек је и само у процесу еволуције. Професија се заснива на интеракцији са корисницима интернета и модерацији те интеракције, али у зависности од контекста комјунити менаџер може имати и додатне задатке и надлежности.²³⁷

У српском језику још увек не постоји одговарајући превод за овај израз, па се користи поменути англицизам; у француском језику наилази се на неколико превода ове синтагме (најчешће *gestionnaire de communauté*), али је енглески термин у општој употреби, на шта указује и чињеница да је ова синтагма ушла у Ларусов речник француског језика за 2016. годину. Жеља за увођењем овог новог радног места у систематизацију добар је показатељ да је реч о библиотеци која се спремно упушта у ризике које носе интернет комуникација и веб 2.0, тим пре што је реализација тог пројекта, очекивано, успоравана бројним административним препрекама и отежавајућим околностима проузрокованим карактером и величином ове институције.

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

237 С тим у вези је и термин *анимација онлајн заједница*, који се маркетиншки дефинише као бављење заједницама везаним за предузеће, са циљем да им говори, али првенствено да наводи друге да говоре о одређеном бренду.

Савремени медији у Јавној информативној библиотеци

Јавна информативна библиотека је главна јавна библиотека у Паризу.²³⁸ Има карактер јавне установе под ингеренцијом државе, па се у том смислу одређује и као национална. Налази се у најужем центру града, у оквиру Центра „Жорж Помпиду“, популарног Бобура. Чињеница да је физички интегрисана у Центар, као и да се за програме, догађаје, изложбе и активности Библиотеке користи шири простор Центра, његове сале и други наменски простори, даје специфично одређење свим поменутих дешавањима, као и самој Библиотеци, у светлу значаја Бобура за културну самосвест Француза, о чему је претходно било речи. „Јавна информативна библиотека има две основне функције: стварање адекватног документационо-информативног фонда и система његовог коришћења, те рад с публиком.“²³⁹ Основана је декретом од 27. 01. 1976. године, који је одређује као аутономну јавну установу, повезану са Центром „Жорж Помпиду“.²⁴⁰ После више од четрдесет година, концепт који обједињује ове две културне установе и даље се показује као успешан, при чему Јавна информативна библиотека привлачи половину посетилаца Центра.²⁴¹

Јавна информативна библиотека заснована је на принципима који се и данас поштују – потпуно слободан приступ публикацијама (ово је прва open-shelf библиотека у Француској), коришћење фондова искључиво на лицу места, мултимедијална концепција, технолошке иновације, дуже радно време у односу на стандардно, посредовање особито стручних библиотекара.

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

239 M. Dragičević Šešić, „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske“, 363.

240 Journal officiel de la republique française du 29/01/1976, fac-similé, p. 741, https://www.legi.france.gouv.fr/fo_pdf.do?numJO=0&dateJO=19760129&numTexte=&pageDebut=00741&pageFin= (преузето 22. 03. 2016).

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

Али, насупрот првобитним утопијским очекивањима, њену публику и даље углавном чине студенти. Од свога отварања, Јавна информативна библиотека посвећује велику пажњу овој чињеници, а њено руководство континуирано прати како се у том погледу ситуација развија, посебно кроз редовна испитивања публике путем анкета.²⁴² Библиотека садржи око 400.000 публикација у фонду који је предмет континуираног занављања и обнављања; с обзиром на ограничен простор, стриктна набавна политика налаже строгу селекцију која се базира првенствено на актуелности наслова, при чему се део фонда одваја и расходује на различите начине, спрам стања и природе публикација.

Министарство културе и комуникација доделило је Библиотеци значајну финансијску подршку у износу од 10 милиона евра за пројекат реновирања у периоду 2015–2017, ради повећања њене атрактивности, видљивости у оквиру Центра „Жорж Помпиду“, и утврђивања њене позиције као дигиталне библиотеке од изузетног значаја.²⁴³

Односи с јавношћу су током развоја Библиотеке увек заузимали важно место, како у погледу унутрашње комуникације, тако и када је реч о комуникацији са спољном јавношћу; у том контексту значајна је улога „информативног уторка“ (*mardi de l'information*), посвећеног интерној комуникацији. Према наводима у раду објављеном 1994. године, који је посвећен проучавању односа између Јавне информативне библиотеке и Центра „Жорж Помпиду“, „основна улога Службе за односе с јавношћу ове установе јесте да обезбеди присуство Библиотеке у медијима, да омогући да

242 Enssib, „Bibliothèque publique d'information (Bpi)”, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, <http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/bibliotheque-publique-dinformation-bpi> (преузето 22. 03. 2016).

243 Le Centre Georges Pompidou, Le Centre Pompidou en 2014 : bilan d'activité (2015), <http://mediation.centrepompidou.fr/documentation/bilandactivite2014/>, (преузето 22. 03. 2016).

се у јавности говори о њеним услугама и манифестацијама које организује сама, уз партнере, или у сарадњи са Центром (у овом последњем случају Службе за односе с јавношћу Библиотеке и Центра могу радити у кооперацији). Ова Служба такође представља веома важан фактор у комуникацији са самим Центром.²⁴⁴

Када говоримо о актуелном тренутку, комуникација са јавношћу у великој мери базира се на употреби интернета и његових сервиса. Присуство ове библиотеке на интернету комплексно је и разноврсно, на шта указује већ и сама чињеница да ова институција има четири веб-странице које функционишу паралелно, и свака је представља на одређени начин. Поред тога, Јавна информативна библиотека чини део пројекта за онлајн комуникацију корисника са библиотекарима под називом Еурекоа (*Eurêkoï*), који представља плод сарадње француских и белгијских библиотекара. Библиотека је присутна и на друштвеним мрежама Фејсбук и Твитер, са више налога.²⁴⁵ У одељењу за развој публице (*développement des publics*) ради се на креирању базе података утицајних блогера и носилаца утицаја на друштвеним мрежама, који су кључни играчи у стварању сопствених онлајн заједница и преношењу порука јавности; постоје и комерцијалне базе са таквим подацима, али висока цена оваквих информација опредељује ову библиотеку да сама гради своје ресурсе.²⁴⁶

Важно је нагласити да се у Јавној информативној библиотеци не напуштају ни традиционални видови комуникације с јавношћу; нова особа примљена је током 2015. године на место координатора односа с медијима, са циљем да успостави односе са класичним медијима, за које је процењено да су у једном тренутку били запостављени. „Са

244 F. Leleu, „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou”.

245 Однедавно ова библиотека има профил и на Инстаграму, који још увек нема већи број пратилаца.

246 Неке од најпознатијих мрежа за проналажење такзованих „инфлуенсера” и повезивање са њима јесу Inffuee и Webluential.

истом идејом да олакша приступ Ври-ју и упозна публику с њеном понудом, створена је нова апликација за мобилне телефоне *AppliVri*, која омогућава приступ агенди, практичним информацијама, предметном каталогу. Функција *webcat* доживела је чист успех: приказујући ситуацију на терену у реалном времену, она је омогућила да се раскринка предрасуда корисника да је ред за улазак у Библиотеку одбојно дугачак у сваком тренутку у току дана!²⁴⁷

Главни оријентир за избор и заступљеност одређеног медија у односима с јавношћу Јавне информативне библиотеке представљају резултати истраживања понашања корисника.²⁴⁸

Веб-странице Јавне информативне библиотеке

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

Општа, институционална веб-страница налази се на адреси <http://www.bpi.fr>, и на њој су представљени мисија и организација Библиотеке, као и све практичне информације потребне за организовање доласка у Библиотеку и упознавање са збиркама и

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

248 Колико је корисник концептуално важан за ову библиотеку и организацију њеног пословања, сведочи чињеница да сваки од запослених у Библиотеци (изузев вршилаца највиших руководећих дужности) део радног времена проводи у раду са корисницима (*service public*). Оваква пракса је значајна јер представља показатељ да се корисник у овој библиотеци не доживљава као фиктиван; напротив, у сусрету са корисницима „од крви и меса”, одговарајући свакодневно на њихове стварне потребе и захтеве, библиотекарски боље сагледавају реалну сврху својих примарних задужења.

услугама које се нуде. Ту су и обавештења о сусретима, разговорима, радионицама, изложбама, фестивалима, укратко – о свим активностима које се у Библиотеци организују. Путем ове веб-странице могућ је и директан приступ онлајн каталогу и свим онлајн услугама које су доступне даљински. Да бисмо стекли слику о посећености ове веб-странице, навешћемо податак да ју је у периоду од 1. јануара до 15. октобра 2014. године посетило 635.000 појединачних посетилаца, а да је прегледано 2 милиона 300 хиљада страна.²⁴⁹

„Bpi” за професионалце је релативно нова веб-страница, намењена пре свега припадницима библиотечке струке. Објавама на овој веб-страници обавештавају се првенствено библиотекарима, и то о активностима везаним за међубиблиотечку и међународну сарадњу Јавне информативне библиотеке, о акцијама које воде њени партнери, као и низу других садржаја, попут стручних семинара, посета, студија у вези са корисницима или културним обрасцима понашања, линкова ка информацијама о различитим пројектима у којима Библиотека учествује, нарочито када је реч о дигиталним ресурсима, самообразовању, корисницима са потешкоћама у читању, услугама библиотекара на даљину, и другим. Преко ове веб-странице могућ је приступ и националном филмском каталогу, веб-страници асоцијације Карел,²⁵⁰ веб-страници *Bibliothèque dans la cité*, информацијама у мрежи Еурекоа.

Вебмагазин Бализ

Бализ (фр. *Balises*) је име такозваног *вебмагазина* који је Јавна информативна библиотека покренула у октобру 2014. године.

249 Bibliothèque publique d'information, „La Bpi en chiffres”, <http://www.bpi.fr/la-bibliotheque/la-bpi-en-chiffres> (преузето 23. 03. 2016).

250 Réseau Carrel – Coopération pour l'Accès aux Ressources Numériques en Bibliothèques (Удружење за приступ дигиталним изворима у библиотекама). Асоцијација је настала 2012. године.

Реч је о иновативном концепту, који има за циљ да објављивањем разноврсних међусобно повезаних мултимедијалних садржаја на различите актуелне теме пружи тачке ослонаца за формирање добро утемељеног, релевантног мишљења, да понуди репере јавности која је често изгубљена у информацијама и полуинформацијама до којих долази на интернету (*balise* на француском значи управо репер, тачка која служи као оријентир). Уредници ове веб-странице настоје да публици дају што боље референце о темама које прожимају друштво.

Како би пружили што потпунију слику о датој теми, уредници ове веб-странице праве и путем *Бализа* представљају избор документарних извора који се налазе у Библиотеци или на интернету, а до којих долазе уз помоћ својих библиотекарских и информационих знања и вештина, усмерених на истраживање, проналажење информација и селекцију извора. *Бализ* креирају и воде библиотекари, чији је задатак добрим делом и педагошки: они покушавају да актуелним темама дају одговарајући контекст, оквир, да нагласе проблематичне тачке и ризике, и да предложе одговарајућу подробнију литературу и друге изворе који могу да прошире и допуне знања о датом питању. Аутори се труде да отворе различите углове гледања на неку актуелну тему, догађај, збивање, пружајући одабране и проверене информације. Овај мултимедијални образовни магазин „има за циљ да истовремено повећа видљивост колекција установе, и истакне важност компетенције библиотекара у погледу претраживања и одабира информација.”²⁵¹

У погледу динамике објављивања, на овој интернет страници постави се месечно око 40 садржаја, везаних за неку од тема које се на веб-страници обрађују. Активно у креирању садржаја учествује око 80 од укупно 250 запослених библиотекара, а од тога њих 30 редовно.

²⁵¹ Véronique Mesguich, *Bibliothèques: le web est à vous* (Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2016), 69.

Чланци на веб-страници *Бализ* блиски су новинарским објавама по начину приступа теми, по заступљеним формама (интервјуи, портрети, видео-садржаји) и форматима, који су у ипак у одређеној мери прилагођени интернет-публици. У рубрики „*Coup d'œil*” (у слободном преводу „Брз поглед / Преплед”) објављују се кратки, сажети чланци, док се у рубрики „*Grand angle*” („Широки угао”) дају детаљнији, разрађенији прикази и чланци. Једну од рубрика представља и „Веб-ТВ / Веб-Радио”, чија је улога да омогући стриминг или подкаст емитовање снимака културних манифестација у организацији Јавне информативне библиотеке.

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

Као што се види из изложеног, *Бализ* представља покушај библиотекара да наметну своја знања и компетенције, у циљу омогућавања квалитетније информисаности и приступа релевантним изворима ради формирања добро утемељеног става о друштвеним збивањима и процесима, у окружењу недовољно квалитетног преобиља које нуди интернет. Ова идеја представља велики корак за библиотекарe; у њој треба препознати њихову иницијативу да наметну своје квалитете, њихов не више пасиван, него активан став у намери да своју струку промовишу и истакну њене вредности посредством могућности које нуде савремене технологије; исто тако, значајан је феномен да се библиотекарe појављују не само у улози посредника, што им је основни задатак, него и креатора, аутора садржаја, и то на основу својих библиотекарских компетенција.

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

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

Сервис за постављање питања библиотекарица – Еурекоа

Еурекоа (Eurêkoi) је онлајн сервис за постављање питања библиотекарица, који је почео да функционише у фебруару 2015. године. Ова мрежа развила се из сличне услуге коју је покренула Јавна информативна библиотека 2006. године, у сарадњи са још 28 француских библиотека, под називом *Библиосезам (BiblioSésame)*. Девет година касније, овај пројекат је проширен успостављањем сарадње са белгијским библиотекарица и библиотекама из обла-

сти Валоније и Брисела, постајући на тај начин интернационални франкофони систем, под симболичним називом *Еурекоа*.²⁵² У мрежу *Еурекоа* данас је укључено 500 библиотекара из око 50 општинских, департаманских или специјалних библиотека, који одговарају на питања из целог света у року од 72 сата.

Према подацима са институционалне веб-странице Јавне информативне библиотеке, у 2015. години коришћење ове услуге порасло је за 26% у односу на 2014. годину, а пружено је 4054 одговора. Између 2012. и 2017. године број постављених питања повећао се за 200%.²⁵³

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

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

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

252 Игра речи у француском, спој лексеме *еурека* и улитне заменице *quoi* што значи „шта”, која на тај начин обједињује смисао постављеног питања и открића, сазнања.

253 Silvère Mercier, „Bibliobsession c'est fini, cap vers la transformation publique!” <http://www.bibliobsession.net/2018/05/25/bibliobsession-cest-fini-cap-vers-transformation-publique/> (преузето 12. 08. 2018).

Јавна информативна библиотека и друштвене мреже

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

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



Слика 16: Јавна информативна библиотека на друштвеним мрежама

Дигитално посредовање и дигитални посредник

Дигитално посредовање је термин који је веома актуелан у савременом француском библиотекарству, а означава примену техничких, уредничких или интерактивних средстава, ради прикупљања, дисеминације и организованог приступа садржајима намењеним образовању, информисању и дистрибуцији знања. „Иако

наизглед делује као да техника искључује посредовање, оно се показује neопходним: потреба за посредnikom, за трећим лицем, за објашњењем, за помоћи, никада није била толика као у данашњем, тако комплексном друштву.²⁵⁴

Према одређењу Силвера Мерсеја, који је познат као један од најутицајнијих блогера у француској библиотекарској средини, и признати ауторитет када је реч о функционисању библиотека у окружењу веба 2.0, „дигитално посредовање је поступак који има за циљ да успостави проток, повезивање, на прецизан начин, ради омогућавања организованог или случајног приступа, усвајања и дисеминације садржаја у циљу ширења знања и умећа.“²⁵⁵ Дефиниција је преузета са блога који је водио Силвер Мерсеј, што је била једна од његових активности као библиотекара 2.0, како је сам себе дефинисао на свом Линкедин профилу.



Слика 17: Блог Силвера Мерсеја

254 Jean-Philippe Accart, *La médiation à l'heure du numérique* (Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2016), 18.

255 Silvère Mercier, „Médiation numérique : une définition” (2010), <http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/> (преузето 15. 10. 2015).

Блог под називом *Bibliobsession* („библиопсесија”, игра речи која дочарава опседнутост књигама) Мерсеје је водио од 2005. до 2018. године. До краја јануара 2016. године објавио је преко хиљаду чланака, увек у вези са актуелним темама у свету библиотекарства, првенствено са аспекта дигиталних технологија и иновација у библиотечко-информационој делатности. Поводом тих чланака забележено је и близу шест хиљада коментара, што је податак који говори у прилог томе да су теме које је обрађивао Силвер Мерсеје, као и његов приступ и компетенција препознати од стране професионалаца у библиотекарском послу и заинтересованих за ову струку и област, изазивајући интеракцију која је показатељ провокативности и релевантности садржаја у окружењу 2.0. Почетком 2016. пратило га је близу 10.000 следбеника.

Мерсеје је био задужен за дигитално посредовање и дигиталне иновације у Јавној информативној библиотеци, координисао је рад мреже Еурекоа, али независно од тога пише свој лични блог и води свој Фејсбук и Твитер налог, све у контексту професионалног бављења књигом, читањем, библиотekom у дигиталном окружењу.

Реч је о стручњаку својеврсног сензибилитета, који је имао дара да препозна могућности за библиотеке које су отварали нови феномени омогућени вебом 2.0.

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

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

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

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

Париске јавне библиотеке и савремени медији

У Паризу постоје 72 градске библиотеке, у којима је запослено укупно око 1500 људи. Не постоји централна париска библиотека – све ове јединице чине мрежу која функционише под ингеренцијом дирекције за културне послове париске општине. У служби за односе с јавношћу Бироа за библиотеке и читање у оквиру ове дирекције 2011. године започето је систематско усмеравање библиотекара ка коришћењу модерних медија, након што је утврђено да се у том смислу заостаје за библиотекама у унутрашњости, које су мање или више организовано почеле да користе ова средства комуникације.²⁵⁶ Библиотекари у јавним библиотекама у Паризу тако су подстицани да креирају Фејсбук страницу, блог или Твитер налог.

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

Париске јавне библиотеке активно користе следеће друштвене мреже и веб-медије: блогове (<http://blog-bibliotheque.paris.fr>), Фејсбук, Твитер (са хаштагом #bib2paris), Нетвајбс, Тумблр и Пинтерест.²⁵⁷

256 Inspection générale des bibliothèques, „Rapport d'activité 2009” (2010).

257 „Paris sur les réseaux”, Direction de l'Information et de la Communication de la Mairie de Paris, <http://www.paris.fr/services-et-infos-pratiques/innovation-et->

Савремени медиј који је присутан у оквиру система париских јавних библиотека и свакако заслужује посебну пажњу јесте сервис под називом Викибиб. Реч је о инструменту за интерну комуникацију унутар мреже јавних библиотека у Паризу. Ова платформа је заснована на Википедији, и користи исти софтвер као и Википедија. Реч је о колаборативној едукативној платформи, која служи за образовање и дељење алатки за рад, комуникацију и сарадњу. Поред едукативног и пропагандног материјала (који има увек исту форму, а појединачне библиотеке их креативно испуњавају својим садржајима) и актуелних информација, на Викибибу се налазе и подаци о свим библиотекама у оквиру мреже.

*Промоција две нове париске медијатеке
посредством савремених медија*

У Паризу је од 2010. до 2018. године реализован веома значајан пројекат: спроведена је реконструкција градске четврти *Les Halles*, која се налази у срцу Париза, недалеко од Центра „Жорж Помпиду”, и има веома велику важност за функционисање града. Чињеница да се налази изнад најфреквентније станице подземне железнице у Европи *Châtelet – Les Halles*, по неким наводима највећој на свету (дневно кроз њу прође 750.000 путника), чини ову четврт изузетно прометном. Ту је смештен и највећи тржни центар у Паризу, *Le Forum des Halles*, који дневно посети 150.000 људи. У оквиру овог амбициозног пројекта, вредног близу милијарду долара, изграђен је велики парк²⁵⁸ који се простире кроз читаву четврт, уређене су пешачке зоне, реновирани су подземни ходници,

recherche/ville-intelligente-et-durable/les-reseaux-sociaux-147#les-bibliotheques_3
(преузето 05. 11. 2015).

258 Le Jardin Nelson Mandela; простире се на преко четири хектара.

а конструисана је и огромна купола (*canopée*), архитектонски и симболички реализована као нека врста крошње, која спаја подземно гротло железнице са слободним ваздушним простором изнад града. У склопу те куполе налази се и нова градска библиотека, Медијатека „Канопе ла фонтеј”,²⁵⁹ која се простире на хиљаду квадратних метара. Модерно конципирана и уређена, ова пространа и светла библиотека замишљена је као урбано место, отворено за све, са посебним нагласком на дигиталним колекцијама, иновативним технологијама (као што је 3D штампа), и партиципативном, проактивном приступу библиотечким задацима. Простор медијатеке подељен је на „топли део”, намењен размени мишљења и знања, дебатама и интерактивној комуникацији, и на „хладни део”, који представља традиционално виђену библиотеку, чија је сврха стицање знања у тишини, без сувишног присуства других.²⁶⁰

Посебну важност у припремама за отварање Медијатеке²⁶¹ имали су савремени канали комуникације. О озбиљности приступа овој проблематици довољно говори чињеница да је стратегији наступа посредством савремених медија претходила детаљна студија под називом „Друштвене мреже и њихова пракса у библиотеци”, у организацији Општине Града Париза, у којој је анализирано око педесет друштвених мрежа и савремених канала комуникације.²⁶² Ова студија имала је за циљ да утврди које су мреже и канали комуникације најприкладнији за промовисање Библиотеке, са намером да ово истраживање послужи и другим библиотекама које осмишљавају свој наступ посредством модерних медија. По

259 Médiathèque de la Canopée la fontaine.

260 Le réaménagement des Halles de Paris „Les Halles, le nouveau coeur de Paris”, http://www.parisleshalles.fr/sites/default/files/07-2014-plaquette_Halles_web-Fr.pdf (преузето 25. 03. 2016).

261 Медијатека је отворена у априлу 2016.

262 „Les réseaux sociaux en bibliothèque et leurs pratiques : étude coordonnée par la préfiguration de la bibliothèque Canopée”, <http://bibliotheques-de-pret.paris.fr/userfiles/file/Nouveautes/Canopee/livre-blanc.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

завршетку истраживања, креирано је више дигиталних идентитета за медијатеку Канопе. Основни наступ је базиран на блогу, Фејсбук налозима, Твитеру, Пинтересту, Инстаграму, Јутјубу, Дејлимоушну, као и мрежама Pearltrees, Vine, Google+,²⁶³ Scoop.it, и Flickr. Средином 2019, три године по отварању, Медијатека позива кориснике да је прате на три друштвене мреже – Фејсбуку, Твитеру и Инстаграму, као и на блогу.²⁶⁴ Детаљно је дефинисана и уређивачка политика, која прецизно одређује циљ сваког од ових налога, с тим да сваки од њих има своју засебну намену, као и своју специфичну циљну групу.²⁶⁵ Посебно је у реализацији наступа Медијатеке путем савремених медија значајна улога менаџмента, који има задатак да одреди основни тон порука које се емитују, као и крајњи циљ који се жели постићи, у складу са мисијом установе. Уређивачком политиком одређене су „добре комуникационе технике“: одабир адекватне друштвене мреже за објављивање одређеног садржаја, у правилно одабраном тренутку, у складу са ваљано успостављеним ритмом објављивања. Као значајан аспект у наступу посредством друштвених мрежа чланови тима Медијатеке препознају стимулисање интелекта и радозналости следбеника кроз игре, загонетке, питања... „Анимацијом [онлајн] заједница успоставља се емпатичнији, личнији тон. Када се томе дода да се садржаји креирају са што је више могуће личног уплива, такав приступ омогућава дијалог са публиком, и [...] наглашавање компетенције библиотекара као некога ко прави одабир садржаја у складу са потребама корисника“.²⁶⁶

263 Ова друштвена мрежа, покренута 2011, угашена је у априлу 2019. године, чиме је стављена тачка на Гуплов покушај да у том смислу парира феноменима као што су Фејсбук и Твитер.

264 Блог се може прагити на адреси: <https://bibliothequecanopee.wordpress.com>.

265 Catherine Muller et Emmanuel Brandl, „Médiation numérique et réseaux sociaux en bibliothèques: entretien avec Romain Gaillard, en charge de la future médiathèque de la Canopée“, 09. 06. 2015, <http://www.enssib.fr/recherche/enssiblab/les-billets-denssiblab/bibliotheque-innovante-reseaux-sociaux-mediation> (преузето 14. 03. 2016).

266 Ibid.

Ромен Гајар (Romain Gaillard), директор Медијатеке, наглашава да библиотеке морају да прате развој нових медија, како би биле у току са новим услугама које они пружају, али такође и ради сталног преиспитивања актуелности и конкурентности одређених канала комуникације.

У мају 2015. године у Паризу је отворена још једна јавна позајмна библиотека, под именом „Франсоаз Саган”. Кампања која је пратила отварање ове библиотеке пажљиво је планирана, на шта указује и податак о избору датума отварања, који је брижљиво одабран у односу на циљну публику; имајући у виду да је Библиотека отворена у 10. арондисману, једном од скромнијих париских квартова, организатори су за термин инаугурације нове библиотеке изабрали државни празник који многи имућнији грађани Париза користе да отпутују у оближње викендице и одмаралишта. Тиме је циљној популацији посредно поручено да је ова нова установа намењена њима, који су остали у граду. То је била веома важна порука, будући да је у француском библиотекарству актуелан концепт библиотеке која је доступна свима, у којој има места за све и у којој за свакога има понешто (за разлику од пређашњег, елитистичког концепта, који је подразумевао да су библиотеке места за одабране, за припаднике интелектуалне елите).

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

Медијатека је пре самог отварања била присутна на блогу <https://mediathequeducarresaintlazare.wordpress.com>, где су биле објављиване информације о згради, збиркама, активностима,

екипи, и тако даље. На Фејсбуку се углавном објављују свакодневне актуелности у вези са радом медијатеке, а на Пинтересту се могу пронаћи тематски албуми, између осталог везани и за завичајне фондове. Пре отварања, на Јутјубу су постављани промотивни клипови, такозвани „тизери“.

Колико је оваква кампања била успешна, говоре подаци да је за два дана колико су трајале активности везане за отварање, у Библиотеку уписано 500 нових чланова, а остварено је 7000 позајмица. За два дана у Библиотеци је, по грубој процени, било између 10 и 15.000 посетилаца.²⁶⁷

*Комуникациони сервис за професионалце у
библиотечкој струци – Агорабиб*

Потреба за дељењем, умрежавањем, разменом искустава и повезивањем на основу заједничких циљева и интересовања код француских библиотекара условила је стварање форума под називом Агорабиб.²⁶⁸ Реч је о форуму за професионалце у области библиотечко-информационе и документаристичке делатности, под ингеренцијом Асоцијације библиотекара Француске (Association des Bibliothécaires de France – ABF), који је настао 2013. године. Појави овог форума претходило је успешно функционисање комуникационог канала под називом *biblio.fr*, који настаје почетком деведесетих година двадесетог века, са развојем интернета, од меј-

267 „Dossier de presse : Médiathèque Française Sagan”, <http://presse.paris.fr/wp-content/uploads/2015/05/Dossier-de-presse-m%C3%A9diath%C3%A8que-Fran%C3%A7oise-Sagan.pdf> (преузето 15. 06. 2015).

268 В. Драгана Д. Јовановић, „Савремена комуникација као основ за јачање професионалног идентитета библиотекара : један француски пример”, *Библиотеке и идентитет*, ур. Гордана Стокић Симончић (Панчево; Нови Сад: Сомбор : Градска библиотека; Панарт; Филозофски факултет; Педагошки факултет, 2018), 139–145.

линг-листе,²⁶⁹ да би спонтано прерастао у својеврстан форум који је окуљао 11.000 франкофоних библиотекара и припадника сродних занимања. *Biblio.fr* је имао огромну популарност међу припадницима професије, који су га користили за дискусије на различите стручне теме, размену информација о иновацијама у раду, радним местима, стручним догађајима и усавршавањима, али и за разноврсна питања техничке природе која су се неминовно наметала у свакодневном раду. Овај форум је угашен 2009. године због организационих проблема, да би 2013. био у неком степену замењен новим форумом под називом *Агорабиб*.

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

Ово је пример од нарочитог значаја, јер кроз њега јасно сагледавамо спонтани настанак сервиса за комуникацију међу

269 Сличан систем функционише и међу припадницима струке у Србији – реч је о мејлинг-листи организованом као Google-група, под називом Библиотекари (<https://groups.google.com/forum/#!forum/bibliotekari>).

припадницима струке, који произлази из суштинске потребе; он настаје са појавом веб 1.0, омогућен њиме; са њим расте и развија се, а затим се и сам трансформише са његовом еволуцијом у веб 2.0.

Положај библиотеке и библиотекара у Србији

У Србији је заступљен транзициони модел културне политике, што је друштвено-политички концепт који носи своје специфичности. Нестабилност политичког система, нерешени економски односи, тржишни принцип који постоји теоријски, али у пракси не функционише до краја²⁷⁰ – све су то карактеристике прелазног система у земљама Централне и Источне Европе, па тако и Србије.

„У домену културе суштински проблеми јесу у чињеници да је истовремено са престанком државне, идеолошке контроле престала и државна брига, да су културне институције упућене на тржиште које фактички још увек не постоји, те да се интересовање публике изузетно смањило, а понегде и сасвим nestало. Али, не само што је интересовање преусмерено – уметничко стваралаштво и поготово уметничко дело више није вредновано као раније.”²⁷¹ Након политичких промена у Србији 2001. године, најважнији циљ у области културе постаје њена стабилизација. Као приоритети културне политике у том периоду одређени су децентрализација културе, усклађивање са европским стандардима, мултикултурализам, заштита културног наслеђа, с тим да ови приоритети никада нису скупштински потврђени.²⁷² „Последњих година приоритет културне политике у Србији јесте децентрализација културе, која ће бити

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

271 Ibid.

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

остварена тек онда када врхунска дела буду продукцијски настајала и извођена на целој територији земље.²⁷³

У Закону о култури, који је кровни закон за библиотечко-информациону делатност,²⁷⁴ као један од основних циљева културне политике, наводи се децентрализација у одлучивању, организовању и финансирању културних делатности. Закон је предвидео и оснивање Националног савета за културу као стручно-саветодавног тела, ради обезбеђивања сталне стручне подршке у очувању, развоју и ширењу културе, који је и основан 2011. године. У светлу наше теме значајан је податак да се наведеним Законом као један од општих интереса у култури наводи подстицање процеса дигитализације и развоја дигиталне истраживачке инфраструктуре у области заштите културног наслеђа и уметности.²⁷⁵

Један од основних проблема који отежава дефинисање јасне и прогресивне стратегије културног развоја у Србији јесте политика дисконтинуитета. Како наводи Весна Ђукић Дојчиновић, дисконтинуитет са свим претходним тековинама била је једина тековина коју смо баштинили од историје. „Питање континуитета је од нарочитог значаја на уласку у транзиционо кретање из једног система у други. Ако нема континуитета, нема ни транзиције. [...] Док се други народи и државе поносе својом традицијом, ми се наше одричемо. По сваку цену, на сваких неколико деценија, почињемо из почетка стварање нове државе, новог културног идентитета (као да је то могуће!), новог језика, нових институција, и то све захваљујући културним политикама које су једино биле доследне филозофији дисконтинуитета.”²⁷⁶ Успешна транзиција, која подразумева и етаблирање релевантног културног модела,

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

274 Ступио је на снагу у марту 2010. године.

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

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

мора се, као што смо видели, темељити на тековинама традиције, историје, културне баштине; међутим, исто тако, она мора бити окренута будућности, и усмерена јасном визијом, која води ка јасном циљу.²⁷⁷

У Србији, као и у највећем броју земаља, за одређивање и реализацију програма националне друштвене политике надлежно је Министарство културе, пуним називом Министарство културе и информисања. Делокруг овог министарства одређен је чланом 15. Закона о министарствима, којим је Министарство као орган државне управе и образовано. Министарство културе обавља послове који се односе на развој и унапређење културе генерално, а под ингеренцију овог тела спада и библиотека делатност.²⁷⁸

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

У периоду самоуправљања била је предвиђена, у оквиру парадржавног модела, концепција финансирања културе путем „доприноса“ запослених грађана, што подсећа на савремене системе финансирања заступљене у великом броју земаља. Нацртом Друштвеног плана Србије за период 1986–1990, посебно је наглашено унапређење друштвеног положаја књиге стварањем услова за развој библиотечке и књижарске мреже.²⁷⁹ Режим успостављен 1989. године довео је до централизације културне политике, што је подразумевало да министар културе има велика овлашћења и права одлучивања. Деведесете године 20. века биле су са сваког аспекта тегобне за Србију, обележене ратним сукобима, хиперинфлацијом, међуна-

277 Ibid, 53.

278 Министарство културе и информисања Републике Србије, „О министарству“, Министарство културе и информисања Републике Србије, <http://www.kultura.gov.rs/cyr/ministarstvo> (преузето 18. 03. 2016).

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

родним санкцијама против СР Југославије; све ове друштвено-политичке околности крајње су неповољно утицале како на културни развој у целини, тако и на библиотечку делатност. Распад Југославије, који је формално почео 1991, а завршио се после крвавих сукоба Дејтонским споразумом 1995. године, условио је и престајање функционисања дотадашњег савезног библиотечко-информационог система, који је подразумевао сарадњу стручњака и професионалних асоцијација, размену обавезног примерка публикација и систем аутоматизоване узајамне каталогизације. Издвајамо и два податка који могу илустровати наведене чињенице, при чему се један односи на ране деведесете и тиче се ужег контекста библиотекарства, а други је из касних деведесетих и односи се на шире стање у култури у односу на друге области, повезује их то што заједно барем делимично дочаравају ситуацију у којој се налазило српско библиотекарство у оквиру културне политике у Србији тих година: прво, према званичној статистици НБС у српске библиотеке 1993. године није куповином ушла ниједна књига,²⁸⁰ и друго, Законом о буџету за 1999. годину раздео за културу износио је око 377 милиона динара, у односу на 5,7 милијарди динара који су били намењени за образовање, при чему треба нагласити да средства великим делом нису ни реализована у планиране сврхе, због бомбардовања, инфлације и других разлога.²⁸¹ Како наводе аутори Стокић Симончић и Вучковић, у периоду 1991–2011. проблем српског библиотекарства може се сагледати са најмање три повезана аспекта: 1. *идентитет као опстанак* у времену ратне кризе и санкција; 2. *идентитет као промена* у ери глобалне информационе и комуникационе револуције; 3. *идентитет као самосвест*, у односу на питања статуса, друштвене одговорности и професионализације библиотечке делатности.²⁸²

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

281 Đukić Dojčinović, *Tranzicije kulturne politike: konfuzije i dileme*, 39.

282 Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за*

Значајан помак за библиотекарство у Србији означило је усвајање сета закона који се односе на ову делатност, у јулу 2011. године. Скупштина Србије тада је усвојила Закон о библиотечко-информационој делатности, Закон о старој и реткој библиотечкој грађи и Закон о обавезном примерку публикација (сва три објављена у „Службеном гласнику РС” бр. 52/2011). У припреми нацрта ових закона учествовали су стручњаци из најзначајнијих установа и удружења у српском библиотекарству. У међувремену је на основу њих донета серија подзаконских аката, упутстава и решења, међу којима је у светлу наше теме свакако веома значајан Правилник о ближим условима за дигитализацију библиотечко-информационе грађе и извора, који је ступио на снагу у новембру 2017.

Законом о библиотечко-информационој делатности библиотекарства се даје централно место у информационом друштву: „Библиотеке су у средишту развоја информационог друштва јер су суштински значајне за информисаност грађана, за њихово усавршавање и индивидуални развој, неопходне су за развој образовања, науке и културе, покретач су свеукупног развоја слободног демократског грађанског друштва. Библиотеке омогућавају грађанима приступ информацијама електронски и на друге начине.”²⁸³ Као што се види, у Закону се првенство даје електронском приступу информацијама, док остали начини нису прецизирани, и наведени су иза електронског приступа, што указује на формално признавање приоритета електронског вида комуникације. Такође, Законом се у библиотечко-информациону грађу и изворе експлицитно сврставају електронске публикације

историју модерног српског библиотекарства, 106.

²⁸³ „Закон о библиотечко-информационој делатности” („Службени гласник РС” бр. 52/2011), <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

дистрибуиране на физичким носачима и на интернету, садржај интернет домена Републике Србије, комбиноване и мултимедијалне публикације, као и рачунарски програми у јавној употреби.

Последњих година саставни део обавезног примерка који се доставља Народној библиотеци Србије и Библиотеци Матице српске подразумева, поред штампаних, и дигитални примерак сваке публикације. Ова материја је детаљно регулисана Правилником о достављању обавезног примерка електронских публикација депозитним библиотекама и њиховом коришћењу („Службени гласник РС”, број 98 од 23. децембра 2011). У члану 5. прописује се како треба да изгледа фајл дигиталне копије обавезног штампаног примерка (у PDF формату). Чланом 6. одређени су начини достављања дигиталне копије: 1) на оптичким дисковима, који се уништавају после пребацивања на сервере депозитних библиотека, 2) путем електронске поште, и 3) путем линка преко којег је омогућено слање фајлова (*upload*). У члану 7. прецизирају се услови приступа електронској копији – издавач може да изабере једну од три опције: 1) депоновање на офлајн серверима без могућности приступа (такозвани *dark archive*), 2) депоновање са могућношћу приступа само у просторијама депозитних библиотека, и 3) депоновање са могућношћу отвореног приступа преко интернета. Дигиталне копије обавезног примерка штампане публикације могу се користити само на начин који онемогућава њихово копирање и дистрибуцију.²⁸⁴

Библиотечко-информациони систем Републике Србије чине: Народна библиотека Србије, Библиотека Матице српске, Народна и универзитетска библиотека „Иво Андрић” на Косову

284 „Правилник о достављању обавезног примерка електронских публикација депозитним библиотекама и њиховом коришћењу”, <http://www.kultura.gov.rs/lat/dokumenti/propisi-iz-oblasti-kulture/pravilnik-o-dostavljanju-obaveznog-primerka-elektronskih-publikacija-depozitnim-bibliotekama-i-njihovom-koriscenju>, (преузето 03. 10. 2019).

и Метохији, Универзитетска библиотека „Светозар Марковић” у Београду, Библиотека САНУ, мрежа јавних библиотека, као и мрежа свих других типова библиотека и информационих центара у Републици Србији: школске, високошколске и универзитетске библиотеке, библиотеке научно-истраживачких установа и специјалне библиотеке.²⁸⁵

Образовање библиотекара у Србији

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

„У поређењу са земљама западне Европе, где школовање библиотекара почиње почетком 20. века, формално образовање библиотекара на простору Србије и Војводине почиње релативно касно, после Другог светског рата. Средњошколско образовање постојало је у Београду и Сремским Карловцима. Прво је у Београду основана Средња библиотекарска школа, која је радила у периоду од 1948. до 1979. године.”²⁸⁶

285 „Закон о библиотечко-информационој делатности” („Службени гласник РС” бр. 52/2011), <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

286 Карла Селихар и Гордана Рудић, „Школовање библиотекара информатичара на Педагошком факултету у Сомбору Универзитета у Новом Саду”, у *Наука и стварност : зборник радова са научног скупа (Пале, 20. мај 2017)*, ур. Мишо Кулић, том 1. (Пале : Филозофски факултет, 2018), 609.

У српском образовном систему данас постоји више институција које су специјализоване за школовање квалификованог библиотечног кадра. У оквиру Филолошког факултета у Београду 1963. године формирана је Катедра за библиотекарство. Реформа високог школства модификовала је студије библиотекарства, уводећи Смер за библиотекарство на истом факултету, који је омогућавао четворосеместралне студије, уз редовно четворогодишње школовање на некој од студијских група на Факултету.²⁸⁷ Катедра за библиотекарство и информатику обновљена је школске 1991/1992. године, и данас обухвата три образовна степена – основне академске четворогодишње студије, за звање дипломирани библиотекар-информатичар; дипломске једногодишње мастер студије, и трогодишње докторске студије, чијим се завршавањем добија звање доктор наука – филолошке науке.

На Педагошком факултету у Сомбору, Универзитета у Новом Саду, библиотекар се школују од 2005. године, када је уведен смер за школског библиотекара. На овом факултету су 2009. акредитоване основне академске студије библиотекарства у трајању од три године, а 2012. акредитован је смер библиотекар-информатичар, као и једногодишње мастер студије библиотекарства.

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

Законом о библиотечно-информационој делатности прецизирано је и то да су запослени у овој области дужни да се перманентно усавршавају, у складу са програмима за чију је акредита-

287 „Библиотекарство и информатика : историја“, Универзитет у Београду, Филолошки факултет, <http://www.fil.bg.ac.rs/lang/sr/katedre/bibliotekarstvo-i-informatika/istorijat/> (преузето 22. 03. 2016).

цију задужена Народна библиотека Србије. Обавезно је испунити шест наставних сати годишње.

У Србији постоји више удружења припадника библиотечко-информационе струке: Библиотекарско друштво Србије, Заједница матичних библиотека Србије, Заједница библиотека универзитета у Србији, Друштво школских библиотекара. Најзначајнија и најстарија стручна организација у Србији јесте Библиотекарско друштво Србије – БДС, које је основано 1947. године, а седиште му је у Народној библиотеци Србије. БДС је члан Светске федерације библиотечких удружења и институција – IFLA од 1950, са прекидом средином деведесетих година 20. века, да би се чланство обновило 2007. Друштво је члан и Европског бироа библиотечких и информационих асоцијација – EBLIDA, од 2009. БДС издаје часопис „Библиотекар”, од 1948. године; статус научног часописа добија 2009.

Савремени медији у српском библиотекарству

Када говоримо о примени савремених медија генерално, па тако и у српском библиотекарству, то подразумева не само њихову употребу у циљу комуникације и односа са корисницима и јавношћу, него и узајамну каталогизацију, као и дигитализацију и примену дигиталних медија у пословању, која у овдашњим библиотекама почиње паралелно са развојем оваквих пракси у европским и светским оквирима.

Тако је, када је реч о библиотекама у Србији у сусрету са модерним технологијама, неизоставно споменути и Виртуелну библиотеку Србије. Званичан назив је ВБС – Центар за узајамну каталогизацију Републике Србије, а један од оснивача је Библио-

тека Матице српске,²⁸⁸ поред Народне библиотеке Србије и Универзитетске библиотеке „Светозар Марковић”. Како је предвиђено оснивачким актом, „задатак ВБС Центра је обезбеђивање услова за реализацију пројекта Виртуелна Библиотека Србије као целовитог системског решења координиране изградње и развоја јединственог библиотечког информационог система на јединственој информатичкој технологији у Републици Србији.”²⁸⁹

Виртуелна библиотека Србије представља базу података доступну преко интернета, посредством које је омогућен бесплатан приступ информацијама у 213 умрежених библиотека у Србији,²⁹⁰ путем централног електронског каталога; то подразумева 70.000 линкова до е-извора, 1,9 милиона књига, 1 милион чланака, 75.000 часописа и новина, као и 210.000 објеката некњижне грађе. Претрага је омогућена према више критеријума, ћирилицом и латиницом.

Пројекат Виртуелне библиотеке Србије заснован је на организационом моделу који је креирао Институт информацијских знаности (ИЗУМ) из Марибора 1991. године, под називом СОBISS (Кооперативни онлајн библиографски систем и сервиси); исти акроним користи се и за припадајућу програмску опрему.²⁹¹ СОBISS представља организациони модел повезивања библиотека у национални библиотечко-информациони систем са узајамном каталогизацијом, узајамном библиографско-каталожском

288 Основу централног каталога у Систему чиниле су електронске базе библиографских података према следећем редоследу и обиму из децембра 2002. године: ЕМС са 750.000 записа, НБС са 430.000 записа, УБСМ са 98.000 записа и YUBIN са 390.000 записа.

289 „Споразум о оснивању ВБС центра”, http://vbshome.vbs.rs/sr/o_cobissu/VBS_centar.asp (преузето 05. 06. 2019).

290 Податак на дан 21. 08. 2019, преузет са сајта http://vbshome.vbs.rs/sr/o_cobissu/biblioteke.asp.

291 Заједница југословенских националних библиотека прихватила је 1987. године систем узајамне каталогизације као заједничку основу библиотечко-информационог система и система научних и технолошких информација Југославије, а улогу носилаца развоја организационих решења и програмске опреме преузео је ИЗУМ.

базом података COBIB и локалним базама података библиотека учесница, базом података о библиотекама COLIB, и нормативном базом података CONOR. Поред стандардизоване и узајамне обраде библиотечке грађе, и одговарајуће оспособљености библиотекара за узајамну каталогизацију, један од основних предуслова за функционисање система јесте и рачунарска и комуникациона повезаност библиотека.²⁹²

Велики број библиотека у региону и у Србији користи овај модел узајамне каталогизације и обрађује публикације помоћу истоименог софтвера. Тако је још 2003. године потписан Споразум о успостављању мреже COBISS.net и слободном протоку библиографских записа који се креирају у аутономним библиотечко-информационим системима укључених земаља; у COBISS.net-у су тренутно Словенија, Србија, Босна и Херцеговина (засебно Федерација БиХ, засебно Република Српска), Црна Гора, Македонија, Бугарска и Албанија.²⁹³ У локалним базама библиотека укључених у систем COBISS.SR креиран је 8-милионити запис,²⁹⁴ од укупно 29 милиона који тренутно постоје у оквиру COBISS.net-а.

Програмска опрема коју је ИЗУМ развио за потребе функционисања COBISS система омогућава аутоматизацију свих сегмената библиотечког пословања, при чему каталогизација заузима централно место. Најновија верзија COBISS/OPAC-а, под називом COBISS+, инсталирана је у септембру 2019. године, са циљем да корисницима олакша онлајн приступ узајамном каталогу и другим базама података.

Нарочит значај за постављање основа за будућу објектно-релациону каталогизацију има успостављање нормативне датотеке

292 <https://www.cobiss.net/sr/platforma-cobiss.htm>.

293 Истовремено, у Србији је развијан домаћи библиотечко-информациони софтвер БИСИС, који је имплементиран у педесетак библиотека, међу којима су и Градска библиотека у Новом Саду, Библиотека града Београда, Библиотека шабачка и друге.

294 Податак на дан 04. 07. 2019.

личних имена CONOR.SR у оквиру COBISS-a; то је прва етапа у остварењу пуне нормативне контроле у националним оквирима. Пројекат од 2006. године реализују библиотеке оснивачи узајамног сервиса COBISS.SR у сарадњи са Институтом информацијских знаности из Марибора.²⁹⁵ „Нормативна датотека личних имена нуди корисницима општа биобиблиографска знања о особама, али и специфичне информације о различитим облицима имена, пре свега домаћих аутора. Перспективно гледано, укључивање националне нормативне датотеке на матерњем језику и писму у Виртуелну међународну нормативну датотеку VIAF, представљало би вид признања од стране међународне библиотечке заједнице, али и прилику за промоцију националне културе и науке у систему светског знања.”²⁹⁶

Поред класичне веб верзије, Виртуелна библиотека Србије доступна је и посредством мобилне апликације, што је значајно посебно за припаднике млађих генерација. Верзија COBISS/OPAC-a под називом mCOBISS прилагођена је мобилним уређајима; за телефоне и таблете који раде на Андроид оперативном систему може се преузети мобилна апликација, помоћу које је, поред претраживања и резервисања публикација, могуће продужити рок позајмице, направити списак омиљених књига и поделити га са другима, погледати локацију библиотеке на карти и смернице за пут до библиотеке.

У оквиру COBISS програмске опреме функционише веб апликација E-CRIS,²⁹⁷ чија је намена успостављање евиденције истраживача и установа у оквиру националних библиотечко-

295 Весна Укропина и Кагалин Рафа, „Прелазак на каталогизацију са нормативном контролом личних имена”, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2018): 91.

296 Ibid, 88.

297 Развијена у складу са стандардом CERIF (Common European Research Information Format), који прописује структуру података о истраживачким пројектима, а обухвата и препоруке у односу на истраживачке организације, одељења и истраживаче.

-информационих система у мрежи COBISS.net, неопходна за вођење библиографија научних радника и установа. У E-CRIS-у је тренутно представљено 11.466 истраживача, 302 истраживачке организације, и 777 истраживачких пројеката.²⁹⁸ Базе података су међусобно повезане, а већина уноса је на српском и енглеском језику. Омогућено је претраживање по свим кључним пољима. E-CRIS.SR је повезан са информацијским системом COBISS.SR, односно с његовом библиографском базом података COBIB.SR, што корисницима омогућује и непосредан увид у библиографије истраживача.

Развој нових медија и технологија створио је предуслове за специфичан облик организовања библиотека у Србији – Конзорцијума библиотека Србије за обједињену набавку (КоБСОН). Основна предност КоБСОН-а је то што се са мање финансијског улагања у Србији претплаћује на знатно више међународних научних часописа, укључујући и оне највишег квалитета.

Иницијатива за формирање Конзорцијума настала је 2001. године; поред Библиотеке Матице српске, међу покретачима су и остале водеће научне библиотеке у Србији: Народна библиотека Србије, универзитетске библиотеке из Београда, Ниша и Крагујевца, Библиотека САНУ и Заједница библиотека универзитета у Србији. Поред оптимизовања набавке страних научних информација, међу основним циљевима удруживања је и прелазак са папирних издања на електронска, као и унапређење приступа електронским информацијама. КоБСОН финансира Министарство науке, просвете и технолошког развоја.

Посредством КоБСОН-а омогућен је приступ преко Академске мреже АМРЕС²⁹⁹ до преко 35.000 иностраних научних

298 Подаци на дан 20. 08. 2019.

299 Академска мрежа Републике Србије.

часописа и више од 40.000 књига у форми пуног текста. Извори се константно допуњавају, а критеријуми за набавку базирани су на томе које су области доминантно предмет истраживања у нашим научним, истраживачким и образовним институцијама. Право на коришћење ресурса претплаћених преко КоБСОН-а имају сви запослени у академским, истраживачким и здравственим установама чији је оснивач Влада Републике Србије. Право коришћења имају и студенти у факултетским и универзитетским библиотекама. Од 2005. корисници имају могућност удаљеног приступа (од куће), будући да је статистика показала да 30% корисника приступа информационим изворима ноћу, викендом, или празником, ван редовног радног времена у институцији.

Према се у Закону о библиотечко-информационој делатности наводи да се библиотечко-информациони систем у Србији изграђује на јединственој информационо-комуникационој технологији и програмској платформи, а његову основу чини систем узајамне каталогизације у којем библиотеке кооперативно обављају функције прикупљања и обраде библиотечко-информационе грађе и извора на месту на којем се они први пут појаве, и уносе податке у Централни електронски каталог Републике Србије,³⁰⁰ у пракси не наилазимо на адекватну реализацију добро одређених законских одредби. Проблем је у томе што још увек има библиотека које поседују само лисне каталоге, или једноставне локалне базе података, типа табела у Екселу. Посебно је велика препрека то што све библиотеке не користе исте информатичке програмске платформе, а што онемогућава њихово ефикасно повезивање у јединствен национални електронски каталог.

300 „Закон о библиотечко-информационој делатности” („Службени гласник РС” бр. 52/2011), <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 25. 03. 2016).

У вези са овом темом потребно је нагласити и чињеницу да српске библиотеке имају значајне резултате остварене у дигитализацији и развоју електронских ресурса, као и повезивању са европским и светским мрежама у циљу омогућавања глобалног приступа дигитализованим садржајима. „У окружењу које ни приближно није искористило све могућности које пружа интернет, ни у погледу е-управе, ни у погледу е-трговине, ни у погледу е-образовања, библиотеке су покренуле значајне пројекте дигитализације и искорачиле испред потреба друштва, које у целини није спремно/образовано/оспособљено да користи дигиталне ресурсе.”³⁰¹

Међутим, иако Национални центар за дигитализацију постоји од 2002. године, напори које библиотеке чине у том смислу остају засебни – нису интегрисани нити обједињени ширим стратешким оквиром на националном нивоу: „тренутно стање ствари у Србији потврђује да неорганизована и несистематска дигитализација и низање појединачних затворених пројеката, дугорочно не даје резултате који би се могли постићи јасном политиком и систематским приступом дигитализацији...”³⁰² Ни централна национална библиотека није одиграла улогу која би могла да допринесе организованијем дефинисању стратешки утемељених развојних праваца и систематској примени савремених модалитета у функционисању библиотечко-информационе делатности у Србији: „Народна библиотека Србије, која је у периоду 2000–2011. изградила међународни реноме у процесима аутоматизације и дигитализације, није са истом снагом приступала својим матичним функцијама, стратегијски промишљала и подстицала равномернији развој српских библиотека.”³⁰³

301 Gordana Stokić Simončić i Željko Vučković, „Koliko koristimo digitalne biblioteke”, *Kultura* 135 (2012): 114–120. <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2012/0023-51641235114S.pdf> (преузето 14. 01. 2016).

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

303 Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за*

Док у домену дигитализације и узајамне електронске каталогизације библиотеке у Србији не само да држе корак, него имају и драгоцену, мада несистематизовану искуства на том пољу, примена нових и интерактивних медија у комуникацији и даље представља изазов и недовољно испитан терен, посматрано у односу на европске и светске библиотеке. Према резултатима истраживања о улози друштвених мрежа у евалуацији библиотечких услуга,³⁰⁴ показало се да библиотекари у Србији реагују на популарност друштвених мрежа, али и даље их не користе као централни медиј за остваривање интеракције.

Савремени медији у Библиотеци Матице српске

Библиотека Матице српске најстарија је српска библиотека националног значаја и прва јавна научна библиотека у Срба. Настала је 1826. године у Пешти, оснивањем Матице српске. Оснивачи Матице српске, на челу са Јованом Хаџићем, записали су да им је циљ „распрострањеније књижевства и просвештенија народа србског, то јест да се књиге србске рукописне на свет издају и распрострањавају”.³⁰⁵ Библиотека је отворена за јавност 1838. године, а у Нови Сад је пресељена 1864. заједно са Матицом. Концепцију Библиотеке Матице српске као националне библиотеке утемељио је Јован Ђорђевић, средином 19. века. За разлику од колекција Народне библиотеке Србије, фондови Библиотеке Матице српске остали су готово нетакнути за време оба светска рата. Библиотека од 1948. прима обавезни примерак свих штампаних ствари из Србије, и постаје матична библиотека за територију

историју модерног српског библиотекарства, 113.

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

305 Библиотека Матице српске, „Историјски преглед”, <http://www.bms.ns.ac.rs/bms101a.htm> (преузето 28. 03. 2016).

Војводине; самостална установа је од 1958. године. Библиотека Матице српске у својим фондовима садржи преко 4 милиона публикација и других објеката, које у највећој мери користе истраживачи, научни радници, и студенти који уче у читаоницама.

Како је дефинисано Законом о библиотечко-информационој делатности (2011),³⁰⁶ органи управљања БМС су управник, управни одбор и надзорни одбор. Библиотека Матице српске има следећа одељења: Одељење старе и ретке књиге и легата, Одељење за набавку публикација, Одељење каталошко-библиографске обраде, Одељење за чување и коришћење публикација, Одељење заштите публикација, Одељење за матичне послове и Реферални центар, Одељење општих послова и Одељење финансијских послова.

Савремене технологије имају значајно место у радним процесима у Библиотеци Матице српске. Аутоматизација у БМС започета је 1989. године, укључивањем у систем узајамне каталогизације и формирањем електронског каталога, када је започета електронска каталогизација, а допуњавање лисних каталога је обустављено.

Како је раније наглашено, мариборски ИЗУМ је 1991. године промовисао систем COBISS, као надградњу система узајамне каталогизације, користећи од тада исти акроним и за припадајућу програмску опрему.³⁰⁷ Данас се у Библиотеци Матице српске користи трећа генерација програмске опреме (COBISS3), која је развијена на темељу објектне технологије. Ова опрема садржи девет сегмената, међу којима је најзначајнији сегмент COBISS3/Каталогизација, која подржава узајамну каталогизацију у оквиру система COBISS и омогућава да се захваљујући повезаности са другим сегментима, исти подаци користе у различите сврхе.³⁰⁸ Рад у новом, технолошки напреднијем окружењу, изискивао

306 Закон о библиотечко-информационој делатности, <http://bds.rs/dokumenti/Zakon%20o%20bid%202011.pdf> (преузето 28. 03. 2016).

307 <https://www.cobiss.net/sr/platforma-cobiss.htm>

308 http://home.izum.si/izum/e-prirucnici/1_COBISS3_Katalogizacija/1.pdf

је додатну едукацију каталогизатора и њихово прилагођавање новом начину рада и размишљања. „Узајамна каталогизација подразумева и одлично познавање COMARC формата, ISBD стандарда и националних каталожких правила, али и спремност на превазилажење раније усвојених стереотипа у раду.”³⁰⁹

Електронска евиденција задужења почела је да функционише од 2008. године, али се до услуге електронског наручивања публикација путем интернета морало сачекати до 2012. године. „Разлози оволиког кашњења су бројни. Прво није било довољно записа у бази, затим се са распадом државе закомпликовало функционисање библиотека које су радиле узајамну каталогизацију у софтверу који је радио ИЗУМ, који је функционисао као део СНТИЈ.³¹⁰ Након спајања каталога 2003. године и преласка на COBISS софтверски алати за позајмице које су урадили у ИЗУМ-у за потребе библиотека у Словенији далеко су премашили стање развоја библиотека код нас.”³¹¹ Електронско наручивање публикација у Библиотеци Матице српске, посредством програмских пакета COBISS/Позајмица и COBISS/OPAC, уведено је у септембру 2012. године, као одговор на очекивања данашњих корисника, који не желе да чекају публикацију – него да она чека њих. Када је овај сервис коначно уведен, „корисник је постао активан учесник у раду Библиотеке јер самостално претражује електронски каталог, одабира публикације и тако утиче на формирање листе публикација према интересовању корисника, а провером својих задужења може да укаже на евентуалне недоследности у погледу трајања чланства и броја личних задужења.”³¹²

309 Весна Укропина, „COBISS3: нова димензија каталогизације”, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2015): 222–231, <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/pageFlip/reader/index.php?type=numerated&id=6107&m=2#page/8/mode/2up> (преузето 04. 08. 2019).

310 Систем научних и технолошких информација Југославије.

311 Новка Шокица Шуваковић, „Аутоматизација коришћења публикација у Библиотеци Матице српске”, *Електронска библиотека: зборник радова* (Београд : Филолошки факултет, 2008): 708.

312 Душан Јованчевић и Даниела Кермеци, „Електронска евиденција и наручивање публикација на интернет страници Библиотеке Матице српске [www. biblioteka.matica.rs](http://www.biblioteka.matica.rs)”.

Библиотека Матице српске присутна је на интернету кроз свој електронски каталог, веб-сајт, Дигиталну БМС, као и Фејсбук страницу.³¹³

Дигитална БМС

*Дигитална Библиотека Матице српске (Дигитална БМС)*³¹⁴ производ је дигитализације која је започета 2006. године у оквиру заштите старих и ретких публикација.³¹⁵ Дигитална БМС постављена је на адреси сајта Библиотеке www.bms.rs 2010. године, и од тада је доступна корисницима интернета.³¹⁶

Поред заштите публикација, циљеви дигитализације су и бржи и једноставнији приступ, промоција и представљање богатог фонда БМС и стварање нових квалитетних садржаја. У складу са постављеним циљевима, предвиђено је да дигитализацијом буду обухваћене највредније публикације које БМС поседује. Избор грађе за дигитализацију обавља се на основу више релевантних критеријума: вредности, целовитости, реткости, учесталости коришћења, и других. Приоритет имају публикације које су описане у редовним едицијама *Тирилске рукописне књиге БМС* и *Каталог старих и ретких књига БМС*, као и издања Библиотеке. Дигитализоване публикације распоређене су у 13 целина, а повезане су са записима у електронској бази Библиотеке, са COBIB.SR и штампаним каталозима Библиотеке. Публикације се у целисти могу

bms.rs“, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2012): 115–122. .

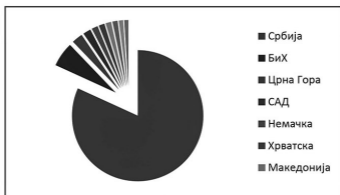
313 Током јесени 2019. у току је развој пројекта за отварање налога БМС на Инстаграму.

314 Библиотека Матице српске, „Дигитална Библиотека Матице српске“, <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/about> (преузето 28. 03. 2016).

315 Дигитализација се одвија у Одељењу заштите публикација, а у сарадњи са Одељењем старе и ретке књиге и легата.

316 Подршку за веб презентацију и софтвер за администрирање дигиталне збирке са базом података израдио је, „Falcon-Tech“, консултантски студио информационих технологија из Новог Сада.

прелиставати, а претраживе су према аутору, наслову, издавачу, месту и години издавања, и другим параметрима. Публикације из Дигиталне БМС доступне су преко ОПАС-а, али и преко интернет претраживача као што је Гугл.³¹⁷ Према подацима у Извештају БМС за 2018, *Дигиталну БМС* у 2018. години посетила су 29.572 корисника са свих континената (50.459 посета) који су прегледали 243.177 страница презентације. Укупно су забележена 2.125.256 листања публикација (*Застава* 249.338 пута, *Летопис Матице српске* 29.023, *Живот и обичаји народа српскога* 9.528 пута).



Графикон 1: Корисници Дигиталне БМС по земљама

Дигитална БМС је данас једна од највећих дигиталних библиотека у Србији. Свакодневно се допуњава новим дигиталним публикацијама и формирају се нове целине. У *Дигиталну БМС* до краја фебруара 2016. године биле су укључене 9042 публикације

317 Новка Шокица Шуваковић, „Дигитална БМС“, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2011): 128–134 <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/pageFlip/reader/index.php?type=numerated&id=1147&m=2#page/134/mode/2up> (преузето 28. 03. 2016).

(755.986 дигиталних страница); до краја јула 2019. тај број се попео на 18.423 публикације (1.414.026 дигиталних страница).³¹⁸

Година	Број публикација	Број страница
2016	1187	232.552
2017	1549	231.362
2018	3099	114.164

Слика 18: Годишњи прираст дигитализованих публикација у БМС: 2016–2018.

БМС на Фејсбуку

Званична Фејсбук страница Библиотеке Матице српске покренута је у новембру 2014. године. Разлози за овакав искорак били су вишеструки – унапређење комуникације са постојећим и будућим корисницима, повећање видљивости Библиотеке и њених колекција у јавности, допринос изградњи дигиталног идентитета БМС. Одабиру адекватне друштвене мреже за оглашавање Библиотеке Матице српске претходило је темељно истраживање, а у обзир су узети статистички подаци који су указивали на то да је Фејсбук најпримеренији за ту врсту комуникације. За првих годину дана Фејсбук страница БМС стекла је три и по хиљаде пратилаца,³¹⁹ у августу 2019. године прати је 10.138 људи, а 10.249 их је означило да им се страница допада.³²⁰ Статистички подаци о структури пратилаца редовно се прате и анализирају: „Међу њима је највише жена (70%), а по земљама највећи број је из Србије, затим Босне

318 Библиотека Матице српске, „Дигитална Библиотека Матице српске”, <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/about> (преузето 08. 08. 2019).

319 Податак из фебруара 2016. године.

320 Како бисмо илустровали прираст пратилаца, додаћемо податак да их је почетком 2018. године било око 7000, а крајем исте године 8570.

и Херцеговине, Црне Горе, Немачке, САД, Аустрије... Када је реч о градовима највише пратилаца живи у Новом Саду, Београду, Нишу [...] Страницу највише прате корисници у старосној групи између 25 и 34 године.³²¹

На страници БМС објављују се садржаји који се односе на активности Библиотеке и њених запослених, представља се Дигитална БМС и њени садржаји, публикације из фонда БМС и њена издања, обележавају се значајни датуми у култури, обавештава јавност о значајним догађајима у библиотекарству... Такође, у складу са принципима веба 2.0, осим оригиналних садржаја, на Фејсбук страници БМС преносе се и релевантне објаве других значајних институција, првенствено библиотечких, као и објаве различитих медија које се односе на Библиотеку Матице српске. У жељи да унапреде комуникацију са корисницима и подстакну интеракцију са њима, чланови тима планирају стратегије којима би добили повратне реакције у виду већег броја коментара објављених постова, као и постављања њихових садржаја (UGC).

Садржаји се објављују на дневном нивоу, радним даном. Постави се просечно два поста у току дана, у складу са владајућим тенденцијама у оваквој врсти комуникације, где је неизоставан визуелни сегмент: „Садржаји које објављујемо комбинација су текста и фотографије, текста и видео-записа, а свега неколико пута радило се само о текстуалним прилозима. У највећем броју случајева објављујемо текстове и фотографије које сами креирамо, а у мањем броју објаве делимо садржаје са интернета других библиотека, библиотечких удружења и слично. Када делимо садржаје које нисмо креирали наводимо ауторство оригиналног садржаја.”³²² Пост на Фејсбук страници БМС који је видео највећи број

321 Јованка Козловачки Дамјанов, „Фејсбук страница Библиотеке Матице српске”, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2017): 113–121.

322 Ibid.

људи до сада, њих 186.449, јесте песма Васка Попе „Очију твојих да није”, која је објављена поводом Светског дана поезије 21. марта 2016. Ову објаву поделио је на свом Фејсбук профилу изузетно велики број пратилаца, њих 2300, а 1300 људи је означило да им се објава допада.³²³

Важно је нагласити чињеницу да постоји стална комуникација са корисницима, који шаљу своја питања и коментаре у „инбокс”, независно од доба дана, чиме је остварена интеракција и повезивање са јавношћу, што је и један од основних мотива за коришћење друштвених мрежа у библиотеци.

У Библиотеци Матице српске постоји услуга „Питајте библиотекара Матице српске”, која је покренута почетком 2015. године. Услуга се реализује посредством групе на Фејсбуку,³²⁴ а на питања одговарају библиотекари БМС, који се представљају неформално и релативно анонимно – користе своја лична имена уз одређење „библиотекар”, и имају истородне стилизоване аватаре. Чланови своја питања постављају јавно, и добијају одговор који могу да виде и остали чланови групе, што отвара простор за интеракцију.

У Библиотеци Матице српске у току је развој пројекта редизајнирања званичне веб-странице. Планирано је да нова веб-страница буде динамичнија, прегледнија и интересантнија за кориснике. Актуелна веб-страница Библиотеке Матице српске у функцији је од 2003. године.

323 Објаве са странице су виђене и од стране оних корисника Фејсбука који нису означили да редовно прате Фејсбук страницу БМС, јер захваљујући опцији слободног дељења објава оне су видљиве и пратиоцима пратилаца.

324 Током августа 2019. тестира се нови сервис *Питајте библиотекара БМС*, чија је имплементација планирана за јесен исте године.

*Увођење електронске комуникације у процес израде
CIP записа у БМС*

Библиотека Матице српске је, уз Народну Библиотеку Србије, задужена за израду CIP записа.³²⁵ Библиотека Матице српске ову обавезу има од 1984. године: „Примена CIP-а у САП Војводини регулисана је ’Законом о издавачкој делатности’ (Сл. лист САПВ, 23. април 1984, бр. 13) као обавеза издавача да у свакој монографској публикацији одштампају каталожки запис, а Библиотека Матице српске да изради запис према важећим стандардима.”³²⁶

Потреба за увођењем каталогизације у публикацији, или каталогизације на извору, јавила се због временске неусклађености у стизању књиге и информације о њој (у оно време на листићу) до корисника, што је успоравало рад библиотека. „У области библиотекарства данас се у свету врло интензивно ради на изградњи националних библиотечких система чији су основни задаци брза и ефикасна размена информација неопходних за све веће потребе науке, образовања и културе.”³²⁷

Када се говори о потреби за увођењем каталогизације у публикацији, као што се види, нагласак је на *брзини путовања информације*. Логично је, стога, да се, сходно могућностима, ова брзина повећава, што је препознато у Библиотеци Матице српске. Материјал за каталогизацију се до 1. фебруара 2015. године Библиотеци Матице српске достављао лично или слањем поштом, да би од тада била уведена и могућност употребе електронске комуникације у овај процес.³²⁸ Тако је

325 Каталогизација у публикацији (Cataloguing in Publication). Издавач има обавезу да прибави и на публикацији одштампа овај каталожки запис, на видном месту и без икаквих графичких измена.

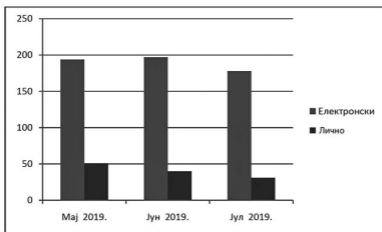
326 Мара Тодоровић, „Увођење CIP-а у SAP Војводини”, *Единаесто собрание на Сојузот на друштвата на библиотечните работници на Југославија, Охрид 24–26. април 1986*. (Скопје: Сојуз на друштвата на библиотечните работници на Југославија, 1987), 223.

327 Desanka Stamatović, „Katalogizacija na izvoru – značaj i mogućnosti primene”, *Bibliotekarstvo: časopis društva bibliotekara Bosne i Hercegovine* 1978, br. 4, god. 24: 68.

328 Свој скромни допринос иницирању и спровођењу овог пројекта дала је и ауторка ове књиге.

захтеve за израду CIP-a danas moguће послати електронском поштом, а израђени CIP се шаље такође електронском поштом најкасније у року од 24 сата од тренутка пријема материјала, не рачунајући дане викенда и празника. Поред тога, и даље постоји опција личног доношења материјала и преузимања CIP-a.³²⁹ Увођење ове новине у пословање довело је до очекиваног растерећења библиотекара који раде на пословима израде CIP-a, као и боље организације самог посла.

Како бисмо илустровали позитивне резултате ове промене, навешћемо следеће статистичке податке из евиденције службе за CIP: у мају 2019. године 194 захтева стигло је електронским путем, а 51 лично; у јуну 2019. стигло је 197 захтева електронским путем, а 40 лично; у јулу исте године 178 захтева приспело је електронским путем, а 31 лично.



Графикон 2: Број приспелих захтева за израду CIP-a у периоду мај – јул 2019.

³²⁹ На интернет страници Библиотеке Матице српске, у секцији *Информације*, одељак *За издаваче*, детаљно је објашњен начин на који се добија CIP, а могуће је преузети и за то неопходне формуларе; ту је и линк ка интернет страници Народне библиотеке Србије, на којој се могу наћи информације о издавању ISBN / ISSN / ISMN / ISAN бројева.

Приметно је да већина захтева долази посредством електронске поште, а знатно мањи број се доноси лично. Такође, евидентан је и пораст броја израђених СІР-ова из године у годину: од 2006. до 2016. године укупан број израђених СІР записа у БМС кретао се око 2500 годишње, 2017. било их је 2682, а 2018. године 2889.

На основу изнетих података, после четири године од увођења ове праксе, може се закључити да је већина издавача спремно прихватила електронски начин комуникације и даје му предност у односу на традиционални.

Савремени медији у Народној библиотеци Србије

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

Према организационој схеми Народне библиотеке Србије, управу Библиотеке поред управника чине управни одбор и надзорни одбор.

Аутоматизацији пословања у Народној библиотеци Србије почиње да се приступа од 1985. године. Од 1987. Библиотека се укључује у Пројекат Система научних и технолошких информација Југославије (СНТИЈ); приступа програмима за интегрисано библиотечко пословање, базирано на концепту узајамне каталогизације, а у оквиру централизоване рачунарске мреже. Усвојен је UNIMARC као јединствени формат за размену података

и структурирање базе података и хомогена мрежа VAX-Digital рачунара као техничка подршка система.

У Библиотеци је формиран електронски каталог 1989. године; локалну рачунарску мрежу библиотека је добила 1996. године, када је омогућен приступ интернету и израђена прва веб-презентација.³³⁰ У то време оснива се Конзорцијум библиотека Србије за обједињену набавку (КоБСОН), преко којег се приступа великим електронским базама часописа, са преко 6000 наслова; основан је Центар Виртуелне библиотеке Србије (ВБС), који повезује електронске каталоге библиотека у Србији у јединствени узајамни електронски каталог.

Визијом развоја Народне библиотеке Србије ова установа одређена је, између осталог, као „савремена, динамична и умрежена институција, како по грађи коју прикупља, начину на који је чува, обрађује и даје на коришћење, тако и по савременим алатима које користи за промоцију и комуникацију са корисницима фондова.”³³¹ Визијом развоја предвиђа се значајно место новим технологијама у циљу доприноса даљем расту Библиотеке: „Њене активности засноване су на континуитету и константном развоју знања и вештина, као и на примени савремених технологија у области чувања, обраде и давања на коришћење грађе. Идући у корак са развојем библиотекарства и информacionих технологија, као и са значајно диверсификованим потребама корисника, Народна библиотека Србије подједнако развија конвенционалне активности у области чувања, обраде и давања на коришћење грађе, обогашујући их савременим техничко-технолошким средствима.”³³² Посебан акценат је на дигитализацији библиотечких фондова. Дигитална

330 Народна библиотека Србије, „Настанак Библиотеке”, <https://www.nb.rs/pages/article.php?id=29> (преузето 27. 03. 2016).

331 Народна библиотека Србије, „Визија развоја Народне библиотеке Србије”, <https://www.nb.rs/pages/article.php?id=24068> (преузето 27. 03. 2016).

332 Ibid.

НБС развија се од 2002. године; 2004. је усвојен стратешки акт којим су одређени приоритети за дигитализацију, и формирано је Одељење за развој Дигиталне НБС. Појединим дигитализованим колекцијама НБС може се приступити и посредством Европеане.

Народна библиотека Србије има Фејсбук-налог од 2010, а активније га користи од 2012. године; средином 2019. године овај налог имао је око 12.500 пратилаца. На пословима администрације ангажовани су запослени из Одељења за културне програме и Одељења за односе с јавношћу. Твитер налог постоји од марта 2013. године; у фебруару 2016. имао је око хиљаду и по следбеника, да би у августу 2019. године тај број износио 2600. За девет година активности на Твитеру Народна библиотека Србије објавила је 2755 твитова. Према подацима добијеним из НБС, Твитер налог ове институције имао је у 2018. години 120.000 прегледа. НБС је присутна и на Инстаграму, профилом који има око 1600 пратилаца и 256 објава у августу 2019.

У Народној библиотеци Србије у току је пројекат веб архивирања. У јулу 2019. инсталирана су два софтвера – Web Curator Tool и NetArchive Suite. Инсталиран је и Heritrix као и Wayback Machine за оба софтвера. У току је селективно харвестовање сајтова паралелно у оба програма са циљем да се до краја године одабере програм који се буде показао адекватнијим.

Веб-страница Народне библиотеке Србије постоји од 2002. године, и од тада није била редизајнирана. Овај сајт је током 2015. године посетило више од 250.000 људи. Према подацима из Извештаја о раду НБС за 2014. годину, дневно Библиотеку посети преко 700 корисника³³³ што на годишњем нивоу даје сличан број – око 255.000.

333 Народна библиотека Србије, *Извештај о раду: за 2014. годину*, 6.

Савремени медији у Библиотеци града Београда

Библиотека града Београда (БГБ) основана је 1931. године; највећа је јавна библиотека у Србији и региону. Библиотечка мрежа БГБ покрива територију од 14 београдских општина, а у њен састав улази чак 70 објеката; има око 150.000 чланова и преко милион корисника годишње.

Излазећи у сусрет потребама корисника 21. века, БГБ је увела низ онлајн услуга. Поред већ стандардне услуге претраживања помоћу електронског каталога, корисници могу да приступе дигиталној библиотеци са око 700 наслова; како се наводи у Извештају о раду Библиотеке за 2018. годину, број прегледа Дигиталне Библиотеке града Београда у 2018. је 657.772, а укупан број прегледа од почетка рада Дигиталне БГБ (2012–2018) је 1.638.656. На *AVA.Doc* платформи чланови Библиотеке могу да гледају савремене светске документарне филмове, а путем портала *Шта да читам* и *Читам, па шта*, библиотекарски дају препоруке за читање.

БГБ је присутна на друштвеним мрежама и користи нове медије за приближавање корисницима и комуникацију са јавношћу. Библиотека има налог на друштвеним мрежама Фејсбук и Твитер, присутна је на платформи за дељење фотографија Фликр, а има и канал на Јутјубу.

Савремене технологије присутне су у Библиотеци и кроз Технотеку. Реч је о посебно дизајнираном простору опремљеном најновијим дигиталним алатима, отвореном 2016. године, са циљем да корисницима омогући стицање нових знања и вештина. У Библиотеци се реализује и пројекат *Дигитални грађанин*, путем радионица програмирања кроз игру.

Како је већ претходно поменуто, БГБ у пословању користи библиотечко-информациони софтвер БИСИС; актуелна је верзија БИСИС 5, којом је први пут читава БГБ мрежа обухваћена јединственим пословним системом.

Место савремених медија у библиотекама у Француској и Србији: компаративни осврт

Без обзира на то што функционишу у складу са различитим моделима културне политике – Француска у оквиру државно-просветитељског, а Србија у склопу транзиционог модела, постоје неке заједничке тачке у одређењу једне и друге земље у погледу културне политике. Тако децентрализација културе спада међу најважније циљеве у оквиру културне политике како Француске, тако и Србије. Међутим, док се у Француској децентрализација културе остварује применом инструмената културне политике, у Србији у пракси није много урађено на остваривању овог циља. У Француској је законодавство у области културе, као један од главних инструмената културне политике, регулисано тако да представља полазни оквир за предузимање свих акција које воде ка остваривању циљева културне политике Француске. У Француској не постоји закон који се односи на цело подручје културе, већ је свака област регулисана законима, а регионалне и локалне власти су одговорне за деловање локалне администрације.³³⁴

Напоменућемо овде да ни Француска, као ни Србија, нема националну стратегију која би јасно и дугорочно усмерила развој библиотека. Овај проблем деле и друге државе у Европи; тим поводом је још 2006. у Француском институту у Лондону одржан међународни семинар, у организацији *CILIP*-а (*Chartered Institute of Library and Information Professionals*), и библиотека европских културних института у Лондону, а учествовали су представници Велике Британије, Немачке, Шпаније, Финске, Италије и Француске. У чланку који сумира резултате тог скупа, објављеном у *Биштену француских библиотека*, наводи се следећа констатација: „Европа

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

библиотека још увек није близу. Са националним стратегијама се оклева, са изузетком земаља Северне Европе, нарочито Финске, и Велике Британије. Свакако, постојање докумената као што су закони, акциони планови, норме – представљају предност. Исто тако је јасно да недостатак јаке националне политике штети библиотекама, које упркос свему остају незаштићен сектор у култури, без имица, и које с муком доказују вредност своје делатности.”³³⁵ На конференцији коју су 2009. године организовали EBLIDA (*European Bureau of Library, Information, Documentation Archives*) и NAPLE (*National Authorities on Public Libraries in Europe*) тема је била важност библиотечке политике у Европи. Том приликом утврђене су смернице за правну регулативу и политику у домену библиотекарства у Европи, с нагласком на томе да националне политике треба да одреде библиотеке као кључна тела у одржавању и развоју демократије. У раду изложеном током 78. конференције IFLA-е, одржаној 2012. у Хелсинкију, Керол Престли, као примере европских земаља које раде на политици за библиотеке, наводи само Финску, Литванију и Летонију.³³⁶

За разлику од Србије, где сет нових закона уређује сегмент библиотечко-информационе делатности, у Француској не постоји јединствен закон за ову област.

335 Claudine Lieber, „Le développement des bibliothèques publiques”, *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 2006, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0098-009> (преузето 10. 02. 2016).

336 Carol Priestley, „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries”, <http://www.ifla.org/past-wlic/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05.01. 2016).

Како се може закључити на основу предочених примера из праксе, наведених анализа и података, француске библиотеке су, како је и очекивано, испред српских библиотека у погледу коришћења савремених медија у свом раду, првенствено у смислу комуникације.

Француске библиотеке су се раније упустиле у испитивање могућности које нуде друштвене мреже; како видимо, у француској средини, после периода експериментисања са вишеструким налозима и разноврсним активностима на друштвеним мрежама тренутно су у току генерална преиспитивања и анализе повратних информација, ради даљег усмеравања развоја. Појава мултиплицираних налога на друштвеним мрежама у француским библиотекама наводи на закључак да је у француској средини присутна свест о *корисничким заједницама*, које се посматрају као посебне циљне групе, и којима се, с тим у складу, обраћа на различите начине и различитим средствима комуникације; отуда и потреба за *комјунити менаџерима* коју изражавају неке од француских библиотека. Све наведене библиотеке у Србији користе неки од алата карактеристичних за веб 2.0, што су првенствено Фејсбук-странице ових библиотека. За разлику од представљених француских библиотека, у предоченим примерима српских библиотека не постоји већи број веб-страница, нити Фејсбук налога за једну установу. Овај податак указује на то да се у библиотекама у Србији публика и даље углавном доживљава као целовит ентитет, којем се обраћа на исти начин, насупрот француској средини где се, како смо истакли, потенцира обраћање корисничким заједницама.

Анализом наведених примера уочава се још једна разлика, а то је да ниједна од споменутих српских библиотека не користи блог, док је то у француској средини присутна пракса.

Иако се у библиотекама у Србији препознаје потреба за периодичним редизајнирањем веб-странице институције, и јасно је да постоји критички однос према овом средству комуникаци-

је, са аспекта његове трајности и (не)променљивости кроз време, евидентно је да се у односу на француске библиотеке веб-странице српских библиотека мењају далеко ређе.

Значајно је истаћи и постојање специјализоване платформе Агорабиб за комуникацију професионалаца унутар библиотечке струке у Француској, поводом разноврсних актуелних тема. Појава оваквог комуникационог израза, чија је претеча настала пре више од двадесет година, упућује нас на закључак да је потреба за интерактивношћу, учествовањем, разменом идеја и мишљења, зарад опште добробити и напретка, дубоко укорена у француској средини, па самим тим и код француских библиотекара, који предности овог комуникационог сервиса користе за стварање услова за унапређење своје професије на темљу размене искустава. У Србији овакав сервис за комуникацију међу припадницима струке не постоји (изузев поменуте Гугл групе Библиотекари, која је и даље на нивоу мејлинг-листе).

Као један од највећих корака за библиотекарску делатност и њену будућност, у контексту саморазумевања професије и перципирања улоге библиотеке у актуелном тренутку, истиче се појава посебног медијског канала, оличеног у веб-страници *Бализ* Јавне информативне библиотеке у Паризу. На примеру овог феномена видимо да су француски библиотекари отишли корак даље, и да боље и далековидије спознају своју улогу у данашњем и будућем друштву, доживљавајући *библиотеку као медиј* у сваком смислу те речи. Ово је и показатељ да су француски библиотекари свесни да ће само активним приступом успети да задрже, или поново задобију улогу утицајног посредника између корисника и универзума информација.

ОДНОС ПРЕМА САВРЕМЕНИМ МЕДИЈИМА: СТАВОВИ БИБЛИОТЕКАРА У ФРАНЦУСКОЈ И СРБИЈИ

Емпиријски део истраживања утицаја савремених медија на библиотечко-информациону делатност базиран је на испитивању и анализи искустава, мишљења и ставова библиотекара у Србији и Француској у вези са применом савремених медија у библиотекарству. Испитивање је спроведено посредством упитника на који су одговарали запослени у националним, универзитетским и јавним библиотекама у ове две земље;³³⁷ њихови одговори су анализирани применом одговарајућих статистичких метода.³³⁸

337 Упитник се састоји од 25 питања. Конципиран је тако да са различитих страна расветли став библиотекара према савременим медијима, и утицају који они остварују у библиотечко-информационој делатности. Спада у једнократне упитнике комбинованог карактера; састављен је у највећој мери од затворених питања. Чине га два дела – објективни и субјективни, где се први односи на чињенице у вези са организацијом медијске презентације, а други део чине питања која се тичу субјективних ставова представника професије у вези са местом савремених медија у унапређењу функција њихових библиотека и библиотечко-информационе делатности уопште, као и са имиджом библиотекарске професије. Испитаници су упитник испуњавали онлајн, при чему су се одговори аутоматски генерисали у табелу похрањену на *клауду*. Упитници су дистрибуирани у библиотекама у Француској и Србији путем електронске поште и друштвених мрежа за професионално повезивање, а одговори су прикуљани током шест месеци, у периоду од априла до септембра 2015. године.

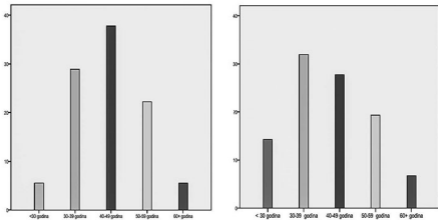
338 За статистичку обраду коришћен је софтверски пакет *SPSS 17*. Употребљене су мере дескриптивне статистике: фреквенције и проценти. Повезаност категоријских варијабли испитивана је помоћу Хи-квадрат теста. За испитивање јачине повезаности варијабли користио се Пирсонов коефицијент корелације. Коришћен је праг значајности „ $p \leq 0,05$ ”.

Током истраживања било је одређених потешкоћа. Приликом спровођења анкете српски библиотекари генерално су тримије реаговали, или нису уопште били спремни да испуне упитник. У француском узорку проблем је био са запосленима у Националној библиотеци Француске, до којих је било изузетно тешко доћи, а и тада једним делом нису били спремни на сарадњу, па је било веома захтевно прикупити довољан број одговора из ове библиотеке, како би резултат био што валиднији. Док би се код српских библиотекара отпор према испуњавању упитника могао објаснити незаинтересованошћу, па чак и одбојношћу према новим медијима,³³⁹ недовољним познавањем теме, као и генералном пасивношћу, код библиотекара из Националне библиотеке Француске то није случај; стиче се, наиме, утисак да је такав став повезан са супериорним статусом због припадности елитној институцији културе у Француској. Технички гледано, у Француској је дистрибуција упитника била знатно олакшана слањем кроз организоване системе комуникације међу библиотекарима, какви су Агорабиб, или Фејсбук налог Јавне информативне библиотеке за библиотекарe (*Vri pro*). Услед непостојања овакве врсте повезаности, дистрибуција упитника међу српским библиотекарима била је спорија, и заснивала се углавном на личном контакту. Велику улогу у овом смислу одиграла је друштвена мрежа за пословну комуникацију Линкедин, која повезује стручњаке и припаднике различитих професија, омогућивши контакт са библиотекарима који су потом дали свој допринос у истраживању одговоривши на упитник.

У наставку ће бити изложени најважнији резултати и закључци испитивања.

³³⁹ Из угла ауторке поражавајућа је чињеница да је један библиотекар у Србији одбио да учествује у истраживању јер је спровођено електронским путем, наводећи као образложење да се принципјелно противи савременим средствима комуникације и нема регистровану адресу електронске поште.

У библиотекама у обе земље учествовао је готово подједнак број испитаника – у Србији 97, а у Француској 104. У обе групе су то већином, и то у сличном проценту, биле особе женског пола – у Србији 73,3%, а у Француској – 71,4%. Највећи део српских библиотекара који су учествовали у истраживању спада у старосну групу од 40 до 49 година, њих 37,8%; највећи део француских библиотекара припада старосној групи од 30 до 39 година (31,9%).



Графикон 3: Старост српских испитаника / старост француских испитаника

Српски испитаници који су учествовали у истраживању највећим делом имају више и високо образовање, њих 86,7%, док је проценат средње образованих 13,3%. Готово сви француски библиотекари који су учествовали у истраживању имају више или високо образовање (97,5%).

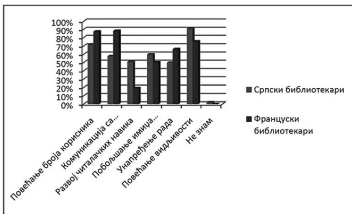
Највише српских библиотекара који су учествовали у истраживању ради послове каталогизације – око 36%, набавком и разменом публикација бави се 20% библиотекара из узорка, са

корисницима ради 34,4% испитаних, док се односима с јавношћу бави само 14,4% учесника истраживања у Србији.³⁴⁰ Преко половине француских библиотекара који су учествовали у истраживању ради са корисницима (51,3%), а велики део испитаника ради на пословима набавке и размене публикација (34,5%). У односу на српски узорак, мањи број анкетираних француских библиотекара обавља посао каталогизације (21%); с друге стране, знатно већи број њих се бави односима с јавношћу (35,3%).

Удео запослених у Библиотеци Матице српске је 24,4%, а у Народној библиотеци Србије 25,6%. У истраживању је учествовало 26,7% представника јавних, и 23,3% представника високошколских библиотека. У француском узорку 21% испитаника запослен је у Националној библиотеци Француске, у јавним библиотекама ради 21%, а у унверзитетским 57% испитаних библиотекара.

Приликом анализирања одговора библиотекара, већ на самом почетку исказао се врло значајан податак – да су апсолутно сви испитаници у Србији – 100% њих – одговорили потврдно на питање да ли библиотеке треба да користе медије за промовисање својих активности и услуга. Главни мотив за коришћење медија у библиотекама и библиотекарству, према мишљењу испитаних српских библиотекара, јесте повећање видљивости библиотеке у друштву – чак 91,1% испитаних библиотекара означило је овај мотив као најважнији. Највећи раскорак између француских и српских испитаника показао се, очекивано, у виђењу развоја читалачких навика као мотива за медијску присутност библиотека, а овај податак је и статистички значајан ($p < 0.0005$): веома мали број француских испитаника оцењује овај мотив значајним – њих 19,3%, наспрам 51,1% у српском узорку.

340 Треба имати у виду да се у мањим библиотекама послови које запослени обављају често преклапају, што доводи до тога да библиотекари раде више врста послова.



Графикон 4: Који су мотиви за употребу медија у библиотечко-информационој делатности?

Како се види на предоченом графикаону, француски библиотекари сматрају да су комуникација са корисницима и повећање њиховог броја доминантнији мотиви за представљање библиотеке путем медија у односу на развој читалачких навика, али и друге понуђене мотиве. Графикон такође јасно показује да српски библиотекари као доминантније мотиве за медијску присутност библиотеке виде побољшање имиџа, и повећање видљивости библиотеке у друштву, што нам посредно указује на то да је самоперцепција библиотекара у Србији негативнија него код њихових колега из Француске. С друге стране, француски библиотекари свеснији су чињенице да медији утичу на унапређење процеса рада у библиотечарској струци, и у већем проценту препознају тај мотив као значајан у односу на испитанике у Србији.

Библиотекари у обе земље у великој, и то готово једнакој мери (око 80%) сматрају да њихова библиотека може боље да се представи путем медија. На питање зашто то не чини, један део, тачније 21,1% испитаника у Србији формулисао је сопствене

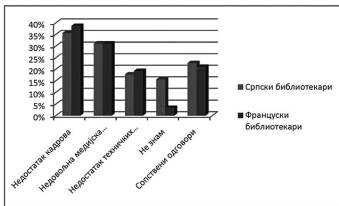
одговоре, од којих су најкарактеристичнији: „Немање свести о значају медија, робовање традиционалним обрасцима мишљења”; „Ригидно старомодно схватање функције и намене библиотеке у е-времену”; „Непрепознавање потребе за нечим таквим”; „Неодговарајућа организација ових послова”; „Недостатак воље”; „Организација посла”; „Не постоји јасна концепција”; „Реорганизација послова по одељењима”; „Незаинтересованост самих медија за презентовање библиотечких садржаја, јер се увек предност даје дневнополитичким темама”; „Медији нису увек заинтересовани за дешавања библиотеке”; „Немотивисаност”; „Недостатак добре воље и заинтересованости запослених у библиотеци”. Код ових одговора које су формулисали сами испитаници јасно се издваја пет основних мотива, а то су старомодност, недостатак воље, непрепознавање потребе, неадекватна организација посла и незаинтересованост медија. Између неких од ових мотива може се уочити узрочно-последична и логичка повезаност: старомодност узрокује недостатак воље и непрепознавање потребе, што за последицу има неодговарајућу организацију посла; исто тако, може се рећи и да старомодност у основи почива на недостатку воље. Одговори који се позивају на незаинтересованост самих медија указују на то да испитаници који су дали овакав одговор медије и даље перципирају само на традиционалан начин (телевизија, радио, штампа), и да у њиховој свести није присутан медиј у смислу савременог медија базираног на интернету, где је сам корисник интернета емитер медијског садржаја.

Француски испитаници немају неки изразит став у погледу тога зашто њихова библиотека не презентује боље своје садржаје у медијима: недостатак кадрова и недовољна медијска и информациона писменост неки су од најчешће заокружених понуђених одговора. Карактеристично је и то да се у обе групе приближно исти број испитаника определио за следећа два одговора: недостатак кадрова (35,6% Србија; 38,7% Француска), и

недовољна медијска и информациона писменост (31,1% Србија и Француска).

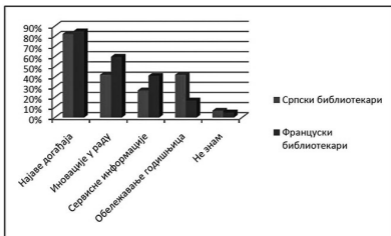
Статистичка значајност ($p=0,025$) појавила се приликом анализе одговора „Не знам” у српском и француском узорку: проценат библиотекара који се у Србији изјаснио да не зна због чега библиотеке недовољно пласирају своје садржаје у медијима износи 15,6%, а у Француској је тај број незнатан – свега 3,4% испитаника изјавило је да не зна који је разлог недовољног оглашавања њихове библиотеке у медијима. Ова разлика директно указује на то да су Французи ипак у извесној мери сигурнији у то да су упознати са разлозима за недовољно присуство библиотека у медијима.

Један део француских испитаника, њих 22,7%, формулисао је своје одговоре на ово питање, од којих се издвајају следећи: „мањак новца / финансијских средстава”, „неразумевање / недостатак подршке надлежне институције или органа”, „недостатак интерне координације”, „недовољно познавање правила и културе веба”.



Графикон 5: Зашто ваша библиотека не пласира боље своје садржаје у медијима?

Када је реч о поводима медијског оглашавања, обе групе испитаника, и српски и француски библиотекарски, сматрају да су најаве догађаја најчешћи поводи медијских оглашавања за њихове библиотеке.

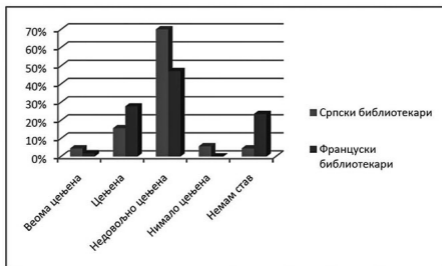


Графикон 6: Који су најчешћи поводи оглашавања у медијима за вашу библиотеку?

Оно што упада у очи када се анализирају одговори на ово питање, јесте да су се српски библиотекарски у далеко већем проценту од својих француских колега изјаснили за одговор „Обележавање годишњица”, који подразумева пасивнију улогу библиотеке, улогу чувара традиције; у том смислу могло би се рећи да су француски библиотекарски више усмерени на актуелни и будући тренутак, и на библиотеку као активан фактор, с обзиром на то да њихови гласови предњаче код одговора какви су „Иновације у раду”, и „Сервисне информације”, као што је јасно видљиво на приказаном графикону.

За боље сагледавање и разумевање самоперцепције библиотекарски, изузетно је важна анализа одговара на питање

како јавност доживљава библиотекарску професију, која је дала очекивану слику: испитаници већином сматрају да је библиотекарска професија потцењена у очима јавности – ово је мишљење чак 70% анкетираних библиотекара у Србији, и 47,7% у Француској.



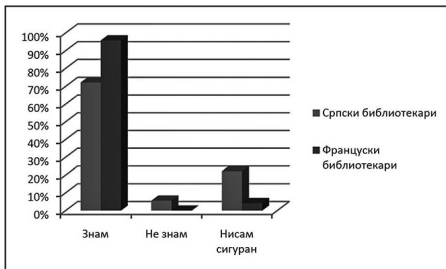
Графикон 7: Како јавност доживљава библиотекарску професију?

Из предоченог графикана види се да знатно већи број српских библиотекара има утисак да њихова професија није довољно цењена, у односу на француске колеге; у оба случаја овај одговор се истиче као најдоминантнији.

Овако велико незадовољство перцепцијом библиотекарске професије крајње је разумљиво, па и оправдано, имајући у виду положај српског библиотекара у друштву, његов финансијски и социјални статус, као и генерални друштвено-политички оквир који недовољно јасно дефинише културну политику и улогу библиотеке у њој, и не даје довољно јаку подршку библиотекарској струци и институцијама. Овакав резултат јасно наводи на закључак да су припадници професије у Француској самосвеснији, сигурнији у себе и своје вредности, у значај своје струке, што им,

између осталог, омогућава општи модел културне препознатљивости, одређеног елитизма који Француска држава у оквиру своје културне политике преноси на све културне посленике, па тако и на библиотекаре.

Тумачећи резултате одговора на питање „Да ли знате шта значи термин веб 2.0?“ долазимо поново, али са друге стране, до истог закључка: српски библиотекари показују већу дозу несигурности у вези са новим информационим технологијама, овог пута поводом терминолошког одређења.

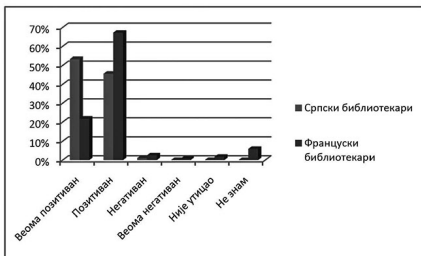


Графикон 8: Да ли знате значење термина веб 2.0?

Посредан, али веома значајан закључак који се може извући тумачењем одговора на ово питање тиче се недовољне медијско-информационе писмености библиотекара у Србији, у смислу недовољног познавања терминологије и кључних концепата савремених информационо-комуникационих парадигми, имајући у виду да је термин веб 2.0 старији од деценије, и да се одавно говори и о вебу 3.0, адекватан резултат требало би да буде на нивоу француског,

или нешто нижи. У овом контексту може се говорити и о израженој потреби за речником савремене информационо-комуникационе технологије, и за стандардизацијом термина који се у њој користе у српском језичком систему. Овакав корак дао би немерљив допринос асимилацији кључних термина од стране свих важних фактора у савременим комуникационим процесима, а следствено томе и бољем разумевању релевантних концепата за функционисање свих сегмената друштва у новом окружењу насталом као последица дигиталне и медијске револуције.

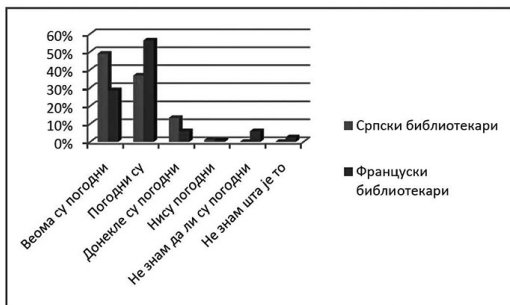
Док библиотекари у Србији изразито позитивно квалификују утицај који је интернет остварио на функционисање библиотечно-информационе делатности, француски библиотекари су нешто одмеренији; они овај утицај одређују позитивно, али са мањим степеном одушевљења у односу на њихове српске колеге, што визуелно јасно приказује наредни графикон.



Графикон 9: Какав је утицај интернета на функционисање библиотечно-информационе делатности?

Овај резултат посредно иде у прилог претходно изведеним закључцима да француски библиотекарски са више критичности, и са већом резервом процењују утицај савремених медија на библиотекарство.

И следећи графикон, који илуструје одговоре на питање „Да ли су савремени медији (друштвени, интерактивни медији) погодни за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности?“ потврђује претходно наведено:

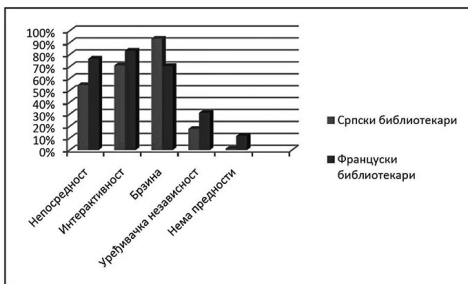


Графикон 10: Да ли су савремени медији погодни за промовисање библиотека и библиотечко-информационе делатности?

Евидентно је да француски библиотекарски поново исказују одмеренији став у односу на њихове колеге анкетирание у Србији. Такође, и овде је приметно да су библиотекарски у Србији склони да сувише високо вреднују феномене чији утицај још увек није довољно проучен, што утемељење њихових ставова доводи у питање. Исто тако, може се приметити да српски испитаници нису спремни да дају одговор „Не знам“ на ово питање, док код Француза то није случај; и из овога се посредно види да француски

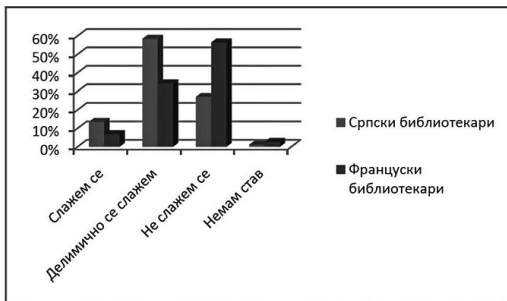
библиотекари осећају већу сигурност у себе – они се не либе да отворено признају да нешто не знају.

Као главну предност оглашавања библиотеке путем савремених медија у односу на класичне медије српски библиотекари виде брзину. Како видимо на приложеном графикону, велики број њих високо вреднује и интерактивност, коју француски испитаници виде као највећу предност оглашавања савременим медијима, уз непосредност. И овај резултат показује да су француски библиотекари у неком степену склонији од српских колега да најбитнијом оцене интерактивност, једну од дистинктивних одлика веба 2.0.



Графикон 11: Које су предности оглашавања библиотека путем савремених медија у односу на класичне?

Анкетирани библиотекари процењивали су и утицај интернета и савремених медија на читалачке навике.



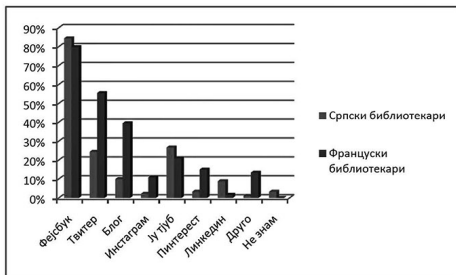
Графикон 12: Да ли се слажете с тврдњом да интернет и савремени медији негативно утичу на читалачке навике?

Српски библиотекари показују несигурност у вези са овом тврдњом – висок проценат од готово 60% њих делимично се слаже са изнетом констатацијом, док је међу француским испитаницима најдоминантније заступљено мишљење да интернет и савремени медији не утичу негативно на читалачке навике – тако мисли преко половине анкетираних француских библиотекара. Из овог се посредно може закључити да Французи имају укорењенији став о неприкосновености мисије библиотеке; да мање доводе у питање значај и вредност своје професије у актуелном тренутку. С друге стране, резултат добијен из одговора српских библиотекара може се протумачити као извесна доза страха да ће њихов посао бити угрожен; код Француза нема те несигурности јер више верују у етаблираност своје професије.

У српским библиотекама у највећем броју случајева користи се Фејсбук (84,4%). Твитером се служи мањи број библиотека (24,4%

испитаника је одговорило да се у њиховим библиотекама користи ова мрежа). Блог има веома мали број библиотека (10% испитаника је одговорило да њихова установа има блог). На Инстаграму и Пинтересту је присутан незнатан број библиотека судећи према одговорима анкетираних (2,2% Инстаграм, 3,3% Пинтерест). 26,7% испитаних изјавило је да се њихова библиотека користи Јутјубом, а 8,9% изјаснило се да је њихова установа присутна на Линкедину. Веома мали број испитаника (3,3%) одговорио је да не зна на којим је друштвеним мрежама присутна њихова институција, што указује на то да су запослени свесни да се у њиховим библиотекама користе социјалне мреже.

Анкетирани библиотекари одговарали су и на питање који се савремени медији користе у њиховим библиотекама за комуникацију са корисницима, односно широм јавношћу.



Графикон 13: Који се савремени медији користе у вашој библиотеци за комуникацију са јавношћу?

Како се види на графикону, у обе средине Фејсбук је најдоминантнији савремени медиј који се користи у библиотекама; такође, евидентно је да се у Француској више користе различите врсте медија, као и да су Твитер и блог далеко заступљенији у француским библиотекама у односу на српске.

Да је култура савремених медија у Француској богатија и разноврснија показује и чињеница да је један део француских испитаника (13,4%) навео и своје одговоре поред понуђених, међу којима се појављују следећи савремени медији: *Deezer, Scoop.it, Slideshare, Vimeo, Calaméo, Soundcloud, Babelio, Pearltrees, Dailymotion, Flickr, Vine, Tumblr, Issuu, Flickr, Google+, Hypotheses, iTunes*. Међу овим сервисима налазимо и специјализоване платформе за домен књиге и читања, као што су *Babelio* (мрежа за онлајн каталогизацију и повезивање љубитеља књиге), *Calaméo* (платформа за објављивање дигиталних магазина, интерактивних публикација и онлајн каталога), или њој слична платформа *Issuu*.

Емпиријско истраживање показало је, очекивано, да библиотекари у Француској у већој мери користе друштвене мреже и друге платформе за комуникацију у свом послу, и да су боље упознати са широким спектром могућности и алата које нуди веб 2.0; они употребљавају и већи број ових канала комуникације у односу на библиотекаре у Србији. Такође, боље препознају и више вреднују основне концепте карактеристичне за веб 2.0, као што је интерактивност, већу важност придају комуникацији са корисницима, и у већој мери користе друштвене мреже за промоцију свог рада. Истовремено, показало се да је став француских библиотекара спрам савремених медија у библиотекарству критичнији у односу на ставове српских библиотекара. Овакав закључак може се објаснити тиме да су француски библиотекари

много боље упознати са новим комуникационим парадигмама и средствима комуникације, и да их много више користе у пракси; исто тако, он је једним делом последица генерално веће склоности Француза ка критичком ставу према свеколиким друштвеним феноменима, али и веће сигурности коју француски библиотекари осећају као припадници струке. Показало се, надаље, да српски библиотекари квалификују као важније оне мотиве за оглашавање кроз медије који подразумевају пасивнију улогу библиотеке, улогу чуvara традиције. Француски библиотекари, с друге стране, битнијим доживљавају мотиве који библиотеку одређују као активан фактор, као носиоца промена и учесника у свакодневној комуникацији. Српски библиотекари у већој мери сматрају да интернет негативно утиче на читалачке навике, мада се највећи проценат испитаника само делимично слаже са овом тврдњом; насупротив томе, међу француским испитаницима најдоминантније је заступљено мишљење да интернет и савремени медији не утичу негативно на читалачке навике.

Генерално, резултати овог истраживања иду у прилог виђењу француског библиотекара као самосвесног, препознатог унутар државног система као вредног, потребног, компетентног. Он осећа сигурност коју му пружа културна политика Француске; солидно је едуковану смислу медијске и информационе писмености, има практично искуство и упознат је са елементарним концептима и обрасцима карактеристичним за функционисање нових медија; све му то даје за право да отворено износи своје ставове, али и сумње, па и да призна да нешто не зна. Савремене медије види као неопходан продужетак својих компетенција у циљу поспешивања развоја библиотечко-информационе делатности, али има задршку у односу на њих и није склон да их прецењује.

Библиотекар у Србији кроз своје одговоре очекивано показује несигурност, која делом може бити последица недостатка стратешких оквира и јасно дефинисане културне политике, што

се осети и у библиотечко-информационој делатности; склон је да прецењује значај савремених медија у библиотекарству иако није темељно упознат са њиховим значајем и функцијама. Конзервативнији је и пасивнији у односу на француске колеге. Окренут је ка традиционалнијим мотивима и обрасцима у библиотечко-информационој делатности, што је делом резултат недовољног познавања концепата карактеристичних за функционисање модерних технологија, и на њима заснованих медија и информационо-комуникационих парадигми, али и извесне инерције. Охрабрујућа је, међутим, чињеница да српски библиотекари високо оцењују утицај који савремени медији могу да остваре у библиотекарству, што је добра полазна основа да, уз одговарајући систематски приступ и образовни оквир, савремени медији заиста дају свој пуни допринос унапређењу библиотечко-информационе делатности у Србији.

ПРИЛОГ ИЗГРАДЊИ КОМУНИКОЛОШКОГ МОДЕЛА У БИБЛИОТЕЧКО-ИНФОРМАЦИОНОЈ ДЕЛАТНОСТИ СРБИЈЕ

Конкретан прилог напорима библиотекарске струке да се репозиционира, да одговори на информационе изазове – производ медијске револуције које смо сведоци – настојањима да библиотека као институција задобије место које јој припада као делу инфраструктуре у друштву знања, представљаће елементи за *комуниколошки* модел за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији. Ови елементи су непосредан продукт компаративног истраживања на тему функција савремених медија у библиотекарству у Француској и Србији.

Самим одређењем *комуниколошки* указује се на то да је предложени модел утемељен на комуникационој парадигми, и то оној која функционише на принципу савремених медија, као и њима иманентних концепата пренетих у реално окружење. Један од најважнијих закључака који су произашли из анализе француских искустава упућује на то да француски библиотекари сваку своју професионалну активност доживљавају као односе с јавношћу, директно или посредно; у том смислу и библиотечки каталог је алат за односе се јавношћу. Овакав приступ библиотекарском позиву и остваривању мисије коју тај позив имплицира, подразумева комуникацију као темељ сваке библиотекарске активности. Медијски посредовано друштво у којем живимо и не пружа могућност за другачији приступ.

Предложени елементи темеље се највећим делом на позитивним француским примерима, али и на резултатима анализе постојећег стања у српском библиотекарству. Нагласак је на томе да унапређење библиотечко-информационе делатности захтева свеобухватан приступ, чија је примена подстакнута и подржана од

стране државе. Тако овај модел полази од стратешког планирања културног развоја у државним оквирима, наглашава улогу руководства институција, образовног система, дигитализације, подвлачи значај система узајамне каталогизације, алтернативних начина финансирања, улоге стручних удружења, али и нормирања језика ради лакше и прецизније комуникације у служби развоја библиотечко-информационе делатности, као и друштва у целини.

И само друштво мора у том светлу бити спремно да усваја нове концепте и обрасце комуникације, пословања, организације: „Српско друштво мораће убрзано да учи како се постојеће знање може применити да би дало одговарајуће резултате, односно мораће да научи како се рађа ефикасна и продуктивна друштвена заједница. И библиотекари ће то морати да науче заједно са припадницима других професија. Но, они ће, с обзиром на епистемолошко утемељење своје делатности имати одговорнији и тежи задатак од других. Да би могли да помогну у укупној трансформацији друштва, они ће морати да, задржавајући вековне задатке и циљеве, осавремене унутрашњу организацију и методе рада у библиотекама.”³⁴¹

1. *Стратешко планирање културног развоја у државним оквирима са акцентом на употреби савремених медија*

Иако смо истакли да у Француској не постоје закони који целовито уређују област културе и област библиотечко-информационе делатности, те да не постоје документи којима се стратешки усмеравају ове области, сматрамо да околности под којима се култура развија у Србији захтевају конзистентан стратешки менаџмент. То значи да треба обезбедити услове да се спроведе цео процес управљања променама, од анализе постојећег стања, преко постављања циљева и имплементације стратегије, до вредновања постигнутих резултата и стварања услова за нови круг стратешког планирања. При томе, управо с обзиром на дисконтинуитете којима је српска култура била изложена, треба обезбедити консензус у

341 Стокић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 123.

вези са циљевима, као и генералну сагласност око потребе јачања аутономије институција културе, на рачун личних или политичких ауторитета.

Да би се библиотекарству омогућио развој и функционисање који су утемељени на примени савремених медија у пословању и комуникацији, неопходно је да важност тог концепта буде наглашена на нивоу државе и надлежних министарстава приликом дефинисања и разраде модела културне политике у Србији. Тај модел, осим напласка на употреби савремених медија требало би да пружи основе запосленима у култури, па тако и у библиотекарству, да своју мисију у савременим оквирима доживе као вредну; да се наплашавањем важности њихове улоге у друштву подигне и ниво њиховог самопоштовања; да им такав оквир пружи сигурност и омогући саморазумевање у контексту новонасталих информационих изазова. Без оваквих темеља порука коју шаљу припадници библиотекарске струке бледа је и несигурна, што је и разумљиво када се сагледа са аспекта транзиционог модела у којем библиотечко-информациона делатност у Србији функционише, будући да и он сам имплицира привременост, па тиме и несигурност. Без јасне културне политике, која би прецизно дефинисала стратешке циљеве на нивоу државе, није могуће разрађивати даље концепте функционисања засебних делатности; није могуће обезбедити адекватну инфраструктуру, омогућити већи степен повезивања и умрежавања између институција културе нити реализацију значајних пројеката у националним и међународним оквирима, што су неке од основа постојања и пословања у либералном, демократском друштву. Нарочито је важно да и држава са своје стране савременим медијима да одговарајући значај, као једном од модалитета за остваривање успешне комуникације и промоције културних вредности, да овај домен подстиче и у складу с потребама уреди. Дефинисање јасне културне политике на нивоу државе намеће се, како видимо, као приоритет за сваки даљи корак на путу развоја институција културе, па тако и библиотека, посебно у контексту употребе савремених медија у овој области. Треба напласити да савремена средства комуникације могу одиграти кључну улогу и у припремама за овакве државне активности, у корист библиотека: од пресудног је значаја да

библиотека као институција покаже које су њене вредности, колика је важност њене мисије у ширем смислу, и, конкретније, послова које обавља, да буде видљива, транспарентна, присутна у друштву; да ради на изградњи бољег, позитивнијег *имџа*, а све у циљу добијања даље подршке, и обезбеђивања адекватног простора у оквиру будуће културне политике земље.

„Националне стратегије и политике за библиотеке дају библиотекама кредибилитет и политичку видљивост: нешто што веома често недостаје библиотечком сектору. Важна улога коју играју библиотеке у развоју и генералној добробити друштва призната је и интегрисана у све политике и све пројекте које води влада.”³⁴²

2. Изражена улога менаџмента у имплементацији и подстицању нових комуникационих модела

Као што установе културе не могу самостално да остваре битан напредак ван институционалних оквира које успоставља држава, тако ни пословање библиотека, као ни комуникационе парадигме у њима не могу бити редефинисани у контексту одговора на захтеве које намећу нове информационе технологије, без разумевања и подршке управних структура, које сагледавају важност комуникације за боље позиционирање библиотека у друштву. Активност, агилност и ефективност рада у библиотеци утицаће на повећање видљивости и веће присуство библиотеке у друштву, а остваривање ових циљева у данашњем тренутку најефикасније ће подржати нови медији.

„У домену библиотечког менаџмента потребно је усагласити се око доношења националне стратегије развоја БИС-а и њених циљева, развити модалитет заштите од уплитања политике у рад библиотека и политичких постављења, успоставити јавност рада и механизме контроле – од евалуације запослених до транспарентности буџета библиотека, одредити и уједначити

³⁴² Carol Priestley, „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries”, <http://www.ifla.org/past-wlhc/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05. 01. 2016).

компетенције за поједине послове, као и радне процедуре, мерити учинак и утицај библиотека, константно развијати односе с јавношћу...³⁴³ У реализацији свих, или готово свих наведених задатака, улога модерних медија и технологија је незаменљива, а њихово посредовање неопходно: у евалуацији, омогућавању јавности рада, функционисању механизма контроле, мерењу учинка, осавремењавању радних процедура. Посебно важну улогу нови медији остварују када је реч о односима с јавношћу. У том смислу битна је улога одељења за односе с јавношћу, или, за мање библиотеке, особе која има задатке које у већим установама обавља то одељење. Ово одељење остварује повезивање између јавности и руководства библиотеке, уско сарађујући са њим на свакодневном нивоу, при чему изузетно важну, ако не и најважнију улогу има повратна информација најчешће у виду *пресклинтинга*, која руководству указује на то како је библиотека перципирана од стране јавности и какво је њено место у очима корисника, ширих слојева становништва, али и представника органа локалне самоуправе и државних тела који су важни за функционисање библиотеке.

Савремени медији у оквиру менаџерских задатака у библиотеци битну улогу играју и у организацији унутрашње комуникације у вертикалном смислу, по хијерархијским нивоима, као и у хоризонталној равни, међу запосленима. Поред основних информативно-комуникационих функција које у овом смислу нови медији могу остварити лакше, брже и организованије, не треба занемарити улогу коју запослени имају у промоцији установе у којој раде: сваки запослени је представник своје куће у јавности – у својој породици, међу пријатељима, познаницима, и другим припадницима друштва са којима је на друге начине повезан – у том смислу треба искористити његов потенцијал за ширење слике о модерној и динамичној библиотеци, отвореној према јавности, присутној у друштву и значајној за његов просперитет. Задатак менаџмента био би у том контексту да обезбеди предуслове да запослени буду правовремено, адекватно и потпуно информисани о

343 Стокић Симончић и Вучковић, *Библиотеке и идентитет : пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*, 122.

догађајима, активностима и пројектима од значаја за институцију у којој раде, што савремени медији могу учинити посебно ефикасним и свеобухватним. Запослени који су упознати са информацијама од значаја за институцију у којој раде и сами постају медиј који те информације дистрибуира, али исто тако, тиме се остварује јача повезаност између запосленог појединца и установе, чиме се јача његова лојалност и посвећеност остваривању задатака и мисије куће у којој ради.

Осим за циљеве промоције, јак, модеран менаџмент у савременим оквирима подразумева коришћење предности и могућности савремених медија у руковођењу генерално, у свим радним процесима, осмишљавању и имплементирању нових услуга, планирању пројеката и њиховој реализацији у локалним и интернационалним оквирима.

Један од задатака менаџмента јесте и да први препознаје нове тенденције и смерове развоја модерних технологија и на њима заснованих информационих и комуникационих могућности битних за развој и унапређење библиотекарства, и да промислито одговара на њих имплементирањем иновативних модалитета у пословању и комуникацији;³⁴⁴ имајући у виду све бржи напредак у овој области то је посебно важан задатак руководства. Без одговарајућих оквира у склопу институције, све остаје на нивоу индивидуалних иницијатива, што не може резултирати дугорочним позитивним ефектима и унапређењем делатности генерално узев.

Двосмерна комуникација, размена информација, партиципативност, интерактивност – све те одлике концепта модерне комуникационе парадигме засноване на предностима савремених медија и феномену веб 2.0 у супротности су са традиционалном поставком у којој се комуникација одвија највећим делом једносмерно, с врха према дну, најчешће у облику директива које захтевају извршење.

344 Као пример за илустрацију наведеног може послужити јављање потребе за *комјунити* менаџером, која је препозната од стране менџерских структура у француским библиотекама као основ комуникације са *заједницама* корисника.

3. *Флексибилан образовни систем који наглашава значај и суштину савремених медија*

Као и сви други друштвени сегменти у додиру са савременим медијима, важно је да образовни систем буде довољно флексибилан не само да би одговорио, него да би константно одговарао на захтеве савременог, медијски одређеног друштва, и потребе за образовањем у таквом окружењу.

Образовни систем за сваку државу значајан је као основ даљег развоја појединаца у оквиру система, а следствено томе и самог система. Образовни систем нуди већ постојеће, институционализоване оквире у којима је могуће пружити члановима друштва неопходно *медијско образовање*, преко потребно за функционисање у данашњем друштву. Корисници нових медија највећим делом су самоуки, што има најмање три битне последице: недовољно познавање медија, недовољно јасно сагледавање њихових могућности, и, нарочито, недовољну свест о последицама њихове употребе и опасностима које са собом носе.

У формалне и неформалне облике образовног система требало би инкорпорирати модуле који се односе на медијску писменост, како у школству генерално, тако нарочито у образовне сегменте повезане са образовањем библиотекара, имајући у виду природу њиховог посла који подразумева усмереност на медије и пренос информација. Тако би катедре које образују библиотечки кадар требало да ускладе курикулуме са потребама повећане медијско-информационе писмености, и да таква редовна усклађивања постану пракса, имајући у виду изузетно брзо напредовање технологија. У програмима обавезног сталног стручног усавршавања требало би подстицати теме које третирају савремене медије, и њихову употребу у библиотечком окружењу. Стручни испит за библиотекарe требало би такође да садржи сегменте који се односе на ову област.

Видели смо да у Француској министарства образовања и културе уско сарађују, што је сасвим разумљиво имајући у виду да се интереси и поља активности ових двеју области делимично преклапају и преплићу; тако се њиховим заједничким деловањем

остварује комплементарност у реализацији њихових мисија. Оваква пракса добра је смерница за комплетније и свеобухватније остваривање интереса друштва у оба ова сегмента.

4. Дигитализација – стратешки приступ

Иако је дигитализација културног наслеђа једна од темељних претпоставки за опстанак и развој библиотека у 21. веку, видели смо да у Србији ова важна област није уређена у складу са својим значајем. С обзиром на то да и сами дигитализовани објекти представљају *савремене медије*, као и да се наступ библиотеке кроз модерне канале комуникације великим делом на њима заснива, од суштинског је значаја обједињавање постојећих, у највећој мери засебних напора у погледу дигитализације ширим стратешким оквиром на националном нивоу. Препоруке на којима би се заснивао организованији и уређенији приступ дигитализацији подразумевале би: стручну и финансијску подршку библиотекама од стране надлежних органа на републичком, покрајинском и локалном нивоу; материјалну подршку надлежног министарства за координацију дигитализације грађе у библиотекама у земљи; и подстицању библиотека да више учествују у међународним пројектима дигитализације културног наслеђа.³⁴⁵ Но, стратегија дигитализације би морала и да покрене процесе за превазилажење мањка инфраструктуре, недостатка комуникације између сектора културе, цивилног сектора и владе, да успостави јасну поделу одговорности међу актерима у процесу, да захтева одговарајућу обученост кадра, сарадњу библиотека, музеја и архива, и да генерално постави оквир у коме ће се формирати комплексније и квалитетније електронско окружење.³⁴⁶

Пример Националне библиотеке Француске показао нам је и плодносну парадигму интерсекторске сарадње када је реч о процесу дигитализације културних добара. Модалитет *аутсорсинга* могао

345 Весна Ињац, „Анализа стања и препоруке за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији”, *Библиотекар* год. 55, св. 1–2 (2013): 210.

346 Gordana Stokić Simončić i Željko Vučković, „Koliko koristimo digitalne biblioteke”, *Kultura* 135 (2012): 114–120, <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2012/0023-51641235114S.pdf> (преузето 14. 01. 2016).

би се применити и у српским библиотекама ради дигитализације фондова који превазилазе капацитете библиотеке у домену људских ресурса, опреме, или неком другом погледу. Тиме би се технички део посла изместио и поверио предузећима специјализованим за ту врсту посла, док би библиотекари време добијено на тај начин могли да утроше на систематизацију метаподатака, што би све заједно допринело бржем и ефикаснијем омогућавању приступа дигитализованој грађи. Стимулацији оваквог вида сарадње свакако би допринела подршка државе у виду евентуалних пореских олакшица за представнике приватног сектора који би се у овакву врсту кооперације укључили, или неки други начин систематског и организованог државног подстицаја.

5. Унапређење система узајамне каталогизације

Систем узајамне каталогизације у Србији чини један од законски утемељених основа за савремено функционисање библиотечког система; овај систем, међутим у пракси тражи снажније повезивање, уједначавање употребе информатичких платформи за каталогизацију, као и увођење потпуне електронске обраде у мањим библиотекама чије пословање још увек није аутоматизовано. Могућности које нови медији у овом смислу нуде треба што боље искористити у сврху формирања заједничког електронског каталога на националном нивоу, који би укључивао све библиотеке у Србији. За реализацију овог циља претходно је неопходно постићи аутоматизацију у свим библиотекама, као и потребан степен компатибилности између различитих софтверских решења која egzистирају у пракси, а за то је потребно обезбедити материјалне, техничке и организационе услове.

6. Користићење савремених медија за подстицање алтернативних начина финансирања библиотека

Велики број препорука и смерница обухваћених овим моделом укључује активну подршку надлежног министарства, често финансијску, за њихову реализацију. Јасно је, међутим, да су

буџетска средства ограничена и да се у данашњем транзиционом тренутку тешко може очекивати адекватан финансијски одговор. Овде је нужно, следствено принципима на којима функционишу савремени медији, преузети иницијативу, и проактивним приступом проблему доћи до додатних извора финансирања. Модеран приступ *фандрејзингу* омогућава остваривање додатних прихода донацијама, наплаћивањем услуга, и слично.

Нови медији могу знатно потпомоћи активности библиотека везане за алтернативне начине финансирања, кроз активан приступ односима с јавношћу ради изградњи позитивне слике о себи, јачању свога *бренда*, које ће јој помоћи у добијању подршке за реализацију сопствених циљева. Препознатљива институција културе, јаког идентитета, видљива у друштву и препозната као његов важан део, има и основа да очекује помоћ и подршку заједнице или појединаца који је чине.³⁴⁷

Посебан вид финансирања представља меценство, које је препознато у француској законској регулативи: мецене, велике корпорације или предузећа која издвајају средства за финансирање библиотека и других културних установа, као заштитници културе ослобођени су једног дела пореза. Овакав механизам представља један од модалитета којим би се могла повећати давања из приватног сектора за институције културе, међу којима су и библиотеке.

347 Дobar пример за успешно остваривање овакве врсте сарадње представља заједнички пројекат Универзитета у Кембриџу и компаније за производњу играчака „Лего“. Ова образовна институција објавила је средином 2015. године да запошљава Лего-професора. Иза ове на први поглед необичне најаве стоји сарадња која подразумева донацију „Лего“ фондације Универзитета у висини од 4 милиона фунти, да би ново радно место намењено за истраживање улоге игре у образовању, развоју и учењу, добило име по компанији „Лего“. („University of Cambridge to hire ‘professor of Lego’”, *The Telegraph*, 12. Jun 2015). Веома добар маркетиншки и менаџерски потез, који подразумева и елементе изненађења и провокације даје с једне стране Универзитету, осим финансијске добити, имплицитне модерне установе, која препознаје савремене трендове какав је и *гејмификација* у свим животним областима, па и у образовању. С друге стране, „Лего“ преко бренда Кембриџа, који носи поруку традиције и врхунског, престижног образовања, постиже слику *озбиљне* компаније, чији производи не служе само за игру, него се помоћу њих остварују важнији циљеви.

7. Језичка и термилошка одређења у контексту савремених медија

Оно што се намеће као *горућа* потреба када је реч о савременим медијима и новим дигиталним и информационим технологијама, у контексту библиотекарства, али и шире, јесте потреба за дефинисањем језичке политике и термилошким одређивањем и уједначавањем. Експлозиван развој технологије повлачи за собом хиперпродукцију новонасталих термина, или познатих израза у новој употреби, углавном на енглеском језику. Неразумевање, или половично схватање значења оваквих израза, а у сваком случају недостатак адекватне замене на српском језику повлачи за собом низ проблема: од несигурности коју изазива употреба оваквих термина; преко отпора према иновацијама чије ни само име не разумемо; шума у комуникацији и нејасноћа; до поглаве англицизама у српском језику које је после одређеног времена немогуће искоренити (на пример, било би веома тешко накнадно увести израз *терда плоча* уместо *хард диск*). На овај проблем наилазе како библиотекари у каталогизацији, информатори и запослени у другим библиотечким областима, тако и преводиоци, лектори стручних и других текстова у библиотечкој делатности али и шире. Библиотекари би требало да шире знање; ако ни сами не знају и није им омогућено да сазнају, њихова улога је у том смислу уздрмана. И у овом контексту била би нужна реакција надлежних установа формирањем одговарајућих експертских тела која би могла да одговоре на специфичности изнетих захтева, и чији би рад био континуиран; уместо једнократно издатог термилошког речника или томе подобне публикације, било би потребно формирати базу података која би била константно ажурирана, и која би морала бити на услузи не само стручним лицима него и широј јавности.

8. Јачање улоге професионалних удружења

У унапређењу библиотечко-информационе делатности велику улогу требало би да имају професионална удружења библиотекара. Она би морала да имају активну функцију у заштити и развоју професије у Србији; струковна удружења могла би да

одиграју значајну улогу у повезивању припадника професије, њеном јачању, самоспознаји у контексту медијске револуције, *отварању* и већој видљивости библиотека.

Понуђене елементе за модел унапређења библиотечко-информационе делатности са акцентом на употреби савремених медија никако не треба доживети као задатост чија ће примена од сада па надаље гарантовати успешан развој библиотекарства и обезбедити значајно место библиотеци у будућем друштву знања; треба их схватити као смернице, као путоказе на путу самоспознаје, који могу допринети саморазумевању и самодефинисању библиотекарске професије у актуелном контексту. У сваком тренутку треба имати на уму да је опстанак библиотеке условљен у великој мери прилагођавањем, које подразумева живот и развој у складу са временом. Данашњи тренутак у великој мери обележавају и медији за њега карактеристични; они нису и не могу бити конкуренција библиотеци, нити их треба посматрати као нешто непотребно, за библиотеку неприкладно, мање вредно, или нешто што је угрожава – они имају своје предности које треба мудро савладати и окренути у своју корист. И све савремене медије треба посматрати као променљиву категорију, која расте, развија се, и преобликује, преобликујући истовремено и свет око себе, као хераклитовска ватра вечно жива, која се с мером пали и с мером гаси.

ЗАКЉУЧАК

„Свака технологија има особину Мидиног додира; увек када друштво развија властито продужење, све друге функције друштва се мењају како би се прилагодиле новом облику; када нека технологија продре у друштво она продира у сваку институцију тог друштва. Нова технологија на тај начин узрокује револуције. То данас можемо да приметимо код електронских медија и видели смо то пре неколико хиљада година приликом открића фонетског писма, што је било подједнако далекосежно откриће – и имало подједнако дубоке последице за човека.”³⁴⁸ Овим је речима Маршал Маклуан одредио важност појаве нових медија у друштвеноисторијском, цивилизацијском развоју човека, поредећи их са открићем фонетског писма, које је први пут омогућило човеку да *види* свој говор, најавивши нам тако да ће ови медији суочити човечанство са новим изазовом.

Технологија продира у сваку институцију, у сваку ћелију друштва, па тако и у библиотеку. Како смо могли да видимо, на данашњи концепт библиотеке пресудно је утицало појављивање, а затим и развој нових дигиталних технологија, од краја осамдесетих година двадесетог века, па наовамо. Смењивали су се различити концепти, од традиционалне, преко аутоматизоване и електронске, до хибридне и дигиталне библиотеке, од којих је ова последња још увек, највећим делом, у домену будућности. Међутим, општи концепт је увек присутан: *библиотека као посредник између корисника и универзума информација*, како то дефинише Питер Брофи. Суштина у свакој епохи и етапи историјског и цивилизацијског развоја човека, па тако и данас, остаје иста: библиотеке су одувек пратиле нове медије, у сваком тренутку су биле везане за промену медија и

348 McLuan, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, 21.

технологије, не престајући притом да обављају своју посредничку улогу између човека и забележених података, остварујући тиме и саме медијску функцију, преношењем свеколиког људског знања и омогућавањем комуникације са њиме. Било да се ради о глиненој плочици, папирусу, пергаменту, хартији, CD-у, или неком другом носиоцу информације, мисија библиотеке се не мења, остаје увек једнака; она те носиоце – *медије*, или *медијуме* – прикупља, чува, класификује, и омогућава њихово коришћење, функционишући притом као фактор повезивања, посредовања.

Сваки нови медиј изазивао је не само информациону, него и комуниколошку промену, и остварио свеобухватни утицај на друштво; као што је појава књиге штампане појединачним покретним словима произвела реформацију, развој науке, капитализма, тако и данашњи нови медији отварају врата новим друштвеним и цивилизацијским облицима. У том новом свету библиотека мора преузети активну и одговорну улогу, што је у маклуановском глобалном селу омогућено, између осталог, посредовањем нових медија, путем којих се локалним деловањем могу остварити промене на глобалном нивоу. Први и најзначајнији корак који треба да начинимо у овом смислу јесте „да једноставно схватимо медије и њихове револуционарне последице на психичке и друштвене вредности и институције. Разумевање је пола битке.”³⁴⁹

Новина коју су са собом донели савремени медији, засновани на дигиталним технологијама, јесте шанса за имплементацију једног новог модела у библиотекарству. Овај модел би се могао назвати *комуниколошка парадигма библиотека*, с обзиром на то да подразумева парцитипативност, интерактивност, креативност, ублажавање, па и брисање разлика између библиотекара и корисника. Овај концепт подразумева померање фокуса ка кориснику, ка његовим потребама и захтевима, које он „гласно” изражава и спреман је да поводом њих остварује комуникацију, како са библиотеком тако и са другим корисницима или деловима јавности. Још је Џеси Шир указивао на активну улогу корисника: „Шир исправно примећује да корисник библиотеке није пасивни

349 Ibid, 69.

посматрач већ активни учесник у процесу комуникације, те да библиотека, за разлику од радија, телевизије или новина, подстиче мисаоне процесе човека и у знатној мери искључује могућност цензуре или манипулације.³⁵⁰ Актуелни императив налаже, међутим, још један корак даље, а то је укључивање корисника у библиотечки и информациони систем, као пуноправног члана у великом *тиму*, који тако наставља да ступа путем (само)спознаје, (са)знања, друштвеног развоја и цивилизацијског напретка. Значај савремених медија није у технолошким иновацијама и друштвеним мрежама; њихов допринос огледа се у томе што су изнедрили концепт партиципативности, укључености, активизма, интерактивности, колективне интелигенције. Савремени медији не представљају само технологију, него и дух, начин живота и сагледавања реалности, па следствено томе и начина учења, образовања, економских, социјалних и свих осталих односа. Такав дух чини од корисника библиотеке активни елемент, једног „играча” више у систему који су досад чинили библиотечки фондови и библиотекар као посредник. Због тога се развој библиотечно-информационе делатности мора заснивати на комуниколошком приступу, који подразумева корисника као део система.

Жељени модел за унапређење библиотекарства превазилази границе библиотечно-информационе делатности и захтева шири приступ и одређење, обухватајући стратешки одређене циљеве у свим сегментима културног, образовног и пословног система на државном нивоу. За реалну примену оваквог модела нужно је превазилажење *дигиталног јаз*а на генерацијском плану, али и са аспекта односа институције или пословног ентитета и појединца. Нова медијска компетенција морала би да се усваја кроз темељно успостављен, добро усмерен комуникациони однос почев од школе, чак и предшколских установа, преко свих институција културе и образовања, па и у ширем друштвеном контексту. Такав концепт требало би да омогући и подстакне не само размену информација и знања него и креативности и интерактивности, које воде ка даљем унапређењу и развоју свих друштвених домена.

350 Stokić, *Ka filozofiji bibliotekarstva*, 58.

Нова медијска компетенција утемељена је на писмености у класичном и технолошко-информационом смислу, на критичком сагледавању медија и њихових садржаја, али и на усвајању за ову област иновативних модела, вештина и способности, као што су игра; перформанс и импровизација; присвајање и поновна употреба медијских садржаја; *мултиаскинг*; интеракција са различитим технологијама и сазнајним алатима; колективна интелигенција; трансмедијска навигација; умрежавање; и посредовање.³⁵¹

Примена оваквог модела била би од нарочитог значаја за унапређење библиотечко-информационе делатности у Србији, где је проценат становника који користе библиотечке услуге испод 10%. Чињеница да нове медије, који су се конвергенцијом приближили, испреплели и стопили у једну физичку реалiju оличену у *смартфону*, користе сви, представља велику шансу коју библиотеке не смеју пропустити уколико желе да остваре напредак у домену управљања, стратешког планирања, друштвене видљивости и препознајљивости, остваривања позитивног друштвеног утицаја.

Антиномије медијског универзума постоје као задатост: с једне стране егзистира „вашарска“, јефтина, забављачка компонента медија, примитивизам и подилажење најнижим људским поривима, манипулација, пасивизација и креирање једнообразног конзументског начина понашања; с друге стране је оно што медији могу да учине у сврху унапређења друштва, остваривања права на информацију и знање, развијања критичког размишљања и самоспознаје. На библиотеци као институцији културе је да своју шансу искористи употребљавајући медије на креативан и одговоран начин, остварујући путем њих своју друштвену улогу и медијску мисију.

Примена савремених медија од пресудног је значаја у дефинисању нове парадигме у библиотечко-информационој делатности. Савремени медији имају суштински важну улогу у унапређењу библиотечарства, како у погледу пословања, свакодневног рада, организације посла и омогућавања разноврснијих и напреднијих услуга, тако и са аспекта комуникације на свим

351 Andevski i Vučković, *Prolegomena za kritičku pedagogiju mediija*, 124–125.

нивоима и у сваком смислу – интерне, са корисницима, са спољном јавношћу, локалном самоуправом или државним органима битним за функционисање библиотеке.

У том смислу важно је препознати и искористити предности које омогућава примена концепта 2.0 на пословање и комуникацију библиотеке. Као што смо истакли, овај феномен карактерише интерактивност, умрежавање, допринос корисника, непосредност, сарадња, учење путем покушаја и грешке. Појам културе учествовања постаје један од основних принципа на којем се темељи функционисање друштвених односа у свим доменима. Ова идеја коси се са традиционалним концептом пасивног посматрача, што узрокује мешање улога произвођача и потрошача, библиотекара и корисника, који постају учесници у заједничком креативном комуниколошком процесу. Колективна интелигенција Пјера Левија, створена испуњавањем услова повезивања, умрежавања и делења, тиме добија своје право значење, доприносећи бујању корпуса људског знања; овај концепт библиотеци не би требало да буде нимало стран, будући да је и сама библиотека у извесном смислу његово отелотворење.

Како би се потпомогло развијање овакве комуниколошке парадигме у библиотекама, могуће је дати конкретне смернице за уобличавање модела који би могао послужити за унапређење овог домена у Србији на основу француског искуства. Овакав модел требало би да подразумева неколико кључних тачака које су се показале релевантним на темељу проучаваних примера из праксе и резултата емпиријског истраживања у Србији и Француској.

Из предочених искустава и резултата истраживања приметно је да се у библиотекама у Француској далеко слободније приступа могућностима које се отварају за библиотеке уколико се препусте новим медијским токовима, што је један од путоказа за библиотеке у Србији. Резултати спроведене компаративне анализе показали су, очекивано, да француски библиотекарши шире сагледавају функцију библиотеке у комуниколошком ланцу и да високо вреднују улогу библиотеке у друштвено одговорном контексту.

Исто тако, uz већу слободу и прогресивнију примену ових могућности, код француских библиотекара је присутна и велика доза (само)критичности, аналитичности, склоности ка учесталом преиспитивању смера, брзине и начина кретања, што је такође једна од важних смерница. У том смислу изузетну важност имају повратна информација и мерење резултата, како би се став библиотеке, њене услуге и општи систем пословања унапредили. Да би се то остварило на прави начин, важно је и препознавање потребе за *промитном* реакцијом, што је још једна од битних порука за српске библиотекарe; имајући у виду да изузетно брзо напредовање технологија изазива све бржу промену окружења, спремност на прилагођавање и прихватање иновација за институцију каква је библиотека има пресудан значај. У данашњем тренутку, када је доминантан концепт брофијевске *хибридне* библиотеке, библиотеке на преласку са традиционалне на дигиталну, који ће се према бројним показатељима задржати још доста дуго, од суштинске је важности примена концепта 2.0 на пословање и комуникацију у физичком свету.

Ако говоримо о односима с јавношћу, то подразумева и тесну сарадњу надлежних за ове послове са менаџментом институције, који осим што организују и прате начин и форму емитовања поруке коју библиотека шаље у јавност, такође брижљиво прате и стимулишу информације које од јавности стижу, примењујући тако концепт интерактивности у овом домену; комуникација није једносмерна, она добија двосмерни квалитет. Повратна информација од пресудног је значаја за менаџмент у контексту управљања променама, осмишљавања и спровођења стратешких планова. Јер остваривања библиотеке кроз нову комуникациону и пословну парадигму не може бити без добро осмишљене, утемељене и реалне стратегије, што је задатак који припада библиотечкој управи. Повратне информације менаџменту служе као „храна”, као супстрат на којем руководеће структуре заснивају даљи развој и одређују стратешке циљеве.

У примени друштвених мрежа у великим француским библиотекама препознаје се потреба за *комјунити* менаџером, који би усклађивао политику наступа библиотеке према *заједницама*

корисника; овај концепт пресликан је директно из пословног окружења, где постоји неколико година уназад и успешно функционише у условима пословања заснованом на концепту 2.0.

Савремени медији значајни су и са аспекта умрежавања, како библиотека и других установа културе сличне природе између себе *путем медија*, тако и њиховог умрежавања *са медијима*. Ово је свет у којем се сви, све, и све више повезују различитим модалитетима, по бројним основама, и на многим нивоима; конвергенција медија коју симболише *смартфон* као маклуановски продужетак бића, остварује се око нас и са нама у сваком тренутку. У таквом окружењу неминовност умрежавања библиотека и медија представља реалност, које треба бити свестан, коју треба прихватити и окренути у своју корист; конвергенција води ка прожимању, међусобном преплитању и садејству медија и библиотека у активностима које су усмерене ка остваривању заједничких циљева. Умрежавање представља не само будућност, то је и садашњост библиотеке. Као што је човек у једном тренутку, закорачивши на довољно високу степену еволутивног развоја, „експортовао” своје памћење из сопственог мозга на екстерну меморију, посредством писма, омогућавајући на тај начин свом знању да постоји, надограђује се, оплођује и развија кроз време, тако је и библиотека дошла до развојног ступња који са собом носи задатак, а уједно и неопходан услов за успешан наставак „путовања” – повезивање са спољним факторима који омогућавају бољу искористивост библиотечких ресурса, и отварају безграничан простор за реализацију њихових потенцијала. Библиотека на тај начин добија своје *продужетке*, који јој омогућавају да се лакше и свеобухватније интегрише у заједницу библиотекара, корисника и информација, у непрестаном, свеобухватном комуникационом процесу.

Отварање библиотеке постаје нужност – отварање, у смислу повећања флексибилности, како би све могућности које пружају нове технологије могле максимално да се искористе у библиотечком окружењу, и како би нови концепти могли у највећој могућој мери да се остваре у овом домену, у циљу унапређења и очувања професије и институције генерално. То, између

осталог, значи и приhvатање концепта учења путем покушаја и грешке, искуственим путем. У западној цивилизацији дуго је био неприкосновен приступ који се може изразити термином *ex cathedra*; он подразумева неприкосновени ауторитет, једносмерну комуникацију, недодирљивост, формалност у приступу; у светлу нових комуникационих парадигми пожељно је напуштање овог концепта и његова замена савременијим приступом који карактерише померање фокуса ка кориснику, као са-учеснику у комуникационом процесу. Задржавање пређашњег, за данашњи тренутак анахроног приступа у нашој средини условљено је великим делом друштвено-политичким околностима у Србији у двадесетом веку. Треба свакако имати у виду да пут ка истински демократичном друштву подразумева и помак на овом плану. Библиотека је место које је симбол друштвене одговорности, које обезбеђивањем права на валидну и објективну информацију функционише као један од носећих стубова демократског друштва. Један од великих искорака у том контексту чини Јавна информативна библиотека у Паризу, са својим *вебмагазином Бализ*, који представља, рекли бисмо, степену изнад, степену која води ка парадигми која чвршће повезује улогу библиотеке и медија, стварајући услове за приступ релевантној, основаној и провереној информацији у актуелном тренутку, чији су аутори и гаранти квалитета управо библиотекари.

Као пример добре праксе треба следити и дигиталну библиотеку Националне библиотеке Француске, *Галику*, која је добар показатељ да савремена средства комуникације, са свим својим посебностима, могу на адекватан начин да се примене у промоцији једне значајне установе културе, а да се истовремено испоштују суштинска одређења и једног и другог концепта.

Упркос бројним ауторима који су, са доласком и развојем интернета, предвиђали крај библиотеке, сведоци смо да се то није десило. Показало се да библиотека није институција на заласку, и да постоје реални модуси да се њена мисија подупре новим информационом и комуникационим парадигмама. Сликовито

речено, библиотека није рукавац којем прети да усахне јер је главни ток кренуо другим путем; *библиотека јесте тај главни ток*, а остало су рукавци и притоке које треба да буду потпора снажној речној струји. Тако можемо себи представити однос библиотеке и савремених медија: библиотека као институција у хронолошком току преноси знање, она јесте тај „главни медиј”, ток, канал, којим према будућности тече целокупно људско знање; све тековине модерних технологија, па и сам интернет, могу се ставити у службу овог задатка, олакшавајући га својим функцијама и могућностима које пружају.

РЕЗИМЕ

Појмови *библиотека* и *медиј* стоје у нераскидивој вези по најмање два основа: мисија библиотеке одувек се остварује посредством различитих медија, од глинених плочица, преко књига, до дигиталних носилаца информација; поред тога, библиотека и сама функционише као медиј – преносећи информације на хоризонталном и, што је још важније, на вертикалном временском плану – непрестано тако остварујући улогу посредника између корисника и *универзума информација*.

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

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

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

Ова књига представља покушај да се дође до одговора на наведена питања кроз изучавање теоријских концепата и компаративно емпиријско истраживање француских и српских искустава у овој области, са циљем да се дају смернице за унапређење српског библиотекарства на основу француских примера добре праксе.

Савремени медији и комуникационе парадигме на којима се они заснивају створили су услове за ново стање духа, за нове начине спознаје света и функционисања друштва; неопходна је примена ових концепата у реалном животу и пословању, а нарочито у библиотечко-информационој делатности и библиотеци као институцији, која би у складу са својом мисијом и медијском природом морала да буде у средишту медијске револуције.

RÉSUMÉ

La notion de *bibliothèque* et la notion de *média* sont très étroitement liées: la mission de la bibliothèque se réalise depuis toujours par l'intermédiaire de médias différents, de tablettes d'argile, à travers de livres, jusqu'aux supports d'information numérique; en plus, la bibliothèque elle-même fonctionne comme un média, en transmettant des informations sur le plan horizontal, et, ce qui est encore plus important, sur le plan vertical, c'est à dire temporel. C'est ainsi que la bibliothèque effectue continuellement un rôle d'un intermédiaire entre l'utilisateur et *l'univers d'informations*.

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

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

Quel est le rôle des médias contemporains dans les sciences de l'information et des bibliothèques (SIB)? Comment les médias contemporains influencent-ils la profession de bibliothécaire, d'après

les membres de cette profession? Les médias contemporains sont-ils utilisés de manière adéquate, pour le développement des SIB? Quelles sont les possibilités pour qu'ils soient utilisés mieux, et dans les buts plus précis et plus larges à ce titre?

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

Les médias contemporains et les concepts sur lesquels ils sont fondés, ont créé des conditions pour la naissance d'un nouvel esprit, des nouveaux modèles de connaissance du monde, et d'organisation du fonctionnement de la société; par rapport à ce fait, nous voudrions souligner une nécessité de l'application de ces concepts dans la vie réelle et dans l'organisation de travail, et surtout dans les SIB, et dans l'organisation de travail dans la bibliothèque, en tant qu'une institution qui, suivant sa mission, et sa nature médiatique, devrait occuper une position centrale dans la révolution médiatique.

SUMMARY

The concepts of *library* and *media* are inextricably linked, and the reasons for this are two-fold: the mission of a library has always been accomplished through a variety of media; from clay tablets, books, to digital media. In addition, the library itself functions as a medium – by transmitting information on a horizontal and, more importantly, on a vertical timeline – it, thus, continually acts as a mediator between users and the universe of information.

In the face of new media challenges caused by the booming development of modern technologies, the library is searching for its place in the world of network communications. The institution which deserves the central position in the knowledge society has not been sufficiently recognized, and its role in access to information has been marginalized.

New digital technologies have created the conditions for new ways of accessing information and new modes of learning, communication and doing business. Communication patterns have evolved, and today they are largely based on a proactive attitude, as well as the principles of interactivity, participation, immediacy, informality – all being the features of a concept called Web 2.0.

What is the role of contemporary media in library information? How do librarians see the impact of contemporary media in their profession? Are the new media sufficiently and properly used to advance librarianship? What are the opportunities for their better, more comprehensive and meaningful implementation in this field?

This book is an attempt to answer these questions through the study of theoretical concepts and a comparative empirical research of

French and Serbian experiences in this field, with the aim of providing the guidelines for the advancement of Serbian librarianship based on French examples of good practice.

The contemporary media and communication paradigms on which they are based have created the conditions for a new state of mind, new ways of obtaining knowledge about the world and society flows. Therefore, it is necessary to apply these concepts in real life and business, especially in library and information management, including the library as an institution which, in accordance with its mission and media nature, should be at the heart of the media revolution.

ИМЕНСКИ РЕГИСТАР

- Ајаш, Жерар (Ayache, Gérard) 43
Акар, Жан Филип (Accart, Jean-Philippe) 167
Англад, Артур (Anglade, Arthur) 117
Андевски, Милица 45, 50, 51, 53, 61, 244
Андерсон, Крис (Anderson, Chris) 85
Арсиф, Ивана 160
- Бабић, Александар 41
Бабић, Милош 41
Бернерс Ли, Тимоти (Berners-Lee, Timothy) 46
Бињон, Жан Пол (Bignon, Jean-Paul) 126
Бодријар, Жан (Baudrillard, Jean) 12, 20, 30, 120
Брандл, Емануел (Brandl, Emmanuel) 173
Брофи, Питер (Brophy, Peter) 27, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 56, 62, 92, 241
Бутиган Вучај, Тамара 191
Буше, Тјери (Boucher, Thierry) 143
- Валери, Пол (Valéry, Paul) 50
Вари, Доминик (Varry, Dominique) 126
Вебер, Макс (Weber, Max) 97
Волтон, Доминик (Wolton, Dominique) 41, 43, 44, 45
Вранеш, Александра 35
Вранеш, Зорана 117, 177, 206
Вуксан, Весна 192
Вучковић, Жељко 13, 34, 45, 50, 51, 53, 61, 98, 101, 180, 191, 230, 234, 236, 244
- Галвани, Валтер (Galvani, Walter) 136, 139, 140
Гајар, Ромен (Gaillard, Romain) 173, 174
Гејмен, Нил (Gaiman, Neil) 55
Годе, Франсоаз (Gaudet, Françoise) 93
Гол, Шарл де (Gaulle, Charles de) 116
Горман, Нин (Gorman, Nine) 82
Гренбер, Жерал (Grunberg, Gérard) 129
Греноветер, Марк (Granovetter, Mark) 66
- Де Керкхоу, Дерик (De Kerckhove, Derrick) 27
Дебре, Режиc (Debray, Régis) 12, 20, 52, 55, 56, 57, 58, 60, 113
Дејн, Чејс (Dane, Chase) 21, 25, 54
Делане, Вероник (Delannay, Veronique) 89
Демпси, Лоркан (Dempsey, Lorcán) 99, 101
Дењ, Нагали (Daigne, Nathalie) 160
Деришар, Ив (Desrichard, Yves) 118

Дијар, Жистин (Duhart, Justine) 82
Драгићевић Шешпић, Милена 94, 107, 115, 116, 118, 157, 177, 178
Дракер, Питер (Drucker, Peter) 31, 92, 93, 104

Ђорђевић, Јован 192
Ђукић Дојчиновић, Весна 178, 179, 180

Еван, Кристоф (Evans, Christophe) 93
Енжел, Лоранс (Engel, Laurence) 144

Жискар д'Естен, Валери (Giscard d'Estaing, Valéry) 128

Закерберг, Марк (Zuckerberg, Mark) 70

Ињац, Весна 129, 130, 236

Јелисина, Јелена Јурјевна (Елиссина, Елена Юрьевна) 87, 89
Јовановић, Драгана Д. 11, 13, 75, 175
Јованчевић, Душан 194
Јолер, Владан 72

Кајо, Робер (Cailliau, Robert) 46
Каланж, Бертран (Calenge, Bertrand) 85, 98, 113
Камингс, Милтон К. (Cummings, Milton C.) 116
Кар, Николас Г. (Car, Nicholas G.) 41, 44, 45
Кејси, Мајкл (Casey, Michael) 86
Кермеци, Даниела 194
Кнш, Данило 13
Кјеркегор, Серен (Kierkegaard, Søren) 13
Клајн, Иван 42, 52
Ковачевић, Небојша 13
Козловачки Дамјанов, Јованка 198
Кулић, Мишо 183
Курбаноглу, Серап (Kurbanoglu, Serap) 49
Курбе, Гистав (Courbet, Gustave) 70
Куфини, Емануел (Cuffini, Emmanuel) 160

Ласић Лазић, Јадранка 35, 37, 38
Ласло, Марија (László, Marija) 35, 37, 38
Леви, Пјер (Lévy, Pierre) 63, 245
Леле, Флоранс (Leleu, Florence) 119, 157, 159
Либе, Клодин (Lieber, Claudine) 207
Ловринчевић, Јасмина 35, 37, 38
Лор, Питер Јохан (Lor, Peter Johan) 21, 22
Луј XIV, краљ Француске (Louis XIV, roi de France) 126

Макензи Овен, Џон С. (Mackenzie Owen, John S.) 54
Макафи, Клер (McCaughy, Claire) 115

Макринди, Марк (McCrindle, Mark) 48
Маклуан, Маршал (McLuhan, Marshall) 49, 53, 59, 62, 66, 67, 114, 241
Макрон, Емануел (Macron, Emmanuel) 68
Малро, Андре (Malraux, André) 116, 118, 129
Мареска, Бруно (Maresca, Bruno) 93
Марковић, Љиљана 35
Мело, Мишел (Melot, Michel) 142
Мерсе, Силвер (Mercier, Silvere) 165, 167, 168
Месгиш, Вероник (Mesguich, Veronique) 162
Милграм, Стенли (Milgram, Stanley) 66
Милер, Катрин (Muller, Catherine) 173
Милер, Пол (Miller, Paul) 85
Мирлес, Александр (Mirlesse, Alexandre) 117
Миросављевић, Младен 41, 109
Митерањ, Франсоа (Mitterrand, François) 127, 128
Молар, Клод (Mollard, Claude) 105, 106
Морел, Лионел (Maurel, Lionel) 75, 150

Оже, Марк (Augé, Marc) 45
Олденберг, Реј (Oldenburg, Ray) 93
Опети, Данијел (Oppetit, Danielle) 123
Опру, Агат (Aurooux, Agathe) 84
О'Рејли, Тим (O'Reilly, Tim) 46

Перо, Доминик (Perrault, Dominique) 127
Петровски, Андреј 72
Пјано, Ренцо (Piano, Renzo) 120
Плагон (Πλάτων) 17, 18
Полинг, Лајнус (Pauling, Linus) 67
Помпиду, Жорж (Pompidou, Georges) 119, 120, 128, 158, 159
Попа, Васко 199
Пренски, Марк (Prensky, Marc) 47, 48
Престли, Керол (Priestley, Carol) 207, 232

Радуловић, Селимир 30
Раса, Марк (Rassat, Marc) 135
Расин, Бруно (Racine, Bruno) 144, 145
Рафа, Каталин (Raffa, Katalin) 188
Рељић, Слободан 30
Ричио, Кристин (Riccio, Christine) 82
Робертс, Џоан (Roberts, Joanne) 26
Рошел, Матје (Rochelle, Matthieu) 123
Роцерс, Ричард (Rogers, Richard) 120
Рудић, Гордана 183

Савастинук, Лор (Savastinuk, Laure) 86
Савић, Ана 43, 60
Селихар, Карла 183

Серве, Матилд (Servet, Mathilde) 93, 94
Сил, Мора (Seale, Maura) 104
Софронјевић, Адам 37, 87
Стамаговић, Десанка 200
Станић, Драган 30
Стивенс, Мајкл (Stevens, Michael) 86
Стигтер, Флер (Stigter, Fleur) 91, 97, 102
Стојковић, Бранимир 107, 115, 177, 178
Стокић Симончић, Гордана 23, 32, 34, 50, 54, 59, 98, 105, 175, 180, 191, 192, 230, 233, 236, 243
Стори, Том (Storey, Tom) 99, 101

Тард, Габријел (Tarde, Gabriel) 66
Тибодет, Албер (Thibaudet, Albert) 71
Тисерон, Серж (Tisseron, Serge) 71
Тодоровић, Мара 200
Томић, Зорица 52, 53
Трамп, Доналд (Trump, Donald) 68
Тунгу, Сесил (Touitou, Cécile) 142

Ћирић, Ивана 30, 97

Укропина, Весна 92, 188, 194

Фарли, Робин (Farley, Robin) 108
Франс Анри, Надеж (France-Henri, Nadège) 124
Франсоа I, краљ Француске (François I^{er}, roi de France) 126

Хабиб, Мајкл (Habib, Michael) 87
Харви, Џон Ф. (Harvey, John F.) 21
Халић, Јован 192
Хегел, Георг Вилхелм Фридрих (Hegel, Georg Wilhelm Friedrich) 55
Хислоп, Доналд (Hislop, Donald) 26

Цимер, Мајкл (Zimmer, Michael) 100

Чуданов, Младен 26

Џенкинс, Хенри (Jenkins, Henry) 42, 43, 44, 63, 96

Шартран, Хари Хилман (Chartrand, Harry Hillman) 115
Шастер, Марк Дејвидсон (Schuster, Mark Davidson) 116
Шипка, Милан 42, 52
Шир, Џеси Хок (Shera, Jesse Hawk) 50, 54, 59, 60, 242
Ширак, Жак (Chirac, Jacques) 128
Шокица Шуваковић, Новка 194, 196

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ

1. Accart, Jean-Philippe, dir. *Communiquer! : les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2010.
2. Accart, Jean-Philippe. *La médiation à l'heure du numérique* (Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2016), 18.
3. Amar, Muriel et Véronique Mesguich, dir. *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2012.
4. Amar, Muriel et Véronique Mesguich, dir. *Le web 2.0 en bibliothèques. Quel services? Quel usages?* Paris : Electre, 2009.
5. American Marketing Association, [Definition of marketing], <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (преузeto 22. 02. 2016).
6. Andevski, Milica i Željko Vučković. *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*. Vršac : Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov”, 2012.
7. Anfinsen, Svein, Gheorghita Ghinea and Sergio de Cesare. „Web 2.0 and Folksonomies in a Library Context.” *International Journal of Information Management* 31 (2011): 63–70.
8. Ayache, Gérard. *Homo sapiens 2.0: introduction à une histoire naturelle de l'hyperinformation*. Paris : M. Milo, 2008.
9. Babić, Miloš, prir. *Uvod u medije i komunikacije*. Banja Luka ; Travnik : Besjeda ; Internacionalni univerzitet Travnik, 2015.
10. Baudrillard, Jean. *L'Effet Beaubourg: implosion et dissuasion*. Paris : Éditions Galilée, 1977.
11. Benasayag, Miguel et Angélique del Rey. *Plus jamais seul: le phénomène du téléphone portable*. Paris : Bayard, 2006.
12. Béquet, Gaëlle. *Trois bibliothèques européennes face à Google: aux origines de la bibliothèque numérique, 1990–2010*. Paris : École des chartes, 2014.
13. Bertrand, Ina i Peter Hughes. *Media Research Methods : Audiences, Institutions, Texts*. Houndmills ; New York : Palgrave Macmillan, 2005.
14. Biblio-fi: 10 années d'échanges et de réflexions dans le domaine des bibliothèques!, <http://biblio-fi.info.unicaen.fr/> (преузeto 19.02. 2015).

15. Bibliothèque nationale de France, <http://www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html> (mpeyzero 22. 05. 2015).
16. Birkner, Christine. „MTV Chooses New Name for Post-Millennial Generation” (2015), <https://www.ama.org/publications/eNewsletters/Marketing-News-Weekly/Pages/mtv-post-millennial-founders.aspx> (mpeyzero 09. 01. 2016).
17. Blek, Sem. *Odnosi s javnošću*. Beograd : Clio, 1997.
18. Boddrijar, Žan. *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad : Svetovi, 1991.
19. Brofi, Piter. *Biblioteka u dvadeset prvom veku*. Beograd : Clio, 2005.
20. Buignes-García, Mar and Vicent Giménez-Chornet. „Impact of Web 2.0 on National Libraries.” *International Journal of Information Management* 32, 1 (2012): 3–10.
21. Butigan Vučaj, Tamara. „Digitalna tvrđava: nacionalna strategija digitalizacije u Srbiji”. *Kultura* 129 (2010): 63–73.
22. Casey, Michael. „Working Towards a Definition of Library 2.0”. http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html (mpeyzero 01.03.2015).
23. Chua, Alton Y. K. and Dion H Goh. „A Study of Web 2.0 Applications in Library Websites”. *Library & Information Science Research* 32, (2010): 203–11.
24. Claerr, Thierry et Isabelle Westeel. *Manuel de constitution de bibliothèques numériques*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2013.
25. Сmоbrnjа, Stаnko. *Novi mediji i društvene mreže: pojmovnik*. Beograd : Fakultet za medije i komunikacije, 2014.
26. Čudанov, Mladen. *Organizacija i strateška primena IKT-a*. Beograd : Zadužbina Andrejević, 2011.
27. Čirić, Ivana. „Interpretacija kulturnog nasleđa u virtualnoj realnosti”. *Kultura* 129 (2010): 286–299.
28. Dane, Chase. „Are we too self-centered?”, *Wisconsin Library Bulletin*, January–February (1954) 91–94. <https://books.google.rs/books?id=TXgcAQAAMAAJ&pg=PA91&lpg=PA91&dq=%2> (mpeyzero 18. 02. 2016).
29. Davis, Ian. *Talis, Web 2.0 and All That* (2005). <http://blog.iandavis.com/2005/07/04/talis-web-2-0-and-all-that/> (mpeyzero 10. 02. 2015).
30. De Kerckhove, Derrick. *L'intelligence des réseaux*. Paris : O. Jacob, 2000.
31. Debre, Režis. *Uvod u medijologiju*. Beograd : Clio, 2000.
32. Desrichard, Yves. *Administration et bibliothèques*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2006.

33. Дигитална БМС. „Дигитална Библиотека Магиче српске”. Библиотека Магиче српске. <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/about> (преузето 27. 02. 2016).
34. Dinet, Jérôme. *La recherche d'information dans les environnements numériques*. London : ISTE éditions, cop. 2014.
35. Di Pietro, Christelle. „Agorabib, le forum de l' ABF”. Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l' Information et des Bibliothèques (2013), <http://www.ensib.fr/breves/2013/03/05/agorabib-le-forum-de-labf> (преузето 25. 02. 2015).
36. Di Pietro, Christelle. *Produire des contenus documentaires en ligne : quelles stratégies pour les bibliothèques?* Villeurbanne : Presses de l'Enssib, 2014.
37. Dragičević Šešić, M. „Institucionalni sistem kulturne politike Francuske”. Mag. rad, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, 1981.
38. Dragičević Šešić, Milena i Branimir Stojković. *Kultura : menadžment, animacija, marketing*. Beograd : Clio, 2011.
39. Draker, Piter. *Postkapitalističko društvo*. Beograd : Poslovni sistem Grmeč – Privredni pregled, 1995.
40. Đukić Dojčinović, Vesna. *Tranzicione kulturne politike: konfuzije i dileme*. Beograd : Zadužbina Andrejević, 2003.
41. Elisina, Elena Jurevna. „Elektronske usluge biblioteke”. *Kultura* 129 (2010): 336–346.
42. L'équipe@GallicaBnF. „Une bibliothèque numérique sur les réseaux sociaux: l'exemple de Gallica”. Bulletin des Bibliothèques de France, n°5 (2012), <http://bbf.ensib.fr/consulter/bbf-2012-05-0031-007> (преузето 17. 10. 2015).
43. Fitzgerald, Judith. *Marshall McLuhan : un visionnaire*. Montréal : XYZ éd., 2004.
44. France-Henri, Nadège. *Les concours des bibliothèques : Informations générales* (2009), <http://bibliet.ubourgogne.fr/images/stories/Concours/brochure%20info%20gles%20concours%20juillet%202009.pdf> (преузето 21. 03. 2016).
45. Gaiman, Neil. „Why our future depends on libraries, reading and daydreaming”, *The Guardian*, 15. 10. 2013, <http://www.theguardian.com/books/2013/oct/15/neil-gaiman-future-libraries-reading-daydreaming> (преузето 04. 03. 2015).
46. Galvani, W. „La Bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux”. Diplôme de conservateur de bibliothèque, Université de Lyon, 2012 <http://www.ensib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56706-la-bibliotheque-nationale-de-france-sur-les-reseaux-sociaux.pdf> (преузето 18. 10. 2015).
47. Guéguen, Eric. *Guide pratique des médias sociaux à l'usage des bibliothèques & centres de documentation*. Mont-Saint-Aignan : Éd. Klog, 2012.

48. Gupta, Dinesh and Réjean Savard, ured. *Marketing Libraries in a Web 2.0 World*. Berlin ; New York : De Gruyter Saur, 2011.
49. Harvey, John F. „Toward a Definition of International and Comparative Library Science”, *Int. Libr. Rev.* 5 (1973), <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED073809.pdf> (преузето 22. 02. 2016).
50. Injac, Vesna. „Francuska nacionalna biblioteka : istorijat, organizacija, nova biblioteka”, https://www.nb.rs/view_file.php?file_id=492 (преузето 15. 03. 2016).
51. Jenkins, Henry. *La culture de la convergence : des médias au transmédia*. Paris : A. Colin ; INA éd., 2013.
52. Joler, Vladan and Andrej Petrovski. „Facebook Algorithmic Factory”. U *Critical Cartography of the Internet and Beyond*, ur. Vladan Joler. Novi Sad : Share foundation, 2018. Доступно и на: <https://labs.rs/en/facebook-algorithmic-factory-immaterial-labour-and-data-harvesting/>.
53. Јовановић, Драгана Д. „Савремена комуникација као основ за јачање професионалног идентитета библиотекара: један француски пример”, *Библиотеке и идентитет*, ур. Гордана Стокић Симончић. Панчево, Нови Сад, Сомбор : Градска библиотека; Панарт; Филозофски факултет; Педагошки факултет, 2018.
54. Јовановић, Драгана Д. „Библиотеке, шта се дешава?: о Твитеру и библиотекама”, *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2016): 160–168.
55. Kastels, Manuel. *Moć komunikacija*. Beograd : Clio : Radio-televizija Srbije, 2014.
56. Kelner, Daglas. *Medijska kultura: studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. Beograd : Clio, 2004.
57. Кермеци, Даниела и Душан Јованчевић. „Електронска евиденција и наручивање публикација на интернет страници Библиотеке Матице српске www.bms.rs”. *Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012* (2013): 115–122.
58. Клајн, Иван и Милан Шипка. *Велики речник страних речи и израза*. Нови Сад : Прометеј, 2008.
59. Koković, Dragan. *Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad : Filozofski fakultet, 2007.
60. Kotler, Filip i Nensi Li. *Marketing u javnom sektoru: put do bolje izvršenja*. Beograd : Mate, 2008.
61. Kufini, Emanuel i Natali Denj. „Novi izazovi Javne biblioteke informacija (Bpi) u Centru Pompidu u Parizu”. U *Planeta čitalac*. Urednik Ivana Arsić (Pančevo : Gradska biblioteka ; Beograd : Udruženje Kulturis, 2014), 55–59.
62. Kurbanoglu, Serap. „Information literacy in the electronic age”. *Elektronska biblioteka* (2008) 51–57.

63. Ласло, Марија, Јадранка Ласић-Лазић и Јасмина Ловринчевић. „Шта није јасно око електронске библиотеке или који су традиционални концепти библиотекарства подесни за електронску библиотеку”. У *Електронска библиотека: Зборник радова*. Ур. Александра Вранеш и Љиљана Марковић. Београд : Филолошки факултет, 2008: 73–91.
64. Le Deuff, Olivier. „The Library 2.0 : origins of the concept, evolutions, perceptions and realities”. У *Marketing Libraries in a Web 2.0 World*, ured. Gupta, Dinesh and Réjean Savard, 3–12. Berlin ; New York : De Gruyter Saur, 2011.
65. Leleu, F. „Les relations entre la BPI et le Centre Georges Pompidou” (*Diplôme de conservateur de bibliothèque : mémoire d'étude, ENSSIB, 1994*), <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/62039-les-relation-entre-la-bpi-et-le-centre-georges-pompidou.pdf> (преузето 23. 03. 2016).
66. Lieber, Claudine. „Le développement des bibliothèques publiques”. *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 2006, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-05-0098-009> (преузето 10. 02. 2016).
67. Liu, Yu-li. „Convergence in the Digital Age.” *Telecommunications Policy* 37, 8 (2013).
68. Lor, Peter Johan. „Definitions, scope and dimensions”, <http://pjl.or.files.wordpress.com/2010/06/chapter-2-2012-02-06.pdf> (преузето 22. 02. 2016).
69. Lor, Peter Johan. „Towards Excellence in International and Comparative Research in Library and Information Science” (2012), <http://conference.ifla.org/past-wlic/2012/105-lor-en.pdf> (преузето 21. 02. 2016).
70. Makluan, Maršal. *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*. Loznica : Karpos, 2012.
71. Makluan, Maršal. *Gutenbergova galaksija: civilizacija knjige*. Beograd : Nolit, 1973.
72. Maness, Jack M. „Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries”. *Webology* 3, 2 (2006), <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html> (преузето 07. 02. 2015).
73. Maurel, Lionel. „Ce que Twitter fait aux bibliothèques (et ce qu'elles peuvent lui faire en retour)”. У *Bibliothèques 2.0 à l'heure des médias sociaux*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2012, 93–109.
74. Melot, Michel. *La Sagesse du bibliothécaire*. Paris : L'Œil neuf éd., 2004.
75. Mercier, Silvére. „Médiation numérique: une définition” (2010), <http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/> (преузето 15. 10. 2015).
76. Mesguich, Véronique. *Bibliothèques: le web est à vous* (Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2016), 69.
77. Miège, Bernard. *La pensée communicationnelle*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2004.

78. Miller, Paul. „Web 2.0: building the new library”. *Ariadne*, 45 (2005), <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller> (преузето 12. 02. 2016).
79. Милетић, Мирко. *Основе менаџмента медија*. Нови Сад : Филозофски факултет, 2014.
80. Mirlesse, Alexandre et Arthur Anglade. „Quelle politique culturelle pour la France?” (2006), <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf> (преузето 20. 03. 2016).
81. Mirosavljević, Mladen. *Odnosi s javnošću*. Banja Luka: Besjeda : Banja Luka College, 2008.
82. Molar, Klod. *Kulturni inženjering*. Beograd : Clio, 2000.
83. Mucchielli, Alex, dir. *Le dialogue avec la technologie : étude des communications*. Paris : A. Colin, 2006.
84. Nacionalni centar za digitalizaciju, <http://www.ncd.org.rs/> (преузето 27. 02. 2016).
85. Народна библиотека Србије, <https://www.nb.rs/> (преузето 23. 01. 2016).
86. О мрежи Cobiss.net. „Od koncepcije COBISS sistema do regionalne bibliotečke mreže”. Cobiss.net, http://www.cobiss.net/o_mrezi_COBISS-Net-SR.htm#a1 (преузето 27. 02. 2016).
87. Olivesi, Stéphane, dir. *Sciences de l'information et de la communication : objets, savoirs, discipline*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.
88. *Online Computer Library Center*, „About OCLC”, OCLC, <http://www.oclc.org/en-US/about.html> (преузето 12. 01. 2016).
89. O'Reilly, Tim. „What is Web 2.0?”, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (преузето 10. 02. 2015).
90. Owen, J. S. Mackenzie. „The future role of libraries in the information age” (1997), <http://eprints.rclis.org/5656/1/Future-role-of-libraries.htm> (преузето 13. 12. 2015).
91. Poissenot, Claude. „De la bibliothèque à la médiathèque”. *BIBLIOTHÈQUE(s)*, AFBF, 2002. http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/file/index/docid/62154/filename/sic_00000372.pdf (преузето 26. 11. 2015).
92. Poulin, Eric. „A Whole New World of Freaks and Geeks: Libraries and Librarians on YouTube”. *Libres : Library and Information Science Research Electronic Journal* 18, 2 (2008), http://libres-ejournal.info/wpcontent/uploads/2014/06/Vol18_I2_Poulin_FINAL.pdf (преузето 19. 12. 2014).
93. Prensky, Marc. „Digital Natives, Digital Immigrants”, *MCB University Press*, vol. 9, No 5 (2001), <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (преузето 13. 05. 2015).

94. Prenskey, Marc. „Listen to the Natives”, *Educational Leadership*, vol. 63, No 4, 2005
http://www.ascd.org/ASCD/pdf/journals/ed_lead/el200512_prenskey.pdf (преузето 13. 05. 2015).
95. Priestley, Carol., „Supporting knowledge-based societies: developing national policy for libraries”, <http://www.ifa.org/past-wlio/2012/140-priestley-en.pdf> (преузето 05. 01. 2016).
96. Queyraud, Franck et Jacques Sauteron, dir. *Outils du web participatif en bibliothèque : fils RSS, wikis, blogs, podcast, VOD, portails, réseaux sociaux, services mobiles, questions-réponses: manuel pratique*. Paris : ABF, Association des bibliothécaires de France, 2013.
97. Radojković, Mirosljub i Branimir Stojković. *Informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd : Clio, 2009.
98. Radojković, Mirosljub i Mirko Miletic. *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad : Stylos, 2006.
99. Recueil factice (biblioblog), „Le booktueur et le bibliothécaire” (2014),
<http://lrf-blog.com/2014/12/07/booktueur/> (преузето 30. 11. 2015).
100. Reg, Dejvid. *Odnosi s medijima*. Beograd : Clio, 1996.
101. Рељић, Слободан. „Како н демократија једе своју децу”. У *Савремени човек и савремени свет: зборник радова*, 4, ур. Селимир Радуловић и Драган Станић. Нови Сад : Матница српска; Библиотека Матнице српске, 2019.
102. Република Србија. *Закон о библиотечко-информационој делатности* („Службени гласник РС” бр. 52/2011).
103. Република Србија. *Закон о обавезном примерку публикација* („Службени гласник РС” бр. 52/2011).
104. Rissoan, Romain. *Réseaux sociaux : comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*. Saint-Herblain : ENI éditions, 2014.
105. Rot, Peter. *Sponzorisanje kulture*. Beograd : Clio, 1996.
106. Sauquet, Michel, dir. *L'idiot du village mondial: les citoyens de la planète face à l'explosion des outils de communication, subir ou maîtriser*. Bruxelles : L. Pire ; Paris : C. L. Mayer, 2004.
107. Savić, Ana. „Biblioteke, muzeji, arhivi i pres kliping servisi: čuvari kulturne baštine ili informacioni servisi”. *Kultura* 129 (2010) 115–131.
108. Seale, Maura. „Old Maids, Policeman, and Social Rejects : Mass Media Representations and Public Perceptions of Librarians”. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship* http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v09n01/seale_m01.html (преузето 19. 12. 2014).
109. Селихар, Карла и Гордана Рудић. „Школовање библиотекара информатичара на Педагошком факултету у Сомбору Универзитета у Новом Саду”. У *Наука и стварност : зборник радова са научног скупа (Пале, 20. мај 2017)*, ур. Мишо Кулић. Том 1, 609–620. Пале : Филозофски факултет, 2018.

110. Servet, Mathilde. „Les bibliothèques troisième lieu: une nouvelle génération d'établissements culturels”. Bulletin des bibliothèques de France, No 4 (2010), <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001#appelnote-4> (преузето 20. 03. 2016).
111. Services et ressources, „Différence médiathèque / bibliothèques”, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques (2014), <http://www.enssib.fr/content/difference-mediatheque/bibliothèques> (преузето 29. 12. 2015).
112. Sofronijević, Adam. „Nova paradigma saradnje u bibliotekama : više od Web 2.0 tehnologija”. *Kultura* 129 (2010): 34–62.
113. Sokolovska, Valentina i Marko Škorić, priređ. *Analiza socijalnih mreža*. Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsjek za sociologiju, 2011.
114. Stigter, Fler. „Virtuelne zajednice u Evropi: pristup Evropskoj biblioteci”. *Kultura* 129 (2010) 300–315.
115. Stokić Simončić, Gordana. *Ka filozofiji bibliotekarstva : Džesi Šir u teoriji i praksi bibliotekarstva 20. veka*. Pančevo : Mali Nemo, 2002.
116. Stokić Simončić, Gordana and Vesna Vuksan. „The Role of Social Networks in the Evaluation of Library Services” (2012), http://www.academia.edu/6262867/The_role_of_social_networks_in_the_evaluation_of_library_services (преузето 07. 09. 2015).
117. Стокић Симончић, Гордана и Весна Вуксан. „Пракса односа с јавношћу у јавним библиотекама Србије”. *Читалиште* 23 (2013), http://www.citaliste.rs/casopis/br23/stokic_gordana.pdf (преузето 16. 02. 2015).
118. Стокић Симончић, Гордана и Жељко Вучковић. *Библиотеке и идентитет: пролегомена за историју модерног српског библиотекарства*. Панчево : Градска библиотека ; Нови Сад : Филозофски факултет, 2012.
119. Stokić Simončić, Gordana i Željko Vučković. „Koliko koristimo digitalne biblioteke”. *Kultura* 135 (2012): 114–120.
120. Стокић Симончић, Гордана и Жељко Вучковић. *Управљање библиотекама у добу знања*. Источно Сарајево : Матична библиотека, 2007.
121. Stori, Tom i Lorkan Dempsey. „WorldCat – snaga globalne bibliotečke zajednice, efikasnost i zajedničko korišćenje izvora”. *Kultura* 129 (2010): 324–335.
122. Szabo, Lucian-Vasile. „The Future of Communication: From New Media to Postmedia.” *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 163, Dec. (2014): 36–43.
123. Шокица Шуваковић, Новка. „Аутоматизација коришћења публикација у Библиотеци Матичне српске”. У *Електронска библиотека: зборник радова*. Ур. Александра Вранеш и Љиљана Марковић. Београд : Филолошки факултет, 2008: 707–714.

124. Tomić, Zorica. *Komunikologija*. Beograd : Ćigolja štampa, 2003.
125. Toutou, Cécile. „Etude d'usage et de satisfaction des usagers de SINDBAD” (2011), http://www.bnf.fr/documents/enquete_sindbad_2011.pdf (преузето 03. 02. 2016).
126. Укропина, Весна. „COBISS3: нова димензија каталогизације”. *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2015): 222–231, <http://digital.bms.rs/ebiblioteka/pageFlip/reader/index.php?type=numerated&id=6107&m=2#page/8/mode/2up> (преузето 04. 08. 2019).
127. Укропина, Весна. „Ка каталогизацији будућности: изазови и перспективе”. *Годишњак Библиотеке Матице српске за 2012* (2013): 107–114.
128. Укропина, Весна и Каталин Рафа. „Прелазак на каталогизацију са нормативном контролом личних имена”. *Годишњак Библиотеке Матице српске* (2018): 88–102.
129. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*, „Manifeste de l'UNESCO sur la bibliothèque publique”, *UNESCO*, http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html (преузето 12. 01. 2016).
130. Valeri, Pol. *Sveske*. Beograd : Službeni glasnik, 2010.
131. Valeri, Pol. *Sveske II*. Banja Luka : Glas, 1988.
132. Valić Nedeljковић, Dubravka. *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad : Filozofski fakultet, 2007.
133. Verčič, Dejan et al. *Odnosi s medijima*. Beograd : Pristop, 2004.
134. „Vierge Marie a son compte Twitter”, *Le Figaro*, Actualité, 22. 12. 2015, <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2015/12/22/97001-20151222FILWWW00201-la-vierge-marie-a-son-compte-twitter.php> (преузето 23. 12. 2015).
135. Вранец, Александра и Љиљана Марковић, прир. *Електронска библиотека*. Beograd : Филолошки факултет, 2008.
136. Vraneš, Zorana. „Strateška dilema kulturnih politika : direktna kontrola ili odvajanje od političkog procesa”, <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0023-5164/2011/002351641130128V.pdf> (преузето 17. 03. 2016).
137. Вучковић, Жељко. „Електронска библиотека као глобални информациони ресурс”. У *Електронска библиотека : зборник радова*. Ур. Александра Вранеш и Љиљана Марковић. Beograd : Филолошки факултет, 2008.
138. Вучковић, Жељко. *Јавне библиотеке и јавно знање*. Нови Сад : Библиотека Матице српске : Футура публикације, 2003.
139. Вучковић, Жељко и Нада Тодоров. *Култура читања у времену интернета*. Инђија : Народна библиотека „Др Ђорђе Напошеввић”, 2010.

140. Wolton, Dominique. *Internet, et après?* Editions Flammarion : Paris, 2000.
141. Xu, Chen, Fenfei Ouyang and Heting Chu. „The Academic Library Meets Web 2.0: Applications and Implications”. *The Journal of Academic Librarianship* 35 (2009): 324–331.
142. Young, Arthur P. „Libraries and Digital Communication: Collision or Convergence?” *The Journal of Academic Librarianship* 22, 1 (1996): 11–13.
143. Zimmer, Michael. „The Twitter Archive at the Library of Congress: Challenges for information practice and information”, *First Monday* Vol. 20, No 7 (2015), <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5619/4653> (преузето 21. 02. 2016).
144. Жупан, Весна Д. *Маркетинг у библиотекама*. Београд : Свет књиге, 2001.

Др Драгана Д. Јовановић
Универзум информација
библиотека у свету савремених медија

Издавач
Библиотека Матице српске
Нови Сад

За издавача
Селимир Радуловић

Рецензенти
Др Жељко Вучковић
Весна Укропина
Др Карла Селихар

Превод резимеа на енглески
Бојана Борковић

Ауторкина фотографија
Дора Јовановић

Корице и прелом
Атила Капитан

Тираж
300 примерака

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

027:[316.774:004.738.5
02(497.11+44)

ЈОВАНОВИЋ, Драгана Д., 1977-

Универзум информација : библиотека у свету савремених медија / Драгана Д. Јовановић.
- Нови Сад : Библиотека Матице српске, 2019 (Нови Сад : Сајнос). - 270 стр. : илустр. ; 24
cm. - (Едниција Трагови ; књ. 11)

Тираж 300. - Библиографија. - Регистар.

ISBN 978-86-80061-64-1

а) Библиотеке – Веб 2.0 б) Библиотекарство – Србија ц) Библиотекарство – Француска

COBISS.SR-ID 331544327

Нове, дигиталне технологије створиле су услове за нови начин приступања информацијама, за нове модалитете учења, комуникације, пословања. Комуникациони обрасци су еволуирали и данас се, у највећој мери, заснивају на проактивном ставу, као и на принципима интерактивности, партиципативности, непосредности, неформалности, што су карактеристике иманентне концепту под називом веб 2.0. Савремени медији и њима својствене комуникационе парадигме створили су услове за ново стање духа, за нове начине спознаје света и функционисања друштва, који намећу примену ових концепата у реалном животу и пословању, а нарочито у библиотечко-информационој делатности и библиотеци као институцији, која би у складу са својом мисијом и медијском природом морала да буде у средишту медијске револуције.

Умрежавање представља не само будућност, то је и садашњост библиотеке. Као што је човек у једном тренутку, закорачивши на довољно високу степену еволутивног развоја, „експортирао“ своје памћење из сопственог мозга на екстерну меморију, посредством писма, омогућавајући на тај начин свом знању да постоји, надограђује се, оплођује и развија кроз време, тако је и библиотека дошла до развојног ступња који собом носи задатак који је уједно и неопходан услов за успешан наставак „путовања“ – повезивање са спољним факторима који омогућавају бољу искористивост библиотечких ресурса, и отварају безграничан простор за реализацију њихових потенцијала. Библиотека на тај начин добија своје маклуановске *продужетке*, који јој омогућавају да се лакше и ефикасније интегрише у заједницу библиотекара, корисника и података, у константном, свеобухватном комуникационом процесу, непрестано тако остварујући улогу посредника у нарастајућем *универзуму информација*.