

UNIVERZITET U SARAJEVU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA KOMPARATIVNU KNJIŽEVNOST I INFORMACIJSKE NAUKE

# Primjena web 2.0 alata u javnim bibliotekama u FBiH

ZAVRŠNI MAGISTARSKI RAD

**Student:**

**Davud Dedić**

**Mentor:**

**prof. dr. Lejla Hajdarpašić**

**Sarajevo, 2023.**

# Sadržaj

1. Uvod.....	3
2. Javne biblioteke kao dio zajednice .....	5
3. Web 2.0 i društveni mediji.....	8
3.1. Web 2.0 i javne biblioteke .....	12
4. Istraživanje o upotrebi društvenih medija u javnim bibliotekama u FBiH.....	19
4.1. Metodologija istraživanja.....	19
4.2. Rezultati istraživanja .....	22
4.2.1. Facebook.....	23
4.2.2. Instagram .....	26
4.2.3. YouTube .....	29
4.3. Diskusija.....	31
5. Zaključak.....	34
6. Literatura.....	36
7. Prilozi.....	41
7.1. Popis tabela i grafikona .....	41
7.2. Spisak javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine sa poveznicama na njihove web stranice i profile na društvenim medijima .....	42

# 1. Uvod

Biblioteke, kao institucije čiji se temelji mogu pratiti stoljećima unazad, uporno evoluiraju i drže korak sa vremenom kako bi ostvarile svoju ključnu ulogu usluživanja korisnika. Uloge bibliotekara su se historijski redefinirale od uloge pohrane i čuvanja znanja ka usmjerenosti na korisnika i korisničke potrebe. Vidljiva je i tranzicija sa „tradicionalnih“ metoda usluživanja korisnika te inkorporiranje tehnoloških rješenja kojima iznova pokušavaju približiti biblioteku korisniku. Javne biblioteke djelujući u svojim lokalnim zajednicama, zadržavaju tradicionalnu ulogu dijeljenja znanja sa ciljem obrazovanja, pospješivanja pismenosti korisnika, a danas se ta uloga ostvaruje i uz pomoć informacijsko-komunikacijskih tehnologija. U savremenom digitalnom okruženju javne biblioteke itekako imaju potrebu da budu vidljive i da i njihov rad bude prepoznat od strane zajednice koju uslužuju. Upravo su web 2.0 tehnologije svakoj biblioteci pružile mogućnost da budu vidljivije i svakom korisniku biblioteke ponudile mogućnost da ima pravovremene informacije o dešavanjima u biblioteci. Ogroman doprinos u tom smislu, a u sklopu web 2.0 tehnologija, donose društveni mediji pri čemu je danas korištenje i prisustvo na istima, od strane institucija poput javnih biblioteka, postalo nezaobilazan faktor.

Kada je primjena web 2.0 alata u bibliotekama u pitanju, ovaj rad je fokusiran na upotrebu društvenih mreža Facebook-a, Instagram i platforme za dijeljenje video sadržaja YouTube-a u javnim bibliotekama Federacije Bosne i Hercegovine, a ujedno i na analizu sadržaja koje javne biblioteke postavljaju na pomenutim platformama.

U tom smislu, rad je podijeljen na nekoliko poglavlja. U prvom poglavlju rada, nakon uvoda, pod naslovom *Javne biblioteke kao dio zajednice* ukazuje se na važna poslanja javnih biblioteka. U poglavlju se referira na dva značajna dokumenta Međunarodne federacije bibliotečkih asocijacija i UNESCO-a, koji donose smjernice za djelovanje javnih biblioteka u savremenom okruženju, na *IFLA-ine Smjernice za usluge u javnim bibliotekama (2010)* te IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za javne biblioteke (2022). Također, u ovom poglavlju se donose informacije o javnim bibliotekama u Federaciji Bosne i Hercegovine i njihovom djelovanju.

Naredno poglavlje rada, *Web 2.0 i društveni mediji* tematizira web 2.0 tehnologije kao tehnologije preokreta sa posebnim osvrtom na društvene medije odnosno društvene mreže uz

specifične podatke o Bosni i Hercegovini kada je u pitanju korištenje Facebook i Instagram društvenih mreža. Također, u potpoglavlju ovog dijela pod naslovom *Web 2.0 i javne biblioteke* se pažnja posvećuje konceptu biblioteka 2.0, te prihvatanju web 2.0 tehnologija u bibliotekama, kao i primjeni istih u sklopu javnih biblioteka, s posebnim osvrtom na Manifest bibliotekara 2.0 (2006) te Smjernice za društvene medije u javnim i akademskim bibliotekama (2018), donesene od strane Američke bibliotečke asocijacije. Osim toga, u ovom dijelu rada je predstavljen i teoretski okvir u kojem se referira na istraživanja iz svijeta i regiona koja se odnose na analizu primjene web 2.0 alata u javnim bibliotekama, analizu prisustva javnih biblioteka na društvenim mrežama i analizu sadržaja objava javnih biblioteka na Facebook-u, Instagram-u i YouTube-u. Opisana istraživanja su poslužila kao inspiracija i temelj za istraživanje o upotrebi društvenih medija u javnim bibliotekama Federacije Bosne i Hercegovine.

U narednom dijelu rada, naslovljenom *Istraživanje o upotrebi društvenih medija u javnim bibliotekama u FBiH* donosi se metodološki okvir istraživanja, a zatim pojašnjavaju analizirane kategorije sadržaja, a to su: *opće informacije o biblioteci, poveznice na katalog biblioteke, poveznice na stranicu biblioteke, druge poveznice, promocija aktivnosti u biblioteci, usluge biblioteke i ostalo*. U nastavku poglavlja se prezentiraju rezultati istraživanja te se donosi analiza sadržaja objava javnih biblioteka na društvenim mrežama Facebook i Instagram, te platformi za dijeljenje video sadržaja Youtube.

Istraživanjem se dobiva jasan pogled na aktivnost javnih biblioteka na društvenim medijima i informacije o tome kako se kulturno-javna djelatnost javnih biblioteka na prostoru Federacije Bosne i Hercegovine ostvaruje putem društvenih medija.

## 2. Javne biblioteke kao dio zajednice

Javne biblioteke su bile i ostale najorganizovanije i najznačajnije mjesto susreta i približavanja knjiga i njihovih čitalaca, kako u Bosni i Hercegovini, tako i širom svijeta (Čeliković, 2019: 139). U BiH, prema članu 7. Zakona o bibliotečkoj djelatnosti Bosne i Hercegovine, javna biblioteka namijenjena je općem obrazovanju, informiranju i zadovoljavanju kulturnih i drugih potreba stanovništva (*Zakon o bibliotečkoj djelatnosti BiH*, 1995: 2). Nešto širu definiciju širokog dijapazona djelovanja javnih biblioteka daju IFLA-ine (IFLA, abbrev. International Federation of Library Associations and Institutions - Međunarodna federacija bibliotečkih asocijacija i institucija) Smjernice za usluge u javnim bibliotekama (2010) koje naglašavaju da se javne biblioteke osnivaju i finansiraju unutar lokalnih zajednica kako bi doprinosile zajednici i jačale je u smislu informiranja, obrazovanja, kulture, kao i potrebe za raznodom i popunjavanjem slobodnog vremena pojedinaca. One osiguravaju pristup znanju, informacijama, cjeloživotnom učenju i djelima mašte pomoću niza izvora i službi, a na raspolaganju su svim članovima/-icama zajednice bez obzira na njihovu rasu, nacionalnost, dob, spol, religiju, jezik, invaliditet, ekonomski i radni status i obrazovanje (*IFLA-ine Smjernice za usluge u javnim bibliotekama*, 2010: 1). To su dakle okruženja koja nude svima znanje na uvid, a kako ne bi postale izolirani otoci koje posjećuju samo oni koji su naučili put do njih veoma je važno da prigrle odgovarajuće informacijsko - komunikacijske tehnologije u svakodnevnom radu. U IFLA-inom i UNESCO-vom Manifestu za javne biblioteke (2022) navodi se kako je javna biblioteka neophodna sastavnica društava znanja koja se neprestano prilagođava novim sredstvima komunikacije kako bi svim građanima osigurala pristup informacijama i omogućila njihovu smislenu upotrebu. Ona osigurava javno dostupan prostor za proizvodnju znanja, kulturno dijeljenje i razmjenu informacija te promicanje građanskog angažmana. Primarna svrha javne biblioteke je pružanje resursa i usluga u raznim medijima kako bi se zadovoljile potrebe pojedinaca i grupa za obrazovanjem, informacijama i ličnim razvojem, uključujući rekreaciju i slobodno vrijeme (*IFLA-ine Smjernice za usluge u javnim bibliotekama*, 2010: 2). Djelatnosti javne biblioteke ogledaju se kroz četiri veoma značajne stavke izdvojene u IFLA-inim Smjernicama za usluge u javnim bibliotekama (2010) i to: obrazovanje, informacije, lični razvoj i djeca i mladež.

IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za javne biblioteke (2022) tretira poslanja javnih biblioteka pri čemu potanko pojašnjava kako bi se usluge narodnih biblioteka trebale temeljiti

na njihovim poslanjima vezanima uz informiranje, opismenjavanje, obrazovanje, uključivanje, građansko sudjelovanje i kulturu. Kroz svoja poslanja, narodne biblioteke pridonose UN-ovim ciljevima održivog razvoja i izgradnji pravednijih, humanijih i održivijih društava:

- osiguravanje pristupa širokom spektru informacija i ideja bez cenzure, podržavanje formalnog i neformalnog obrazovanja na svim razinama kao i cjeloživotnog učenja koje omogućuje stalnu, dobrovoljnu i samostalnu potragu za znanjem za ljude u svim životnim razdobljima;
- pružanje mogućnosti za osobni kreativni razvoj, poticanje mašte, kreativnosti, znatiželje i empatije;
- stvaranje i jačanje čitalačkih navika kod djece od rođenja do odrasle dobi;
- poticanje, podupiranje i sudjelovanje u aktivnostima i programima opismenjavanja u svrhu razvijanja vještina čitanja i pisanja, pomaganje pri razvoju medijske i informacijske pismenosti te vještina digitalne pismenosti za ljude svih dobnih skupina, s ciljem stvaranja informiranog, demokratskog društva;
- pružanje usluga članovima svojih zajednica osobno i na daljinu putem digitalnih tehnologija, pružajući pristup informacijama, zbirkama i programima kad god je to moguće;
- osiguravanje pristupa svim vrstama informacija o zajednici i mogućnostima organiziranja zajednice za sve, uz istovremeno prepoznavanje uloge knjižnice kao osnove društvenog tkiva;
- pružanje pristupa znanstvenom znanju svojim korisnicima, kao što su rezultati istraživanja i zdravstvene informacije koje mogu utjecati na njihove živote, te omogućavanje njihovog sudjelovanja u znanstvenom napretku;
- pružanje odgovarajućih informacijskih usluga lokalnim poduzetnicima, udrugama i interesnim skupinama;
- očuvanje i pristup lokalnim i autohtonim podacima, znanju i baštini (uključujući usmenu tradiciju), osiguravanje okruženja u kojem lokalna zajednica može preuzeti aktivnu ulogu u identificiranju građe koju treba očuvati, zaštititi i dijeliti, u skladu sa željama zajednice;
- poticanje interkulturalnog dijaloga i podupiranje kulturne raznolikosti;
- promicanje očuvanja i smislenog pristupa kulturnim izričajima i baštini, uvažavanje umjetnosti, otvorenog pristupa znanstvenom znanju, istraživanju i inovacijama, kako u tradicionalnim medijima, tako i u digitaliziranoj i izvorno digitalnoj građi.

Evjen i Audunson (2009) ističu tri društvene promjene kojima su zahvaćene i javne biblioteke: političke i ideološke promjene, globalizacija te rast multikulturalnog društva i digitalni razvoj. Da bi ostale relevantne u takvim društvenim previranjima, biblioteke se adaptiraju i razvijaju. Moderne biblioteke, uključujući javne biblioteke, brzo se razvijaju tako što su u mogućnosti da ponude znanje izvan tradicionalnih sredstava; tj. usvajanjem IKT infrastrukture i Interneta (Jaeger, Bertot & Fleischmann, 2011). Na tragu toga, javne biblioteke u svom programu rada koriste i društvene mreže čime se ostvaruje mogućnost dodatne promocije biblioteka, a sve sa ciljem boljeg povezivanja biblioteka sa širom društvenom zajednicom. U IFLA-inim Smjernicama za usluge u javnim bibliotekama (2010: 100) se posebna pažnja posvećuje planu promocije bibliotečkih usluga i navodi korištenje štampanih, elektronskih i komunikacijskih medija u pozitivne svrhe, postavljanje poveznica na odgovarajuće mrežne stranice i portale, bibliotečke mrežne stranice, podcast i RSS kanale, društvene mreže kao što su Facebook, Twitter i Youtube, redovito izdavanje i pripremanje popisa građe i letaka, izložke i izložbe, uočljivo postavljanje oznaka u biblioteci i izvan nje, proglašavanje jedne sedmice u godini sedmicom biblioteke i druge skupne promotivne aktivnosti, obilježavanje godišnjica te organiziranje raznih programa i kampanja.

U Bosni i Hercegovini, prema podacima koji je ponudio Čeliković u publikaciji *Biblioteke i bibliotekarstvo u Bosni i Hercegovini 1975-2010* (2019; 159), funkciju javnog obrazovanja, informiranja i kulturnih potreba stanovništva u Bosni i Hercegovini vrši 107 javnih biblioteka, uključujući Nacionalnu i univerzitetsku biblioteku Bosne i Hercegovine. Od tog broja, prema publikaciji *Vodič kroz javne biblioteke Bosne i Hercegovine* (2020) u Federaciji Bosne i Hercegovine djeluju 64 javne biblioteke. Poslovanje ovih biblioteka uređeno je Zakonom o bibliotečkoj djelatnosti FBiH, kao i zakonima kantona kojima pripadaju. U bibliotečkoj mreži Bosne i Hercegovine regionalne/kantonalne/županijske i općinske/opštinske narodne biblioteke su bile matične biblioteke za područje na kome djeluju, kao i nosioci cjelokupne bibliotečke djelatnosti na svom matičnom području (Čeliković, 2019; 158). Javne biblioteke u FBiH nose izuzetan značaj u kulturnom uzdizanju građanstva u područjima koja opslužuju. Njihova kohezija sa društvenom zajednicom se ogleda kroz različite aktivnosti i svjedoči posvećenosti javnih biblioteka da budu jedni od nosioca kulturne djelatnosti, kako ih obavezuje njihova univerzalna misija. Javne biblioteke se u nastojanju pružanja odgovarajućih bibliotečko-informacijskih usluga koriste i web 2.0 alatima koji omogućavaju stvaranje dodatnih veza između biblioteka i korisnika u savremenom okruženju.

### 3. Web 2.0 i društveni mediji

Upotreba informacijsko-komunikacijskih tehnologija od strane javnih biblioteka predmet je diskusija posljednjih godina. Web 2.0. alati, sveprisutniji nego ikada, nastavljaju imati dubok uticaj na komunikaciju u informacijskom dobu. Web 2.0 poznat još kao participativni ili društveni web odnosi se na web stranice koje daju naglasak sadržaju koji generira korisnik, jednostavnosti upotrebe, kulturi sudjelovanja i interoperabilnosti. O Rilley (2005) navodi kako web 2.0 možemo vizualizirati kao skup principa i praksi koji formiraju solarni sistem stranica koje demonstriraju neke ili sve od principa interaktivnosti i interoperabilnosti, na različitim udaljenostima od jezgre. Ovaj koncept je doprinio demokratizaciji procesa na webu zbog svog participatornog obrasca na osnovu kojeg su u procese uključeni svi koji žele imati dodirne tačke sa istim. Upravo na tragu toga, web 2.0 je iznjedrio web aplikacije, platforme za samoizdavaštvo poput WordPressa, kao i stranice društvenih medija. Primjeri web 2.0 stranica uključuju Wikipediju, Facebook, Twitter i razne blogove, koji su svi promijenili način na koji se iste informacije dijele i dostavljaju (Kenton, 2022).

Web 2.0 ima nekoliko usko vezanih karakteristika koje ga izdvajaju od prethodnika web 1.0. Fokus je na čitanju i pisanju sadržaja, prvenstveno ima za cilj povezivanje ljudi, može biti osjetljiviji na manje sigurnu tehnologiju te može koristiti jednostavnije tehnike obrade (Kenton, 2022). Specifikumi poput posebno prva dva navedena, daju za pravu web 2.0 alatima da i danas jako dobro kotiraju te zadrže veoma važnu ulogu u procesima na mreži.

Obzirom da ne postoji univerzalno prihvaćena definicija web 2.0, obično se opisuje kroz komponente, koje stvaraju online okruženje u kojem su saradnja i interaktivnost centralne figure. Te komponente su wikiji, softverske aplikacije, društvene mreže, generisani sadržaji za opšte korisnike, te crowdsourcing<sup>1</sup>. Zbog prirode platforme i primjene, web 2.0 se često naziva društvenim medijima (Anunobi & Ogbonna, 2012). Ipak Kaplan i Haenlain (2010, 61) definiraju društvene medije kao grupu internetskih aplikacija koje se baziraju na ideološkim i tehnološkim osnovama web 2.0 i koje omogućavaju kreiranje i razmjenu sadržaja generisanog od strane korisnika.

---

<sup>1</sup> *Crowdsourcing* - praksa prikupljanja informacija ili unosa u zadatke ili projekte angažovanjem usluga velikog broja ljudi, bilo plaćenih ili neplaćenih, obično putem interneta (Hargrave, 2022).



Stranice društvenih mreža potiču iz 1990-tih i njihova glavna funkcija je artikulirati i učiniti vidljivim društvene mreže. Društvene mreže se najčešće koriste za komunikaciju sa ljudima koji su dio proširene društvene mreže pojedinca i ne specifično za interakciju sa novim ljudima (Kronqvist-Berg, 2014: 11). Drugim riječima, stranice društvenih mreža su zasnovane na ljudskim i virtuelnim zajednicama baziranim na interesima (Boyd & Ellison, 2007). Jedna od najranijih društvenih mreža je bio SixDegrees, praćen Friendster-om, MySpace-om i Facebook-om (Kronqvist-Berg, 2014: 11). Upravo je društveni aspekt Interneta djelomično transformiran; generalno, društvene mreže dozvoljavaju korisnicima da se uključuju i vrše interakciju jedni sa drugima dijeleći mišljenja, perspektive i misli općenito. Korisnici mogu označavati, dijeliti, i lajkati sadržaje (Kenton, 2022). Anttiroiko i Savolainen (2011) dijele društveni medij i društvenu upotrebu na dva temeljna elementa: društveno umrežavanje i dijeljenje sadržaja. Autori pojašnjavaju da se uvedenim terminima referiraju na izgradnju i funkcioniranje društvenih mreža za zainteresirane korisnike te njihovo međusobno povezivanje i dijeljenje sadržaja. Ova dva pojma su nekad navedena kao dvije temeljne forme stranica društvenih mreža (SNSs), koje se dijele na: stranice društvenih mreža temeljene na profilu, primjerice Facebook i Instagram, te stranice društvenih mreža temeljene na sadržaju, primjerice YouTube (Anttiroiko & Savolainen, 2011: 89).

Kako King (2014) navodi u članku *Landscape of social media for libraries* (Pejzaž društvenih medija za biblioteke), mnoge biblioteke koriste Facebook<sup>2</sup>, i to bi se trebalo smatrati esencijalnim u današnjem pejzažu društvenih mreža, a s obzirom na evidentnu svjetsku popularnost ove društvene mreže. Ta se tvrdnja, prenijevši je u okvire bosanskohercegovačkog društva, svakako može potkrijepiti činjenicom da je u februaru 2023. godine na ovoj društvenoj mreži registrovano 2 033 500 korisnika ove društvene mreže, što predstavlja 58,7% od ukupnog broja populacije Bosne i Hercegovine (Slika 1).

---

<sup>2</sup> Facebook - društvena mreža koja je dio kompanije Meta Platforms. Osnovana je 2004. godine od strane Marca Zuckerberga i saradnika. Facebook se razvio u najveću društvenu mrežu na svijetu sa približno tri milijarde korisnika u 2021. godini od čega gotovo polovina korisnika koristi Facebook svaki dan (Hall, 2023).



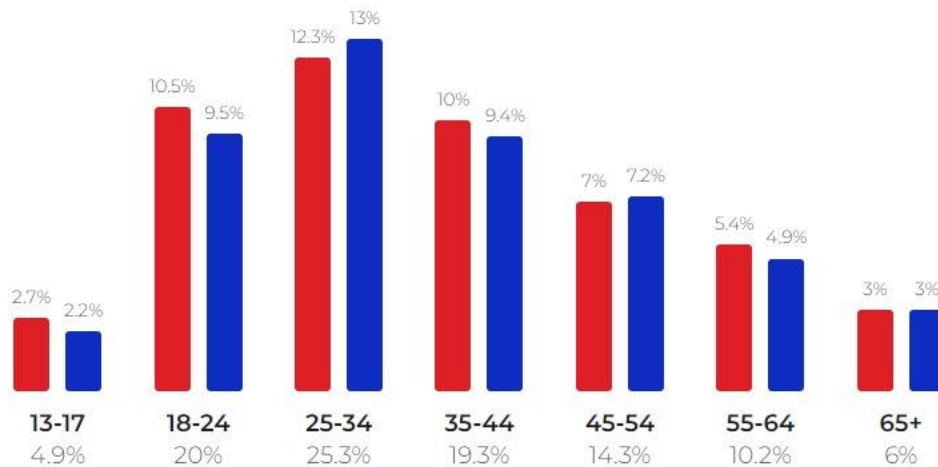
 2 033 500



50.8%  
women



49.2%  
men



Slika 1. Broj Facebook korisnika u Bosni i Hercegovini<sup>3</sup>

Instagram<sup>4</sup> je četvrti najaktivniji društveni medij, iza Facebook-a, YouTube-a i WhatsApp-a, ali je i na drugom mjestu iza Facebook-a po broju korisnika koji se logiraju na dnevnoj bazi (Hursh, 2023). Mollet i McDonnell (2014) napominju kako Instagram dozvoljava bibliotekama da unesu malo razonode u njihove online profile i vrše interakciju sa korisnicima na nove načine. Poput Facebook-a, korištenje Instagrama, kao jednog od službenih kanala biblioteka se nameće kao sasvim logičan odabir kada se uzevši u obzir statističke podatke koji upućuju na 1 207 200 korisnika ove društvene mreže u Bosni i Hercegovini (Slika 2).

<sup>3</sup> Facebook users in Bosnia and Herzegovina—February 2023. (2023, februar).

[https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia\\_and\\_herzegovina/2023/02/](https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia_and_herzegovina/2023/02/)

<sup>4</sup> Instagram - društvena mreža za dijeljenje fotografija i videozapisa. Aplikaciju su pokrenuli Kevin Systrom i Mike Krieger 2010. godine, a danas je u vlasništvu kompanije Meta Platforms. Jedna je od najvećih društvenih mreža, a u 2022. godini na Instagramu je mjesečno bilo aktivno preko dvije milijarde korisnika (Eldridge, 2023).



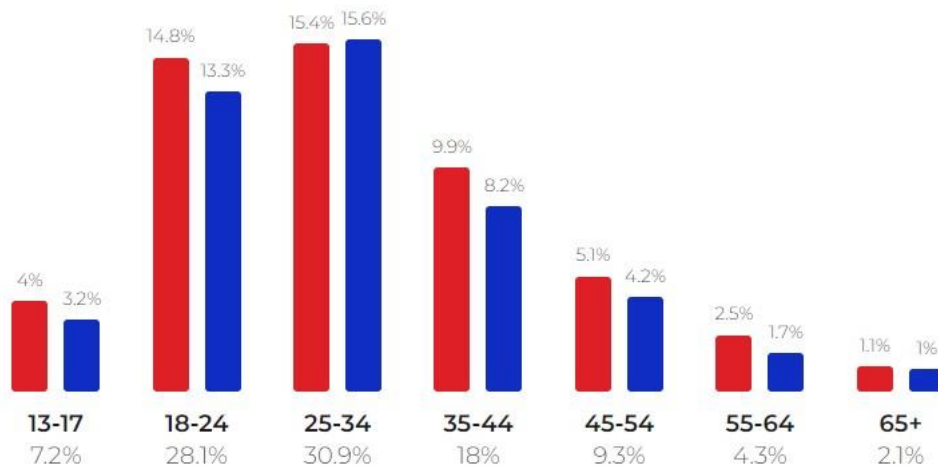
## Instagram users in Bosnia and Herzegovina February 2023



 1 207 200

 52.8%  
women

 47.2%  
men



Slika 2. Broj Instagram korisnika u Bosni i Hercegovini<sup>5</sup>

YouTube<sup>6</sup> je alat za dijeljenje i emitovanje video i audio sadržaja i jedan od pionira web 2.0 platformi, uzimajući u obzir vrijeme njegovog nastanka. Ovaj alat ima svoje mjesto u web 2.0 konceptu, jer po njegovim obilježjima i spektrom funkcija dozvoljava mnogo više od statičkog dijeljenja i pregledavanja video i audio sadržaja. Neke od mogućnosti koje pruža jesu označavanje, praćenje drugih i ostavljanje komentara na video što osigurava mnogo interakcije na pomenutoj platformi. YouTube je druga najposjećenija platforma na svijetu, nadmašena jedino od strane Google-a (Hursh, 2023). Moć društvenih medija se demonstrira ne samo kroz

<sup>5</sup> Instagram users in Bosnia and Herzegovina—February 2023. (2023, februar).

[https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia\\_and\\_herzegovina/2023/02/](https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia_and_herzegovina/2023/02/)

<sup>6</sup> YouTube – mrežna stranica za dijeljenje videozapisa. Steve Chen, Chad Hurley i Jawed Karim su registrirali YouTube platformu 14. februara 2005. godine. Inicijalna ideja dijeljenja kućnih videozapisa je prevaziđena u vrlo kratkom periodu te se YouTube kroz godine profilisao u platformu sa preko dvije milijarde korisnika širom svijeta što je čini drugom najpopularnijom platformom. Od 2006. godine YouTube je dio kompanije Google (Hosch, 2023).

ogroman broj ličnih konekcija koje gradi nego kroz ulogu koja se ogleda u velikom utjecaju na društvene promjene (Miller, 2014; 405). Stoga, veoma je bitno raditi na svijesti prisustva na društvenim medijima ukoliko postoje ambicije vidljivosti i prepoznatljivosti što javnim bibliotekama svakako jeste potrebno.

### 3.1. Web 2.0 i javne biblioteke

Načini na koje se dolazi do informacija promijenili su se pod utjecajem Interneta i web 2.0, pa su informacije u velikoj količini postale dostupne u mrežnom okruženju, izašavši tako izvan fizičkih prostora arhiva, knjižnica ili muzeja (Holcer, 2017: 147-159). Kada u isti kontekst stavljamo web 2.0. alate i biblioteke, onda moramo skrenuti pažnju na kovanicu i termin „Biblioteka 2.0“. Bibliotekar čija je odgovornost prvenstveno usmjerena na pružanje informacija široj javnosti prevazišao je ograničenja statičkog weba te iskorištava mogućnosti koje pruža web 2.0. Rezultat je evoluirajući izraz “Biblioteka 2.0” kako je predložio Michael Casey na svom *Library Crunch Blogu*. Miller (2005) je primijetio da je biblioteka 2.0 primjena razmišljanja i tehnika web 2.0 na bibliotečke usluge i zbirke. Kao novi način bibliotečke usluge, Casey & Savastinuk (2006) smatrali su biblioteku 2.0 instrumentom za revitalizaciju rada biblioteka. Razlog za ovo očekivanje je taj što je biblioteka 2.0, kako je predložio Maness (2006), usmjerena na korisnika, pruža multimedijско iskustvo, društveno bogata i inovativna iskustva u zajednici. Mnogi razlozi i prednosti opravdavaju korištenje web 2.0 od strane bibliotekara. To uključuje razmjenu informacija kroz grupe za diskusije, promoviranje društvene interakcije, preporuku knjiga i klasifikaciju resursa (folksonomija) za kolektivnu inteligenciju, kreiranje predmetnih vodiča, dodavanje i ažuriranje sadržaja i informacijske pismenosti (Barsky & Purdon, 2006).

Autori Huvila et al. (2013: 198) primjećuju da biblioteka 2.0 mijenja način na koji biblioteke komuniciraju sa svojim korisnicima i slažu se da tehnološki razvoj na webu ima veliki utjecaj na ove promjene. U temeljnim počelima biblioteka je istaknuto kako su to institucije koje stvaraju zajednice, dopiru do novih korisnika tj. aktivno prate informacijske potrebe korisnika kako bi osmislile i ponudile odgovarajuće usluge, u tom smislu bibliotekari se upravo mogu koristiti web 2.0. alatima na raznovrsne načine kako bi ostvarili ove uloge u savremenom okruženju. Blogovi, alati i platforme za dijeljenje fotografija/ videa i wikiji se koriste za postavljanje izvora, osvrti, i informacija o novim knjigama, za kolektivnu

inteligenciju i poučavanje informacijske pismenosti (Scottish Library & Information Council & Chartered Institute of Library & Information Professionals in Scotland, n.d). Pachecho, Kuhn & Grant (n.d) su dalje sugerirali da se stranice društvenih mreža koriste za objavljivanje informacija korisnicima, za recikliranje sadržaja, komunikaciju sa stručnjacima i kolegama, tržišne usluge, stvaranje grupa za diskusiju i pronalaženje rješenja za radne probleme (Cook & Wiebrands, 2010) Biblioteka 2.0 kao društveno bogat prostor s više mogućih načina komunikacije sa korisnicima, kako sinhronim (npr. kroz IM), tako i asinhronim (npr. kroz wiki) vidovima komunikacije bitno doprinosi povezanosti zajednice sa bibliotekom. Biblioteka 2.0 usto je i inovativna u odnosu na zajednicu: biblioteke su oduvijek, kao i ostale ustanove baštine, društveno odgovorne ustanove, odnosno ustanove na usluzi društvenoj zajednici čijim promjenama se prilagođavaju, ali biblioteka 2.0 ne samo da se mijenja sa zajednicom, ona dozvoljava zajednici korisnika da mijenjaju biblioteku (Kodrić, 2010).

<b>Biblioteka 1.0</b>	<b>Biblioteka 2.0</b>
E-pošta referentna usluga / Q&A stranice	Razmjena poruka u stvarnom vremenu
Tekstualni vodiči	Vodiči zasnovani na pokretnim medijima s interaktivnim bazama podataka
Popisi adresa e-pošte	Blogovi, wikiji, RSS
Kontrolirane klasifikacijske sheme	Tagovanje praćeno kontroliranim shemama
OPAC	Personalizirano sučelje društvene mreže
Katalog kojeg sačinjava uveliko pouzdana štampana i elektronska građa	Katalog pouzdanih i suspektnih zbirki, Web stranica, blogova, wikija itd.

*Tabela 1. Razlike između biblioteke 1.0 i biblioteke 2.0<sup>7</sup>*

Kodrić (2010) je ponudila evidentne razlike između dva koncepta, biblioteke 1.0 kao ranijeg i biblioteke 2.0 kao unaprijeđenog koncepta koji nudi, za korisnika, vrlo dinamične mogućnosti i dozvoljava da biblioteci i uslugama pristupi na drugačije načine (Tabela 1). Kada

<sup>7</sup> Kodrić, L. (2010). Web 2.0 i biblioteka 2.0: Kako su Web 2.0 alati unaprijedili pristup objektima baštine? 2. Međunarodni simpozij Digitalizacija kulturne baštine Bosne i Hercegovine, Sarajevo. <http://hdl.handle.net/123456789/2041>

je web postao aktuelan, bibliotekari su vrlo rano prihvatili tehnologiju kao način dosezanja do njihovih zajednica, i prihvatanje društvenih mreža je teklo jednako brzo. Međutim, neki su potcijenili vrijeme i trud potreban za izradu i održavanje mrežne stranice, a to može biti tačno i za upotrebu društvenih mreža (Miller, 2014: 405). Društvene mreže, usto, karakteriziraju i za korisnike vrlo atraktivno hibridiziranje mnogih web alata – razmjene poruka u stvarnom vremenu obogaćene multimedijalnim komponentama, blogiranja, tagiranja, i dr., što doprinosi njihovoj općoj popularnosti (Kodrić Zaimović, 2021: 104).

U sferi pojavnosti biblioteka na društvenim mrežama, možemo govoriti o tri vrste. Naime radi se o pojavnosti u vidu bibliotečkih blogova, nakon njih slijede kompletne dinamične mrežne stranice i naposljetku pojavnost kroz eksterne mrežne servise odnosno društvene mreže. Pojavnost knjižnice na društvenoj mreži nadopuna je postojećoj službenoj internetskoj stranici knjižnice. Ukoliko knjižnica nema službenu internetsku stranicu, pojavnost knjižnice na promišljeno odabranoj društvenoj mreži može biti dobra, ali privremena alternativa, te bi se trebalo usmjeriti i na to da knjižnica ima i službenu internetsku stranicu (Holcer, 2017: 147-159). Neke biblioteke su odabrale da stvaraju prostor na Facebook-u, MySpace-u i SecondLife-u, a neke su biblioteke prisutne na mrežama za dijeljenje fotografija i video sadržaja kao što su Flickr i YouTube (Kronqvist-Berg, 2014: 26). Upravo Mannes (2006) napominje kako društvene mreže, u nekom smislu, jesu zapravo biblioteka 2.0., a Manifest bibliotekara 2.0 (Cohen, 2006), u kontekstu primjene web 2.0 alata u bibliotekama, predstavlja važan dokument u kojem se navodi nekoliko vrlo bitnih stavki koje vežemo sa prisustvom biblioteka na društvenim mrežama:

- Prepoznajem da se univerzum informacijske kulture brzo mijenja i da biblioteke trebaju pozitivno odgovoriti na te promjene obezbjeđivanjem resursa i usluga koje korisnici trebaju i žele;
- Nastojat ću saznati što je moguće više o informacijskoj kulturi mojih korisnika i tražit ću načine da ta saznanja ugradim u bibliotečke usluge koje nudim;
- Ići ću tamo gdje su korisnici, ma gdje se oni nalazili: bilo online ili u fizičkom prostoru i gdje budu oni, tamo ću praktimirati svoju profesiju.

Rani implementatori bibliotečkih usluga na društvenim mrežama tvrde kako su [društvene mreže] dovele do stvaranja zajednica, pomogle u dosezanju i privlačenju novih i ranijih korisnika, otvorile komunikaciju i dozvolile nova mjerenja korištenja i vrijednosti (Rutherford, 2008).

Američka bibliotečka asocijacija (ALA abbrev., *American Library Association*) u Smjernicama za društvene medije u javnim i akademskim bibliotekama (2018) upućuje na svrhu i obim djelovanja pomenutih biblioteka na društvenim medijima te pri tome napominje kako bi biblioteka svoju politiku društvenih medija trebala učiniti javno dostupnom na svojoj web stranici. Postoji niz mogućih nivoa angažovanja zajednice koji su na raspolaganju bibliotekama, a neki primjeri su navedeni u nastavku:

- Biblioteka objavljuje informacije u vezi sa svojim uslugama i poslovanjem i ne traži niti odgovara na komentare.
- Biblioteka objavljuje informacije i povremeno poziva za odgovore ili komentare u anketi.
- Biblioteka zadržava pravo da zatvori komentare u unaprijed određeno vrijeme, a ne kao odgovor na primljene komentare.
- Biblioteka poziva ljude da povremeno objave ili komentiraju različite teme.
- Biblioteka saraduje sa svojom zajednicom u vezi sa pitanjima vezanim za bibliotečke izvore i usluge.
- Biblioteka služi kao forum za diskusiju o mnogim pitanjima vezanim za njene zbirke, programe i prostore.

U postojećoj literaturi iz oblasti bibliotečko-informacijskih nauka značajan je broj istraživanja koja su obuhvatila upotrebu web 2.0 alata u bibliotekama i njihovo prisustvo na društvenim mrežama kao *social networking* alatima. U zavisnosti od cilja istraživanja i tipa biblioteka, svako od njih nosi specifične elemente i sadrži razrađenu metodologiju. Realizirana istraživanja su postavljena iz različitih perspektiva, ali većina istraživanja se može kategorizirati u tri glavne kategorije: *bibliotečka perspektiva* (istraživanja o tome kako se društvene mreže mogu integrirati u postojeće bibliotečke usluge), *korisnička perspektiva* (što korisnici očekuju od biblioteka unutar okruženja društvenih mreža) i *perspektiva sadržaja* (kakvu vrstu informacija biblioteke objavljuju preko svojih odabranih društvenih mreža). Naprimjer, Williams (2018) je provela komparativno istraživanje *The adoption of Web 2.0 technologies in academic libraries: A comparative exploration* (Usvajanje web 2.0 tehnologija u akademskim bibliotekama: Komparativno istraživanje), čiji je glavni cilj ispitivanje upotrebe web 2.0. tehnologija u akademskim bibliotekama. U zaključku Williams navodi kako je osvjешteno da su lahkoća upotrebe kao i adekvatni ili neadekvatni finansijski izvori odigrali vitalnu ulogu u prihvatanju ili odbijanju koncepta biblioteke 2.0 u analiziranim bibliotekama.

Calvi, Cassella i Nuijten (2010) su predstavile studiju pod nazivom *Enhancing users' experience: A content analysis of 12 University Libraries Facebook profiles* (Poboljšavanje korisničkog iskustva: Sadržajna analiza 12 Facebook profila univerzitetskih biblioteka) u kojoj su, pored ispitivanja upotrebe i postojanja društvenih mreža biblioteka, provele sadržajnu analizu koja je obuhvatila broj objavljenih fotografskih i videografskih sadržaja, linkove na druge kanale društvenog umrežavanja i informisanja, vrste objava o novostima u biblioteci, prisustvo poveznica događaja izvan biblioteka i mogućih sponzora, broj pratitelja, i da li se Facebook stranica koristi za najave i promociju aktivnosti, te općenito način upotrebe zida na Facebook stranici. Kao pozitivan zaključak naveli su kako se iz njihovog istraživanja može uvidjeti da Facebook stranice pomažu poboljšanju komunikacije sa studentima ukoliko su bibliotekari proaktivni i održavaju zid Facebook-a živim, ali da trenutno nema dokaza da su pružanje sadržaja ili usluga, odnosno referentne usluge poboljšane ovim aktivnostima biblioteka.

Chiu i Lin (2012) su u radu *Virtualizing Library Processes and Interactions: A Content Analysis of Library Facebook Profiles* (Virtualiziranje bibliotečkih procesa i interakcije: Sadržajna analiza Facebook profila biblioteka) pored načina upotrebe Facebook profila, broja pratitelja, objava ili frekventnosti izlaženja novosti, u svoju analizu uključili i opće informacije o biblioteci, objave o referentnim uslugama, poveznice na katalog biblioteke i druge online baze podataka. Osim toga, informativne i promotivne aktivnosti su razdijelili na događaje u biblioteci i u kampusu, a kao posebnu kategoriju izdvojili referalne usluge po pitanju preporuka za čitanje i slično. U zaključku istraživanja se naglašava na raznolikost upotrebe i primjene Facebook stranica u analiziranim bibliotekama, dok se istovremeno napominje kako su tek tri biblioteke uključile na stranicu svoje WebPAC pretraživačke sisteme. Ističu također i negativnu karakteristiku korištenja Facebook-a i drugih društvenih mreža zbog prodornosti spamova, prevara i slično zbog čega se mora uložiti posebna energija u sprječavanje istog, a što analizirane biblioteke uspješno rade.

*Academic Library Use of Facebook: Building Relationships with Students* (Upotreba Facebooka u akademskim bibliotekama: Izgradnja odnosa sa studentima) je istraživanje koje je objavila Phillips (2011) koje analizira broj, frekvenciju i sadržaj objava na Facebooku. Analiza je otkrila da Facebook nudi akademskim bibliotekama dinamično okruženje za njegovanje odnosa sa studentima. Biblioteke predstavljaju informacije kroz statusne poruke koje sugerišu ko su i šta rade. Osim što nude informativne sadržaje, biblioteke pokušavaju da se uključe i uspostave odnos sa studentima putem Facebooka.



Kushniryk (2021) je u svom istraživanju *'Follow us on Twitter': How public libraries use dialogic communication to engage their publics* ('Pratite nas na Twitteru': Kako javne biblioteke koriste dijalošku komunikaciju da angažiraju javnost) predstavila analizu šest kategorija sadržaja: informacije, novosti u radu, izvori, promocije, događaji i Q&A. Kushniryk zaključuje da bi biblioteka imala pozitivne veze sa zajednicom bazirane na povjerenju, potrebno je da ima efikasnu komunikaciju sa zajednicom i izvještava o svim pozitivnim aktivnostima koje se poduzimaju u zajednici.

Ayu i Abrizah (2008) su proveli istraživanje pod naslovom *Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Page among Academic Libraries in Malaysia* (Da li koristite Facebook? Upotreba i primjena Facebook stranice u akademskim bibliotekama u Maleziji) u kojem tematiziraju korištenje i primjenu Facebooka među malezijskim akademskim bibliotekama kako bi se istima pružile ideje za najbolje prakse u korištenju društvenih mreža za bolje profilisanje i učinkovito komuniciranje sa svojim korisnicima u pomenutom okruženju. Ovim istraživanjem, kako se navodi u zaključku, ponuđen je novi instrument za određivanje razine korištenja Facebook-a među akademskim bibliotekama u vidu kontrolne liste sa 30 elemenata u kategorijama poput prisustva općih informacija o biblioteci, upotrebe zida, karakteristika stranice, te načina komunikacije na stranici.

Rogers (2015) u istraživanju *Academic and Public Libraries' Use of Web 2.0 Applications and Services in Mississippi* (Akademske i javne biblioteke' Upotreba web 2.0 aplikacija i usluga u Misisipiju) donosi podatke u kojoj se mjeri javne i akademske biblioteke u Mississippi-ju poklapaju sa tehnološkim zahtjevima koje su postavile profesionalne organizacije. U zaključku istraživanja se navodi kako su mnoge od web 2.0 tehnologija i aplikacija besplatne, zahtijevaju vrlo malo obuke za upotrebu i postaju integrirani aspekti online prisustva ovih biblioteka. Drugi zaključak je kako upotreba web 2.0 tehnologija nije uniformna čak ni među istim tipovima biblioteka.

Istraživanje Rachman et al. (2018) pod naslovom *Content Analysis of Indonesian Academic Libraries' Use of Instagram* (Sadržajna analiza upotrebe Instagrama u indonezijskim akademskim bibliotekama) donosi sadržajnu analizu pet profila akademskih biblioteka Indonezije na Instagramu. Sadržajna analiza je obuhvatila pet kategorija sadržaja koje se odnose na profilne fotografije, raspored objavljivanja, tipove informacija postavljenih na Instagramu te interakciju sa korisnicima. Rezultati ovog istraživanja su pokazali upotrebu

profila uglavnom u marketinške svrhe kao i u svrhe informiranja korisnika o aktivnostima i događajima u biblioteci.

*From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library* (Od Facebook-a do Instagram-a: Istraživanje korisničkog učešća u akademskim bibliotekama) je još jedno istraživanje kojim su Chan et al. (2020) analizirali sadržaje na društvenim mrežama Facebook i Instagram, te korisničke povratne informacije pomoću intervjua korisnika na kampusu. Istraživanje je otkrilo nisku uključenost korisnika na ovim kanalima te da su najfrekventniji sadržaji bile vijesti iz biblioteke o aktivnostima u biblioteci.

Mizunuma et al. (2019) u svom radu *YouTube Videos Produced by U.S. Public Libraries: Analysing Factors that Increase Views* (YouTube videozapisi proizvedeni od strane javnih biblioteka SAD-a: Analiza faktora koji povećavaju gledanost) su nastojali tretirati pitanje utilizacije YouTube-a iz perspektive javnih biblioteka. Njihov cilj je bio da, uz pomoć istraživanja odabranih kategorija, i to dužine, naslova, opisa, glasovnih zvukova, sadržaja i učesnika u video sadržaju, donesu reprezentativne faktore koji donose povećanje pregleda, odnosno samu gledanost na YouTube-u. Rezultati istraživanja su pokazali da su nepopularni video snimci često bili vrlo kratki (manje od 30 sekundi) ili veoma dugi (preko 20 minuta). Popularni video snimci su bili informativniji od onih nepopularnih (npr. imali su duže naslove i češće su uključivali opise kako bi se identificirao sadržaj videozapisa).

Od istraživanja iz regiona, a koja su tematizirala prisustvo biblioteka na društvenim mrežama, provedeno je nekoliko njih u Republici Hrvatskoj. Pažur Vojvodić (2010) je u istraživanju pod nazivom *Hrvatske knjižnice na Facebooku* (Croatian libraries on Facebook) analizirala slijedeće kategorije: broj članova, broj obavijesti knjižničara i članova, broj diskusija, broj poveznica, postojanje foto i video materijala, broj obavijesti o događajima, datum prve i posljednje obavijesti, te informacije o pokretaču. Rezultati ove analize pokazali su kako se, u vremenu u kojem je istraživanje realizirano, tek mali broj hrvatskih biblioteka odvažio na eksperiment s Facebook-om te da gledano u cjelini, može se reći da tek manji dio biblioteka redovito stavlja obavijesti i održava svoje grupe/stranice ažurnima. Banek Zorica, Ivanjko i Benčec (2012) su predstavili rad pod nazivom *Croatian libraries on Facebook – content analysis* (Hrvatske biblioteke na Facebooku – sadržajna analiza). Sadržajna analiza u ovom radu sadržava dva tipa podataka: tip objave i sadržaj objave, dok su finalne kategorije bile: aktivnosti u biblioteci, vijesti iz kulture, obavijesti o bibliotečkim uslugama, korisni linkovi, novi naslovi u biblioteci, pozivi za saradnju, spam i drugo. Zaključeno je kako veliki

broj hrvatskih biblioteka ima reprezentacije na Facebook-u, ali da zapravo mali broj njih iskorištava puni potencijal društvene mreže. Analizom su pokazali kako mali broj biblioteka ima odgovornost za objavljivanje većine objavljenih sadržaja, dakle da su to uglavnom preuzeti sadržaji. Osim toga, zaključeno je kako su mnoge prezentacije dosta neaktivne.

## 4. Istraživanje o upotrebi društvenih medija u javnim bibliotekama u FBiH

### 4.1. Metodologija istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada su trendovi korištenja web 2.0 alata u javnim bibliotekama u Federaciji Bosne i Hercegovine i to u ukupno 64 javne biblioteke, koliko ih djeluje u Federaciji Bosne i Hercegovine, a prema publikaciji *Vodič kroz javne biblioteke u Bosni i Hercegovini* (2020). Cilj rada je istražiti prisustvo javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na društvenim mrežama Facebook i Instagram, te platformi YouTube te analizirati koje sadržaje javne biblioteke postavljaju na pomenutim platformama.

U tom smislu, rad je koncipiran i osmišljen da odgovori na nekoliko istraživačkih pitanja:

1. Koje društvene medije javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine najčešće upotrebljavaju?
2. Koliko su javne biblioteke aktivne na društvenim medijima?
3. Kako se kulturno-javna djelatnost javnih biblioteka na prostoru Federacije Bosne i Hercegovine ostvaruje putem društvenih medija?

S ciljem donošenja odgovora na postavljena istraživačka pitanja korištena je metoda analize sadržaja, pri čemu se kao instrument istraživanja koristi kontrolna lista (checklist) nastala na bazi ranijih, u prethodnom poglavlju pomenutih, istraživanja ove tematike. Krippendoff (2004) opisuje analizu sadržaja kao istraživačku metodu za stvaranje repliciranih podataka i zaključaka iz tekstova (ili drugih smislenih stvari) u kontekstu njihovog korištenja. Ova korisna metoda pruža nove uvide, povećava istraživačevo razumijevanje određene pojave ili informira o praktičnim radnjama.

Kao polazišta ovog istraživanja poslužili su pretraživač i postojeće web stranice javnih biblioteka preko kojih se nastojalo, tamo gdje su te stranice dostupne, korištenjem poveznica

pristupiti pomenutim kanalima društvenih mreža biblioteka, a kada je analiza sadržaja koji se postavljaju na društvenim mrežama u pitanju, na kontrolnoj listi, koja je, kako je pomenuto, nastala na bazi ranijih sličnih i srodnih istraživanja, sadržaji su razvrstani na 7 potkategorija, podijeljenih u tri skupne kategorije:

- I. *Opće informacije o biblioteci;*
  - II. *Poveznice na katalog biblioteke, poveznice na stranicu biblioteke, druge poveznice;*
  - III. *Promocija aktivnosti u biblioteci, usluge biblioteke i ostalo.*
- *Opće informacije o biblioteci* odnose se na elemente kao što su puni naziv ustanove, adresu ili lokaciju, kontakt telefon i email adresu biblioteke.
  - *Poveznice na katalog biblioteke* se odnose na poveznice u opisu, prikačene poveznice na katalog na početku stranice ili poveznice na objavi drugog tipa.
  - *Poveznice na stranicu biblioteke* se odnosi na sve poveznice koje upućuju na web stranicu biblioteke ili profile na drugim društvenim mrežama ili platformama za dijeljenje tekstualnih, video ili audio sadržaja.
  - *Druge poveznice* su potkategorija kojom se obuhvataju varietni linkovi koji se dijele na stranicama javnih biblioteka poput poveznica na informativne portale i njihove vijesti, vijesti o kulturnim događajima, poveznice na druge korisne stranice, linkovi na raznolike video sadržaje i slično.
  - *Usluge biblioteke* odnose se na sve objave koje tematiziraju bibliotečko -informatijske usluge koje se nude u biblioteci.
  - *Promocija aktivnosti u biblioteci* čini potkategoriju koja obuhvata objave koje se odnose na promocije knjiga, radionice, seminare, manifestacije, druženja i druge aktivnosti čiji je organizator biblioteka koja je ujedno i mjesto održavanja događaja.
  - *Ostalo* predstavlja vrlo brojnu zbirnu potkategoriju koja okuplja vrlo heterogene vrste objava poput različitih čestitki, motivacionih poruka, citata, sjećanja, preporuka, odluka, posjeta, objava o najčitanijem naslovu, najaktivnijem korisniku, novim naslovima kao i drugim kulturnim manifestacijama u lokalnim zajednicama.



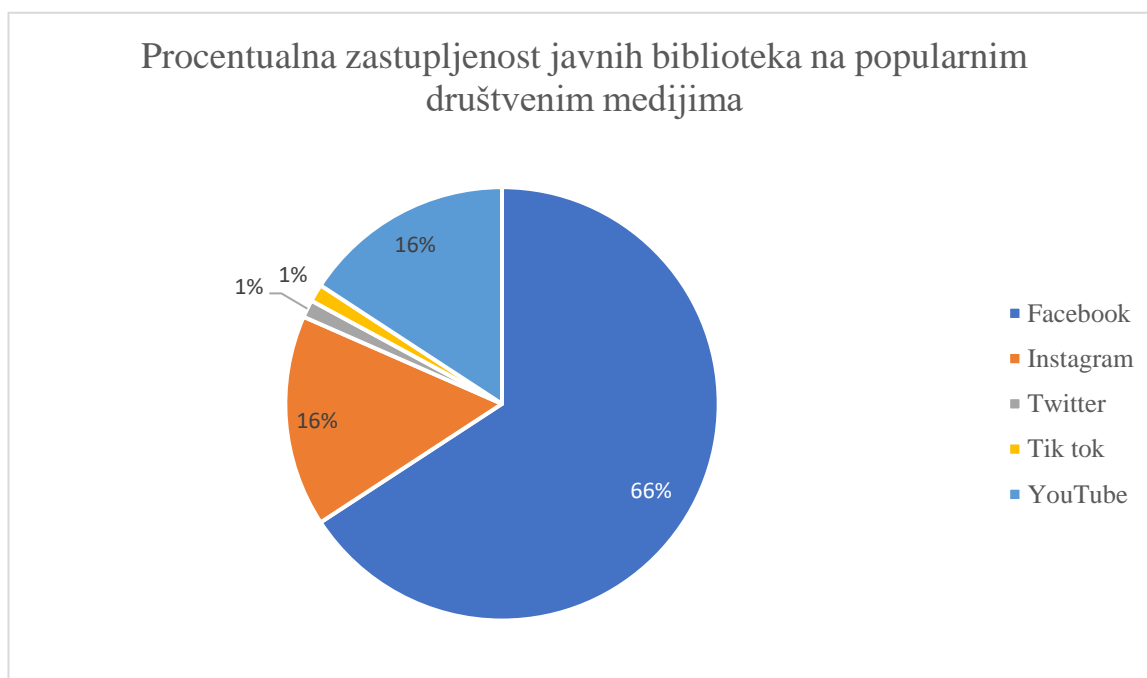
*Grafički prikaz 1. Kategorije sadržaja obuhvaćene istraživanjem*

Prikazane kategorije sadržaja sa svojim elementima predstavljaju skupne kategorije primjenjive na analizirane društvene mreže, Facebook i Instagram te YouTube, zbog karakterističnosti koje ovi društveni mediji imaju, one ne moraju nužno imati sve od navedenih elemenata.

Istraživanje prisustva javnih biblioteka sa područja FBiH na društvenim mrežama Facebook i Instagram te upotreba alata za dijeljenje video i audio sadržaja YouTube-a, kao i analiza pomenutih kategorija sadržaja na navedenim platformama obavljena su tokom mjeseca februara 2023. godine. Sadržajna analiza je obuhvatila sve aktivnosti odnosno objave biblioteka u mjesecu aprilu 2023. godine na društvenim mrežama Facebook (903 objave) i Instagram (43 objave), dok su istraživanjem na platformi YouTube obuhvaćeni svi videozapisi (203 videozapisa) koji su prisutni na kanalima javnih biblioteka. Sveukupan broj analiziranih objava različitog tipa je 1149.

## 4.2. Rezultati istraživanja

Kada se radi o upotrebi društvenih medija u javnim bibliotekama u Federaciji Bosne i Hercegovine, sveukupno je prisutno 75 naloga javnih biblioteka na društvenim medijima od čega najviše njih, čak 50 na društvenoj mreži Facebook. Na društvenoj mreži Instagram postoji 11 aktivnih profila javnih biblioteka, dok je utvrđeno prisustvo jednog registrovanog naloga na Twitter-u i dva na TikTok-u. Na YouTube platformi 12 javnih biblioteka posjeduje aktivne kanale za objavljivanje video sadržaja. Čak 66% javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine ima otvorene službene stranice, profile ili grupe na društvenoj mreži Facebook, 16% na Instagram-u, dok je na Twitter-u 1%, na Tiktok-u 1% te na YouTube-u 16% (Grafikon 1).

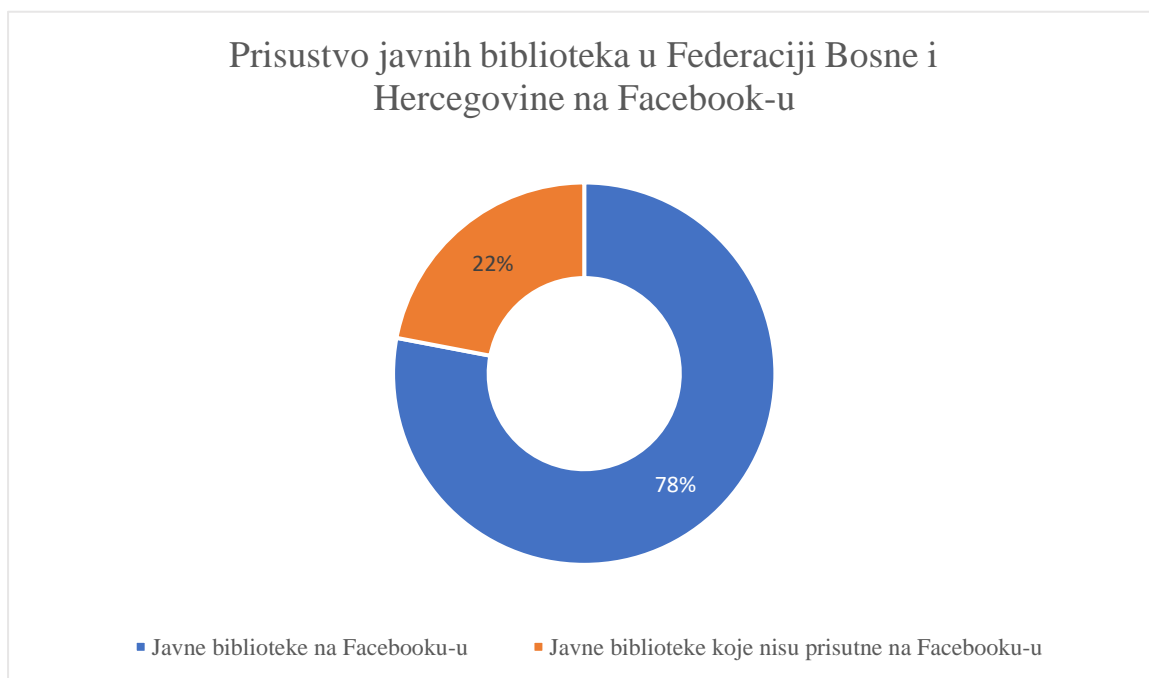


*Grafikon 1. Stranice javnih biblioteka na popularnim društvenim medijima*

Rezultati istraživanja otkrivaju dakle da javne biblioteke u najvećem procentu koriste sljedeće društvene medije: Facebook, Instagram te YouTube.

### 4.2.1. Facebook

Na društvenoj mreži Facebook, od 64 javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine, prisutno je 48 zvaničnih stranica i dvije grupe što čini procentualno 78% od ukupnog broja javnih biblioteka. (Grafikon 2)



*Grafikon 2. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na Facebook-u*

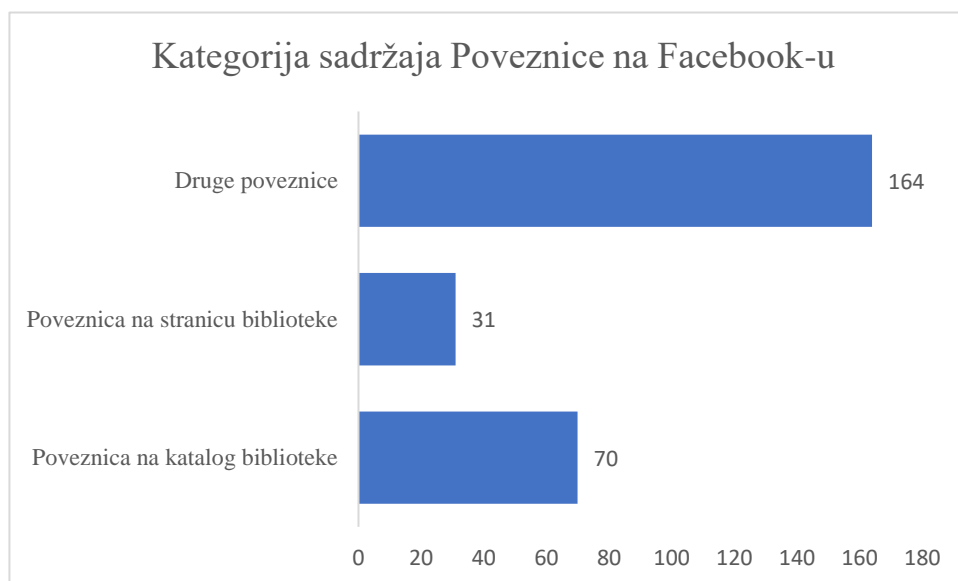
U kategoriji sadržaja „Opće informacije o biblioteci“ na Facebook stranicama javnih biblioteka, 27 javnih biblioteka, od 50 prisutnih na Facebook-u, donose sljedeće informacije: puni naziv ustanove, adresu ustanove, kontakt telefon i email adresu. Tri javne biblioteke na svojim Facebook profilima donose i informacije o kontakt telefonu, dok čak 9 biblioteka na svojim stranicama donose tek puni naziv institucije, bez informacija o kontaktima ili adresi biblioteka.

**Opće informacije**                      **Procentualna zastupljenost  
na Facebook stranici**

Puni naziv ustanove	90%
Adresa ustanove	60%
Kontakt telefon	74%
Email adresa	62%

*Tabela 2. Procentualna zastupljenost općih informacija na Facebook stranicama javnih biblioteka*

Puni naziv ustanove je prisutan na 45 stranica javnih biblioteka, odnosno 90%. Adresa ustanove se pronalazi u 30 slučajeva ili 60%. Na stranicama u 74% slučajeva ili na njih 37 prisutan je kontakt telefon, dok u 62% slučajeva ili na 31 stranici je navedena mail adresa biblioteka (Tabela 2).

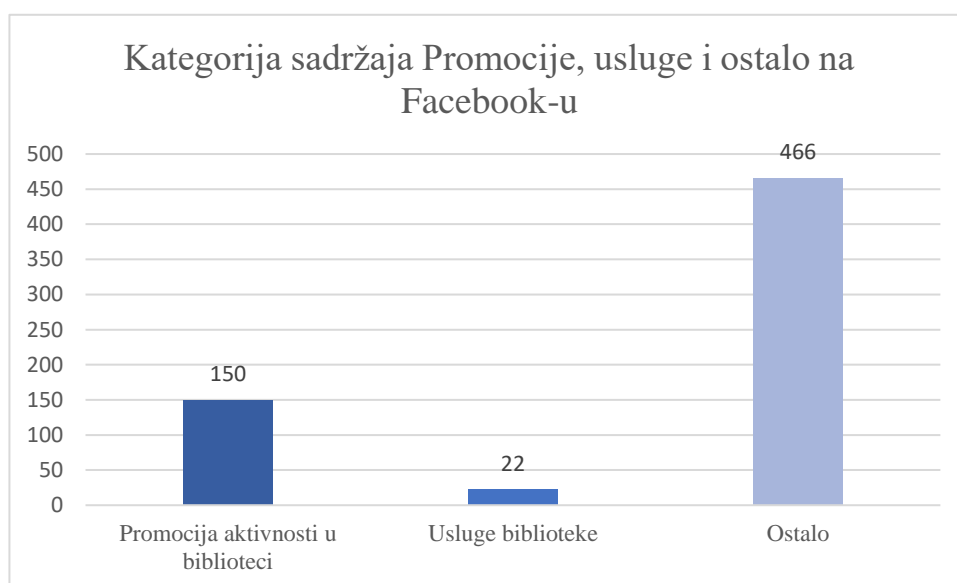


*Grafikon 3. Procentualna zastupljenosti poveznica na mrežne stranice i katalog biblioteke, te drugih poveznica na Facebook stranicama javnih biblioteka*

U kategoriji „Poveznice“ na kontrolnoj listi kategorija, koju čine potkategorije „Druge poveznice“, „Poveznice na katalog biblioteke“ i „Poveznice na stranicu biblioteke“, na



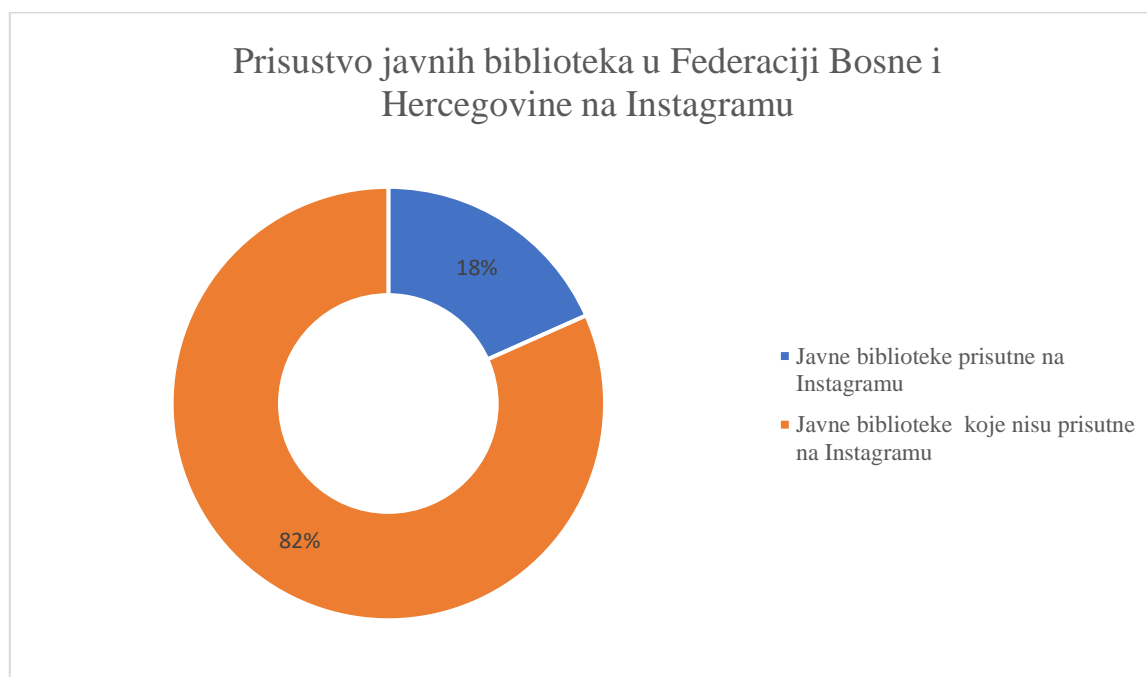
Facebook stranicama javnih biblioteka u FBiH spada 265 objava. Od toga potkategorije „Druge poveznice“ predstavljaju najzastupljeniju potkategoriju sa 164 objave ili 61,88% objava, dok potkategoriju „Poveznica na stranicu biblioteke“ čine 31 objava ili 11,69% objava što predstavlja skupinu najmanje zastupljenih sadržaja na Facebook stranicama javnih biblioteka. Naposljetku u potkategoriju „Poveznica na katalog biblioteke“ spada 70 objava ili 26,41% od ukupnog broja objava u ovoj kategoriji (Grafikon 3).



*Grafikon 4. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na Facebook stranicama javnih biblioteka*

Kategoriju sadržaja „Promocije, usluge i ostalo“, na kontrolnoj listi obuhvataju potkategorije „Promocija aktivnosti u biblioteci“, „Usluge biblioteke“ i „Ostalo“. Ukupan broj objava u okviru ove kategorije iznosi 638. Od tog prednjače sadržaji u potkategoriji „Ostalo“ u koje spada 466 objava (73,04%) i čini ih najzastupljenijim objavama na Facebook profilima javnih biblioteka (odnosi se na objave poput različitih čestitki, citata, sjećanja, preporuka, odluka, posjeta, objava o najčitanijem naslovu ili najaktivnijem korisniku, novim naslovima kao i drugim kulturnim manifestacijama u lokalnim zajednicama). Najmanje sadržaja se pojavljuje u potkategoriji „Usluge biblioteke“ koju čine svega 22 objave ili 3,44%, dok je u potkategoriji „Promocija aktivnosti u biblioteci“ prisutno 150 objava što čini 23,51% od ukupnog broja objava iz navedene kategorije (Grafikon 4).

## 4.2.2. Instagram



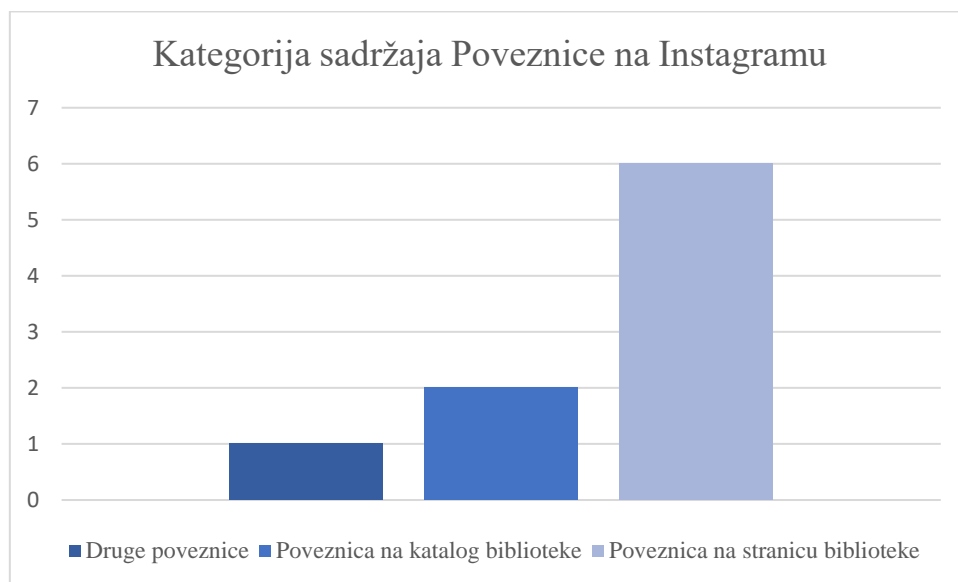
*Grafikon 5. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na Instagramu*

Na društvenoj mreži Instagram prisutno je 11 aktivnih profila javnih biblioteka što procentualno predstavlja 18% od ukupnog broja, dok čak njih 82% ili 49 ne upotrebljava ovu društvenu mrežu u svrhe povezivanja sa svojim korisnicima (Grafikon 5).

<b>Opće informacije</b>	<b>Procentualna zastupljenost na Instagram profilima</b>
Puni naziv ustanove	100%
Adresa ustanove	14%
Kontakt telefon	14%
Email adresa	4,76%

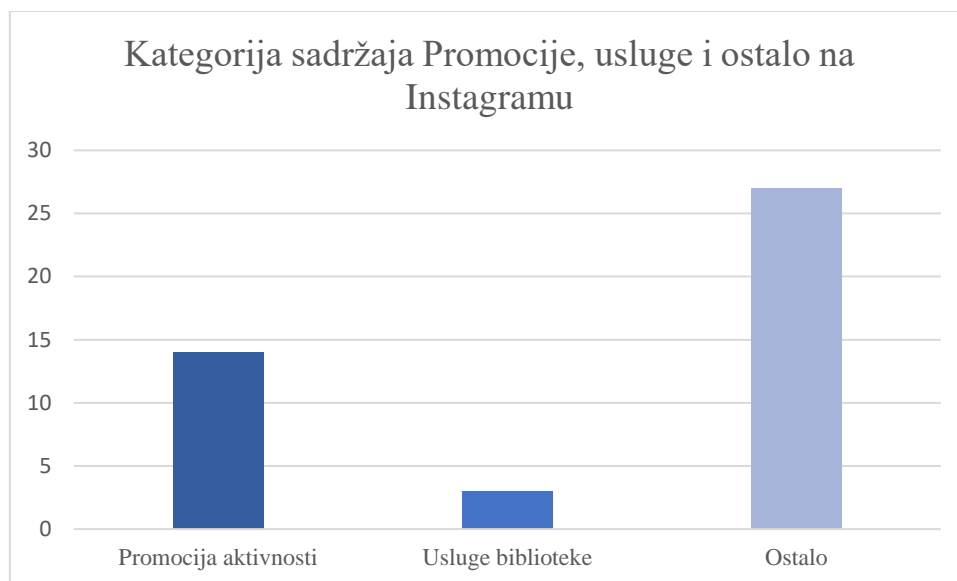
*Tabela 3. Procentualna zastupljenost prisustva općih informacija na Instagram profilima javnih biblioteka*

U kategoriji sadržaja „Opće informacije o biblioteci“ na društvenoj mreži Instagram, 11 biblioteka ima naveden puni naziv ustanove u opisu profila. Adresu ustanove su navele 3 biblioteke ili 14% od ukupnog broja, kontakt telefon je prisutan kod 3 profila ili 14%, te je samo jedna biblioteka u opisu imala email adresu (Tabela 3).



*Grafikon 6. Procentualna zastupljenosti poveznica na mrežne stranice i katalog biblioteke, te drugih poveznica na Instagram profilima javnih biblioteka*

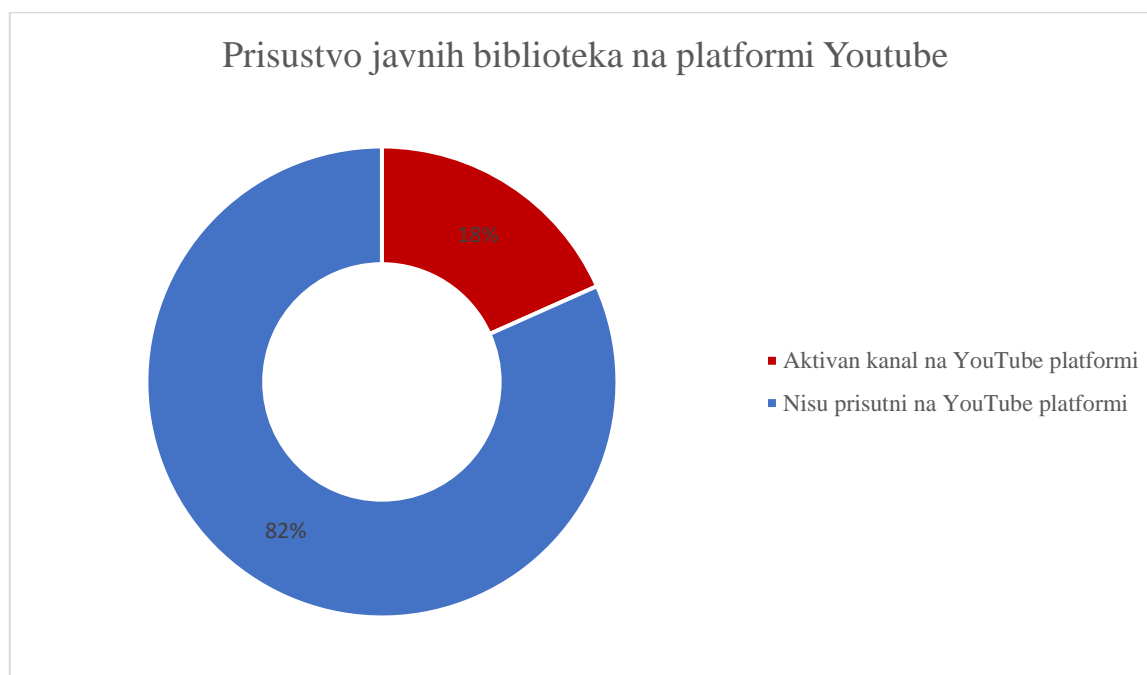
U kategoriji sadržaja „Poveznice“, na Instagram profilima javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine, pojavljuje se svega 9 poveznica. Od toga jedna poveznica se odnosi na potkategoriju „Druge poveznice“, dvije na „Poveznice na katalog biblioteke“ dok su najzastupljenije „Poveznice na stranicu biblioteke“, gdje je prisutno šest poveznica (Grafikon 6).



*Grafikon 7. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na Instagram profilima javnih biblioteka*

U kategoriji sadržaja „Promocija, usluge i ostalo“, na Instagram profilima javnih biblioteka prisutne su 43 objave. Kada se radi o potkategoriji „Promocija aktivnosti u biblioteci“, prisutno je 14 objava (32,55%), u potkategoriji „Usluge biblioteke“ svega 4,65% objava, dok potkategorija „Ostalo“ prednjači sa 27 objava ili 62,79% objava od ukupnog broja za mjesec objava u ovoj kategoriji (Grafikon 7).

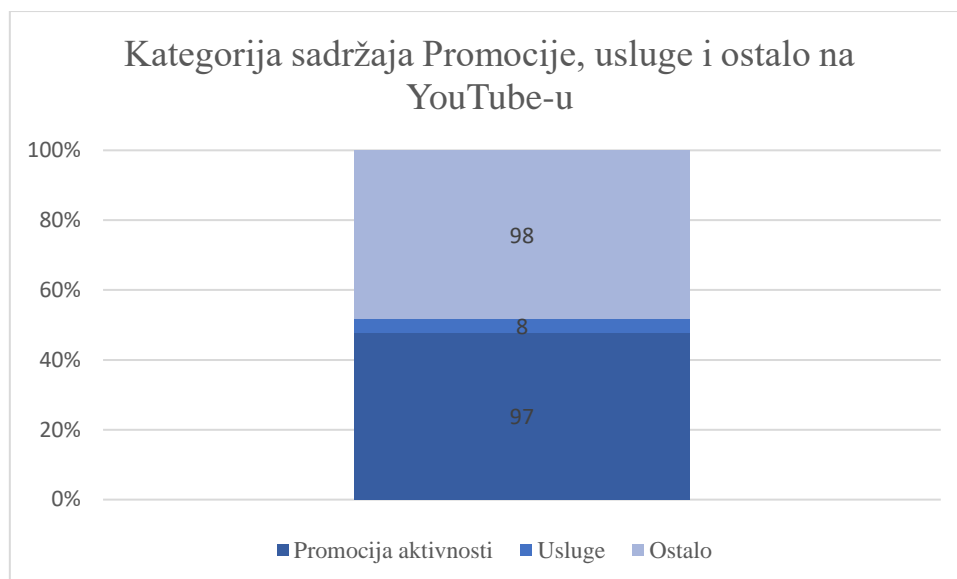
### 4.2.3. YouTube



*Grafikon 8. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka na YouTube-u*

Od ukupnog broja od 64 javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine, na platformi YouTube aktivan kanal ima 12 javnih biblioteka što predstavlja 18% od ukupnog broja javnih biblioteka (Grafikon 8).

Kada se radi o kategoriji „Opće informacije“, potrebno je naglasiti kako na YouTube kanalima biblioteka nije zabilježeno prisustvo nekog od traženih elemenata općih informacija osim na kanalu jedne od biblioteka gdje su u opisu kanala navedene opće informacije poput adrese, kontakt telefona, fax-a, te mail adrese, a osim toga i poveznica na web stranicu biblioteke i njene digitalne kolekcije.



*Grafikon 9. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na YouTube kanalima javnih biblioteka*

Kada su u pitanju video sadržaji koje su biblioteke objavljivale na platformi YouTube, od ukupno 203 videozapisa na kanalima 12 javnih biblioteka u FBiH, njih 98 ili 48,2% spada u kategoriju sadržaja „Promocije, usluge i ostalo“, odnosno potkategoriju „Ostalo“ koja prednjači nad ostalim elementima. Kada se radi o potkategoriji „Promocija aktivnosti“, koja obuhvata objave koje tematiziraju radionice, seminare, male škole, i druge aktivnosti u biblioteci, zastupljeno je 97 videozapisa ili 47,7%, dok u potkategoriju „Usluge u biblioteci“ spada 8 videozapisa ili 3,9% od ukupnog broja videozapisa koji su obuhvaćeni analizom, što ih čini najmanje zastupljenim elementom navedene kategorije (Grafikon 9).

Sveukupan broj pratitelja i članova na 50 aktivnih stranica javnih biblioteka na Facebook-u, u mjesecu aprilu 2023. godine iznosio je 90 031 sa svakodnevnom tendencijom rasta. Broj pratitelja na Instagram profilima 11 biblioteka iznosio je 2991, dok su kanali na YouTube platformi, njih 12, prikupili ukupno 22 221 pregled.

Pored svega navedenog, ovim istraživanjem je detektovano 16 web stranica javnih biblioteka. Jedna biblioteka je razvila specijaliziranu mobilnu aplikaciju za korištenje usluga biblioteke i pristup katalogu, kao i jedan bibliotečki blog koji je neaktivan.

### 4.3. Diskusija

Istraživanje o prisustvu javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na društvenim mrežama, njih 64, započeto je pretraživanjem službenih mrežnih stranica javnih biblioteka, a što je pokazalo da tek 25% analiziranih javnih biblioteka ima svoje web prezentacije. Zbog niskog procenta postojećih mrežnih stranica javnih biblioteka, ali i odsustva poveznica na društvene mreže na mrežnim stranicama javnih biblioteka, u nastavku istraživanja je korišten pretraživač.

Rezultati istraživanja su očekivano pokazali da je biblioteka tamo gdje su ljudi iz društvene zajednice, te je pretpostavka najveće zastupljenosti javnih biblioteka na Facebook-u postala činjenica sa postotkom zastupljenosti od čak 66%. Na društvenoj mreži Instagram je zastupljeno ili koristi 16% javnih biblioteka sa zvaničnim profilima dok su detektovani i profili na Twitter-u i Tiktok-u što govori o trendovima u društvu na ovom području. Osim toga upućeno je i prisustvo biblioteka na YouTube platformi gdje je prisutno 12 kanala javnih biblioteka iz Federacije Bosne i Hercegovine ili 16% od ukupnog broja detektovanih naloga na ovim društvenim medijima.

Također, rezultati su pokazali kako čak 10 javnih biblioteka iz Federacije Bosne i Hercegovine nisu ni na koji način prisutne na mreži, te da sa svojim korisnicima održavaju „tradicionalni“ kontakt u vidu fizičkih posjeta prostorijama biblioteka. Usprkos tome, za javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine se slobodno može ustvrditi kako su vrlo zastupljene na društvenim medijima, sa posebnim akcentom na Facebook koji je najkorištenija društvena mreža od strane istraživanjem obuhvaćenih javnih biblioteka.

Ipak, aktivnost javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na ispitanim društvenim medijima varira. Postoje javne biblioteke koje su vrlo aktivne sa objavama, dok sa druge strane prisutni su profili i stranice određenih biblioteka čija aktivnost je zanemarljiva ili se bazira na sedmičnim objavama, što svakako nije dovoljno. Međutim, u obzir treba uzeti i ograničenja sa kojima se bibliotekari javnih biblioteka možda susreću na terenu (npr. preopterećenost rada bibliotekara, nedostatak bibliotečkog kadra i sl).

Tumačeći rezultate istraživanja nastale analizom sadržaja stranica, profila i kanala javnih biblioteka, ovo istraživanje, je otkrilo kako bibliotekari javnih biblioteka koriste društvene medije u različite svrhe, posebno s ciljem obavještavanja o aktivnostima u bibliotekama i promoviranja te informiranja o svim mandatornim informacijama poput

informacija o djelovanju biblioteke, mogućih izmjena radnog vremena biblioteke i drugim informacijama koje su bitne članovima biblioteke kao što su upute za korištenje online kataloga.

Govoreći o kategorijama sadržaja koje su prisutne ili se plasiraju na različite načine putem pomenutih društvenih medija, stranice javnih biblioteka na društvenoj mreži Facebook dobrim dijelom donose opće informacije. Utvrđeno je kako na Facebook stranicama, 42,18% biblioteka navodi u opisu puni naziv ustanove, adresu ustanove, kontakt telefone i email adrese. Kod zapaženog broja biblioteka su prisutne i lokacije biblioteke na Google Maps servisu. U prilog profilima na Instagramu i kanalima na YouTube-u javnih biblioteka ipak ne idu rezultati analize za navedenu kategoriju obzirom da na Instagramu tek tri biblioteke, od prisutnih jedanaest na pomenutoj društvenoj mreži, u opisu imaju opće informacije o biblioteci dok na YouTube-u samo jedna biblioteka donosi opće informacije.

Od 638 analiziranih objava na Facebooku utvrđujemo kako je najveća zastupljenost objava iz potkategorije „Ostalo“ kategorije sadržaja „Promocije, usluge i ostalo“ sa čak 466 objava koje obuhvataju sadržaje objava poput različitih čestitki, citata, sjećanja, preporuka, odluka, posjeta, objava o najčitanijem naslovu, najaktivnijem korisniku, novim naslovima kao i drugim kulturnim manifestacijama u lokalnim zajednicama. Također, na Instagram profilima najveća aktivnost potpada u istu kategoriju sadržaja sa zastupljenošću objava od preko 95% u periodu analize sadržaja. Na platformi YouTube, od analiziranih 203 videozapisa, utvrđeno je da kategoriju „Promocije, usluge i ostalo“ čini čak 48% objavljenih sadržaja. To upućuje na zaključak kako svi profili, stranice i kanali javnih biblioteka na društvenim medijima zapravo i jesu u funkciji promoviranja i informiranja aktivnosti u bibliotekama. Pomenute aktivnosti se ne odnose na usluge biblioteke koje se odnose na informacijsku pismenost ili druge programe edukacija različitog karaktera, već su to najvećim dijelom objave putem koji se informira o susretima, promocijama i događajima sličnog karaktera u javnim bibliotekama, dok objave edukativnog karaktera nisu primarni fokus objavljenih sadržaja.

Poveznice čine veoma značajnu kategoriju u sadržajnoj analizi sa svojim potkategorijama „Poveznice na katalog biblioteke“, „Poveznice na stranicu biblioteke“ i „Druge poveznice“. Na Facebook stranicama javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine, u mjesecu aprilu 2023. godine bilo je 265 objava u ovoj kategoriji. Očekivano najviše poveznica, odnosno preko 61%, predstavljali su varitetni linkovi vijesti sa stranica i portala o kulturnim događanjima, zanimljivim i korisnim savjetima, linkovi na različite video



sadržaje i članke. Sa druge strane potkategorija „Poveznice na katalog biblioteke“ je također zastupljena sa 70 objava ili 26,41% s napomenom da je nekoliko javnih biblioteka uz sjećanje na autora, obilježavanje značajnih datuma i slično, donosilo i poveznicu na katalog sa odabranim djelima i sadržajima koji se upravo vežu za povod objave (5 biblioteka).

Na Instagram profilima javnih biblioteka je situacija nešto oskudnija, obzirom da su javne biblioteke manje zastupljene na ovoj društvenoj mreži, ali i zbog prirode Instagrama koji je prvenstveno društvena mreža za dijeljenje fotografija sa kratkim opisima u kojima hyperlink nije funkcionalan, osim u glavnom opisu Instagram profila. Zbog toga je prisutno samo devet poveznica koje su najvećim dijelom poveznice na mrežnu stranicu biblioteke. Podaci sa YouTube-a vezano za ovu kategoriju nisu predstavljeni zbog toga što nije bilo poveznica na kanalima ove platforme, iako YouTube koji služi za objavljivanje videozapisa ima i opis videozapisa u kojem je moguće ostaviti detaljnije informacije i poveznice za one koji žele istražiti više.

Analiza stvarne aktivnosti javnih biblioteka na društvenim medijima, broja i vrste objavljenih sadržaja u analiziranim kategorijama sadržaja, pokazala je kako javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine idu u korak sa trendovima i slijede puteve svojih korisnika. Vrijedi napomenuti kako javne biblioteke ipak promovišu svoju kulturno-javnu djelatnosti na mreži i na usluzi su svojim korisnicima u sredinama u kojima djeluju, ali i šire kroz upotrebu društvenih medija.

## 5. Zaključak

Kako bi javne biblioteke ostvarile dugotrajan i pozitivan odnos sa javnošću i građanstvom, izrazito je potrebno prisustvo efektivnog komuniciranja svih aktivnosti i kulturnih djelovanja koje provode u svojim lokalnim sredinama. Trenutna pozicija biblioteka diktira konstantnu potrebu dokazivanja stvarajući i dodajući nove vrijednosti uslugama kako bi se održao korak sa korisničkim potrebama i tehnološkim promjenama. Upravo takvu vrijednost donose društveni mediji pomoću kojih se povezanost sa korisnicima ostvaruje u online okruženju koje je danas nezaobilazan segment kod većine ljudi.

Ovo istraživanje, poput srodnih koja su tematizirana u ovom završnom magistarskom radu, bilo je fokusirano na upotrebu društvenih medija u javnim bibliotekama u Federaciji Bosne i Hercegovine, a koncipirano je tako da odgovori na tri istraživačka pitanja:

1. Koje društvene medije javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine najčešće upotrebljavaju?
2. Koliko su javne biblioteke aktivne na društvenim medijima?
3. Kako se kulturno-javna djelatnost javnih biblioteka na prostoru Federacije Bosne i Hercegovine ostvaruje putem društvenih medija?

Posmatrajući javne biblioteke u Federaciji Bosne i Hercegovine kroz kontekst web 2.0 tehnologija, uočena je ogromna disproporcija u upotrebi web 2.0 tehnologija sa vrlo izraženom primjenom društvenih medija. Nakon obavljenog istraživanja možemo ustvrditi kako su društvene mreže poput Facebook-a i Instagram-a, te platforma za dijeljenje i emitovanje video i audio sadržaja YouTube u vrhu onih alata koji nalaze svoje mjesto u primjeni kod javnih biblioteka. Obzirom na podatke dobijene analizom sadržaja na društvenim medijima javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine, zaključuje se kako se alati ovog tipa upotrebljavaju u informativne i promotivne svrhe u najvećem procentu dok je edukativni segment zastupljen procentualno nešto manje. Potrebno je istaknuti kako bibliotekari administriraju web prezentacije i društvene medije uglavnom prema ličnim preferencama i iskustvu što se primjećuje kroz objave, pokušavajući da ove usluge dovedu na zadovoljavajući nivo, premda postoji mnoštvo strategija, smjernica, ali i primjera dobre prakse u regionu i svijetu na bazi kojih se može raditi na razvijanju usluga i korištenju društvenih medija u javnim bibliotekama.

Ovo istraživanje je na temelju 1149 objava koje su bile predmetom analize, otkrilo da je većina biblioteka razvila komunikaciju sa svojim korisnicima na drugačije načine pomoću sada već konvencionalnih kanala komunikacije odnosno društvenih medija.

Kulturno – javna djelatnost javnih biblioteka je prožeta kroz tih nešto više od hiljadu analiziranih objava generisanih u toku mjeseca aprila 2023. godine na stranicama i profilima društvenih mreža javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine. Najbrojniju potkategoriju sadržaja „Ostalo“ u kojoj je analizirano 638 objava čine objave citata, objave sjećanja i priloga, osim toga, najveći broj poveznica upravo upućuje na članke i kolumne, dok su pozivi na promocije, manifestacije, radionice, izložbe, takmičenja i edukacije također vrlo zastupljeni, te time uviđamo važnost društvenih medija u promociji i informiranju o kulturnim i edukativnim aktivnostima u javnim bibliotekama.

Na kraju, može se konstatirati kako je prisustvo na društvenim medijima kao dio referentnih usluga javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine poprilično aktivan i prisutan segment u radu bibliotekara i da zaista predstavljaju drugačiju dimenziju i dodatnu vrijednost biblioteci, a ujedno su svojevrsan javni portfolio aktivnosti javnih biblioteka.

## 6. Literatura

1. Anttiroiko, A.V., & Savolainen, R. (2011). Towards Library 2.0: The Adoption of Web 2.0 Technologies in Public Libraries. *Libri*, 61, 87–99. <https://doi.org/10.1515/libr.2011.008>
1. Anunobi, C., & Andrew Uchenna, O. (2012). *Web 2.0 Use by Librarians in a State in Nigeria*. 2. [https://www.researchgate.net/publication/279638907\\_Web\\_20\\_Use\\_by\\_Librarians\\_in\\_a\\_State\\_in\\_Nigeria](https://www.researchgate.net/publication/279638907_Web_20_Use_by_Librarians_in_a_State_in_Nigeria)
2. Ayu, A., & Abrizah, A. (2011). Do you Facebook? Usage and applications of Facebook page among academic libraries in Malaysia. *International Information & Library Review*, 43, 239–249. <https://doi.org/10.1080/10572317.2011.10762906>
3. Banek Zorica, M., Ivanjko, T., & Bencec, M. (2012). Croatian libraries on Facebook—Content analysis. *35th international convention on information and communication technology, electronics and microelectronics MIPRO 2012: Computers in Education*, 1130–1134. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjml9SunK\\_AhUYg\\_0HHdL-DVIQFnoECBYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.bib.irb.hr%2F582676%2Fdownload%2F582676.MIPRO\\_2012\\_Banek\\_Zorica\\_Ivanjko\\_Benec\\_Croatian\\_libraries\\_on\\_Facebook\\_preprint.pdf&usg=AOvVaw2kNDbcE8Vqy67ITfw\\_X-KS](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjml9SunK_AhUYg_0HHdL-DVIQFnoECBYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.bib.irb.hr%2F582676%2Fdownload%2F582676.MIPRO_2012_Banek_Zorica_Ivanjko_Benec_Croatian_libraries_on_Facebook_preprint.pdf&usg=AOvVaw2kNDbcE8Vqy67ITfw_X-KS)
4. Barsky, E., & Purdon, M. (2006). Introducing Web 2.0: Social networking and social bookmarking for health librarians. *Journal of the Canadian Health Libraries Association*, 27. <https://doi.org/10.5596/c06-024>
5. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
6. Calvi, L., Cassella, M., & Nuijten, K. (2010). *Enhancing users' experience: A content analysis of 12 university libraries Facebook profiles*. [https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwj4np3PnK\\_AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fpub.architecture.net%2Fsystem%2Ffiles%2Fpdf%2F118\\_elpub2](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwj4np3PnK_AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fpub.architecture.net%2Fsystem%2Ffiles%2Fpdf%2F118_elpub2)

[010.content.pdf&psig=A0vVaw36HvyW5FpdOREQvfyZaawR&ust=1686160799337238](https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229)

7. Casey, M., & Savastinuk, L. (2006). Library 2.0: Service for the Next-Generation Library. *Library Journal*, 131.
8. Chew, I. (2008). *Web 2.0 and Library Services for Young Adults: An introduction for librarians*. IFLA Libraries for Children and Young Adults Section. <https://cdn.ifla.org/wp-content/uploads/files/assets/libraries-for-children-and-ya/publications/web-2.0-and-library-services-for-young-adults.pdf>
9. Chiu, M., & Lin, Y. (bez dat.). *Virtualizing Library Processes and Interactions: A Content Analysis of Library Facebook Profiles*. Purdue University. Preuzeto 30. maj 2023., od [https://core.ac.uk/display/7432663?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/7432663?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)
10. Chan, T., Lam, A., & Chiu, D. (2020). From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library. *The Journal of Academic Librarianship*, 46, 102229. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>
11. Cohen, L. (2007). Manifest bibliotekara 2.0. *BOSNIACA - časopis Nacionalne i univerzitetske biblioteke Bosne i Hercegovine*, 12, 136–137.
12. Cook, S., & Wiebrands, C. (2010, februar). *Keeping up: Strategic use of online social networks for librarian current awareness*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4848.8087>
13. Čeliković, S. (2019). *Biblioteke i bibliotekarstvo u Bosni i Hercegovini: 1975-2010*. (1. izd.). Planjax komerc.
14. Đurđević-Alidžanović, Z., Ovčina, I., & Žero, A. (Ur.). (2020). *Vodič kroz javne biblioteke u Bosni i Hercegovini = A guide to public libraries in Bosnia and Herzegovina*. Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine; = National and University Library of Bosnia and Herzegovina.
15. Eldridge, A. (2023, juli 3). Instagram. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Instagram>
16. Evjen, S., & Audunson, R. (2009). The complex library: Do the public's attitudes represent a barrier to institutional change in public libraries? *New Library World*, 110, 161–174. <https://doi.org/10.1108/03074800910941356>
17. *Facebook users in Bosnia and Herzegovina—February 2023*. (2023, februar). [https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia\\_and\\_herzegovina/2023/02/](https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia_and_herzegovina/2023/02/)

18. Five ways libraries are using Instagram to share collections and draw public interest. (2014, april 16). *Impact of Social Sciences*. <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2014/04/16/five-ways-libraries-are-using-instagram/>
19. Giannantonio, C. M. (2010). Book Review: Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *Organizational Research Methods*, 13(2), 392–394. <https://doi.org/10.1177/1094428108324513>
20. Gmiterek, G. (2021). Polish university libraries social networking services during the COVID-19 pandemic spring term lockdown. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3), 102331. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102331>
21. Hall, M. (2023, juli 1). Facebook. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Facebook>
22. Hargrave. (2022, novembar 20). Crowdsourcing: Definition, How It Works, Types, and Examples. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdsourcing.asp>
23. Holcer, D. (2017). Smjernice za razvijanje usluga i korištenje društvenih mreža u narodnim knjižnicama. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60 (4), 147-159. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/195924>
24. Hosch, W. L. (2023, juni 7). YouTube. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/YouTube>
25. Hursh, A. (2023). The 2023 Guide to Social Media for Libraries: New Instagram Success Secrets for This Year – Super Library Marketing: Practical Tips and Ideas for Library Promotion. Preuzeto 11. maj 2023., od <https://superlibrarymarketing.com/2022/12/12/instagramforlibraries2023/>
26. Hursh, A. (2023). The 2023 Guide to Social Media for Libraries: New YouTube Success Secrets for This Year – Super Library Marketing: Practical Tips and Ideas for Library Promotion. Super Library Marketing. Preuzeto 11. maj 2023. <https://superlibrarymarketing.com/2022/12/05/youtubeforlibraries2023/>
27. Huvila, I., Holmberg, K., Kronqvist-Berg, M., Nivakoski, O., & Widén, G. (2013). What is Librarian 2.0 – New competencies or interactive relations? A library professional viewpoint. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(3), 198–205. <https://doi.org/10.1177/0961000613477122>
28. *Instagram users in Bosnia and Herzegovina—February 2023*. (2023, februar). [https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia\\_and\\_herzegovina/2023/02/](https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia_and_herzegovina/2023/02/)

29. Jaeger, P. T., Bertot, J., & Fleischmann, K. R. (2011). Evolving relationships between information technology and public libraries. *Public Libraries and The Internet: Roles, Perspectives, and Implications*, 3–14.
30. Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
31. Kenton, W. (bez dat.). *What Is Web 2.0? Definition, Impact, and Examples*. Investopedia. Preuzeto 29. maj 2023., od <https://www.investopedia.com/terms/w/web-20.asp>
32. King, D. L. (2015). Landscape of Social Media for Libraries. *Library Technology Reports*, 50(1). <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/viewFile/5608/6920>
33. Kodrić, L. (2010). *Web 2.0 i biblioteka 2.0: Kako su Web 2.0 alati unaprijedili pristup objektima baštine?* 2. Međunarodni simpozij Digitalizacija kulturne baštine Bosne i Hercegovine, Sarajevo. <http://hdl.handle.net/123456789/2041>
34. Kodrić Zaimović, L. (2021). Baštinske studije: od moderne do postdigitalne kulture. Sarajevo: Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine.
35. Koontz, C., & Gubbin, B. (Ur.). (2010). *IFLA Public Library Service Guidelines*. De Gruyter Saur. <https://doi.org/doi:10.1515/9783110232271>
36. Krass, U., Allen, M., White, E., & Kovačević, A. (2023). *IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice, 2022*. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). <https://repository.ifla.org/handle/123456789/2455>
37. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). (2nd izd.). Sage Publications. <https://doi.org/10.1177/1094428108324513>
38. Kronqvist-Berg, M. (2014). *Social media and public libraries: Exploring information activities of library professionals and users* [PhD Thesis]. Åbo Akademi University.
39. Kushniryk, A., & Orlov, S. (2021). ‘Follow us on Twitter’: How public libraries use dialogic communication to engage their publics. *Library & Information Science Research*, 43, 101087. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101087>
40. Lietzau, Z. (2009). *U.S. Public Libraries and the Use of Web Technologies* (str. 52). Colorado State Library. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED507817.pdf>
41. Maness, J. (2006). Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. *Webology*, 3. [https://digitalcommons.du.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=libraries\\_facpub](https://digitalcommons.du.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=libraries_facpub)

42. Miller, J. B. (2014). *Internet Technologies and Information Services*, (2nd izd.). Libraries Unlimited.
43. Mizunuma, Y., Sato, K., Miyazaki, F., & Tsuji, K. (2019). YouTube Videos Produced by U.S. Public Libraries: Analysing Factors that Increase Views. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 8(4), Article 4. <https://www.qqml-journal.net/index.php/qqml/article/view/548>
44. O'Reilly, T. (2005, 09). *What Is Web 2.0*. O'Reilly Media. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
45. Osaheni, O., Momoh, A. U., & Amugo, J. E. (2018). Application of web 2.0 tools for the provision of library services for teaching, learning and research in Polytechnics. *Journal of Pedagogical Research*, 2(3), 203-211. <https://www.ijopr.com/article/application-of-web-20-tools-for-the-provision-of-library-services-for-teaching-learning-and-research-6390>
46. Parkes, D., & Walton, G. (2010). *Web 2.0 and Libraries: Impacts, technologies and trends* (1st edition). Chandos Publishing.
47. Pažur Vojvodić, I. (2010). *Hrvatske knjižnice na društvenoj mreži Facebook*. 260–277. [https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwiAg8LJoa\\_AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fzir.nsk.hr%2Fislandora%2Fobject%2Fffzg%3A377%2Fdatastream%2FPDF%2Fdownload&psig=AOvVaw1KticLYA0crkCYVnrKxNov&ust=1686162129733017](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAIQw7AJahcKEwiAg8LJoa_AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fzir.nsk.hr%2Fislandora%2Fobject%2Fffzg%3A377%2Fdatastream%2FPDF%2Fdownload&psig=AOvVaw1KticLYA0crkCYVnrKxNov&ust=1686162129733017)
48. Pentarchou, K. (2014). *Web 2.0 tools integration in Online Public Access Catalogue (OPAC) – users desires and motivation* [Linnaeus]. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:736881/FULLTEXT01.pdf>
49. Phillips, N. (2011). Academic Library Use of Facebook: Building Relationships with Students. *Journal of Academic Librarianship - J ACAD LIBR*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2011.07.008>
50. Rachman, Y. B., Mutiarani, H., & Putri, D. A. (2018). Content analysis of Indonesian academic libraries' use of instagram. *Webology*, 15, 27–37. <https://www.webology.org/2018/v15n2/a170.pdf>
51. Rogers, K. (2015). Academic and Public Libraries' Use of Web 2.0 Applications and Services in Mississippi. *School of Library and Information Science Connecting*, 4(1). <https://doi.org/10.18785/slis.0401.08>



52. Rutherford, L. (2008). Implementing social software in public libraries: An exploration of the issues confronting public library adopters of social software. *Library Hi Tech*, 26, 184–200. <https://doi.org/10.1108/07378830810880306>
53. Sheikh Mohd, I. (2011). Impact and application of web 2.0 in libraries: A case study of 12 national libraries of the developed nations. *Brazilian journal of information science*, 5(2), 41-56,. <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2011.v5n2.05.p47>
54. *Social Media Guidelines for Public and Academic Libraries*. (2018). American Library Association. <https://www.ala.org/advocacy/intfreedom/socialmediaguidelines>
55. Stephens, M. (2008). Chapter 2: Tools from “Web 2.0 & Libraries: Best Practices for Social Software” Revisited. *Library Technology Reports*, 43(5), Article 5.
56. Williams, M. L. (2020). The adoption of Web 2.0 technologies in academic libraries: A comparative exploration. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(1), 137–149. <https://doi.org/10.1177/0961000618788725>
57. Zakon o bibliotečkoj djelatnosti BiH, 14 (1995). <https://www.fmks.gov.ba/kultura/legislativa/fbih/36.pdf>

## 7. Prilozi

### 7.1. Popis tabela i grafikona

1. Slika 1. Broj Facebook korisnika u Bosni i Hercegovini.....	10
2. Slika 2. Broj Instagram korisnika u Bosni i Hercegovini .....	11
3. Tabela 1. Razlike između biblioteke 1.0 i biblioteke 2.0.....	13
4. Grafički prikaz 1. Kategorije sadržaja obuhvaćene istraživanjem.....	21
5. Grafikon 1. Stranice javnih biblioteka na popularnim društvenim medijima.....	22
6. Grafikon 2. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na Facebook-u.....	23
7. Tabela 2. Procentualna zastupljenost općih informacija na Facebook stranicama javnih biblioteka.....	24
8. Grafikon 3. Procentualna zastupljenosti poveznica na mrežne stranice i katalog biblioteka, te drugih poveznica na Facebook stranicama javnih biblioteka .....	24
9. Grafikon 4. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na Facebook stranicama javnih biblioteka.....	25

10. Grafikon 5. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine na Instagramu .....	26
11. Tabela 3. Procentualna zastupljenost prisustva općih informacija na Instagram profilima javnih biblioteka.....	26
12. Grafikon 6. Procentualna zastupljenosti poveznica na mrežne stranice i katalog biblioteka, te drugih poveznica na Instagram profilima javnih biblioteka .....	27
13. Grafikon 7. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na Instagram profilima javnih biblioteka.....	28
14. Grafikon 8. Procentualna zastupljenost javnih biblioteka na YouTube-u .....	29
15. Grafikon 9. Prikaz zastupljenosti objava iz kategorije Promocija, usluge i ostalo na YouTube kanalima javnih biblioteka.....	30

## 7.2. Spisak javnih biblioteka u Federaciji Bosne i Hercegovine sa poveznicama na njihove web stranice i profile na društvenim medijima

### 1. „Nacionalna i Univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine“, Sarajevo:

- Web stranica: <https://nub.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/NacionalnaiuniverzitetskabibliotekaBiH>
- Instagram: NA
- Youtube: <https://www.youtube.com/@nacionalnaiuniverzitetskab724/featured>

### 2. Javna ustanova „Narodna i univerzitetska biblioteka 'Derviš Sušić'“, Tuzla:

- Web stranica: <https://nubt.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/tuzlanskabiblioteka.dervissusic>
- Instagram: NA
- Youtube: <https://www.youtube.com/@tuzlanskabiblioteka1795>

### 3. Javna ustanova „Biblioteka Sarajeva“, Sarajevo:

- Web stranica: <https://www.bgs.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/Biblioteka-Sarajeva>  
[104592584528566/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Biblioteka-Sarajeva)
- Twitter: [https://twitter.com/BibliotekaSa?fbclid=IwAR1jHvL7Qn9Mx7aNIOXWts9D6XkZjEdYFZtuQ-pRXwa\\_xB2\\_Ey\\_5QhDcbEA](https://twitter.com/BibliotekaSa?fbclid=IwAR1jHvL7Qn9Mx7aNIOXWts9D6XkZjEdYFZtuQ-pRXwa_xB2_Ey_5QhDcbEA)

- Instagram: [https://www.instagram.com/biblioteka\\_sarajeva/](https://www.instagram.com/biblioteka_sarajeva/)
- Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekasarajeva860/about>

4. „Gradska biblioteka Zenica“, Zenica:

- Web stranica: <https://www.biblioze.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100068143576672>
- Instagram: NA
- Youtube: <https://www.youtube.com/@gradskabibliotekazenica1708/featured>

5. Javna ustanova „Narodna biblioteka Mostar“, Mostar:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/narodnabiblioteka.mostar>
- Instagram: <https://www.instagram.com/narodnabiblioteka.mostar/>
- Tik Tok: <https://www.tiktok.com/@narodnabibliotekamostar>
- Youtube: NA

6. „Narodna knjižnica Hercegovačko-neretvanske županije“, Mostar:

- Web stranica: <https://www.nk-hnz-k.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/narodnaknjiznicahnz>
- Instagram: [https://www.instagram.com/narodnaknjiznica\\_hnz\\_mostar/?fbclid=IwAR2J8s7GRkYywl6eOUXDd7rKBZO2YPn2pmKaGSSqtHBfX5Cddv76Bbs3x6A](https://www.instagram.com/narodnaknjiznica_hnz_mostar/?fbclid=IwAR2J8s7GRkYywl6eOUXDd7rKBZO2YPn2pmKaGSSqtHBfX5Cddv76Bbs3x6A)
- Youtube: <https://www.youtube.com/@narodnaknjiznicahnzmostar6932>

7. Javna ustanova „Kantonalna i univerzitetska biblioteka Bihać“, Bihać:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/people/Kantonalna-i-univerzitetska-biblioteka-Bihac/100057583113952/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

8. Centar za kulturu, „Narodna biblioteka Goražde“, Goražde:

- Web stranica JU Centar za kulturu: <https://czkgorazde.ba/narodna-biblioteka/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/BibliotekaGorazde>
- Instagram: NA

- YouTube: NA

9. Centar za kulturu, „Gradska biblioteka Bosanska Krupa“, Bosanska Krupa:

- Web stranica općine: <http://opcinabosanskakrupa.ba/opcina/kultura/gradska-biblioteka/>
- Facebook centra za kulturu: <https://www.facebook.com/centarzakulturubk>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

10. Javna ustanova „Spomen biblioteka 'Skender Kulenović'“, Bosanski Petrovac:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

11. Javna ustanova Kulturni centar Cazin, Gradska biblioteka „Cazin“, Cazin:

- Web stranica centra za kulturu: <https://ckt.ba/gradska-biblioteka/>
- Facebook centra za kulturu: <https://www.facebook.com/cktcazin>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

12. Gradska biblioteka „Ključ“, Ključ:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

13. Javna ustanova „Narodna biblioteka Sanski Most“, Sanski Most:

- Web stranica općine: <https://www.sanskimost.gov.ba/index.php/2012-11-23-08-17-17/ju-narodna-biblioteka>
- Facebook: <https://www.facebook.com/narodnabibliotekasmost/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

14. „Gradska biblioteka Velika Kladuša“, Velika Kladuša:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

15. „Biblioteka Bužim“, Bužim:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/people/Biblioteka-Med%C5%BEIisa-IZ-e-Bu%C5%BEim/100057161991893/?paipv=0&eav=AfaCtwrODmGQ6ZLe9I3DHalYR3vV3oPU3ruUeP48AazQAH44R4IDR-BR6riqMhppyDs&\\_rdr](https://www.facebook.com/people/Biblioteka-Med%C5%BEIisa-IZ-e-Bu%C5%BEim/100057161991893/?paipv=0&eav=AfaCtwrODmGQ6ZLe9I3DHalYR3vV3oPU3ruUeP48AazQAH44R4IDR-BR6riqMhppyDs&_rdr)
- Instagram: NA
- YouTube: NA

16. „Gradska knjižnica Odžak“, Odžak:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

17. „Gradska knjižnica Orašje“, Orašje:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/people/Gradska-knjižnica-Orašje/100043124395965/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

18. Javna ustanova „Javna biblioteka Banovići“, Banovići:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/jujavnabiblioteka.banovici>
- Instagram: [https://www.instagram.com/biblioteka\\_banovici/](https://www.instagram.com/biblioteka_banovici/)
- Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekabanovici8171>

19. Javna ustanova „Gradska biblioteka Čelić“, Čelić:

- Web stranica općine: <https://opcinacelic.ba/kultura-i-obrazovanje>
- Facebook: [https://www.facebook.com/gradskabiblioteka.celic/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/gradskabiblioteka.celic/?locale=hr_HR)

- Instagram: NA
  - YouTube: NA
20. „Narodna biblioteka 'Dr. Mustafa Kamarić' “, Gračanica:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/people/Narodna-biblioteka-Dr-Mustafa-Kamarić-Gračanica/100028989113263/>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
21. Javna ustanova „Javna biblioteka 'Alija Isaković' “, Gradačac:
- Web stranica: <http://bibliotekagradacac.ba>
  - Facebook: [https://www.facebook.com/bibliotekagradacac/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/bibliotekagradacac/?locale=hr_HR)
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
22. „Gradska biblioteka Kalesija“, Kalesija:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100054615062045>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
23. Javna ustanova „Javna biblioteka Kladanj“, Kladanj:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/bibliotekakladanj/>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
24. Javna ustanova „Javna biblioteka Lukavac“, Lukavac:
- Web stranica: NA
  - Facebook: [https://www.facebook.com/lukavacbiblioteka/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/lukavacbiblioteka/?locale=hr_HR)
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
25. „Gradska biblioteka Srebrenik“, Srebrenik:

- Web stranica: NA
  - Facebook: NA
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
  - Blog : <https://bihbibliotekablog3.blogger.ba>
26. Javna ustanova „Bosanski kulturni centar Živinice, PJ Biblioteka“, Živinice:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064562177735>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
27. „Opća biblioteka 'Muhamed Kantardžić'“, Breza:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100067636322144>
  - Instagram: <https://www.instagram.com/brezabiblioteka/>
  - Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekabreza9399/videos>
28. Javna ustanova “Opća biblioteka Doboj Jug”, Matuzići:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/people/Opća-biblioteka-Doboj-Jug/100063346563281/>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
29. Javna ustanova “Gradska biblioteka Kakanj”, Kakanj:
- Web stranica: <https://gradskabiblioteka.ba>
  - Facebook: [https://www.facebook.com/gradska.biblioteka.kakanj/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/gradska.biblioteka.kakanj/?locale=hr_HR)
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
30. Javna ustanova “Opća biblioteka Maglaj”, Maglaj:
- Web stranica: <http://biblioteka-maglaj.weebly.com/index.html>
  - Facebook: <https://www.facebook.com/BibliotekaMaglaj/>
  - Instagram: [https://www.instagram.com/biblioteka\\_maglaj/](https://www.instagram.com/biblioteka_maglaj/)

- Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekamaglaj5248/featured>

31. „Gradska biblioteka Olovo”, Olovo:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/gradskabibliotekaolovo/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

32. Javna ustanova “Opća biblioteka Tešanj”, Tešanj:

- Web stranica: <http://www.bibte.com>
- Facebook: <https://www.facebook.com/opcabiblioteka.tesanj>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

33. Javna ustanova „Opća knjižnica Usora“, Usora:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064655260798>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

34. „Opća biblioteka Vareš“, Vareš:

- Web stranica: <https://biblioteka.vares.ba>
- Facebook: <https://www.facebook.com/groups/269562439899696/>

35. Javna ustanova „Gradska biblioteka Visoko“, Visoko:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/people/JU-Gradska-biblioteka-Visoko/100054662280559/?paipv=0&eav=Afa7\\_3YpRrQmyA4AiO8aKBtY59fUy9z4gFjf1UGcQUSNKaxZKy6dKv2JJ2wTQMeKBi4&\\_rdr](https://www.facebook.com/people/JU-Gradska-biblioteka-Visoko/100054662280559/?paipv=0&eav=Afa7_3YpRrQmyA4AiO8aKBtY59fUy9z4gFjf1UGcQUSNKaxZKy6dKv2JJ2wTQMeKBi4&_rdr) ;  
<https://www.facebook.com/biblioteka.visoko.9>
- Instagram: [https://www.instagram.com/biblioteka\\_visoko/](https://www.instagram.com/biblioteka_visoko/)
- Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekavisoko4173/featured>

36. Javna ustanova „Javna biblioteka Zavidovići“, Zavidovići:

- Web stranica: NA



- Facebook: [https://www.facebook.com/people/Biblioteka-Zavidovići/100067698680507/?paipv=0&eav=Afb-O26d9pUayO99hJdhjHTobm4JdmUOue\\_3QxyfxsJtgWLH6AZbPYghKaiTJOoKOE&\\_rdr](https://www.facebook.com/people/Biblioteka-Zavidovići/100067698680507/?paipv=0&eav=Afb-O26d9pUayO99hJdhjHTobm4JdmUOue_3QxyfxsJtgWLH6AZbPYghKaiTJOoKOE&_rdr)
- Instagram: <https://www.instagram.com/javnabibliotekazavidovici/> ,  
<https://www.instagram.com/bibliotekazavidovici/> ,  
[https://www.instagram.com/javna\\_biblioteka\\_zavidovici/](https://www.instagram.com/javna_biblioteka_zavidovici/)
- YouTube: NA

37. Javna ustanova „Opća biblioteka Žepče“, Žepče:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/opcabiblioteka/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/opcabiblioteka/?locale=hr_HR)
- Instagram: NA
- YouTube: NA

38. „Biblioteka Ustikolina“, Ustikolina:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

39. „Gradska knjižnica Busovača“, Busovača:

- Web stranica: <https://library.foi.hr/lib/index.php?B=1787>
- Facebook: [https://www.facebook.com/gradskaknjiznica.busovaca.7/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/gradskaknjiznica.busovaca.7/?locale=hr_HR)
- Instagram: <https://www.instagram.com/gradskaknjiznicabusovaca/>
- Mobilna aplikacija:  
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.metlib.librarymetel&pli=1>
- YouTube: NA

40. “Gradska biblioteka 'Derviš Sušić' “, Donji Vakuf:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/gradska.biblioteka.5?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/gradska.biblioteka.5?locale=hr_HR)
- Online katalog: <https://gradska.librarika.com>
- Youtube: <https://www.youtube.com/@gradskabibliotekadonjivaku543/featured>

41. “Gradska knjižnica Gornji Vakuf – Uskoplje“, Gornji Vakuf – Uskoplje :

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/BibliotekaGVU/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

42. „Gradska knjižnica Jajce“, Jajce:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/gradskaknjiznicajajce/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

43. “Gradska knjižnica Kiseljak”, Kiseljak:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

44. “Narodna knjižnica Kreševo”, Kreševo:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

45. “Gradska knjižnica / biblioteka Novi Travnik“, Novi Travnik:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/biblioteka.nt/?locale=hr\\_H](https://www.facebook.com/biblioteka.nt/?locale=hr_H)
- Instagram: NA
- YouTube: NA

46. Javna ustanova “Gradska biblioteka Travnik”, Travnik:

- Web stranica: <https://biblioteka.travnik.ba>
- Facebook: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100064767963574&locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/profile.php?id=100064767963574&locale=hr_HR)

- Instagram: NA
- YouTube: NA

47. Javna ustanova “Gradska knjižnica Vitez”, Vitez:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/gradskaknjiznicavitez/>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

48. Ustanova za kulturu „Knjižnica i kino“, Čapljina:

- Web stranica: NA
- Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064570906907>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

49. “Narodna knjižnica Čitluk“, Čitluk:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

50. Biblioteka Muzeja „Bitka za ranjenike na Neretvi“, Jablanica:

- Web stranica: <https://muzej-jablanica.com/ba/muzej/biblioteka>
- Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086949439703>
- Instagram: NA
- YouTube: NA

51. „Gradska biblioteka Konjic“, Konjic:

- Web stranica: NA
- Facebook: [https://www.facebook.com/people/Gradska-biblioteka-Konjic/100079494639535/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/people/Gradska-biblioteka-Konjic/100079494639535/?locale=hr_HR)
- Instagram: NA
- YouTube: NA

52. „Narodna knjižnica 'Rama'“, Prozor – Rama:

- Web stranica općine: <https://prozor-rama.org/javna-poduzeca-i-ustanove/narodna-knjiznica-prozor>
  - Facebook: <https://www.facebook.com/knjiznica.rama1/>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
53. „Gradska biblioteka 'Mehmedalija Mak Dizdar'“, Stolac:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/people/Gradska-biblioteka-knjiznica-Mehmedalija-Mak-Dizdar-Stolac/100057139972617/>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
54. „Narodna knjižnica Grude“, Grude:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/kulturni.dom.grude>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
55. Javna ustanova „Kulturno-športski centar Ljubuški“, Ljubuški:
- Web stranica: NA
  - Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057415361249>
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
56. „Gradska knjižnica 'Fra Petra Bakule' “, Posušje:
- Web stranica: NA
  - Facebook: [https://www.facebook.com/profile.php?id=100080945727616&paipv=0&eav=AfYjynjYglRSyNVsSO94hCs6HilWDMctakaNUrutrUPvwTBRGcePADSjg0O\\_zm8e0U](https://www.facebook.com/profile.php?id=100080945727616&paipv=0&eav=AfYjynjYglRSyNVsSO94hCs6HilWDMctakaNUrutrUPvwTBRGcePADSjg0O_zm8e0U)
  - Instagram: NA
  - YouTube: NA
57. Javna ustanova „Narodna knjižnica Široki Brijeg“, Široki Brijeg:
- Web stranica: NA

- Facebook: [https://www.facebook.com/people/Narodna-knjžnica-Široki-Brijeg/100083358884068/?paipv=0&eav=Afa90Wa4fzxRRXII90ljL1ltp5v76upsaKUee5Q6uNcjOsBdMBMYS2zHsOJiV-Gm7U&\\_rdr](https://www.facebook.com/people/Narodna-knjžnica-Široki-Brijeg/100083358884068/?paipv=0&eav=Afa90Wa4fzxRRXII90ljL1ltp5v76upsaKUee5Q6uNcjOsBdMBMYS2zHsOJiV-Gm7U&_rdr)
- Instagram: NA
- YouTube: NA

58. Javna ustanova za kulturu, sport i rekreaciju „Hrasnica“, „Biblioteka Hrasnica“, Hrasnica  
Iliđa:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

59. Javna ustanova „Kulturno sportski centar i Radio“, Ilijaš:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

60. „Biblioteka za slijepa i slabovidna lica u Bosni i Hercegovini“, Sarajevo:

- Web stranica: <https://bipsis.org.ba/category/naslovna/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/bipsis72>
- Instagram: NA
- Youtube: <https://www.youtube.com/@bibliotekazaslijepaislabov1679/featured>

61. Javna ustanova „Kulturno sportski centar Vogošća“, Biblioteka, Vogošća:

- Web stranica: <https://kscvogosca.com/biblioteka/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/ksc.vogosca>
- Instagram: <https://www.instagram.com/jukscvogosca/>
- Youtube: <https://www.youtube.com/@kscvogosca4294/featured>

62. „Gradska knjižnica Kupres“, Kupres:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA

- YouTube: NA

63. „Gradska knjižnica Livno“, Livno:

- Web stranica: NA
- Facebook: NA
- Instagram: NA
- YouTube: NA

64. „Kulturno – informativni centar Tomislavgrad / Gradska knjižnica – Tomislavgrad“, Tomislavgrad:

- Web stranica: NA
- Online katalog: <https://gk-tomislavgrad.zaki.com.hr/pages/search.aspx>
- Facebook: [https://www.facebook.com/KICTGRAD/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/KICTGRAD/?locale=hr_HR)
- Instagram: <https://www.instagram.com/gradskaknjiznicatomislavgrad/>

