

Komunikacija knjižničar - korisnik

Marić, Jasminka

Undergraduate thesis / Završni rad

2011

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:281449>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet
Preddiplomski studij Informatologije

Jasminka Marić

Komunikacija knjižničar - korisnik

Završni rad

Mentor: doc. dr. sc. Gordana Dukić

Osijek, 2011.

Sadržaj

1. Uvod.....	4
2. Komunikacija	5
2.1. Vrste komunikacije	6
2.1.1. Vrste komunikacije prema osjetilima.....	6
2.1.2. Vrste komunikacije prema ulozi jezika.....	7
2.1.3. Vrste komunikacije s obzirom na broj ljudi koje uključuju	8
2.2. Proces komunikacije	9
2.3. Smetnje u komunikaciji.....	10
3. Komuniciranje knjižničara s korisnikom	12
4. Analiza ankete	16
4.1. Metodologija istraživanja.....	16
4.2. Opis uzorka	17
4.3. Analiza rezultata.....	18
5. Zaključak.....	27
Literatura	28
Prilog A	30

Sažetak

Komunikacija je razmjena informacija, misli, ideja i osjećaja verbalnim i neverbalnim sredstvima. Ona je osnova i uvjet uspjeha svih međuljudskih privatnih i poslovnih odnosa. U ovom je radu riječ o komunikaciji knjižničara i korisnika. Komunikacija knjižničara s korisnicima ključan je dio knjižničarevog rada.

U prvom dijelu rada, teoretski, definirana je komunikacija. Opisane su vrste komunikacije prema osjetilima, prema ulozi jezika, te s obzirom na broj ljudi koje uključuju. Sam proces komunikacije podijeljen je u nekoliko faza, koje ukoliko nisu zadovoljene, dovode do nesporazuma ili do prekida samog procesa komunikacije. No do prekida komunikacijskog procesa može doći i zbog buke u doslovnom smislu, ali i smetnji u obliku neugodnih i ugodnih distraktora, nepoznavanja jezika, te neverbalne komunikacije. Stoga je važno poznavati pravila dobre komunikacije, ali i slušati sugovornika, kako bi se izbjegli nesporazumi i sam prekid komunikacije.

U okviru ovog završnog rada provedeno je istraživanje u Gradskoj knjižnici Vukovar s ciljem utvrđivanja kvaliteta komunikacije knjižničara i korisnika, kao i komunikacijskih vještina knjižničara navedene knjižnice. Analiza rezultata ukazuje da su anketirani korisnici relativno zadovoljni komunikacijom u knjižnici, ali ukazuje i na određene probleme koji se mogu riješiti boljom suradnjom knjižničara i korisnika.

Ključne riječi: komunikacija, komunikacija knjižničar – korisnik, istraživanje, Gradska knjižnica Vukovar

1. Uvod

Budući da je komunikacija od osobite važnosti, u ovom će radu biti riječ upravo o komunikaciji, o vrstama komunikacije, te o komunikaciji u knjižnici.

Ovaj rad podijeljen je u četiri poglavlja. Nakon uvoda, u drugom poglavlju riječ je o komunikaciji, dana je definicija komunikacije, ograničenja koja se odnose na usmenu komunikaciju, zatim su navedene značajke komunikacije, kao i pravila dobre komunikacije.

Poglavlje 2.1. govori o vrstama komunikacije prema osjetilima, ulozi jezika i prema broju ljudi koje uključuje. Poglavlje 2.2. govori o procesu komunikacije, koje je podijeljeno u nekoliko faza. Te faze su opisane i ukoliko dođe do nesporazuma, komunikacija neće biti uspješna i rezultirati će prekidom komunikacije, ili gubitkom informacija, frustracijom i sramotom, a u najgorem slučaju, doći će do povređivanja tuđih osjećaja. Stoga se naglašava važnost uspješne komunikacije. Poglavlje 2.3. govori o smetnjama koje onemogućavaju komunikaciju i dovode do pogreški ili poteškoća prilikom primanja informacija, ali i do prekida komunikacije.

U trećem poglavlju riječ je o komunikaciji knjižničara s korisnicima, te o poteškoćama koje se javljaju tijekom same komunikacije. Navedeni su načini komuniciranja knjižničara i korisnika, osam pitanja informacijskog intervjua, koja nam pomažu da shvatimo korisnički upit i osiguramo relevantne informacije te pet faktora u kojima se ogleda zadovoljstvo korisnika pruženim uslugama. Također se govori o čemu treba voditi računa prilikom komunikacije s gluhim, gluhoslijepim, slijepim i slabovidnim osobama.

Četvrto poglavlje opisuje rezultate istraživanja provedenog u Gradskoj knjižnici Vukovar. Cilj istraživanja je, anketiranjem korisnika navedene knjižnice, utvrditi kvaliteta komunikacije knjižničara i korisnika, ali i komunikacijske vještine knjižničara. Anketa obuhvaća pitanja vezana uz korisničke upite, pitanja o zadovoljstvu korisnika samom komunikacijom s knjižničarima, o tome koliko pažnje knjižničari posvećuju onome što korisnik govori i slično.

U zadnjem poglavlju ovoga rada doneseni su zaključci na osnovu teoretskih postavki komunikacije knjižničara i korisnika te rezultata dobivenih istraživanjem.

2. Komunikacija

Razmjena iskustava, misli, osjećaja i informacija nije svojstvena samo ljudskoj vrsti. I životinje komuniciraju na različite načine, a kod nekih postoje razmjerno zahtjevni oblici komuniciranja.¹ No ipak artikuliran sustav govora s neiscrpno bogatim komunikacijskim rasponom, svojstven je samo čovjeku.² Usmena komunikacija u našem društvu, starija je i uvriježenija od komunikacije pismom. Tisućljećima se sveukupna količina čovjekovih znanja i iskustava prenosila usmenim putem.³ U prošlosti je čovjekova sposobnost usmenog komuniciranja bila ograničena vremenom i prostorom. Prostorno ograničenje odnosilo se na snagu glasa, što bi značilo da osobe koje komuniciraju moraju biti u blizini kako bi se čule, a vremensko ograničenje odnosilo se na ljudsko pamćenje. Životno važna iskustva prenošena su usmenom komunikacijom s koljena na koljeno, dok bi sve ono što je smatrano nevažnim, nestajalo u zaboravu. Nakon pronalaska pisma, prilikom komuniciranja, ljudi su se služili različitim vizualnim sredstvima i pomagalicama, odnosno znakovima i slikama.

Ljudi često govore o komunikaciji, a Reardon tvrdi da većinom ne znamo u kojem se smislu taj izraz koristi. Stoga je potrebno definirati izraz komunikacija. *Komunikacija je razmjena informacija, ideja i osjećaja verbalnim i neverbalnim sredstvima, prilagođena društvenoj prirodnoj situaciji.*⁴ *Komunikacija je osnova i uvjet uspjeha svih međuljudskih privatnih i poslovnih odnosa.*⁵ Postoji šest značajki komunikacije:

1. *ljudi komuniciraju iz mnoštva različitih razloga, odnosno kako bi doznali neke informacije koje nas zanimaju, ili smanjili neugodu uzrokovanu šutnjom, te kako bi uspostavili i održali odnose, ili podučili nekoga nečemu ili sami nešto naučili;*
2. *komuniciranje rezultira namjeravanim, ali i nenamjeravanim učincima, odnosno bez obzira na rečeno i učinjeno, to ne mora biti shvaćeno onako kako je mišljeno;*
3. *komunikacija je obično obostrana;*

¹ Pelc, Milan. Pismo - knjiga - slika: uvod u povijest informacijske kulture. Zagreb : Golden marketing, 2002. Str.12.

² Isto.

³ Isto. Str.12.

⁴ Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006. Str. 13.

Citirano prema Gumperz, J. J.; Hymes, D. Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972.

⁵ Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006. Str. 13.

4. *komunikacija uključuje najmanje dvije osobe, koje jedna na drugu utječu u nejednakoj mjeri;*
5. *komunikacija se dogodila i onda kada je bila neuspješna;*
6. *komuniciranje uključuje uporabu simbola, koji su sadržani u riječima i u mnogim našim gestama, a odnose se na misli i osjećaje.*⁶

Komunikacija treba biti pod kontrolom. Kako bi to bilo moguće, potrebno se pridržavati pravila dobre komunikacije, a to su:

- *pravilo količine* – davanje onoliko informacija koliko se traži, bez dodavanja suvišnih informacija;
- *pravilo kvalitete* – davanje provjerenih informacija;
- *pravilo odnosa* – umjesnost;
- *pravilo načina* - izbjegavati nejasnoće, nedorečenost, odnosno biti kratak i konkretan.⁷

Osim pravila dobre komunikacije, Vodopija navodi i pravila ponašanja, a to su: budi ljubazan, poštuju sugovornika, izražavaj se pristojno i druga.

2.1. Vrste komunikacije

*Komunikacija se može klasificirati na više načina, a najčešće su podjele prema ulozi pojedinih osjetila i prema funkciji jezika u procesu komunikacije.*⁸ Komunikaciju možemo podijeliti i prema broju ljudi koji komuniciraju.

2.1.1. Vrste komunikacije prema osjetilima

*Komunikaciju prema osjetilima dijelimo na slušno – govornu, vizualnu, taktilnu i na komunikaciju okusom i mirisom.*⁹

6 Reardon, Kathleen K. Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću. Zagreb: Alinea, 1998. Str. 13. i 14.

7 Vodopija, Štefanija. Opća i poslovna komunikacija: Priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Rijeka: Naklada Žagar, 2006. Str. 46.

8 Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006. Str. 20.

9 Isto.

Slušno – govorna komunikacija odvija se kroz govor i jezik, a pripadaju joj i osobine glasa, kao što su boja, vokalna odstupanja od jezičnog standarda, intonacija, itd. Također postoji i nejezična manifestacija ovog tipa komunikacije, a to je kašalj, hrkanje i zviždanje.

Vizualna komunikacija također se očituje u jezičnom i nejezičnom obliku. U jezični oblik vizualne komunikacije spadaju jezici gluhoonijemih, dok su nejezični oblici ove vrste komunikacije, izrazi lica i geste. U ovu grupu također spadaju i komunikacijski sustavi poput Morseove abecede i semafora.

U taktilnu komunikaciju spada dodir, čije su osnovne funkcije nelingvističke. Jezična uloga dodira ograničena je na komunikaciju gluhih i slijepih i na tajne jezike. *Vizualna i taktilna komunikacija spadaju u grupu koju zovemo neverbalna komunikacija, koja se još naziva i govorom tijela.*¹⁰

2.1.2. Vrste komunikacije prema ulozi jezika

*Komunikacija s obzirom na ulogu jezika može podijeliti na verbalnu i neverbalnu.*¹¹ *Verbalna komunikacija podrazumijeva govor i pisanje, kao i jezik gluhoonijemih, zviždanje ili bubnjanje i Morseove znakove, a neverbalna komunikacija podrazumijeva ton, izraz lica, pogled, položaj i pokrete tijela, geste, fizički izgled i uporabu prostora.*¹² Kod verbalne komunikacije, opisi verbalnih kodova obično se svode na pisani i govoreni jezik, ali kako je prethodno navedeno, mogu biti i zviždanje ili bubnjanje, te specijalizirani kodovi koji se razmjenjuju elektronskim i telegrafskim putem. Verbalni kodovi prenose se usmenim, pisanim i znakovnim kanalom, a relativna važnost svakog kanala ovisi o njegovoj funkcionalnoj distribuciji u određenoj govornoj zajednici.

Neverbalna komunikacija u velikoj mjeri otkriva osjećaje i misli govornika. *Ton glasa, izraz lica, geste, dodiri, držanje tijela govore o prirodi odnosa među sudionicima u procesu komunikacije.*¹³ Fox navodi da su pogled, kimanje glavom, geste i osmijeh elementi uspostavljanja i potvrđivanja posebnih veza između dvije ili više osoba, no i čimbenik obeshrabljivanja nečlanova grupe pri pokušaju komunikacije.

10 Isto.

11 Isto. Str. 21.

12 Isto.

13 Isto.

U neverbalnu komunikaciju, kao nevokalni dio spada i šutnja. *Šutnja u komunikaciji može biti znak razmišljanja, umora, nezadovoljstva ili neprijateljstva, te oblik društvene kontrole.*¹⁴ Stoga je potrebno poznavati pravila šutnje, koja su određena etničkom i regionalnom kulturom, isto kao što je važno i poznavanje pravila govora. Šutnja također može prouzročiti nesporazume.

2.1.3. Vrste komunikacije s obzirom na broj ljudi koje uključuju

U ovu vrstu komunikacije spadaju intrapersonalna i interpersonalna komunikacija, komunikacija u maloj grupi, javna i masovna komunikacija.

Intrapersonalna komunikacija je komunikacija sa samim sobom. Kroz intrapersonalnu komunikaciju učimo o sebi, preispitujemo svoje postupke, nagovaramo sebe na nešto, razmišljamo o odlukama koje trebamo donijeti, te uvježbavamo govore.¹⁵

Interpersonalna komunikacija je interakcija ili međusobno djelovanje dviju ili više osoba licem u lice, uz mogućnost trenutnog dobivanja povratnih informacija. Interpersonalnu komunikaciju možemo prepoznati po sedam ključnih značajki:

1. *uključuje verbalno, ali i neverbalno ponašanje;*
2. *uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje ili neku njihovu kombinaciju;*
3. *razvojna je, a ne statična;*
4. *uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i suvislost ili koherentnost;*
5. *odvija se u skladu s nekim unutarnjim i vanjskim pravilima;*
6. *interpersonalna komunikacija je aktivnost;*
7. *može uključivati uvjerenje ili persuaziju.*¹⁶

Komunikacija u maloj grupi, odnosno komunikacija s manjim brojem osoba, pomaže riješiti probleme, razvijati nove ideje, dijeliti znanje i iskustvo među članovima grupe. *Komunikacija u maloj grupi može biti različita, od intervjua za posao do formalnih sastanaka,*

¹⁴ Isto. Str.23.

¹⁵ Usp. Kamenov, Željka. Komunikacija. Komunikacijske vještine. Filozofski fakultet, Odsjek za psihologiju, Zagreb [Predavanje] URL: http://psihologija.ffzg.unizg.hr/uploads/Ya/jR/YajRsXsXlrzQZfxn6oJ29g/1-tjedan-10_11.ppt (2011-08-28)

¹⁶ Reardon, Kathleen K. Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću. Zagreb: Alinea, 1998. Str. 20. i 21.

*kao i neformalnih sastanaka grupe.*¹⁷ *U komunikaciju u maloj grupi možemo ubrojiti i internu komunikaciju, u kojoj komunikacijski procesi povezuju i prožimaju članove unutar određene ustanove ili organizacije.*¹⁸

Kod javne komunikacije, odnosno komunikacije govornika s publikom, kada smo u ulozi govornika, ali i u ulozi publike, saznajemo nove informacije, drugi nas uvjeravaju ili bivaju uvjeravani, potom utječemo na mišljenje, stavove i vrijednosti drugih, kako bi razmišljali slično nama ili kupili određeni proizvod.¹⁹ *U ovu vrstu komunikacije možemo svrstati i eksternu komunikaciju, čiji komunikacijski procesi povezuju razne grupe ili organizacije s njihovom publikom.*²⁰

Masovna komunikacija usmjerena je široj publici i odvija se uglavnom putem medija, kao što su radio, televizija, novine, ali i filmovima i knjigama. Utjecaj ove vrste komunikacije također je dvosmjernan, jer i mi sami, svojim navikama potrošnje, utječemo na formu i sadržaj medija.²¹

2.2. Proces komunikacije

Reardon ističe da je David Berlo, dok su ostali istraživači komunikacije bili usredotočeni na probleme mijenjanja stavova, uveo novo gledanje na ljudsko komuniciranje, koje je kontinuirani, neprekidni proces bez pravog početka i kraja. Berlo je kao elemente tog procesa odredio pošiljatelja, poruku, kanal i primatelja.²²

Sam proces komunikacije odvija se u nekoliko faza: kod pošiljatelja, javlja se potreba za komunikacijom, te on svoje ideje, misli i osjećaje enkodira u oblik prikladan za prijenos poruke i šalje preko prihvaćenog medija komunikacije. Primatelj prima poruku, koju zatim dekodira,

17 Kamenov, Željka. Komunikacija. Komunikacijske vještine. Filozofski fakultet, Odsjek za psihologiju, Zagreb [Predavanje] URL: http://psihologija.ffzg.unizg.hr/uploads/Ya/jR/YajRsXsXIrzQZfxn6oJ29g/1-tjedan-10_11.ppt (2011-08-28)

18 Vodopija, Štefanija. Vještina slušanja u komunikaciji i mediaciji: priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Zadar : Naklada, 2010. Str. 41.

19 Usp. Kamenov, Željka. Komunikacija. Komunikacijske vještine. Filozofski fakultet, Odsjek za psihologiju, Zagreb [Predavanje] URL: http://psihologija.ffzg.unizg.hr/uploads/Ya/jR/YajRsXsXIrzQZfxn6oJ29g/1-tjedan-10_11.ppt (2011-08-28)

20 Vodopija, Štefanija. Vještina slušanja u komunikaciji i mediaciji: priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Zadar : Naklada, 2010. Str. 41.

21 Usp. Kamenov, Željka. Komunikacija. Komunikacijske vještine. Filozofski fakultet, Odsjek za psihologiju, Zagreb [Predavanje] URL: http://psihologija.ffzg.unizg.hr/uploads/Ya/jR/YajRsXsXIrzQZfxn6oJ29g/1-tjedan-10_11.ppt (2011-08-28)

22 Usp. Reardon, Kathleen K. Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću. Zagreb: Alinea, 1998. Str. 45.

odnosno pretvara je u ideje, misli i osjećaje. Ukoliko je proces kodiranja uspješan, kod primatelja se javlja potreba za odgovorom, koja dolazi kao reakcija na proces komuniciranja. Ta povratna informacija, ili feedback, može biti usmena ili pismena, te na osnovu nje vidimo da li je naša poruka shvaćena ili ne. Ukoliko dođe do povratne informacije, primatelj postaje pošiljatelj i cijeli proces se ponavlja.²³

Za uspješnost procesa komunikacije, važno je slušanje. *Slušanje jest sofisticirani mentalni proces, mnogo složeniji od pukog auditivnog slušanja.*²⁴ Osoba koja umije dobro slušati, imati će veći broj pozitivnih i dobrih odnosa s okolinom.²⁵ *Umijeće dobrog slušanja čini osobe otvorenima za nove ideje, potiče inovativnost, doprinosi boljem odnosu s poslovnim kolegama i doprinosi boljim privatnim odnosima.*²⁶

Vodopija navodi mišljenje da je slušanje proces istovjetan auditivnom slušati, odnosno da čuti znači isto što i slušati, te da za taj proces ne treba dodatnih napora i umijeća jer je ono prirodno svim ljudima. No to nije uvijek tako. Nekad se možemo pretvarati da slušamo što nam neka osoba govori, bez da to i čujemo. Budući da slušanje ne znači i čuti što nam netko govori, nastaju problemi, poput loše ili krivo shvaćenih upita, može doći do gubitka informacija, frustracije i sramote, te pojačanog rizika povređivanja tuđih osjećaja.²⁷

Uspješno realizirana komunikacija jeste ona komunikacija koja je uspjela točno prenijeti slušatelju, odnosno primatelju, ono što je govornik, odnosno pošiljatelj, poslao. Drugim riječima, *to je proces u kome su i primatelj i pošiljatelj postigli maksimalni konsenzus i razumijevanje najbliže realnosti komuniciranog sadržaja, a pri tome pospjehili, unaprijedili i obogatili osobna znanja ili stajališta.*²⁸

2.3. Smetnje u komunikaciji

Tijekom komunikacijskog procesa moguće su različite pogreške i poteškoće prilikom primanja informacija. Fox tvrdi da je najuobičajeniji oblik smetnje, buka u doslovnom smislu i to kao rezultat tehničkih grešaka. Pored toga moguće su smetnje u obliku neugodnih i ugodnih

23 Usp. Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006. Str.25.

24 Vodopija, Štefanija. Vještina slušanja u komunikaciji i mediaciji: priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Zadar : Naklada, 2010. Str. 19.

25 Navedeno djelo. Str. 21.

26 Navedeno djelo. Str. 15.

27 Navedeno djelo.

28 Navedeno djelo. Str. 42.

distraktora. *U neugodne distraktore spada hladnoća, vrućina, prekidanje, upadanje u riječ, a u ugodne distraktore spadaju intenzivni estetski doživljaji, kao što su impresivan zalazak sunca, ugodni mirisi i drugi.*²⁹ Još jedna od smetnji u komunikacijskom procesu je i prekid same komunikacije. Do prekida komunikacije može doći u svim fazama poruke, no najčešći je u fazi enkodiranja i dekodiranja. U fazi enkodiranja, pošiljatelj poruke, ovisno o znanju, vlastitom iskustvu i stavovima, može pogrešno procijeniti primatelja, te tako dovesti do prekida komunikacije. Kod faze dekodiranja, može doći do buke, ili neke nepažnje, kao i do predrasuda koji će dovesti do prekida komunikacije. Ali i *nepoznavanje jezika biti uzrok prekida komunikacije.*³⁰

*Ključan element učinkovite poslovne komunikacije je visoko razvijena komunikacijska [...] kompetencija, stjecana kroz formalnu naobrazbu općeg i/ili specifičnog tipa, praksu i iskustvo.*³¹ No čini se kako ni to nije dovoljno, jer do sukoba dolazi svakodnevno, tvrdi Fox. *Postoje brojni uzroci nesporazuma, od nepoznavanja jezika i neprimjerene upotrebe jezika, razlikama u kulturi pojedinaca, raspoloženja sugovornika, te emocionalnog naboja u komunikacijskom procesu, nesklada među elementima poruke i društvenog položaja pojedinca u društvu ili nekoj organizaciji.*³² Čak i neverbalna komunikacija može biti uzrokom nesporazuma. Budući da nije jednoznačna, neverbalna komunikacija, može se protumačiti na više načina. Fox navodi primjer osmijeha, koji se obično tumači kao znak zadovoljstva i dobrog raspoloženja, no koji može biti i znak nezadovoljstva ili diplomatskog izbjegavanja sukoba. U navedenom primjeru, osoba A doživljava osobu B kao nezalicu i nesposobnjakovića, ali to ne govori otvoreno. Osoba B, u razgovoru s osobom A, osmijeh osobe A protumačiti će kao odobravanje svojih stavova ili zahtjeva.

²⁹ Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006. Str. 34.

³⁰ Isto.

³¹ Isto.

³² Isto. Str. 35.

3. Komuniciranje knjižničara s korisnikom

Knjižnična komunikacija odvija se unutar knjižnice, a povremeno i među knjižnicama. *Komunikacija u knjižnici odvija se u dva nivoa, a to su komunikacija među osobljem knjižnice i komunikacija knjižničara s korisnicima.*³³ Korisnici mogu uživo komunicirati s knjižničarima, ali i preko telefona, e-maila, te aplikacija *Pitajte knjižničara* postavljenim na mrežnim stranicama knjižnica. Sam proces komunikacije knjižničara i korisnika započinje dolaskom korisnika u knjižnicu i korisničkim upitom. Korisnici prije samog pristupa knjižničaru, imaju dvije informacije o knjižničaru, a to su: kakav dojam ostavlja knjižničar, koji sjedi za svojim stolom, svojim izgledom i neverbalnim ponašanjem i prethodna iskustva s knjižničarima.³⁴

*Komunikacija s korisnicima knjižnice ključan je dio knjižničarevog rada.*³⁵ Cummins navodi da je važnije nego ikad poznavati potrebe korisnika kako bi im se pružile kvalitetne usluge. *Problematika izravne komunikacije knjižničara s korisnikom, koji traži informaciju, uključuje razmatranje sastavnica samog informacijskog upita, odnosno zahtjeva korisnika, kao i dobivanje uvida u ponašanje i korisnika i knjižničara.*³⁶ *Komunikaciju korisnik – knjižničar držimo vrstom recipročne komunikacije, pri kojoj pošiljatelj i primatelj, makar nakratko, izmjenjuju uloge, težeći uspostavljanju stvarne komunikacije.*³⁷ Sečić postavlja pitanje osposobljenosti knjižničara za komunikaciju korisnika, odnosno da li se ta vještina može steći formalnim školovanjem, ili se stječe praktičnim iskustvom. Kaže da je istina negdje u sredini, odnosno da se treba uzeti u obzir i školovanje i iskustvo, ali i prirodne sposobnosti osobe. Stoga bi s korisnicima trebale raditi inteligentne i komunikativne osobe, koje su vještine stekle školovanjem, ali i stručnim iskustvom, ukoliko je moguće. Upravo *odnos korisnik - knjižničar*

³³ Etebu, Abraham Tabor. Communication in the Library for Effective Administration. Library Philosophy and Practice 2010. Str. 1. URL: <http://unllib.unl.edu/LPP/tabor1.htm> (2011-08-28)

³⁴ Usp. Radford, Marie L. Approach or Avoidance? The Role of Nonverbal Communication in the Academic Library User's Decision to Initiate a Reference Encounter. Library trends, 46, 4 (1998.) str. 700. URL: http://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/8183/librarytrendsv46i4h_opt.pdf?sequence=1 (2011-08-31)

³⁵ Cummins, Marlene; Grothkopf, Uta. Communicating and Networking by Astronomy Librarians. Library and Information Services in Astronomy IV. July 2-5, 2002. Str. 319. URL: <http://www.eso.org/sci/libraries/lisa4/Cummins3.pdf> (2011-08-28)

³⁶ Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. 2. dopunjeno i prerađeno izd. Lokve: Benja, 2006. Str. 50.

³⁷ Brbora - Majstorović, Sanja. Komunikacija korisnik – knjižničar: mjesto prožimanja „jezika“ u knjižnici. Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike. Zagreb – Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku URL: <http://web.ffos.hr/hdpl/zbornici/Badurina%20et%20al%20ur%20Teorija%20i%20mogucnosti%20primjene%20pragmalingvistike%2013%20Brbora.pdf> (2011-08-28) Str. 115.

predstavlja temelj na kojem počiva kvaliteta neke knjižnice.³⁸ Stoga je veća pažnja usmjerena prema korisnicima i njihovim potrebama, te se pridaje važnost informacijskom intervjuu, tj. razgovoru knjižničara s korisnikom, kojim se točno nastoji prepoznati korisnička potreba i točno udovoljiti njegovu zahtjevu.³⁹ Kako bi točno doznao što korisnik traži, ali i razumio kontekst iz kojeg je izrasla konkretna informacijska potreba korisnika, knjižničar mora postaviti ključna pitanja. Postoji osam ključnih pitanja informacijskog intervjuja:

1. *Koliko znanja o toj temi korisnik već ima? Jesu li već, uspješno ili bez uspjeha pretraživani neki izvori informacija?*
2. *Je li određena razina i opširnost traženog odgovora?*
3. *Je li određena količina potrebnih informacija?*
4. *Traži li korisnik potpune dokumente ili samo bibliografske podatke, sažetke i sl.?*
5. *Postoje li neka ograničenja glede jezika, vremenskog razdoblja, zemlje objavljivanja, vrste publikacije?*
6. *Je li upit povjerljive naravi?*
7. *Koliko brzo korisnik treba odgovor i možemo li mu u tom roku pronaći informaciju?*
8. *Koji je kontekst upita i kako će se informacija koristiti?*⁴⁰

Pitanja knjižničara postavljana tijekom informacijskog intervjuja predstavljaju ustvari platformu onih obrazaca, koji će se kasnije pojaviti na mrežnim stranicama knjižnica širom svijeta i predstavljati uslugu „Pitajte knjižničara“.⁴¹ Bosančić također navodi da *Pitajte knjižničara* nije služba koja rješava sve probleme, nego je to usluga koja odgovara na stvarna, činjenična pitanja. *Odgovara se kratko i koncizno, najviše s tri – četiri rečenice, te navodi izvor iz kojeg je preuzet odgovor. Ako se ne pronađu zadovoljavajući odgovori na postavljeno pitanje, korisnika se upućuje na neki drugi izvor.*⁴²

Kako bi zadovoljili korisnika pronađenim informacijama, potrebno je da vodimo računa o pet faktora:

- 1) *točnosti informacija,*
- 2) *preciznosti,*

³⁸ Isto.

³⁹ Isto.

⁴⁰ Fox, Theodora. The Lost Art Of The Reference Interview. Str. 4. URL: <http://conferences.alia.org.au/online2005/papers/b17.pdf> (2011-08-28)

⁴¹ Bosančić, Boris. Put k povezivanju: usluga *Pitajte knjižničara* na mrežnim stranicama narodnih knjižnica. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, God. 46 (2003), br. 3-4. Str. 84. URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/99/vbh/God.46\(2003\).br.3-4](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/99/vbh/God.46(2003).br.3-4) (2011-08-28)

⁴² Navedeno djelo. Str. 82.

- 3) *relevantnosti informacija,*
- 4) *potpunosti i*
- 5) *primjerenosti.*⁴³

Problemi koji se javljaju u komunikaciji knjižničara s korisnicima, mogu dovesti do manjka interesa kod korisnika za korištenjem knjižničnih usluga. Sečić kaže da je jedan od većih problema u takvoj komunikaciji što korisnici ne znaju jasno formulirati svoj zahtjev i većinom ne žele otkriti svrhu svojih zahtjeva, te se tako izlažu riziku da dobiju neprikladan odgovor. Osim toga, mnogi korisnici nisu svjesni svih usluga koje knjižnica nudi, dok mnogi ne razumiju potrebu da komuniciraju s knjižničarom i tako dođu do potrebnih informacija. Kako bi se to izbjeglo, knjižničari bi trebali biti kvalificirani, te točno upoznati sa svojim dužnostima i odgovornostima.⁴⁴

U knjižnici se povremeno javlja potreba za komunikacijom s osobama koje imaju posebne potrebe. Kod komunikacije s gluhim i gluhoslijepim osobama, treba voditi računa o pravilnom pristupu, brzini razgovora, o bliskom kontaktu, diskretnosti i slično. Prije početka komuniciranja, trebamo im dati do znanja da smo tu, ali ne da ih preplašimo, zbunimo ili iritiramo. Ukoliko nas gluha ili gluhoslijepa osoba ne poznaje, trebamo joj se predstaviti i reći što želimo ili kako joj možemo pomoći. Za uspješnu komunikaciju s gluhim i gluhoslijepim osobama treba izgraditi povjerenje, a to zahtjeva izgradnju odnosa kroz koji pokazujemo korisnicima da nam je stalo do njihovih informacijskih potreba.

U razgovoru s gluhim i gluhoslijepim osobama treba voditi računa u kakvom bi položaju trebali biti, da bi nas osoba čula i vidjela, izbjegavati buku i mjesta s pozadinskom bukom, ali i voditi računa o tome da prostorija bude dobro i jednoliko osvjetljena. Što se tiče glasnoće i tempa govora, treba provjeriti što najviše odgovara gluhoslijepoj osobi, ali i skloniti ruke s lica ili usana, kako im ne bi otežavali čitanje sa usana.⁴⁵ O brzini treba voditi riječ i kod znakovnog jezika, ali i o udaljenosti na kojoj se nalazimo. Ukoliko se sve navedeno ispoštuje, ali i razumije korisnički upit, komunikacija će rezultirati uspjehom.

43 Chand, Salek. *Communication Strategy for User Satisfaction in Digital Era*. Str. 2. URL: <http://units.sla.org/chapter/cas/Salek%20Chand.doc> (2011-08-28)

44 Usp. Etebu, Abraham Tabor. *Communication in the Library for Effective Administration*. *Library Philosophy and Practice* 2010. Str. 2. URL: <http://unllib.unl.edu/LPP/tabor1.htm> (2011-08-28)

45 Usp. Hicks, Graham. *Vodič kroz komunikaciju s gluhoslijepim osobama*. 2. izmijenjeno izd. Zagreb : Hrvatska udruga gluhoslijepih osoba Dodir, 2008. Str. 9.

Sa slijepim i slabovidećim osobama komuniciramo verbalno, *budući da neverbalna komunikacija nije moguća*.⁴⁶ *Najvažnije je dobro verbalizirati*.⁴⁷ Dobro je i voditi računa o tome da ne koristimo stručne termine, da govorimo jasno, nedvosmisleno i da kažemo ono što mislimo. Slijepa ili slabovideća osoba mora biti aktivna i sama izreći svoje želje i potrebe, stoga joj se trebamo direktno obraćati, ukoliko ima pratitelja. Ujlaki također navodi da dolazak u knjižnicu, razgovor s knjižničarom, ali i susreti s drugim ljudima, slijepim i slabovidećim osobama pridonose osjećaju ravnopravne uključenosti u društvo.

46 Ujlaki, Kristian; Strmečki, Josipa. Obrazovanje i komunikacija u usluzi za slijepe i slabovidne osobe u Knjižnici i čitaonici "Fran Galović" Koprivnica. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 53, 2(2010). Str. 100. URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53\(2010\),br.2](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53(2010),br.2) (2011-08-28)

47 Isto. Str. 101.

4. Analiza ankete

Cilj ovog istraživanja je provjeriti kakva je komunikacija knjižničara s korisnicima u Gradskoj knjižnici Vukovar. Istraživanje obuhvaća pitanja vezana uz korisničke upite, zadovoljstvu korisnika samom komunikacijom s knjižničarima, o tome koliko pažnje knjižničari posvećuju onome što korisnik govori i slično.

4.1. Metodologija istraživanja

Anketa predstavlja adekvatno sredstvo, kojim se može ocijeniti kvaliteta i vještine komunikacijskih vještina knjižničara. Anketno ispitivanje provedeno je u Gradskoj knjižnici u Vukovaru, u vremenskom razdoblju od 12. srpnja do 20. srpnja 2011. godine. Anketa se sastojala od 26 pitanja koja su bila namijenjena korisnicima Gradske knjižnice Vukovar. Primjer ankete nalazi se u *Prilogu A*.

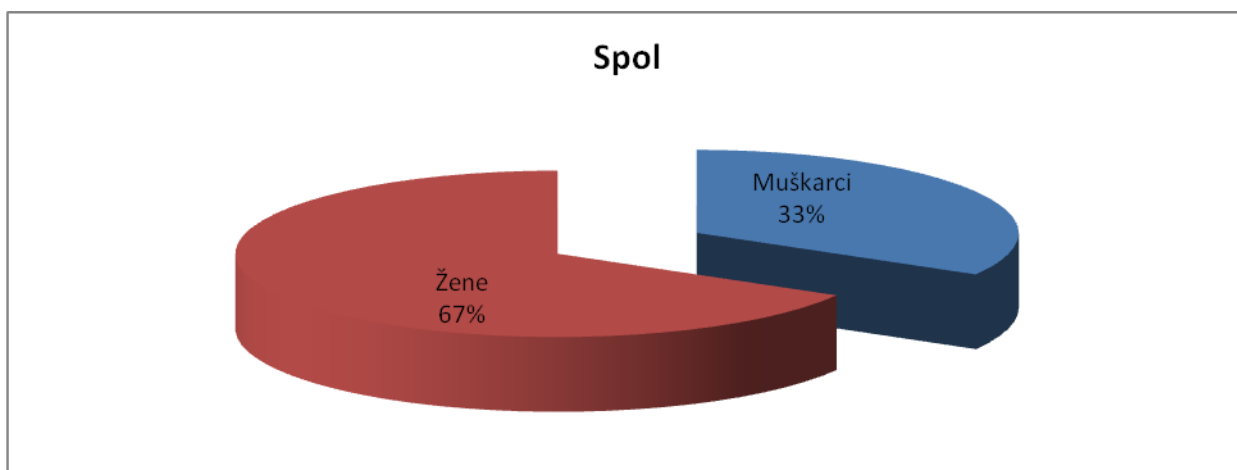
Slučajnim odabirom anketa je provedena na uzorku od 120 ispitanika. Ispitanici su bili anonimni, te se od njih zahtijevalo da na pitanja odgovore objektivno, iskreno i samostalno, uvažavajući najprije vlastitu prosudbu.

Pitanja su zatvorenog tipa, podijeljena na opći dio, u kojem su korisnici trebali reći nešto više o sebi, o navikama odlaska u knjižnicu, o vrstama knjižničnih usluga koje koriste, kao i o vrsti građe. Drugi dio ankete, od 9. pa sve do 26. pitanja, odnosio se na tvrdnje, na koje su korisnici mogli odgovarati s ocjenom od 1 do 5. Pri tome ocjena 1 predstavlja potpuno neslaganje, ocjena 3 niti slaganje niti ne slaganje, te ocjena 5 koja predstavlja potpuno slaganje. Na osnovu slaganja ili neslaganja s određenim tvrdnjama, donijet će se zaključci o kvaliteti komunikacije kako je vide ispitanici u Gradskoj knjižnici Vukovar. Obrada podataka vršila se uz pomoć računala i programa Excel. Podaci su prikazani grafički i pomoću relativnih brojeva.

4.2. Opis uzorka

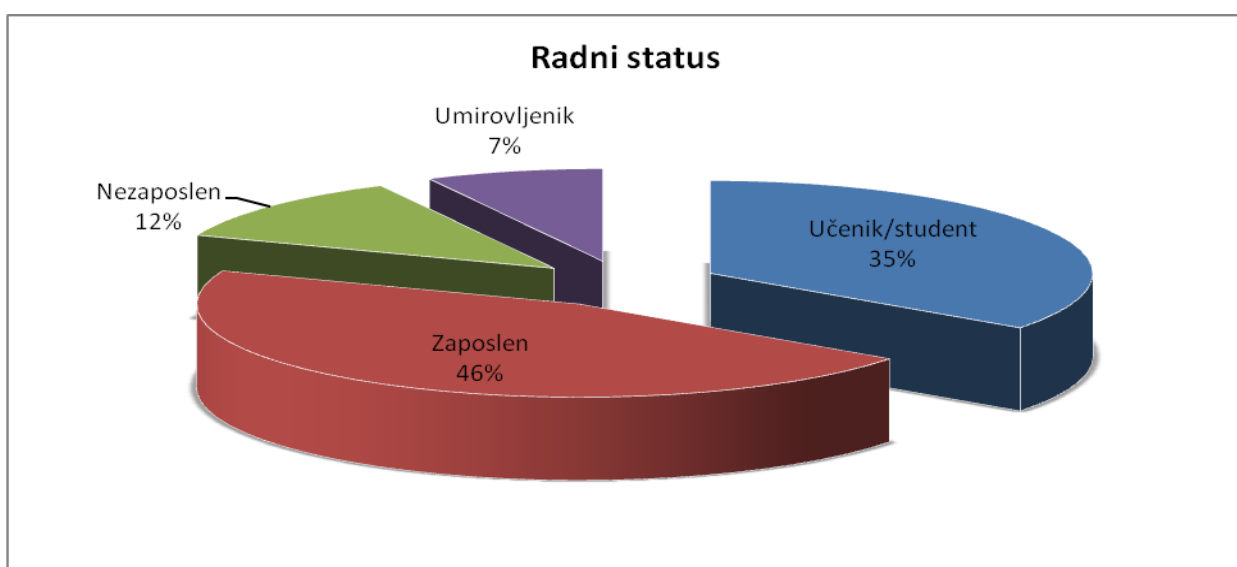
U uzorku od 120 ispitanika najmlađi ima 13 godina, dok je najstarijem 79 godina. Polovina ispitanika ima 30 godina i više, dok polovina ispitanika ima 30 godina i manje. Najviše je osoba koje imaju 22 godine. Prosječna starost ispitanika je 34.73 godine.

Od 120 ispitanika, 67% je osoba ženskog spola, a 33% muškog spola.



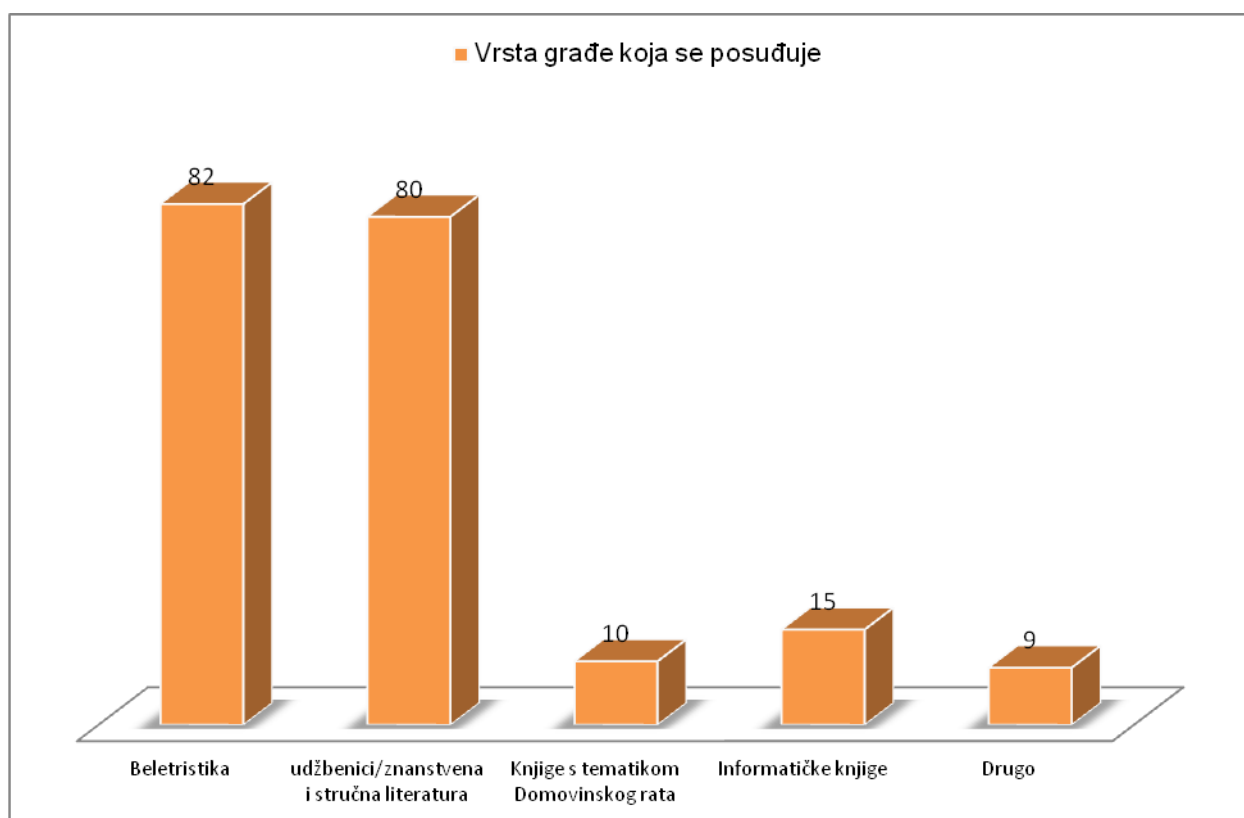
Slika 1. Grafički prikaz ispitanika prema spolu

Prema radnom statusu ispitanika samo ih je 46% zaposleno, 35% je učenika/studenata, 12% je nezaposleno, a 7% ispitanika su umirovljenici.



Slika 2. Podjela ispitanika s obzirom a radni status

Kad je riječ o uslugama koje se koriste, najviše se posuđuje građa, zatim slijedi korištenje Interneta, pregledavanje online kataloga i čitanje novina, a na samom kraju nalazi se međuknjižnična posudba. Broj ispitanika, koji u najvećoj mjeri posuđuje knjižničnu građu jeste 110 ispitanika, dok je samo 18 ispitanika izjavilo da koristi međuknjižničnu posudbu. Građa koja se u najvećoj mjeri koristi je beletristika, a slijede je udžbenici i znanstvena i stručna literatura. U manjoj mjeri koriste se informatičke knjige, knjige s tematikom Domovinskog rata, te druge knjižnične usluge (slika 3).



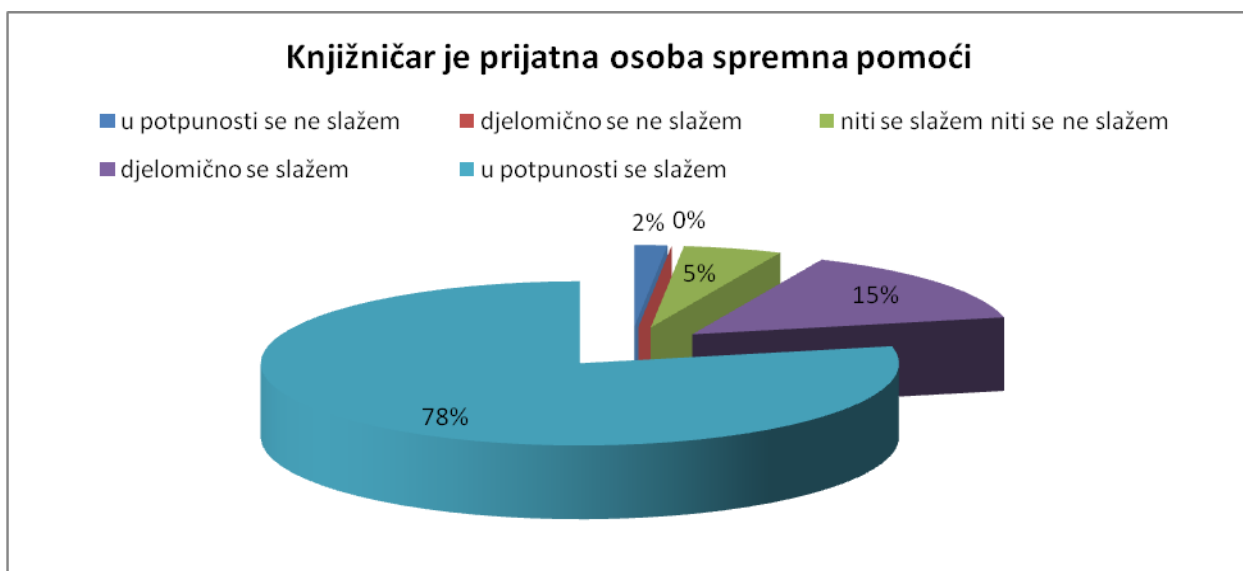
Slika 3. Vrsta građe koja se posuđuje (moguće odabrati više odgovora)

4.3. Analiza rezultata

Komunikacija u knjižnici je najčešće verbalna, interpersonalna i sadržava informacijsku komponentu. Što se tiče komunikacije knjižničar – korisnik, samo 2% ispitanika ustručava se postaviti knjižničaru upit. Razlozi tome mogu biti strah, sramota, ponos, ili nepravilno formuliranje upita. Čak 85% ispitanika, bez imalo ustručavanja, obraća se knjižničaru kako bi

dobili potrebne informacije. Od 120 ispitanika, samo 2% je neutralno kada je riječ o ustručavanju. Rezultati su zadovoljavajući, što govori da će 85% ispitanika biti zadovoljno pronađenim informacijama, ukoliko ne dođe do neke druge smetnje u komunikaciji i knjižničar, u cijelosti, ne shvati korisnikov upit. Preostalih 2% ispitanika nije svjesno koliko im zapravo može pomoći razgovor s knjižničarom, prilikom nekog istraživanja. U razgovoru s knjižničarom korisnici mogu samo profitirati, pogotovo novi korisnici. Oni od knjižničara mogu dobiti korisne informacije o građi dostupnoj u knjižničnim fondovima i zbirkama, a pogotovo o tek pristigloj građi. Novi korisnici osim tih informacija mogu doznati i kako se koristiti građom te biti upoznati s drugim knjižničnim pravilima.

Za dobru komunikaciju knjižničara s korisnicima, važno je da su knjižničari prijatne osobe uvijek spremne pomoći i da se odnose s poštovanjem prema svim korisnicima. Čak 93% ispitanika složilo se sa tvrdnjom da je *knjižničar prijatna osoba spremna pomoći*, dok se 7% ispitanika ne slaže s njom, a samo 5% je neutralno. Ukoliko se knjižničari pokažu kao neprijatne osobe, koje se bez poštovanja odnose prema svojim korisnicima, kao posljedica toga, korisnici će izgubiti interes za knjižnicu i smatrati da nema svrhe dolaziti u knjižnicu, a informacije će potražiti na drugom mjestu. Kao što su rezultati pokazali, 93% ispitanika se slaže da u Gradskoj knjižnici Vukovar rade prijatne osobe, što neće rezultirati gubitkom korisnika.

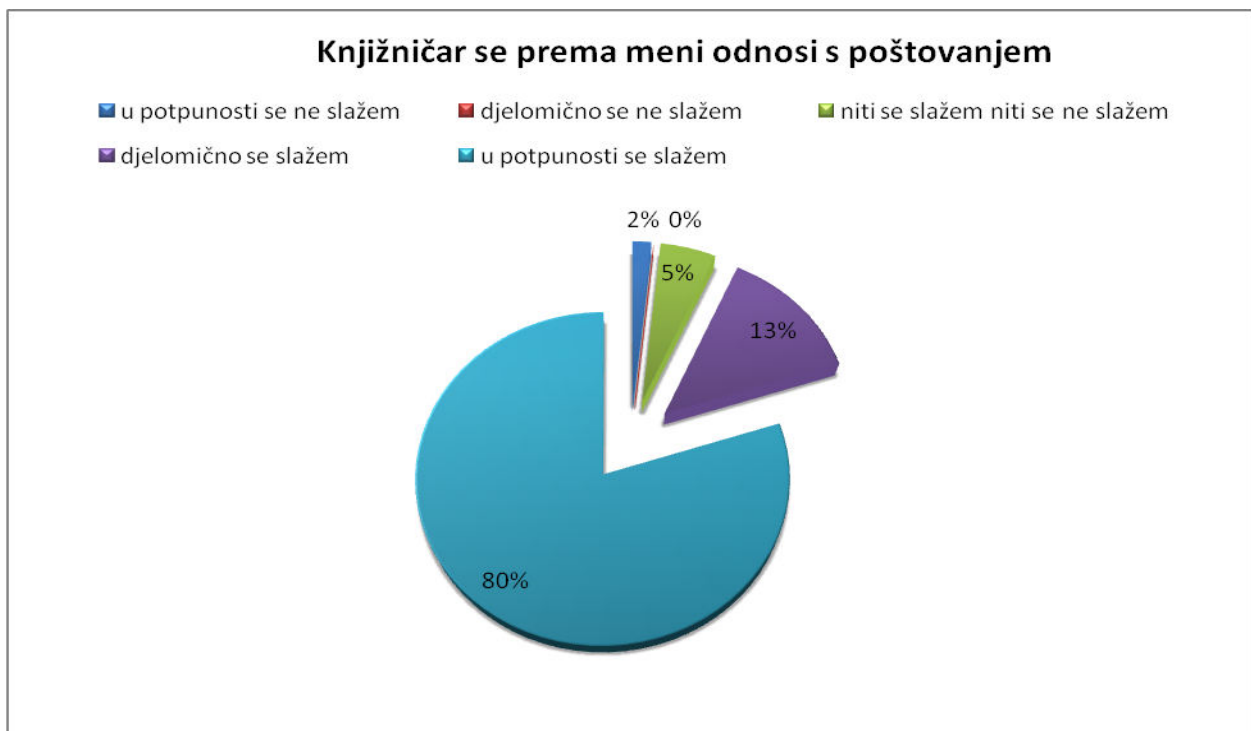


Slika 4. Rezultati tvrdnje *Knjižničar je prijatna osoba spremna pomoći*

Kako je Radford navela u svom radu, korisnici prije samog pristupa knjižničaru imaju dvije informacije, kakav dojam ostavlja knjižničar, svojim izgledom i neverbalnim ponašanjem i

prethodna iskustva s knjižničarima.⁴⁸ Upravo se s tvrdnjom da *knjižničar pazi na svoj izgled* u potpunosti slaže čak 75% ispitanika, a 18% samo djelomično. Taj dojam, koji knjižničar ostavlja o sebi na osnovu svog izgleda i neverbalnog ponašanja, pridonijet će odluci korisnika da pristupi knjižničaru i započne razgovor. Mali se broj ispitanika, samo 2%, u potpunosti ne slaže da knjižničari vode računa o svom izgledu, dok je 5% ispitanika neutralno.

Sljedeća tvrdnja jeste ta da se *knjižničar odnosi prema korisniku s poštovanjem*. S tvrdnjom se složilo 93% ispitanika, a samo 7% je odgovorilo negativno na ovu tvrdnju. Ukoliko se knjižničar odnosi s poštovanjem prema korisniku, to će rezultirati boljim odnosom, a to je važno kako bi se izgradilo povjerenje između knjižničara i korisnika, ali i povjerenje u samu knjižnicu. Ako postoji povjerenje, korisnik će sa sigurnošću znati da je knjižničaru stalo do njegovih informacijskih potreba i da će uvijek dobiti tražene informacije i potrebnu građu.



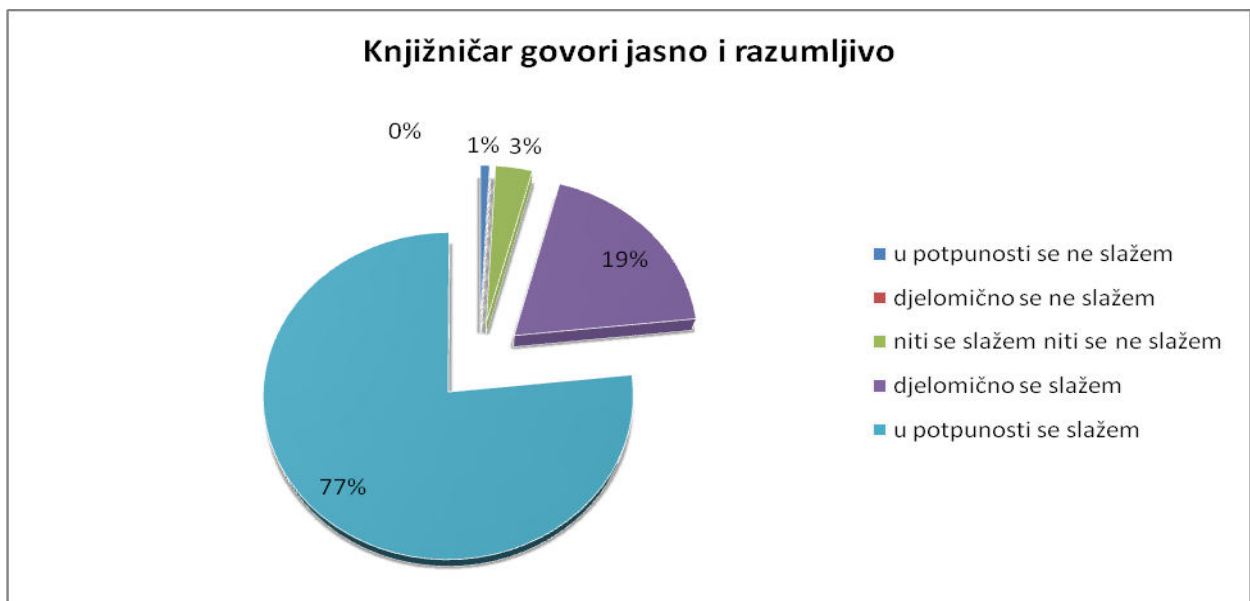
Slika 5. Rezultati tvrdnje *Knjižničar se prema meni odnosi s poštovanjem*

Pored poštovanja i ljubaznosti osoblja, vrlo je važno i vrijeme koje knjižničar posvećuje korisniku. Knjižničar bi korisniku trebao posvetiti onoliko vremena, koliko je potrebno da u potpunosti shvati korisnički upit, kako bi korisnik, odlaskom iz knjižnice bio zadovoljan

⁴⁸ Radford, Marie L. Approach or Avoidance? The Role of Nonverbal Communication in the Academic Library User's Decision to Initiate a Reference Encounter. *Library trends*, 46, 4 (1998.) URL: http://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/8183/librarytrendsv46i4h_opt.pdf?sequence=1 (2011-08-31)

dobivenim odgovorom. U ovom slučaju, samo 1% ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom da *knjižničar uvijek ima vremena za korisnika*, 2% ispitanika se djelomično ne slaže sa tvrdnjom, dok je 7% neutralno. Pretpostavljamo da je tomu razlog što mnogi čekaju zadnji trenutak da pronađu potrebnu građu i onda dolaze knjižničaru s hitnim zahtjevom, očekujući da će dobiti sve potrebne informacije. Neki pak korisnici traže još više informacija, nego što im zaista treba, samo kako bi bili sigurni. To dovodi do problema, što rezultira nezadovoljstvom. Ostalih 90% ispitanika složilo se sa ovom tvrdnjom. Pored svega navedenog, važno je da knjižničar ne koristi stručne termine, da ne govori nejasno, nedvosmisleno i da kaže ono što misli, kako ne bi došlo do smetnji u komunikaciji. No toga se treba pridržavati i u komunikaciji s gluhim, gluhoslijepim, slijepim i slabovidećim osobama.

Sa tvrdnjom *knjižničar govori jasno i razumljivo*, složilo se 96% ispitanika. Veoma mali broj ispitanika nije se složio s tom tvrdnjom, čak 1%, a 3 % ispitanika je neutralno. Budući da u ovoj anketi nisu sudjelovale osobe s posebnim potrebama, odnosno gluhe, gluhoslijepa, slijepa i slabovideće osobe, ne mogu se provjeriti komunikacijske vještine knjižničara u takvim slučajevima.

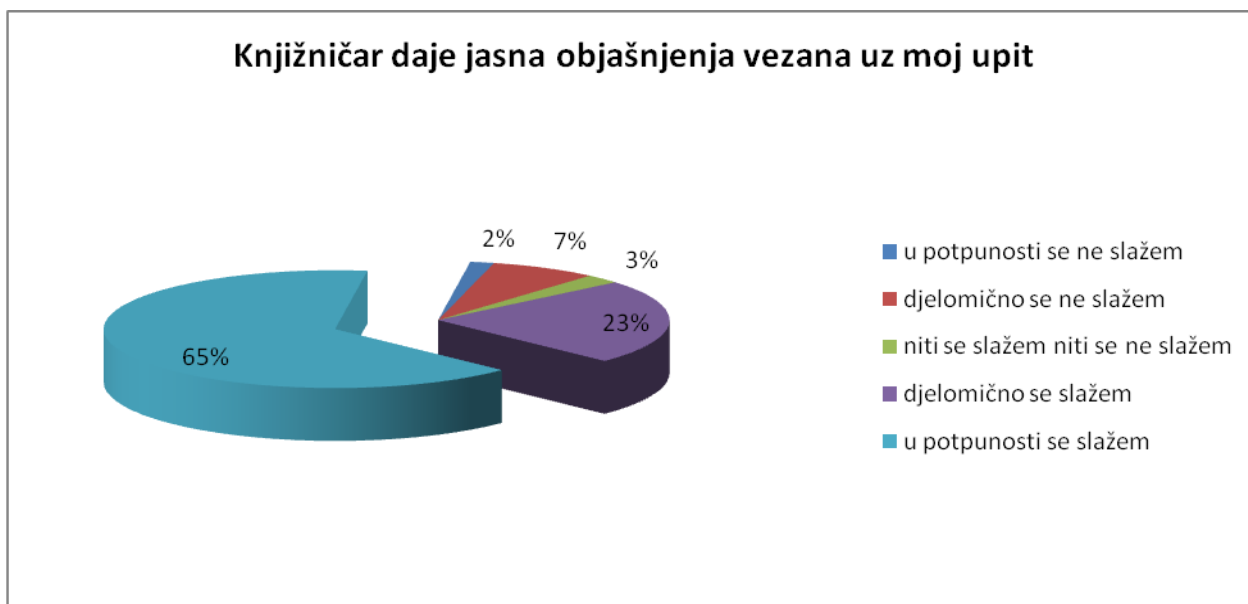


Slika 6. Rezultati tvrdnje *Knjižničar govori jasno i razumljivo*

U jednom od prethodnih poglavlja, navedeno je, da je za uspješnu komunikaciju, važno slušanje, a da bi korisnik imao povjerenja u knjižničara i njegove sposobnosti, knjižničar se mora potruditi da svakog korisnika pažljivo sasluša. Slušanje je važno, kako bi knjižničar mogao u potpunosti shvatiti korisnički upit i razumjeti informacijsku potrebu iz koje je nastao sam upit.

Ponovo se 90% ispitanika slaže sa tvrdnjom da *knjižničar pažljivo sluša i pokazuje interes za korisnikov upit*. Neutralno je čak 6% ispitanika, dok je 4% ispitanika negativno odgovorilo na tvrdnju..

Sa sljedećom tvrdnjom, *knjižničar daje jasna objašnjenja vezana uz korisnički upit* slaže se 88% ispitanika. Na tvrdnju je negativno odgovorilo čak 9% ispitanika. Objašnjenja koja knjižničar daje, mogu biti vezana uz upite, ili se odnositi na načine korištenja građe, o dostupnosti građe, ili pak o drugim mjestima gdje se potrebne informacije mogu pronaći, kao i na same informacije vezane uz upit. Postavlja se pitanje, da li je uzrok nezadovoljstvu i neutralnom mišljenju, taj što korisnici u potpunosti ne razumiju dobivena objašnjenja, te se ponovno naglašava važnost da knjižničari trebaju govoriti jasno i razumljivo.



Slika 7. Rezultati tvrdnje *Knjižničar govori jasno i razumljivo*

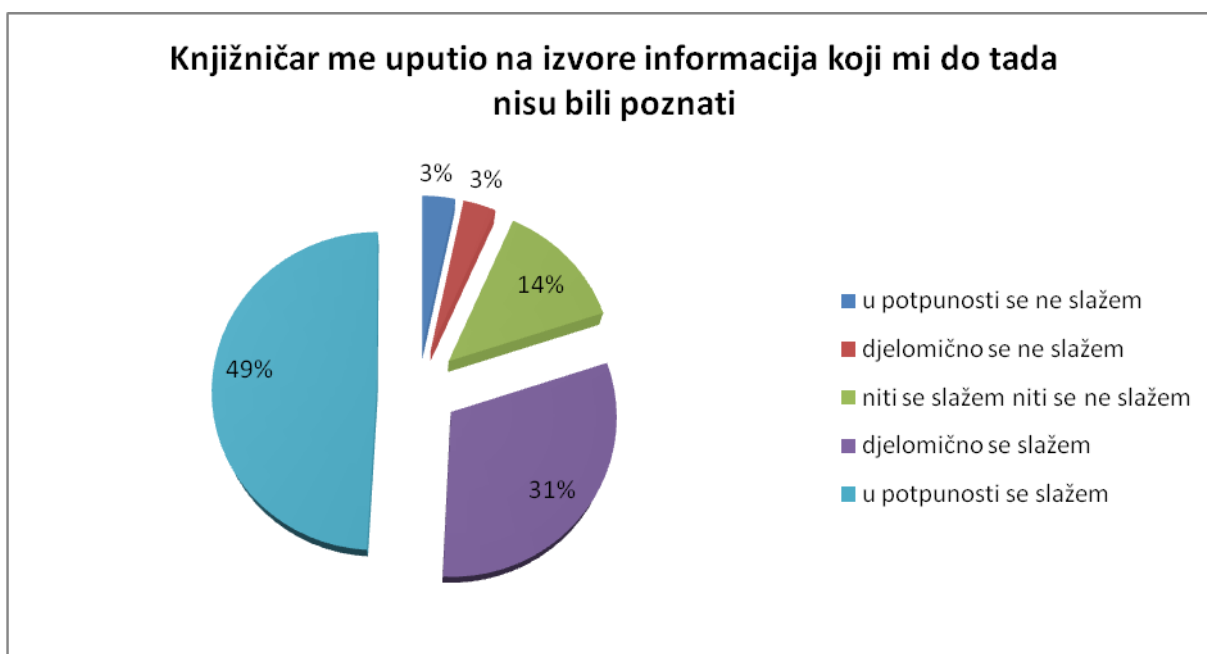
Tvrdnja vezana uz komunikaciju preko telefona, ima 9% negativnih odgovora, od čega se 7% u potpunosti ne slaže s njom, a 2% samo djelomično se ne slaže sa tvrdnjom. U potpunosti se slaže sa tvrdnjom 47% ispitanika, a samo djelomično 21% ispitanika. Ovaj način komuniciranja s knjižničarima, korisnici najviše koriste kada žele produžiti neku knjigu, ili provjeriti da li je knjiga zadužena ili vraćena.

S idućom tvrdnjom, *knjižničar ima dovoljno znanja da mi pomogne*, 75% ispitanika se slaže, dok se 7% u potpunosti ne slaže sa tvrdnjom. Iako su rezultati dosta dobri, postavlja se pitanje zbog čega je 7% ispitanika odgovorilo negativno, a ostalih 18% ispitanika neutralno. Da li je razlog loše iskustvo ili pak smatraju da sami imaju više znanja od knjižničara?



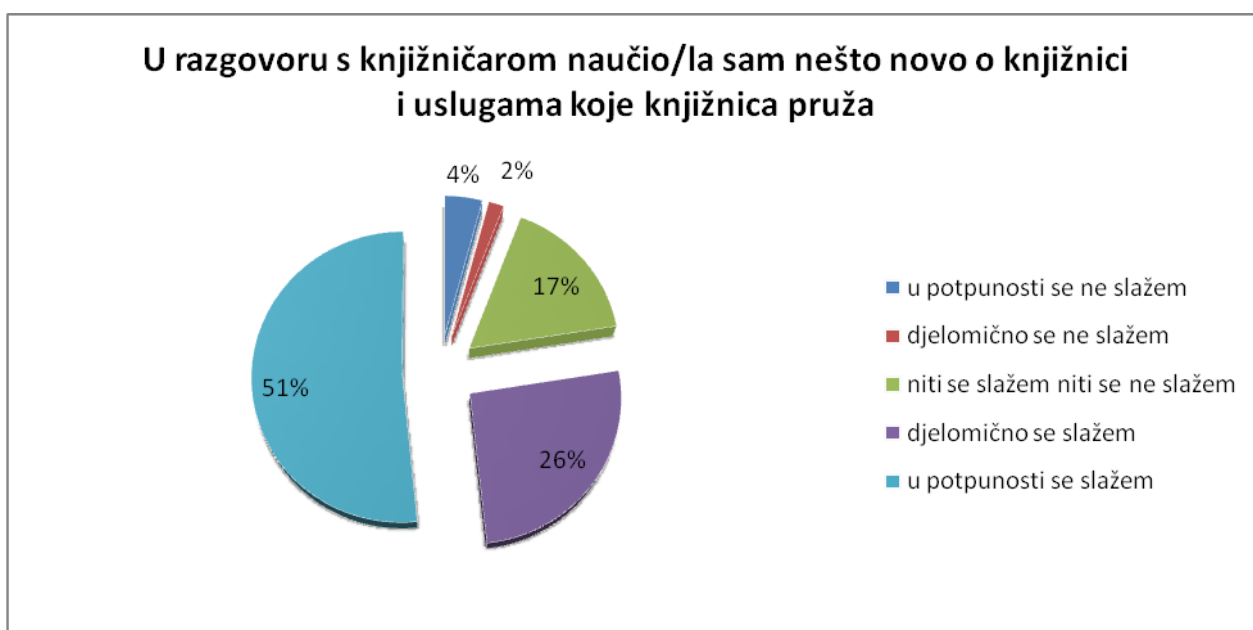
Slika 8. Rezultati tvrdnje *Knjižničar ima dovoljno znanja da mi pomogne*

Sa sljedećom tvrdnjom, 80% ispitanika se slaže da ih je knjižničar uputio na izvore informacija koji im do tada nisu bili poznati. Na tvrdnju je negativno odgovorilo 6% ispitanika. Iz ovoga se može zaključiti da veliki broj ljudi nije upoznat s dostupnim informacijskim izvorima, te da se više oslanjaju na pomoć knjižničara, umjesto da sami ulože malo truda i saznaju nešto novo. Za 14% ispitanika, koji su neutralni, može se pretpostaviti da nisu sigurni da li ih je knjižničar uputio na nove izvore informacija, s kojima se do tada nisu susretali.



Slika 9. Rezultati tvrdnje *Knjižničar me uputio na izvore informacija koji mi do tada nisu bili poznati*

Iako u razgovoru s knjižničarom možemo doznati korisne informacije vezane za knjižnicu i usluge koje ona pruža, na tvrdnju *u razgovoru s knjižničarom naučio/la sam nešto novo o knjižnici i uslugama koje knjižnica pruža*, 6% ispitanika ne slaže se s njom, a 77% ispitanika slaže se s navedenom tvrdnjom. Sve informacije o Gradskoj knjižnici Vukovar nalaze se na mrežnoj stranici knjižnice, stoga se može zaključiti da su korisnici, koji su odgovorili negativno na tvrdnju, ili su neutralni, već upoznati s tim informacijama.

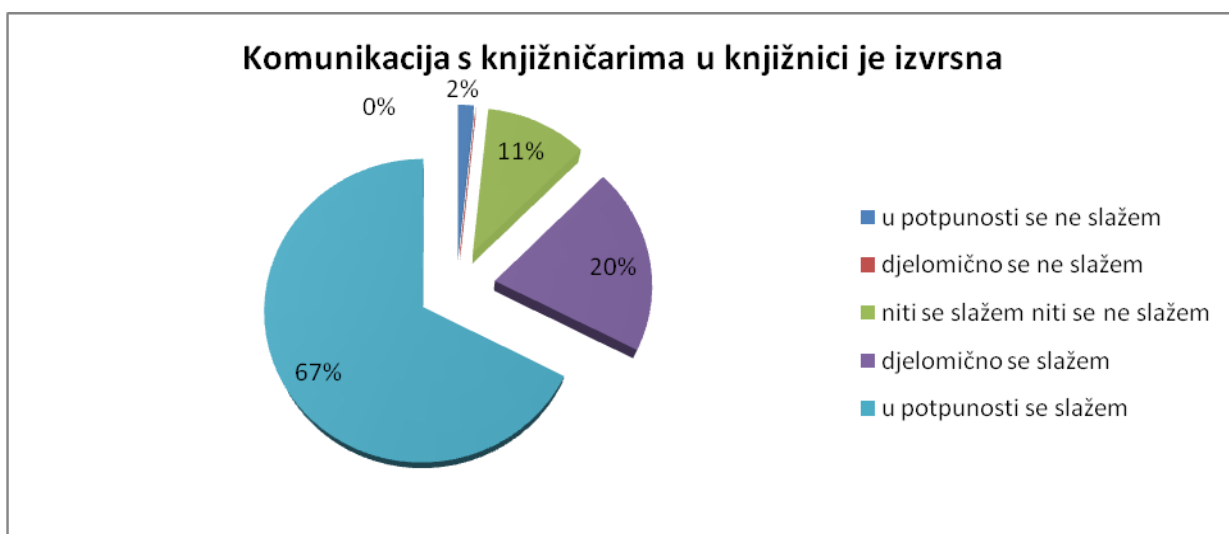


Slika 10. Rezultati tvrdnje *U razgovoru s knjižničarom naučio/la sam nešto novo o knjižnici i uslugama koje knjižnica pruža*

Na osnovu grafičkog prikaza na slici 10., može se zaključiti da se 77% ispitanika koristi jednim te istim uslugama, dok ih ostale usluge ne zanimaju, ukoliko im nisu potrebne.

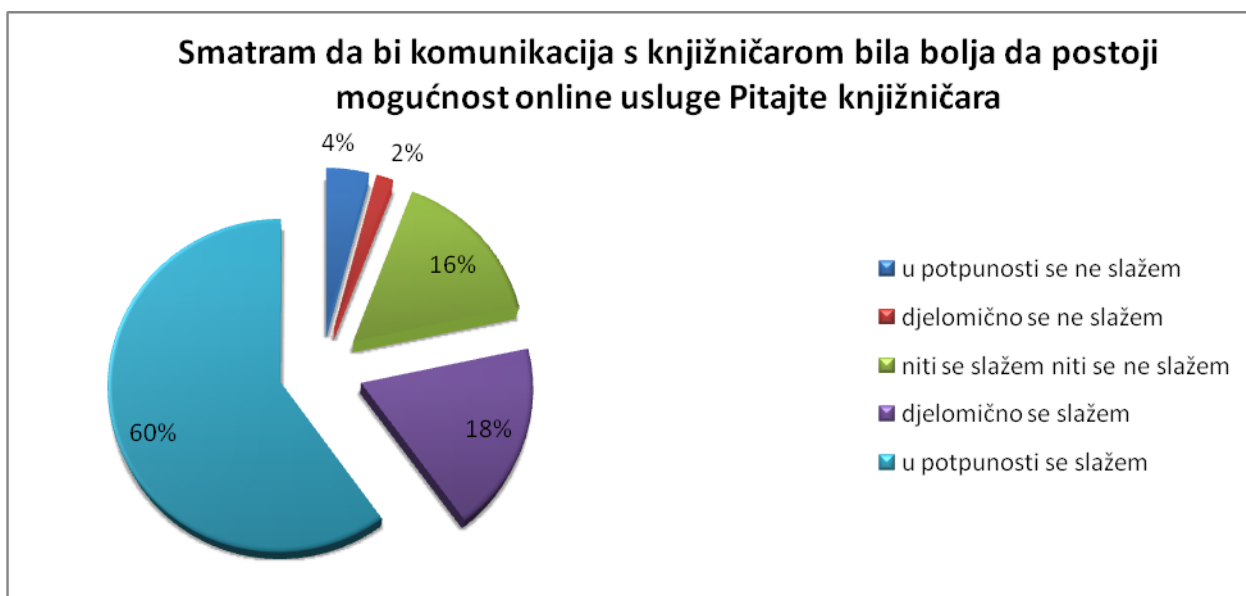
Iduća tvrdnja govori o zadovoljstvu korisnika vremenom, koje je bilo potrebno da knjižničar pronađe potrebnu literaturu. Iako knjižničari uvijek misle kako se korisnici previše žale na vrijeme potrebno da se pronađe određena građa, čak 88% ispitanika je zadovoljno vremenom, koje je bilo potrebno da knjižničar pronađe potrebnu građu. Ispitanici, koji su neutralni, ima samo 9%, a ostalih 3% ne slaže se sa ovom tvrdnjom.

Kada je u pitanju izvrsnost knjižnične komunikacije, 87% ispitanika se složilo s navedenom tvrdnjom, a samo se 2% ispitanika u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom. Ispitanici, koji su odgovorili s niti se slažem niti se ne slažem, ima 11%.



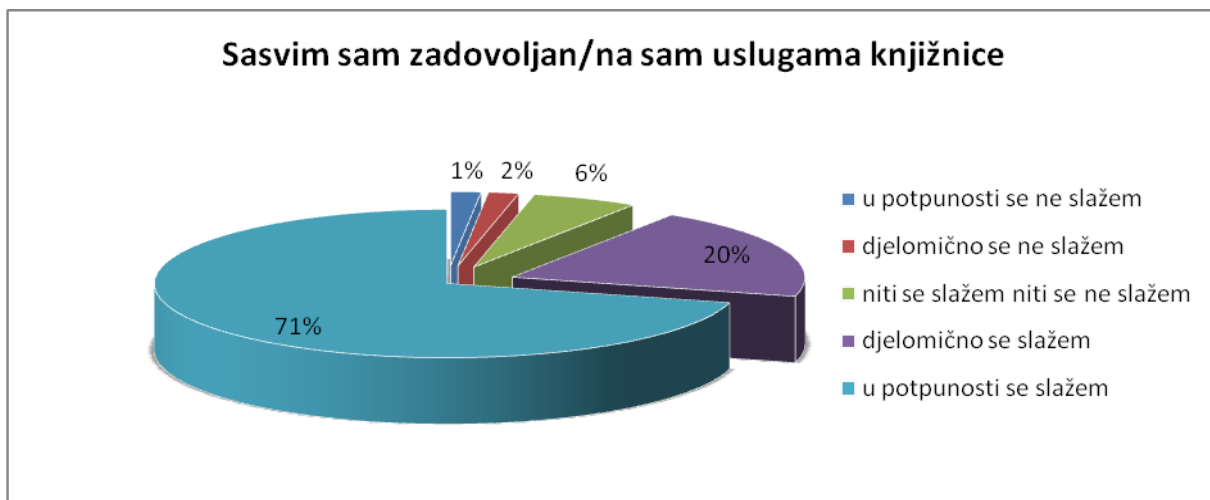
Slika 11. Rezultati tvrdnje *Komunikacija s knjižničarima u knjižnici je izvrsna*

Kako bi se utvrdilo da li korisnici misle da se komunikacija s knjižničarima može poboljšati, dodana je tvrdnja *Smatram da bi komunikacija s knjižničarom bila bolja da postoji mogućnost online usluge Pitajte knjižničara*. S ovom tvrdnjom, u potpunosti se složilo 78% ispitanika, 18% se djelomično složilo, a 6% ispitanika se ne slaže s tvrdnjom. Sama usluga zamjenjuje tradicionalni razgovor licem u lice, koji se još naziva i informacijski intervju.



Slika 12. Rezultati tvrdnje *Smatram da bi komunikacija s knjižničarom bila bolja da postoji mogućnost online usluge Pitajte knjižničara*

Na kraju, na tvrdnju *Sasvim sam zadovoljan/na uslugama knjižnice* 91% ispitanika je izjavilo je zadovoljno, a bilo je samo 3% ispitanika koji su nezadovoljni uslugama knjižnice. Kao što možete vidjeti dolje na grafičkom prikazu 13., samo 6% ispitanika je neutralno.



Slika 13. Rezultati tvrdnje *Sasvim sam zadovoljan/na uslugama knjižnice*

5. Zaključak

Komunikacija je osnova i uvjet uspjeha svih međuljudskih privatnih i poslovnih odnosa. Toplina, humanost, sposobnost slušanja i uvažavanja svakog korisnika i njegovih želja važan su dio u svakodnevnoj komunikaciji.⁴⁹

Kao što je navedeno, komunikacija s korisnicima knjižnice ključan je dio knjižničarevog rada, a odnos između knjižničara i korisnika predstavlja temelj na kojem počiva kvaliteta neke knjižnice. Etebu ističe da je cilj mjerodavne komunikacije u knjižnici, osigurati da se korisnici, na pravilne načine koriste knjižničnim resursima, a knjižnično osoblje da poznaje svoje dužnosti i obavlja ih.⁵⁰ Knjižničari, osim što trebaju poznavati svoje dužnosti, trebali bi se stalno usavršavati, bilo to putem seminara i raznih tečaja, kako bi u svakom trenutku bili upoznati s novim izvorima informacija, ali bi trebali i usavršavati svoje komunikacijske vještine, kako bi se izgradili kvalitetniji odnosi s korisnicima i kako bi korisnici bili zadovoljni knjižnicom i uslugama koje ona pruža.

Iz provedenog istraživanja može se zaključiti, da su knjižničari u Gradskoj knjižnici Vukovar, kompetentni za komunikaciju sa svojim korisnicima. Čak 91% ispitanika zadovoljno je uslugama koje knjižnica pruža, a 87% komunikacijom s knjižničarima. Samo mali broj ispitanika odgovarao je na tvrdnje negativno, a mali je i dio ispitanika bio je neutralan. Pretpostavljamo da su ispitanici, koji su odgovarali negativno ili su bili neutralni, imali loša prethodna iskustva. Ukoliko ta loša iskustva nemaju veze s knjižničarima iz Gradske knjižnice Vukovar, trebali su imati malo više povjerenja u knjižničare i izgraditi uspješnije odnose. Kako bi se u budućnosti izbjeglo nezadovoljstvo korisnika komunikacijskim vještinama knjižničara, ali i cjelokupnim uslugama koje knjižnica nudi, knjižničari bi trebali usavršiti svoje vještine, te dati do znanja korisnicima, da su njihove informacijske potrebe na prvom mjestu i da mogu imati povjerenja u njih, ali i u knjižnicu. Ukoliko je odnos između knjižničara i korisnika uspješan, i kvaliteta knjižnice će biti bolja.

⁴⁹ Ujlaki, Kristian; Strmečki, Josipa. Obrazovanje i komunikacija u usluzi za slijepu i slabovidne osobe u Knjižnici i čitaonici "Fran Galović" Koprivnica. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 53, 2(2010). Str. 100. URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53\(2010\).br.2](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53(2010).br.2) (2011-08-28)

⁵⁰ Etebu, Abraham Tabor. Communication in the Library for Effective Administration. Library Philosophy and Practice 2010. Str. 2. URL: <http://unllib.unl.edu/LPP/tabor1.htm> (2011-08-28)

Literatura

1. Bosančić, Boris. Put k povezivanju: usluga *Pitajte knjižničara* na mrežnim stranicama narodnih knjižnica. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, God. 46 (2003), br. 3-4. URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/99/vbh/God.46\(2003\),br.3-4](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/99/vbh/God.46(2003),br.3-4) (2011-08-28)
2. Brbora - Majstorović, Sanja. Komunikacija korisnik – knjižničar: mjesto prožimanja „jezika“ u knjižnici. Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike. Zagreb – Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku URL: <http://web.ffos.hr/hdpl/zbornici/Badurina%20et%20al%20ur%20Teorija%20i%20mogucnosti%20primjene%20pragmalingvistike%2013%20Brbora.pdf> (2011-08-28)
3. Chand, Salek. Communication Strategy for User Satisfaction in Digital Era. URL: <http://units.sla.org/chapter/cas/Salek%20Chand.doc> (2011-08-28)
4. Cummins, Marlene; Grothkopf, Uta. Communicating and Networking by Astronomy Librarians. Library and Information Services in Astronomy IV. July 2-5, 2002. URL: <http://www.eso.org/sci/libraries/lisa4/Cummins3.pdf> (2011-08-28)
5. Etebu, Abraham Tabor. Communication in the Library for Effective Administration. Library Philosophy and Practice 2010, URL: <http://unllib.unl.edu/LPP/tabor1.htm> (2011-08-28)
6. Fox, Renata. Poslovna komunikacija. 2. dopunjeno izd. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada : Pučko otvoreno učilište, 2006.
7. Fox, Theodora. The Lost Art Of The Reference Interview. URL: <http://conferences.alia.org.au/online2005/papers/b17.pdf> (2011-08-28)
8. Hicks, Graham. Vodič kroz komunikaciju s gluhoslijepim osobama. 2. izmijenjeno izd. Zagreb : Hrvatska udruga gluhoslijepih osoba Dodir, 2008.
9. Kamenov, Željka. Komunikacija. Komunikacijske vještine. Filozofski fakultet, Odsjek za psihologiju, Zagreb [Predavanje] URL: http://psihologija.ffzg.unizg.hr/uploads/Ya/jR/YajRsXsXIrzQZfxn6oJ29g/1-tjedan-10_11.ppt (2011-08-28)
10. Pelc, Milan. Pismo - knjiga - slika: uvod u povijest informacijske kulture. Zagreb : Golden marketing, 2002.
11. Radford, Marie L. Approach or Avoidance? The Role of Nonverbal Communication in the Academic Library User's Decision to Initiate a Reference Encounter. Library trends, 46, 4 (1998.)

URL:http://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/8183/librarytrendsv46i4h_opt.pdf?sequence=1 (2011-08-31)

12. Reardon, Kathleen K. Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću. Zagreb: Alinea, 1998.
13. Sečić, Dora. Informacijska služba u knjižnici. 2. dopunjeno i prerađeno izd. Lokve: Benja, 2006.
14. Ujlaki, Kristian; Strmečki, Josipa. Obrazovanje i komunikacija u usluzi za slijepe i slabovidne osobe u Knjižnici i čitaonici "Fran Galović" Koprivnica. Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 53, 2(2010). URL: [http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53\(2010\),br.2](http://www.hkdrustvo.hr/datoteke/887/vbh/God.53(2010),br.2) (2011-08-28)
15. Vodopija, Štefanija. Opća i poslovna komunikacija: Priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Rijeka: Naklada Žagar, 2006.
16. Vodopija, Štefanija. Vještina slušanja u komunikaciji i mediaciji: priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju. Zadar : Naklada, 2010.

Prilog A

ANKETNI UPITNIK

1. Spol: M Ž
2. Dob (navršene godine života): _____
3. Vaša školska sprema (završena):
 - a) osnovna škola
 - b) srednja školska sprema
 - c) viša škola
 - d) visoka škola
 - e) univ.spec.
 - f) mr.sc.
 - g) dr.sc.
4. Vaš radni status:
 - a) učenik/student
 - b) zaposlen
 - c) nezaposlen
 - d) umirovljenik
5. Jeste li član Gradske knjižnice Vukovar? DA NE
6. Koliko često dolazite u knjižnicu?
 - a) barem jednom tjedno (redovito)
 - b) barem jednom mjesečno (često)
 - c) nekoliko puta godišnje (povremeno)
7. Koje usluge knjižnice koristite? (moguće je odabrati više odgovora)
 - a) posuđivanje građe
 - b) pregledavanje online kataloga
 - c) korištenje Interneta
 - d) čitanje novina
 - e) međuknjižnična posudba
8. Koju vrstu građe posuđujete u knjižnici? (moguće je odabrati više odgovora)
 - a) beletristiku
 - b) Udžbenike, znanstvenu i stručnu literaturu

- c) knjige s tematikom Domovinskog rata
- d) informatičke knjige
- e) drugo: _____

Svoje slaganje sa sljedećim tvrdnjama ocijenite ocjenama od 1 do 5 (1 = u potpunosti se ne slažem; 2 = djelomično se ne slažem; 3 = niti se slažem niti se ne slažem; 4 = djelomično se slažem; 5 = u potpunosti se slažem)

9. Knjižničaru bez imalo ustručavanja mogu postaviti upit. 1 2 3 4 5
10. Knjižničar je prijatna osoba spremna pomoći. 1 2 3 4 5
11. Knjižničar se prema meni odnosi s poštovanjem. 1 2 3 4 5
12. Knjižničar je uvijek imao vremena za mene. 1 2 3 4 5
13. Knjižničar govori jasno i razumljivo. 1 2 3 4 5
14. Knjižničar pažljivo sluša i pokazuje interes za moj upit. 1 2 3 4 5
15. Knjižničar daje jasna objašnjenja vezana uz moj upit. 1 2 3 4 5
16. Knjižničar pazi na svoj izgled (odjeća, higijena). 1 2 3 4 5
17. Knjižničar pazi na izgled svog radnog mjesta i knjižnice. 1 2 3 4 5
18. Atmosfera u knjižnici je vrlo ugodna. 1 2 3 4 5
19. Komunikaciju s knjižničarom izvrsno ostvarujem i preko telefona (mobitela).
1 2 3 4 5
20. Knjižničar ima dovoljno znanja da mi pomogne. 1 2 3 4 5
21. Knjižničar me uputio na izvore informacija koji mi do tada nisu bili poznati.
1 2 3 4 5
22. U razgovoru s knjižničarom naučio/la sam nešto novo o knjižnici i uslugama koje knjižnica pruža. 1 2 3 4 5
23. Zadovoljan/na sam vremenom koje je bilo potrebno da knjižničar pronađe potrebnu građu i količinom pronađene građe. 1 2 3 4 5
24. Komunikacija s knjižničarima u knjižnici je izvrsna. 1 2 3 4 5
25. Sasvim sam zadovoljan/na sam uslugama knjižnice. 1 2 3 4 5
26. Smatram da bi komunikacija s knjižničarom bila bolja da postoji mogućnost online usluge Pitajte knjižničara. 1 2 3 4 5

HVALA VAM NA SURADNJI!