

Vizualni identitet i komunikacija mrežnih stranica narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj

Škorić, Tamara

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:233744>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-17**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Informacijske tehnologije

Tamara Škorić

**Vizualni identitet i komunikacija mrežnih stranica narodnih
knjižnica u Republici Hrvatskoj**

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Josipa Selthofer

Osijek, 2023.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za informacijske znanosti

Dvopredmetni diplomski studij Informatologije i Informacijske tehnologije

Tamara Škorić

**Vizualni identitet i komunikacija mrežnih stranica narodnih
knjižnica u Republici Hrvatskoj**

Diplomski rad

Društvene znanosti, Informacijske i komunikacijske znanosti, Informacijski sustavi
i informatologija

Mentor: doc. dr. sc. Josipa Selthofer

Osijek, 2023.

Prilog: Izjava o akademskoj čestitosti i o suglasnosti za javno objavljivanje

Obveza je studenta da donju Izjavu vlastoručno potpiše i umetne kao treću stranicu završnoga, odnosno diplomskog rada.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisao/napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan/suglasna da Filozofski fakultet u Osijeku trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku 12. rujna 2023.

Tamara Đković, 0122225558

Ime i prezime studenta, JMBAG

Sažetak

Tema diplomskog rada je vizualni identitet i komunikacija mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske.

U teorijskom dijelu upoznaje se s ključnim pojmovima vezanim uz vizualni identitet, uključujući logotip i vrste logotipa, paletu boja, tipografije te važnost istih u stvaranju prepoznatljivog izgleda. Uz to, objašnjava se i pojam komunikacije te njezina uloga na mrežnim stranicama, definirani su i pojmovi *mrežna stranica* te *mrežno mjesto*. Također, definirana je i uloga narodnih knjižnica u digitalnom okružju, kao i osnovno značenje knjižnica, podjela te zadaće.

Istraživački dio rada temelji se na analizi sadržaja mrežnih mjesta i stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske. Uzorak uključuje 19 nasumično odabranih narodnih knjižnica od ukupno 194 narodne knjižnice. Metodologija se temelji na kvalitativnom istraživanju, točnije na metodi analize sadržaja. Istražuje se prisutnost i konzistencija elemenata vizualnog identiteta, komunikacija mrežne stranice s korisnicima te dostupnost relevantnih informacija. Rezultati istraživanja pružaju uvid u trenutno stanje razvijenosti vizualnog identiteta i komunikacije mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske te ističu prednosti i nedostatke. Na temelju analize rezultata doneseni su zaključci te prijedlozi poboljšanja.

Ključne riječi: narodne knjižnice, vizualni identitet, mrežna stranica, komunikacija, logotip, korisnici

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Vizualni identitet.....	2
2.1. Logotip.....	3
2.2. Paleta boja.....	5
2.3. Tipografija	6
3. Komunikacija i mrežne stranice	7
3.1. Definicija i vrste komunikacije.....	7
3.2. WWW, mrežna stranica i mrežno mjesto	7
4. Narodne knjižnice	8
4.1. Definicija, podjela i uloga knjižnica.....	8
4.2. Definicija i uloga narodne knjižnice.....	8
4.3. Narodne knjižnice i internetsko okruženje	9
5. Analiza vizualnog identiteta i komunikacije mrežnih stranica narodnih knjižnica RH.....	11
5.1. Cilj i svrha istraživanja	11
5.2. Istraživački uzorak.....	11
5.3. Metodologija istraživanja	13
5.4. Rezultati i analiza rezultata istraživanja	13
6. Rasprava	27
7. Zaključak.....	31
8. Literatura	32

1. Uvod

Narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj imaju važnu ulogu u promicanju kulture, obrazovanja te informiranja. Jedan od ključnih elemenata koji pripomaže u njihovoj prepoznatljivosti i razlikovanju je vizualni identitet.

Vizualni identitet organizacija, pa tako i narodnih knjižnica, sastoji se od nekoliko različitih elemenata koji, kada su ujedinjeni, stvaraju jedinstven i prepoznatljiv vizualni izgled. Elementi od kojih se sastoji vizualni identitet su logotip, boje, tipografija te dizajn materijala i drugih vizualnih pomagala. Logotip ili skraćeno logo, najvažniji je element vizualnog identiteta. Upravo on predstavlja vizualni simbol knjižnice. Uz logotip, važno je spomenuti i boje koje se koriste u svrhu izrade vizualnog identiteta te tipografiju.

Uzimajući u obzir sve veću važnost digitalne prisutnosti, mrežne stranice su postale neizostavan alat za komunikaciju s korisnicima i širom javnošću. Kako bi narodne knjižnice privukle nove korisnike, ali i zadržale postojeće, važno je stvoriti i prilagoditi vizualni identitet. Ukratko, to znači da narodne knjižnice moraju osigurati dosljedno iskustvo korisniku bez obzira na to kako pristupaju informacijama. Razvoj Interneta i sve veća potražnja za mrežnim stranicama potaknula je narodne knjižnice da ozbiljno razmisle o stvaranju vizualnog identiteta, samoj izradi stranice te načinu komuniciranja mrežnih stranica s krajnjim korisnicima. Stvaranje dosljednog vizualnog identiteta i dobra komunikacija mrežnih stranica narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj igraju ključnu ulogu u predstavljanju knjižnice te samoj promociji. Dobro osmišljene i organizirane mrežne stranice imaju mogućnost privlačenja novih korisnika, a dobro razvijena komunikacija osigurava gotovo siguran ostanak istih. Pod dobru komunikaciju mrežnih stranica s korisnicima ubraja se objavljivanje relevantnih informacija vezanih uz knjižnicu, objave nadolazećih događaja, promocija aktivnosti, razne usluge te mogućnost kontaktiranja knjižnice. Kvalitetno osmišljen vizualni identitet te dobra komunikacija mrežne stranice uvelike pomažu knjižnicama da budu bolje povezani sa korisnicima, trenutnim ali i potencijalnim, koji će nadalje aktivno sudjelovati u radu knjižnice.

U teorijskom dijelu definirani su ključni pojmovi vezani uz vizualni identitet, komunikaciju te narodne knjižnice, dok se u istraživačkom dijelu utvrđuje njihova prisutnost na mrežnim mjestima.

2. Vizualni identitet

Vizualni identitet je skup vizualnih elemenata koji predstavljaju jedinstven vizualni izraz određenog subjekta, bilo da se radi o tvrtki, proizvodu, usluzi ili organizaciji. Vizualni elementi uključuju logotip, boje, tipografiju, grafiku i druge vizualne elemente koji se koriste u marketinškim materijalima, mrežnim stranicama i drugim medijima.¹ Organizacije, tvrtke i ustanove koje koriste vizualne medije za promidžbu i prodaju svojih proizvoda i usluge te komunikaciju s kupcima, to jest klijentima, moraju imati osmišljen vizualni identitet. Korištenje dosljednog vizualnog identiteta ključno je za izgradnju prepoznatljivosti i povjerenja kod korisnika, potrošača ili kupaca. Snažan vizualni identitet može pomoći u stvaranju emocionalne veze između pružatelja usluge ili proizvoda i njegove publike, što dovodi do lojalnosti i ponovne kupnje proizvoda ili korištenja usluge. Također može pomoći da se brend izdvoji od ostalih na tržištu, povećavajući vidljivost i uspjeh poslovanja. Prilikom izgradnje vizualnog identiteta potrebno je posvetiti pažnju detaljima kako bi se osiguralo da vizualni identitet odražava vrijednosti i misiju tvrtke koju predstavlja. Osim toga, vizualni identitet mora biti prilagodljiv i skalabilan kako bi se mogao primijeniti na različite vrste medija i komunikacijskih kanala bez gubitka prepoznatljivosti i učinkovitosti. Da bi se sve dosljedno primjenjivalo, potrebno je držati se određenih pravila i propisa. U Republici Hrvatskoj ne postoji obvezujući pravilnik koji propisuje detaljne smjernice za izradu vizualnog identiteta narodnih knjižnice. Umjesto toga, svaka knjižnica ima slobodu prilikom osmišljavanja spomenutih dokumenta, razviti ih u skladu sa svojim potrebama i ciljevima te se mogu koristiti samo općim smjernicama i principima dizajna. Naravno, narodne knjižnice mogu zatražiti od dizajnera knjigu standarda koja se isporučuje u obliku digitalnog PDF dokumenta (*portable document format*).²

¹ Usp. Westcott Alessandri, Susan. *Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization*. 1st Edition. New York: M.E.Sharpe, 2009. Str. 4-5.

² Usp. Dunato, Nela. *Koja je razlika između logotipa, vizualnog identiteta i brenda?*. URL: <https://neladunato.com.hr/clanci/brend-logo-vizualni-identitet/> (2023-08-31)

2.1. Logotip

Logotip ili skraćeno logo predstavlja ime poduzeća koji je ispisan posebno konstruktivnim slovima ili grafičkim znakovima te služi kao zaštitni znak organizacije.³ Logotip je vizualni prikaz tvrtke ili organizacije koji čini temelj korporativnog identiteta. Logotip je ime, simbol, monogram, amblem, zaštitni znak koji je dizajniran za jednostavno i končano priznanje od strane korisnika. Potreba za inovativnim i dobro osmišljenim dizajnom logotipa i korporativnog identiteta je ključna za uspjeh zbog raznolikosti proizvoda i usluga koje tvrtka ili organizacija nudi.

Logotipi imaju veći utjecaj od samih riječi jer podsjećaju pojedince na njihove prethodne interakcije s tvrtkom ili organizacijom. Logotip kao zaštitni znak treba utjeloviti u najjednostavnijem obliku bitne karakteristike proizvoda ili institucije koju predstavlja. Logo treba biti jednostavan, svestran i prepoznatljiv. Ukoliko se pokuša uključiti previše informacija prilikom stvaranja logotipa, to može stvoriti negativnu sliku u očima korisnika. Tipografija i slike koje se koriste moraju biti odmah prepoznatljive, a broj upotrijebljenih boja trebao bi se minimizirati iz dva razloga - izbjegavanje troškova proizvodnje te odvratanja pažnje od središnje poruke logotipa. Logo koji koristi nekoliko različitih boja ili ima previše detalja, teško će se moći iskoristiti na određenim mrežnim mjestima ili aplikacijama. Stoga je važno prilikom stvaranja dizajnirati nekoliko verzija te ih pokušati primijeniti u različitim kontekstima i okolinama. Logotip je najbrži i najjednostavniji način uspostavljanja *online* prisutnosti te uspostavljanja pozitivne veze s korisnicima.⁴

³ Hrvatski jezični portal. URL:

https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=e15iWRc%253D&keyword=logotip (2023-08-31)

⁴ Usp. SmashLAB Booklet. Understanding Logo Design, str. 2. - 9. URL:

https://falkgraf.weebly.com/uploads/1/3/3/0/13309164/understanding_logo_design_screen.pdf (2023-08-31)

2.1.1. Vrste logotipa

Postoji nekoliko vrsta logotipa između kojih se može birati ovisno o željama i namjeni tvrtke i/ili organizacije. Pet najčešćih logotipa koji se pojavljuju su: tipografski, simbolički, monogrami, rukopisni te amblemi.⁵

Tipografski logotip je najjednostavniji od spomenutih logotipa. Također se naziva i "logotip temeljen na tekstu". Prilikom izrade logotipa postojeći fontovi se mogu doraditi kako bi se osigurala harmonija dizajna. Ova vrsta logotipa može se složiti na nekoliko različitih načina: uzdužno, s lijeva na desno ili u više redaka ukoliko je naziv nešto duži. Također, osim klasičnog slaganja, riječi mogu biti poslagane u obliku kruga ili se čak mogu i međusobno preklapati. Naravno, dizajn ovisi o željama organizacije. Prilikom dorade postojeći fontovi mogu biti korišteni u različitim veličinama te stilovima, a prema potrebi moguća je i izrada jedinstvenih tipografskih znakova. Jedan od najpoznatijih primjera tipografskog logotipa je *Coca-cola*.

Simbolički logotip, kao što mu i samo ime govori, sastoji se od simbola, apstraktnog elementa ili ikone. Simbolički logotipi se mogu temeljiti na crtežima, geometrijskim oblicima te na apstraktnim ili figurativnim motivima. Obično se biraju simboli koji imaju duboko značenje ili su vrlo povezani s identitetom organizacije. Simbolički logotipi su jedni od jednostavnijih logotipa. Upravo jednostavnost omogućuje lakšu prepoznatljivost i pamćenje te univerzalnost. Primjer simboličkog logotipa je Appaleov ugriz jabuke.

Monogram predstavlja kraticu imena osobe, tvrtke ili organizacije, a sastoji se obično od početnih slova ili skraćenica koji su stilizirani te spojeni u jedinstvenu grafičku cjelinu. Monografski logotipi zrače jednostavnošću, te izgledaju vrlo atraktivno i elegantno. Kod ove vrste logotipa, važno je da slova budu oblikovana i kombinirana na kreativan način, a samo stiliziranje slova može uključivati dodatak krivulja ili drugih grafičkih elemenata. Poznati primjeri monogramskih logotipa su Louis Vuitton (LV), američka televizijska mreža HBO i slično.

Rukopisni logotipi dijele se na dvije vrste - kaligrafski i crtani. Kaligrafski rukopisni logotipi pisani su u jednom potezu, dok se kod crtanih svako slovo posebno doraduje. Kao što i

⁵ Usp. Bokuha, George. Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons. USA: Rockport Publishers, 2022. Str. 28.-50.

sam naziv odaje, ove vrste logotipa prvo se skiciraju na papiru te se naknadno precrtavaju u softveru za digitalnu vektorsku grafiku. Ovaj logotip se oslanja isključivo na jedinstven rukopis vlasnika ili dizajnera. Upravo zbog toga, ne postoje dva identična rukopisna logotipa. Rukopisni logotipi se često koriste za brendove koje žele iskomunicirati svoju jedinstvenost te uspostaviti jaku emocionalnu vezu s klijentima.

Amblemi kombiniraju tekstualne i vizualne elemente u jednu cjelinu. Često su vrlo detaljni te se prilikom osmišljavanja amblema mora pripaziti na detalje kako bi logotip ostao skalabilan. Ambleme često koriste sportski klubovi, škole i sveučilišta prilikom izrade grbova i ostale institucije i organizacije.⁶

2.2. Paleta boja

Prilikom izrade vizualnog identiteta važno je promisliti o bojama jer one predstavljaju ključnu komponentu logotipa te mogu imati emocionalni utjecaj na korisnike. Pri odabiru boja može pripomoći i poznavanje psihologije boja. Psihologija boja može olakšati odabir jer daje uvid u načine kako određene boje mogu utjecati na osobe. Primarne boje dominiraju i često se koriste prilikom izrade logotipa. One čine temelj samog vizualnog identiteta te su usklađene s vrijednostima brenda.

Osim primarnih boja, u vizualnom identitetu se mogu koristiti i sekundarne boje. Sekundarne boje se mogu koristiti za oblikovanje pozadine mrežnih stranice, naglašavanje raznih elemenata te dodatnih komponenti u dizajnu. Sekundarne boje odabiru se nakon primarnih te se pomno biraju i slažu s primarnim bojama kako bi se postigao harmoničan izgled. Također, uz slaganje s primarnim bojama, bitno je voditi računa i o boji teksta. Ukoliko nema potrebnog kontrasta između boja pozadine i teksta, čitljivost samog sadržaja mrežne stranice će biti otežan.⁷ Nakon odabira primarnih i sekundarnih boja, trebala bi se osigurati i dosljedna primjena istih kako bi se zadržao prepoznatljiv izgled vizualnog identiteta. Važno je naglasiti da se trebaju napraviti i pozitivne i negativne varijacije odabranih boja kako bi se osiguralo korištenje na svijetloj ili tamnoj podlozi.

⁶ Usp. Dunato, Nela. Tipovi logotipa i kako odabrati najprikladniji za vašu tvrtku. URL: <https://neladunato.com.hr/clanci/tipovi-logotipa/> (2023-08-31)

⁷ Usp. Budelmann, Kevin; Kim, Yang. Brand Identity Essentials, Revised and Expanded: 100 Principles for Building Brands. United Kingdom: Rockport Publishers, 2019. Str. 20.-24.

Kod osmišljavanja vizualnog identiteta i biranja boja poželjno je imati na umu i korisnike te odabrati boje koje će oni smatrati privlačnima. Također, određene boje mogu istaknuti logotip organizacije među konkurentima.⁸

2.3. Tipografija

Tipografija se odnosi na izbor i uporabu fontova i stilova slova. Ona predstavlja jedan od glavnih elemenata u dizajnu kojeg klijenti prvo primijete, stoga je izrazito bitno izabrati dobar font.⁹ Prilikom odabira fonta možemo se poslužiti Gestalt teorijom koja je usredotočena na vizualnu percepciju. Gestalt teorija razvila se u polju psihologije i perceptivne psihologije te služi poput smjernica i lakšeg razumijevanja pri odabiru fontova za dizajn i komunikaciju. Kao što je spomenuto, Gestalt teorija se bavi načinom na koji ljudi percipiraju vizualne informacije te načinima na koji se elementi kombiniraju u smislenu cjelinu. Postoji nekoliko načela gdje možemo primijeniti Gestalt teoriju: načelo sličnosti, prostorne blizine, zatvorenosti, kontinuiteta te figure i pozadine. Gestalt teorija kaže kako ljudi imaju tendenciju grupiranja elemenata koji imaju slične karakteristike. Uzimajući u obzir načelo sličnosti, odabirom i korištenjem sličnih fontova za naslove i podnaslove te sami tekst stvara se jedinstven izgled koji djeluje povezano i čini homogenu cjelinu. Nadalje, teorija također govori o tome kako su ljudi skloni grupirati elemente koji su prostorno blizu jedan drugome. Preporučuje se odabiranje fontova koji imaju optimalan razmak između slova i riječi kako bi se osiguralo lakše čitanje sadržaja. Uz načelo prostorne blizine, važno je i načelo kontinuiteta i zatvorenosti. Preporučuje se odabir fontova koji stvaraju iluziju neprekinute linije teksta, kao i odabir fontova koji imaju zatvorene prostorne elemente (npr. "o" ili "d"), također zbog lakšeg čitanja. Naposljetku, princip figure i pozadine koji se odnosi na percepciju elemenata kao figure koji se izdvajaju od pozadine. U suštini, Gestaltova teorije govori da je važno prilikom odabira fonta i postavljanja samog teksta na pozadinu osigurati dobar kontrast kako bi tekst bio uočljiv i čitak.¹⁰

⁸ What's the best color for your logo? Use color psychology to find out. URL: <https://brandingcompass.com/branding/whats-the-best-color-for-your-logo-use-color-psychology-to-find-out/> (2023-08-31)

⁹ Front Psychology: The Importance of Typography in Branding. URL: <https://www.dotyeti.com/blog/font-psychology-the-importance-of-typography-in-branding/> (2023-08-31)

¹⁰ Exploring the Gestalt Principles of Design. URL: <https://www.toptal.com/designers/ui/gestalt-principles-of-design> (2023-08--31)

3. Komunikacija i mrežne stranice

3.1. Definicija i vrste komunikacije

Komunikacija je razmjena znakova i kombinacije znakova među živim organizmima i/ili tehničkim sustavima. Glavne faze komunikacijskog procesa su kodiranje, prijenos i dekodiranje, to jest, tumačenje poruke. Postoji šest elemenata u komunikaciji, a oni su: pošiljalatelj, primatelj, kod, kanal, poruka te kontekst. Pošiljalatelj ili komunikator je izvor od kojeg kreće komunikacija, a primatelj je osoba ili stvar koja se nalazi na kraju komunikacijskog procesa te prima poruku. Kod predstavlja sustav simbola koji zajedno čine poruku, točnije sadržaj ili informaciju, a kod i poruka zajedno čine kontekst iliti predmet komuniciranja koji putuje kanalom. Društveno komuniciranje može se odvijati jednosmjerno ili dvosmjerno među različitim brojem komunikatora i primatelja. Također, postoji izravno i posredno komuniciranje. Izravno društveno komuniciranje odvija se bez tehničkih posrednika, dok posredno društveno komuniciranje koristi tehničke nositelje vizualnih i audio formata.

Kada se posredno društveno komuniciranje primjeni na mrežne stranice narodnih knjižnica, možemo reći da knjižnice koriste tehničke medije, poput Interneta te računala, kako bi prenosili informacije i usluge svojim korisnicima.¹¹

3.2. WWW, mrežna stranica i mrežno mjesto

WWW (*World Wide Web*) predstavlja internetski servis koji korisnicima omogućava pregledavanja digitalnih dokumenta putem umreženih računala. Osnova mu je Internet, te koristi HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) za prijenos hiperteksta i URL (*Uniform Resource Locator*) za jednoznačno označivanje dokumenata. Dokumenti su organizirani u mrežne stranice koje se nadalje mogu grupirati u mrežna mjesta.¹²

Mrežna stranica predstavlja pojedinačnu *web* stranicu koja može stajati samostalno ili u sklopu većeg *web* mjesta. Mrežna stranica je jedan dokument ili sadržaj kojeg korisnici mogu pregledavati putem internetskog preglednika. Tako na primjer, naslovna stranica neke knjižnice na Internetu predstavlja jednu mrežnu stranicu.¹³

¹¹ komunikacija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32686> (2023-08-31)

¹² WWW. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=66413> (2023-08-31)

¹³ Ibid.

Mrežno mjesto ili *web* mjesto je nešto širi koncept i pojam od mrežne stranice. Mrežno mjesto se odnosi na cjelinu kolekcije mrežnih stranica i ostalih digitalnih sadržaja koji su povezani istom temom ili svrhom. Mrežno mjesto može se sastojati od nekoliko mrežnih stanica te predstavlja cjelokupnost *online* prisutnosti organizacije ili pojedinca.¹⁴

4. Narodne knjižnice

4.1. Definicija, podjela i uloga knjižnica

Za potrebe rada potrebno je definirati što je knjižnica te navesti klasifikaciju knjižnice kako bi se prikazala njihova uloga u razvoju društva. Knjižnicu možemo definirati na različite načine. Prva definicija govori da je knjižnica organizirana zbirka pisane, tiskane ili druge grafičke, zvučne ili vizualne i elektroničke građe, dok druga definicija knjižnicu definira kao prostor u kojemu se spomenute zbirke mogu pronaći. Zadaća knjižnica je sustavno odabiranje prikupljanje, pripremanje, obrada, zaštita te davanje građe na korištenje trenutnim i potencijalnim korisnicima.

Trenutno se knjižnice mogu podijeliti prema sadržaju i namjeni. Prema sadržaju, knjižnice se dijele na opće i specijalne knjižnice. Pod opće knjižnice ubrajaju se nacionalne, sveučilišne i gradske, dok pod specijalne uvrštavamo znanstvene, tehničke, akademske i ostale knjižnice. Podjela prema namjeni knjižnica je vrlo jasna i razumljiva sama po sebi - dijele se na privatne i javne knjižnice (školske, narodne, sveučilišne i slično).¹⁵

4.2. Definicija i uloga narodne knjižnice

Narodne knjižnice su javne ustanove čije su zbirke i usluge namijenjene svim kategorijama stanovništva. Osim što su javne i namijenjene svim građanima, njihova zadaća je i promicanje pismenosti djece i mladih, opskrbljivanje korisnika važnim informacijama za svakodnevni život te pružanje cjeloživotnog učenja i usavršavanja.

Narodne knjižnice djeluju kao kulturno-informativna središta koja su organizirana u središnje knjižnice (regionalne, općinske i gradske knjižnice) i njihove ogranke. Poneke knjižnice uz ogranke posjeduju i pokretne knjižnice.¹⁶

¹⁴ WWW. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=66413> (2023-08-31)

¹⁵ knjižnica. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32130> (2023-08-31)

¹⁶ Ibid.

Prema *IFLA-inim smjernicama za narodne knjižnice* iz 2011. godine narodna knjižnica se definira kao organizacija od koje se očekuje da osigurava pristup znanju, cjeloživotnom učenju i informacijama putem niza izvora i službi te da je otvorena svim korisnicima neovisno o spolu, dobi, religijskom ili ekonomskom statusu i obrazovanju. Svrha narodnih knjižnica je da pružaju potporu formalnom i neformalnom obliku obrazovanja građana.

Uz sve navedene zadaće i ciljeve, uloga narodnih knjižnica je i pripomaganje u razvijanju osobne kreativnosti te pronalazak novih interesa i zadovoljavanje potreba korisnika. Uz razvijanje osobne kreativnosti korisnika, knjižnica je dužna pripomoći oblikovanju i održavanju kulturnog identiteta zajednice. Narodne knjižnice, uz spomenute zadaće i djelatnosti, smatraju se nositeljima promjena na društvenoj i osobnoj razini.

Razvojem Interneta, narodna knjižnica je prilagodila svoje usluge i implementirala je nove aktivnosti pomoću kojih korisnici uče kako se koristiti novim tehnologijama.¹⁷

4.3. Narodne knjižnice i internetsko okruženje

Pojavom Interneta javljaju se novi mediji poput već spomenutih mrežnih stranica i elektroničke pošte. Mrežne stranice knjižnica moraju biti prilagođene osnovnim funkcijama knjižnice. Knjižničari bi trebali mrežnu stranicu koristiti za objavljivanje "tradicionalnih" usluge te osigurati korisnicima pristup svim digitalnim izvorima koje posjeduju. Zadaća mrežnog mjesta ili mrežne stranice je predstaviti knjižnicu, prikazati ponudu knjižničnih zbirki te pripremiti korisnike na virtualni svijet i komunikaciju putem mreže.¹⁸

Većina korisnika želi iskoristiti nove pogodnosti koje nude narodne knjižnice putem mrežnih mjesta - pogledati radno vrijeme knjižnice, što je od građe dostupno te koje usluge mogu koristiti kada posjete knjižnicu i slično.

4.3.1. Sadržaj mrežnih stranica narodnih knjižnica

¹⁷ Indir, Ida. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. // *Vjesnik bibliotekara hrvatske* 55, 1 (2011), str. str. 124.-127. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/137975> (2023-08-31)

¹⁸ Petrić, Tatijana. "Web sites of university libraries : library services and professional ethics." *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 56, 1-2 (2013) str. 193-221. <https://hrcak.srce.hr/115109> (2023-08-31)

Prilikom izrade kvalitetne mrežne stranice knjižnice nužno je precizno odrediti osnovne elemente koji će biti zastupljeni. Sadržaj koji bi se trebao nalaziti na mrežnoj stranici narodne knjižnice može se podijeliti u tri skupine:

1. opći podaci o knjižnici - popis djelatnika, opisi odjela, adresa, broj telefona, radno vrijeme knjižnice i slično.

Opći podaci predstavljaju polaznu točku u komunikaciji korisnika i mrežnog mjesta. Navedeni podaci korisnicima pripomažu u boljem razumijevanju knjižnične strukture, kako doći do nje, na koje načine mogu kontaktirati osoblje te kada knjižnica radi.

2. Elektroničke verzije tradicionalnih knjižničnih usluga - *online* poduke, obnove knjiga, međuknjižnična posudba, *online Chat*, virtualni obilazak zgrade knjižnice i slično.

Elektroničke verzije tradicionalnih knjižničnih usluga na mrežnim stranicama narodnih knjižnica Republike Hrvatske korisnicima pružaju praktičan pristup i komunikaciju s osobljem putem Interneta.

3. Pristup knjižničnom sadržaju - katalozima, indeksima, časopisima, rječnicima te poveznice na dostupne internetske izvore.

Pristup knjižničnom sadržaju korisnicima olakšava istraživanje i pristup te obogaćuje korisničko iskustvo i povećava dostupnost znanju.¹⁹

¹⁹ Eke, H.N., 2011. Library portals and information architecture: Librarians emerging info-architects. *International Research: Journal of library and information science*, 1(2).

5. Analiza vizualnog identiteta i komunikacije mrežnih stranica narodnih knjižnica RH

5.1. Cilj i svrha istraživanja

Cilj istraživanja vezanog uz temu vizualnog identiteta i komunikacije mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske je analizirati postojeće vizualne identitete i komunikacijske strategije knjižnica na Internetu te predložiti potencijalna poboljšanja istih.

Svrha istraživanja je istražiti kako narodne knjižnice Republike Hrvatske predstavljaju sebe putem svojih mrežnih stranica, na koji način komuniciraju s korisnicima te kako se njihovi vizualni identiteti odražavaju na percepciju i interakciju s publikom. Također, svrha istraživanja je identifikacija mogućih nedostataka u komunikaciji i vizualnom identitetu te predložiti načine pomoću kojih knjižnice mogu poboljšati interakciju s korisnicima, povećati svijest o svojim uslugama te unaprijediti prisutnost na Internetu.

Ovo istraživanje uz analizu vizualnog identiteta i komunikaciju mrežnih stranica, može doprinijeti boljoj promociji knjižnica.

5.2. Istraživački uzorak

Za istraživanje narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj nasumično je odabrano 19 knjižnica, što predstavlja 10% od ukupnog broja narodnih knjižnica, a koji iznosi 194. Ovaj uzorak je nasumično izabran kako bi se dobio reprezentativan pregled vizualnog identiteta i komunikacija mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske. Odabrane knjižnice predstavljaju različite regije, veličinu knjižnice te karakteristike, što omogućuje analizu i usporedbu njihovih pristupa komunikaciji putem Interneta.

Istraživanje će se temeljiti na analizi mrežnih stranica, vizualnog identiteta, strukture sadržaja te komunikacijskih strategija 19 narodnih knjižnica kako bi se bolje razumjelo kako se one predstavljaju javnosti te na koje načine komuniciraju s korisnicima putem *online* platformi. Odabrani uzorak omogućit će izvođenje zaključka te preporuka koje su relevantne te lako primjenjive.

Narodne knjižnice, kao što je spomenuto, odabrane su nasumičnim odabirom korištenjem *Random number generator-a*²⁰ iz baze podataka koja je preuzeta sa mrežnog mjesta Nacionalne i sveučilišne knjižnice pod nazivom "Adresar narodnih knjižnica za 2022. godinu"²¹.

²⁰ Random.org. URL: <https://www.random.org/>

²¹ Nacionalna i sveučilišna knjižnica. Adresari knjižnica u Republici Hrvatskoj. URL: <http://maticna.nsk.hr/adresar-knjiznica/>

Narodne knjižnice koje su analizirane su:

1. Narodna knjižnica Hum na Sutli
(<http://www.humnasutli.hr/narodna-knjiznica.aspx>)
2. Narodna knjižnica Ploče (<http://knjiznice.nsk.hr/ploce/>)
3. Gradska knjižnica Rab (<https://www.gk-rab.hr>)
4. Narodna knjižnica Dugi Rat (<https://nck.hr/>)
5. Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar (<https://knjiznica-bjelovar.hr>)
6. Općinska knjižnica Hrvatska sloga Gradac (<https://okhsg.hr>)
7. Knjižnica i čitaonica Pitomača (<http://knjiznice.nsk.hr/pitomaca/>)
8. Narodna knjižnica Otočac (<https://narodnaknjiznicaotocac.hr/>)
9. Narodna knjižnica i čitaonica Lipovljani (<https://knjiznica.lipovljani.hr>)
10. Gradska knjižnica Rijeka (<https://gkr.hr/>)
11. Gradska knjižnica Lipik (<https://knjiznica-lipik.hr/>)
12. Narodna knjižnica i čitaonica Jastrebarsko
(<https://knjiznica.czk-jastrebarsko.hr>)
13. Gradska knjižnica Grada Donjeg Miholjca (<https://gkgdm.hr/>)
14. Gradska knjižnica i čitaonica "Metel Ožegović" Varaždin (<https://www.knjiznica-vz.hr/index.php>)
15. Narodna knjižnica Virje (<https://www.narodna-knjiznica-virje.hr/>)
16. Narodna čitaonica i knjižnica Novi Vinodolski (<https://nck.hr/>)
17. Gradska knjižnica Slavonski Brod (<https://gksb.hr/>)
18. Knjižnica i čitaonica Kutina (<https://knjiznica-kutina.hr/>)
19. Pučka knjižnica i čitaonica Daruvar
(<https://knjiznica-daruvar.hr/default.asp?sid=2&n=1>)

5.3. Metodologija istraživanja

Metodologija istraživanja koja će se koristiti u radu temelji se na kvalitativnom istraživanju, specifičnije na metodi analize sadržaja. Analiza sadržaja je istraživačka tehnika koja omogućava dubinsko razumijevanje i interpretaciju teksta, s ciljem identifikacije obrasca, tema i sadržaja. U kontekstu istraživanja vizualnog identiteta i komunikacije mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske, spomenuta metoda pruža vrijedan uvid u način na koji se knjižnice predstavljaju korisnicima na Internetu te kako s njima komuniciraju.

Metoda analize sadržaja obuhvaća prikupljanje podataka, identifikaciju ključnih elemenata, interpretaciju prikupljenih informacija te zaključak i preporuke.

Prikupljanje podataka, što je ujedno i prva faza istraživanja uključuje pregledavanje mrežnih stranica narodnih knjižnica. Odabrane mrežne stranice će biti detaljno pregledane, a prikupljene informacije će pripomoći pri definiranju ključnih tema i elemenata na spomenutim stranicama. Svaka odabrana knjižnice će biti analizirana kako bi se utvrdio način na koji se prezentira i komunicira sa korisnicima. Nadalje, slijedi interpretacija prikupljenih informacije te će se iste usporediti. Naposljetku, na temelju analize ispisat će se izvješće istraživanja.

5.4. Rezultati i analiza rezultata istraživanja

U sklopu istraživanja te na temelju prikupljenih podataka analizom sadržaja mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske pristupili smo analizi nekoliko faktora koji su zaslužni za oblikovanje *online* prisutnosti. Ovo poglavlje pružit će uvid u rezultate istraživanja i u analizu komponenti vizualnog identiteta i komunikacije te kako spomenuti elementi utječu na percepciju i interakciju s korisnicima.

5.4.1. Rezultati i analiza Internet prisutnosti narodnih knjižnica Republike Hrvatske

Svih 19 knjižnica koje su nasumično izabrane aktivno sudjeluje u digitalnom prostoru. 17 knjižnica (89,5%) ima izgrađeno vlastito mrežno mjesto, dok ostatak (10,5%) posjeduje mrežnu stranicu u sklopu mrežnog mjesta općine u kojoj djeluju. Knjižnice koje posjeduju mrežnu stranicu u sklopu mrežnog mjesta općine su Narodna knjižnica Hum na Sutli te Narodna knjižnica Dugi Rat.

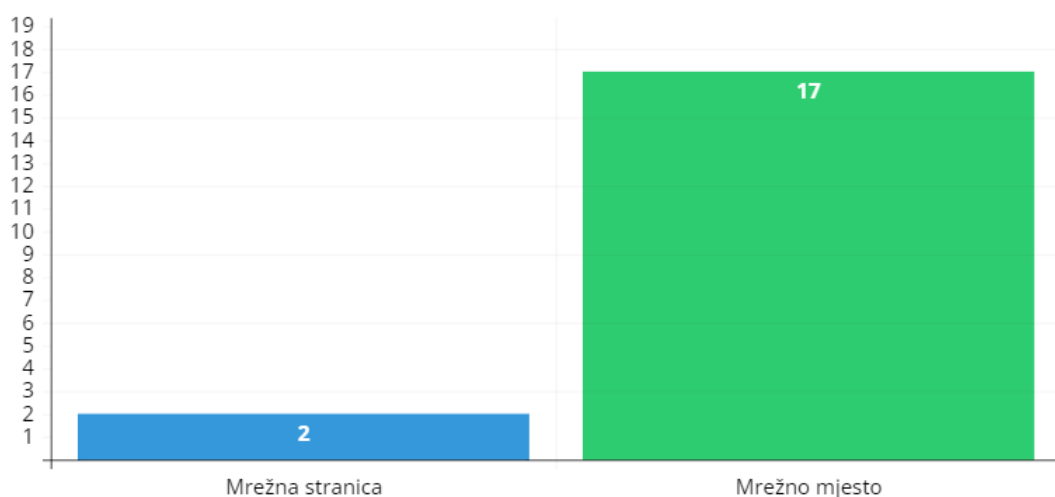


Tabela 1. Prisutnost narodnih knjižnica na Internetu

Prisutnost u digitalnom okruženju svih 19 narodnih knjižnica koje su analizirane ukazuje na njihovu posvećenost korisnicima te želji da pruže pristup svim informacijama, uslugama te građi koju nude. Također, izgrađene mrežne stranice ili mrežna mjesta ukazuju i na viziju modernizacije klasičnih knjižničnih usluga. Izradom mrežnog mjesta/stranice narodne knjižnice su svjesno omogućile širokom krugu korisnika da bez ikakvih poteškoća istražuju te koriste resurse koje nude, neovisno o vremenu i mjestu pristupanja. Na taj način su još jednom dokazale svoju ulogu u društvu - ulogu nositelja kulture i obrazovanja.

5.4.2. Rezultati i analiza vizualnog identiteta narodnih knjižnica Republike Hrvatske

U okviru analize vizualnog identiteta mrežnih stranica obratili smo pažnju na logotip, izabrane boje, organiziranje tekstualnih i vizualnih elemenata te na koje način su naglašene važne informacije. Dodatno, pregledali smo i čitljivost teksta te koliko je mrežno mjesto/stranica jednostavno za korištenje.

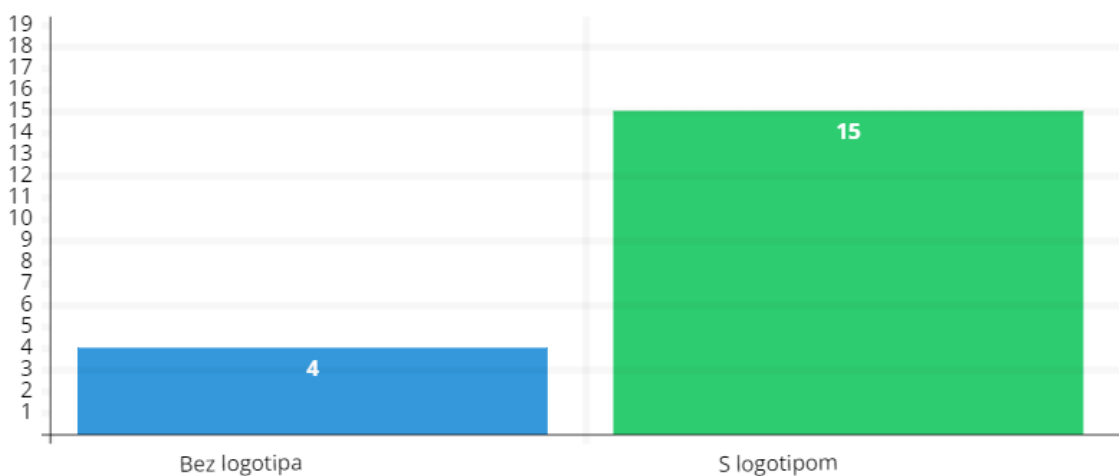


Tabela 2. Omjer narodnih knjižnica sa i bez izrađenog logotipa

Od 19 knjižnica, njih 4 nemaju izrađen logotip: Narodna knjižnica Hum na Sutli, Narodna knjižnica Dugi Rat, Knjižnica i čitaonica Pitomača te Narodna knjižnica Otočac. Preostalih 15 knjižnica posjeduju izrađen logotip.

Narodna knjižnica Hum na Sutli te Narodna knjižnica Dugi Rat jedine su narodne knjižnice koje imaju izrađenu mrežnu stranicu u sklopu dugog mrežnog mjesta. Analizom sadržaja koji se nalazi na spomenuti mrežnim stranicama obje narodne knjižnice možemo zaključiti da je tekst lako za čitati, boje koje su korištene su dobro izabrane te su vidljivo označeni važniji dijelovi teksta.

Ostalih 15 knjižnica koje su odlučile izraditi i implementirati vlastite logotipe istaknule su se ne samo svojim vizualnim identitetom, već i načinom na koji su predstavljene na Internetu. Jedna od ključnih stvari po kojoj se ove narodne knjižnice ističu je jednostavnost korištenja njihovih mrežnih mjesta.

Navigacija je iznimno intuitivna, što korisnicima omogućuje brz i jednostavan pristup informacijama. Kategorizacijom sadržaja u navigacijskoj traci pretraživanje i pronalaženje informacije čini vrlo jednostavnim, bez obzira na to koliko je sam sadržaj kompleksan. Osim toga, tekstualni sadržaj na ovim mrežnim mjestima je i lako čitljiv što upućuje na dobar odabir stila i fonta slova. Kontrast između teksta i pozadine pažljivo je odabran kako bi se olakšalo čitanje i smanjio napor korisnika.

Nadalje, boje koje su korištene na mrežnim mjestima većinom su usklađene s bojama logotipa, a to stvara dojam kohezivnosti te prepoznatljivog identiteta narodnih knjižnica.

Većina stranica ima bijelu pozadinu i crni tekst, što daje klasičan ali elegantan izgled. Što se tiče vizualnih elemenata, knjižnice su uspješno postigle ravnotežu između tekstualnih i slikovnih elemenata. Informacije su popraćene odgovarajućim slikama i to na način da se korisnik ne osjeća preopterećeno sadržajem na koji nailazi. Ove knjižnice jasno prepoznaju važnost jednostavnosti i prilagođenosti korisnicima te na taj način korisniku pružaju jedinstveno i bogato korisničko iskustvo. Važno je spomenuti i Narodnu knjižnicu Otočac koja nema razvijen logotip, no bez obzira na to, uklapa se u sva spomenuta opažanja. Knjižnica i čitaonica Pitomača se do 2021. godine mogla uklopiti u sve spomenute argumente bez obzira na nedostatak logotipa, no sadržaj mrežnog mjesto od tada nije ažuriran.

5.4.3. Rezultati i analiza rezultata prisutnosti općih podataka na mrežnim stranicama narodnih knjižnica Republike Hrvatske

Pregledavanjem i detaljnom analizom sadržaja utvrđivala se prisutnost ključnih informacija koji su potrebni korisnicima mrežnih mjesta i stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske. Posebno je analizirana prisutnost slijedećih informacija: adresa knjižnice, telefonski broj, e-pošta, radno vrijeme, popis osoblja te opisi odjela knjižnica. Prisutnost navedenih općih podataka o knjižnici je prvi korak pri stvaranju pozitivnog korisničkog iskustva te građenja pozitivne komunikacijske okoline.

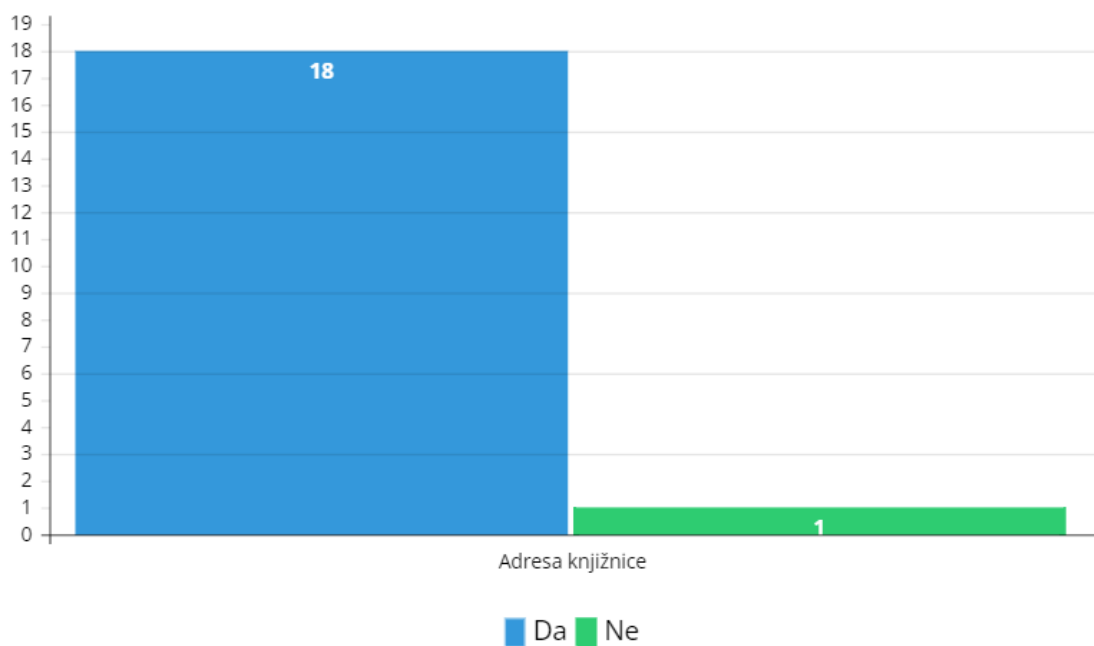


Tabela 3. Prisutnost podataka o fizičkoj adresi knjižnice na mrežnim mjestima narodnih knjižnica RH

Istaknuto mjesto adrese možemo naći na 18 mrežnih mjesta, dok jedino mrežna stranica Narodne knjižnice Hum na Sutli ne sadrži taj podatak. Istaknuto mjesto adrese knjižnice važno je iz nekoliko razloga: lokacije i dostupnosti, povezanosti s lokalnom zajednicom, planiranje posjete te zbog transparentnosti i povjerenja. Pomoću adrese narodne knjižnice korisnici mogu brzo pronaći fizičku lokaciju. Ovaj podatak je od velike važnosti za one koji prvi puta dolaze u knjižnici ili pak za korisnike koji još uvijek nisu upoznati sa samom lokacijom iste. Nadalje, kao što je već spomenuto, narodne knjižnice predstavljaju kulturno i obrazovno sjedište lokalne zajednice te je i zbog toga važno istaknuti fizičku adresu. Ukoliko korisnici imaju u planu posjetiti narodnu knjižnicu te potraže adresu na mrežnoj stranici, onda unaprijed mogu planirati rutu te ocijeniti udaljenost knjižnice od svoga doma. Jasno vidljiva i istaknuta adresa pokazuje transparentnost knjižnice te povećava povjerenje korisnika u istu.

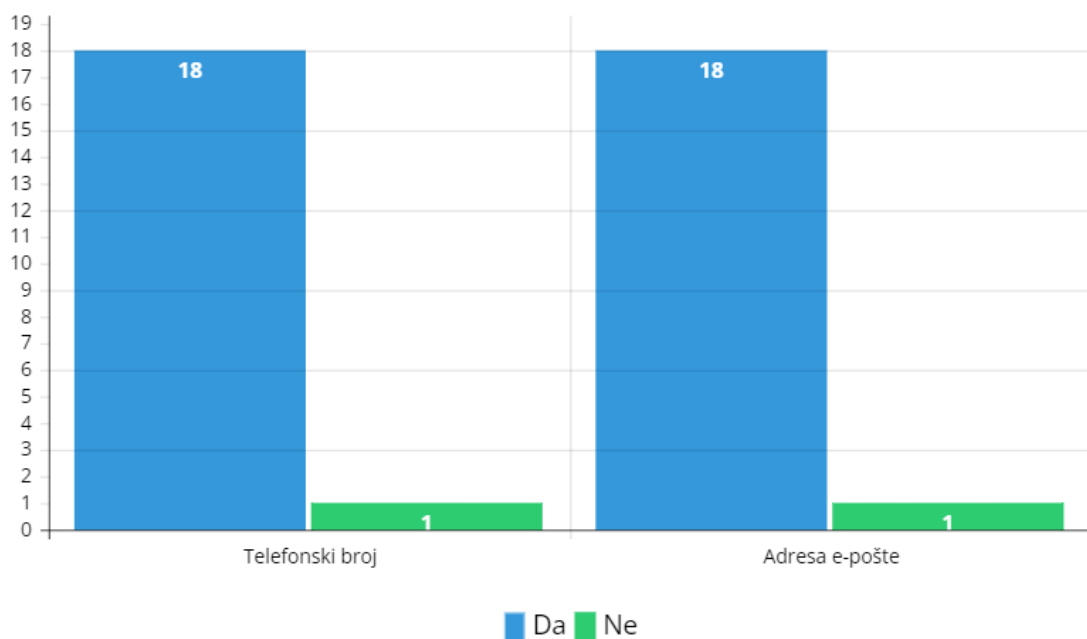


Tabela 4. Prisutnost podataka o telefonskom broju i adresi e-pošte na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Kao i istaknuta adresa, tako i istaknut broj telefona te e-pošte na mrežnoj stranici narodnih knjižnica čini ih pristupačnijima te pripomaže u održavanju otvorenog i korisnički orijentiranog pristupa uslugama i resursima. U oba slučaja jedino Knjižnica i čitaonica Pitomača nema istaknut telefonski broj i adresu e-pošte. Istaknut broj telefona i adresa e-pošte na mrežnoj stranici također ima nekoliko prednosti: komunikacija s korisnicima, podrška korisnicima, odgovaranje na pitanja i prihvaćanje prijedloga, informacije o programima i događanjima te knjižnično oglašavanje. Istaknut telefonski broj i/ili adresa e-pošte omogućuje korisnicima jednostavan način kontaktiranja knjižnice, kao i brzu i izravnu komunikaciju. Korisno je za postavljanje raznih pitanja, rezerviranja opreme ili građe te dobivanje informacija o rasporedu, uslugama, događanjima i radionicama koje korisnik ne može pronaći na mrežnom mjestu. Također, korisnici mogu telefonski ili putem e-pošte zatražiti pomoć, preporuke i savjete od zaposlenika. Ova mogućnost je od velike važnosti za studente te ostale koji traže određene informacije. Nadalje, korisnicima se otvara mogućnost i rezervacije građe ili drugih potrebnih materijala te dogovaranje preuzimanja istih. Uz to, korisnici se mogu informirati o vremenskom ograničenju posudbe. Najvažnije od svih navedenih mogućnosti je zapravo ta što se korisnicima otvara mogućnost upoznavanja s knjižnicom i njezinim uslugama putem izravnog kontakta sa zaposlenicima. Sve navedene mogućnosti mogu potaknuti potencijalne korisnike da posjete knjižnicu te da postanu stalni korisnici.

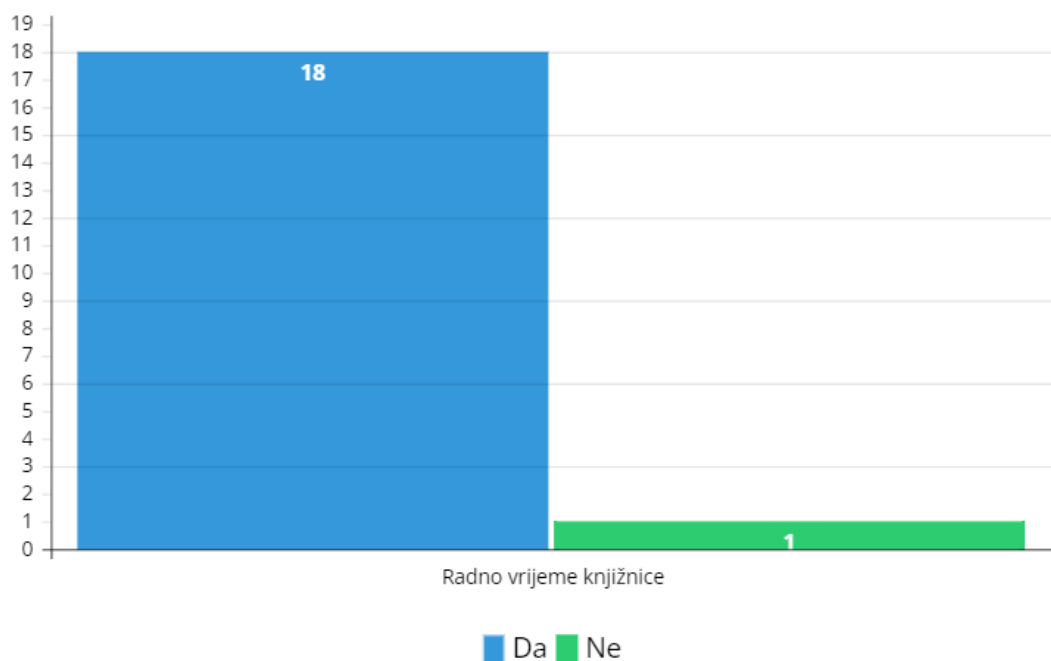


Tabela 5. Prisutnost podataka o radnom vremenu knjižnica na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Radno vrijeme knjižnice je istaknuto na mrežnim stranicama 18 narodnih knjižnica, dok Gradska knjižnica i čitaonica Lipik nema jasno istaknuto radno vrijeme. Jasno istaknuto radno vrijeme korisnicima pruža direktnu informaciju o tome kada je narodna knjižnica otvorena te kada je mogu posjetiti. Također, poznavanjem radnog vremena knjižnica nudi korisnicima i mogućnost planiranja posjeta koje mogu prilagoditi i uklopiti u svoj osobni raspored i obaveze. Ovo je posebno važno za one koji moraju unaprijed planirati svoje vrijeme. U tu skupinu korisnika ubrajaju se i osobe s posebnim potrebama koje moraju imati pratnju te im poznavanje radnog vremena knjižnice olakšava planiranje posjete. Također, narodne knjižnice koje imaju istaknuto radno vrijeme često objavljuju i obavijesti o vanrednim situacijama te načinu rada tijekom praznika i blagdana.

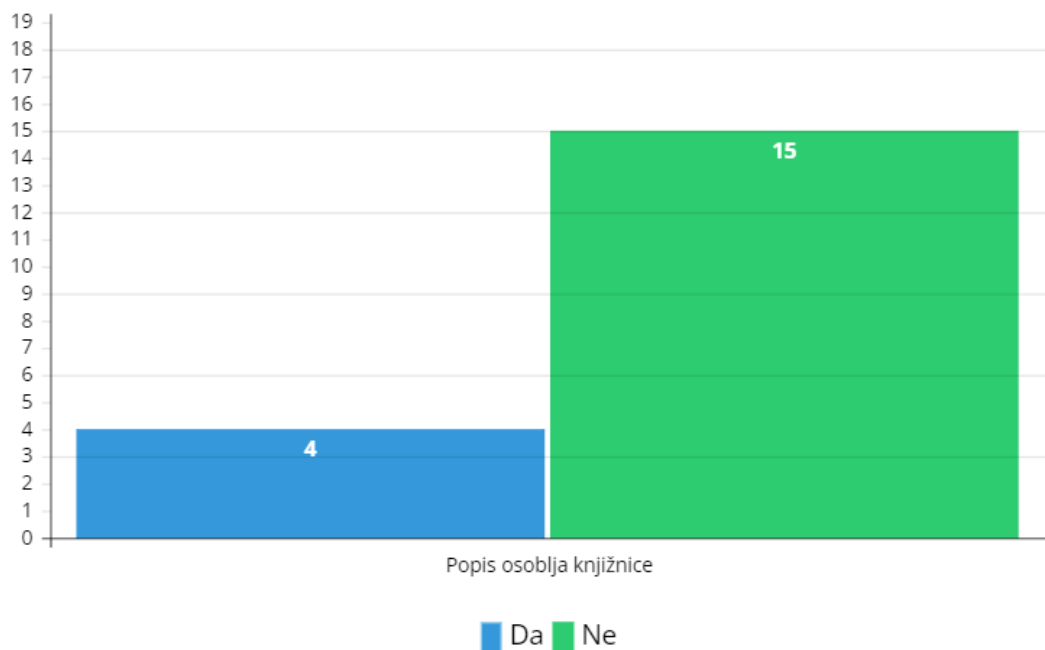


Tabela 6. Prisutnost podataka o popisu osoblja na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Popis osoblja na mrežnom mjestu imaju istaknute sljedeće knjižnice: Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar, Narodna knjižnica Otočac, Gradska knjižnica Rijeka i Gradska knjižnica Slavonski Brod. Na taj način, spomenute knjižnice korisnicima su omogućile još bolje poznavanje s knjižnicom što kod korisnika stvara pozitivan osjećaj te se gradi osjećaj povjerenja i bolje povezanosti. Također, popis osoblja korisnicima omogućuje da kontaktiraju određene zaposlenike te im olakšava i samo prepoznavanje i identificiranje zaposlenika prilikom posjeta.

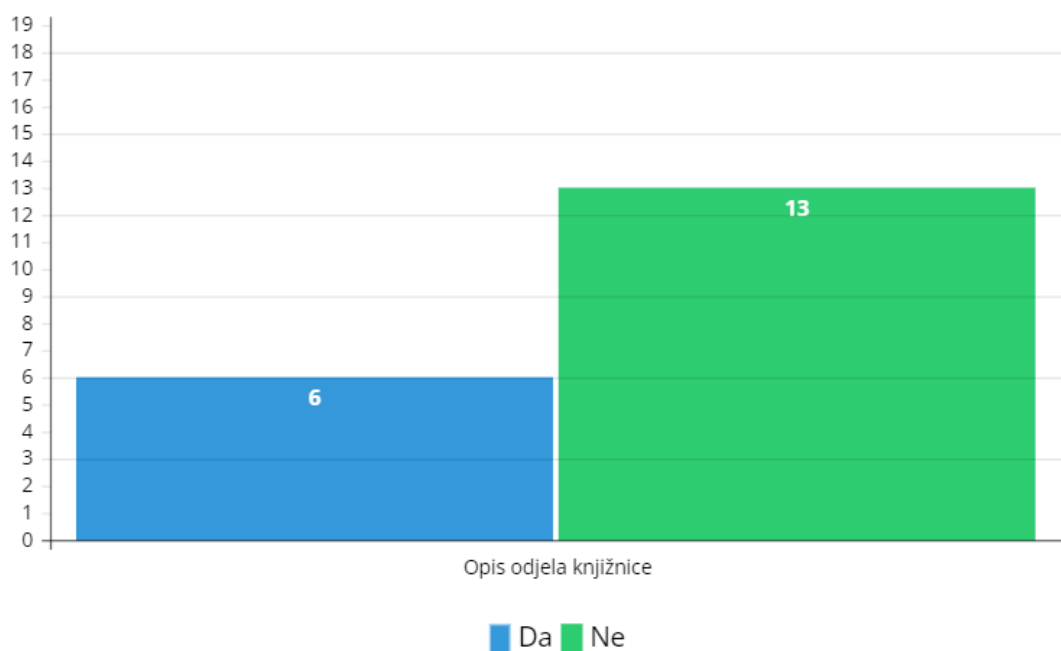


Tabela 7. Prisutnost informacija o opisu odjela na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Nadalje, opis odjela na mrežnim stranicama narodnih knjižnica također ima raznih prednosti. Opis odjela olakšava orijentaciju korisnika, prikupljanje informacija, personalizacija iskustva te osigurava pristupačnost željenom sadržaju. Knjižnice koje na svojim mrežnim stranicama imaju opise odjela su: Pučka knjižnica i čitaonica Daruvar, Gradska knjižnica Slavonski Brod, Narodna knjižnica Virje, Gradska knjižnica Lipik i Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar. Postojanje opisa odjela na mrežnim stranicama korisnicima omogućava lakše snalaženje prilikom posjeta narodnoj knjižnici, pruža informacije o sadržaju svakog odjela, pomaže u izgradnji personaliziranog iskustva, omogućava bržu navigaciju, promovira knjižnične usluge i programe. Ukratko, opis odjela na mrežnim stranicama narodnih knjižnica Republike Hrvatske korisničko iskustvo čini boljim, informativnijim te pozitivnijim.

5.4.4. Rezultati i analiza rezultata prisutnosti elektroničkih verzija tradicionalnih knjižničnih usluga

S dolaskom digitalnog doba narodne knjižnice su se prilagodile novim tehnološkim trendovima te omogućile korisnicima pristup tradicionalnim knjižničnim uslugama putem elektroničkih platformi. Pod elektroničkim verzijama tradicionalnih knjižničnih usluga analizirana je prisutnost slijedećih elemenata: *online* rezervacije, obnove i produljenja izdane knjižnične građe, međuknjižnične posudbe, *Chat* te mogućnost virtualnog obilaska.

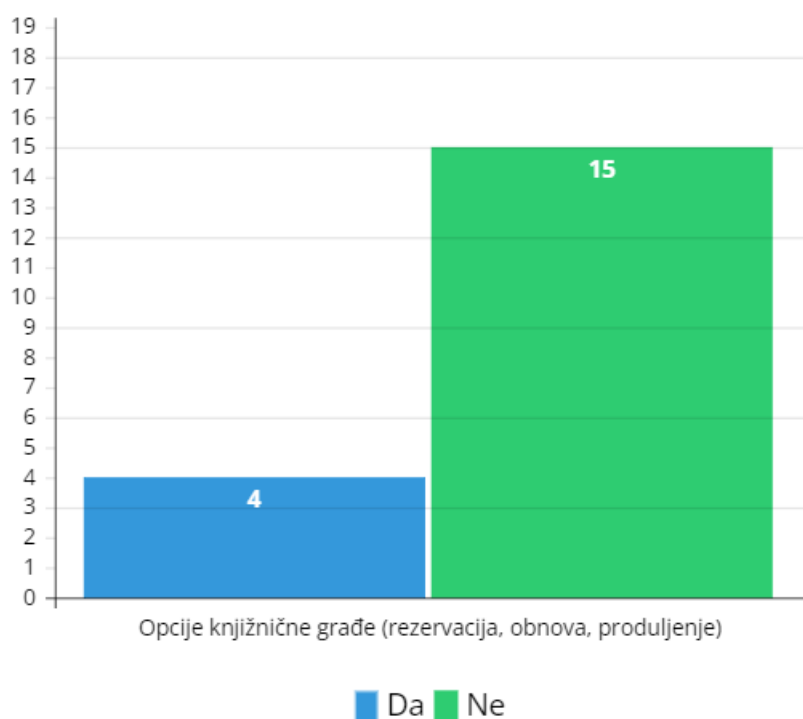


Tabela 8. Prikaz prisutnosti elektroničkih verzija tradicionalnih knjižničnih usluga - rezervacija obnova te produljenje vremena korištenja građe na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Pod opcijama knjižnične građe ubrajaju se već navedeni elementi: rezervacija, obnova te mogućnost produljenja vremena korištenja knjižnične građe. Rezerviranje, obnova te mogućnost produljenja putem mrežne stranice narodnih knjižnica je ključno za poboljšanje korisničkog iskustva te optimizaciju rada knjižnice. Također, korisnici s tom mogućnošću zapravo štede i vrijeme jer ne moraju fizički dolaziti u prostore knjižnice. Ovo praktično i pristupačno rješenje omogućava i korisnicima lakše upravljanje posuđenom građom i zaposlenicima. Ovu opciju implementiralo je samo 4 narodne knjižnice: Knjižnica i čitaonica Kutina, Gradska knjižnica Grada Donjeg Miholjca, Narodna knjižnica i čitaonica Jastrebarsko te Gradska knjižnica Lipik.

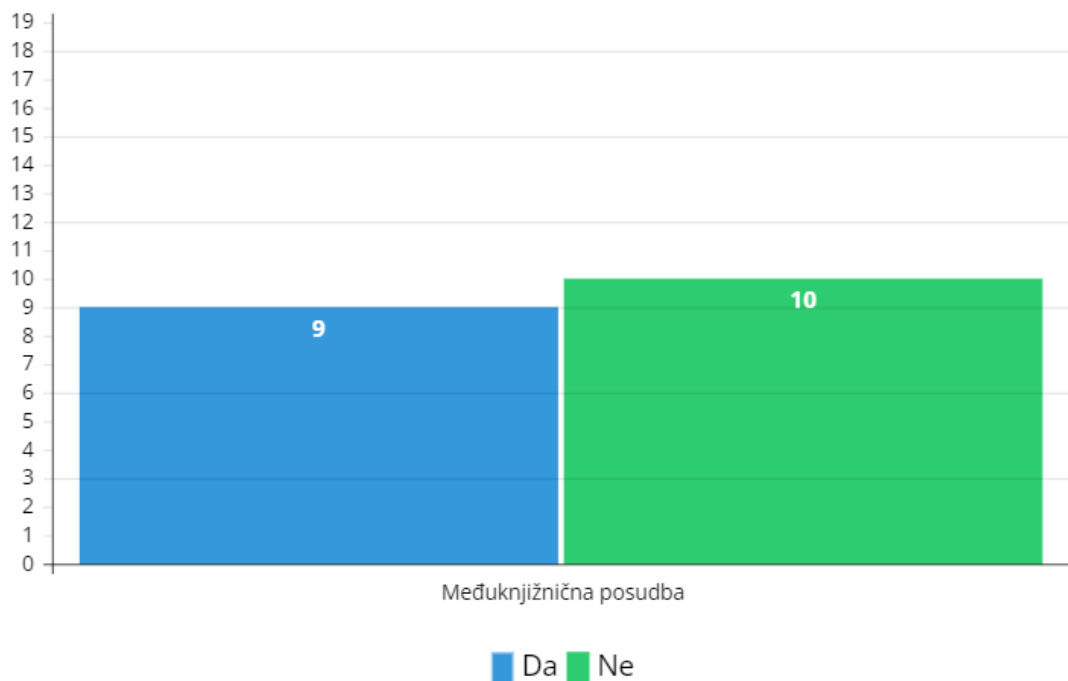


Tabela 9. Prikaz prisutnosti elektroničkih verzija tradicionalnih knjižničnih usluga - međuknjižnične posudbe na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Međuknjižnična posudba, kao što su *online* rezervacije, obnove te produljenja knjižnične građe, ima ključnu ulogu u poboljšanju korisničkog iskustva i optimizaciji knjižničnog poslovanja. Međuknjižnična posudba korisnicima omogućuje pristup knjižničnim resursima i građi kroz različite izvore te im pripomaže pri lociranju određene literature koja možda nije dostupna u njihovoj lokalnoj narodnoj knjižnici. Kao što je rečeno, međuknjižnična posudba povećava dostupnost građe, ali i promiče suradnju među samim knjižnicama. Korisnici na ovaj način mogu pristupiti različitim materijalima, člancima, radovima kako bi zadovoljili svoje potrebe te obogatili svoje znanje. Međuknjižnična posudba dostupna je na 9 mrežnih stranica narodnih knjižnica Republike Hrvatske, a one su: Pučka knjižnica i čitaonica Daruvar, Gradska knjižnica Slavonski Brod, Narodna čitaonica i knjižnica Novi Vinodolski, Gradska knjižnica i čitaonica "Metel Ožegović" Varaždin, Gradska knjižnica Lipik, Narodna knjižnica Otočac, Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar, Gradska knjižnica Rab te Narodna knjižnica Ploče.

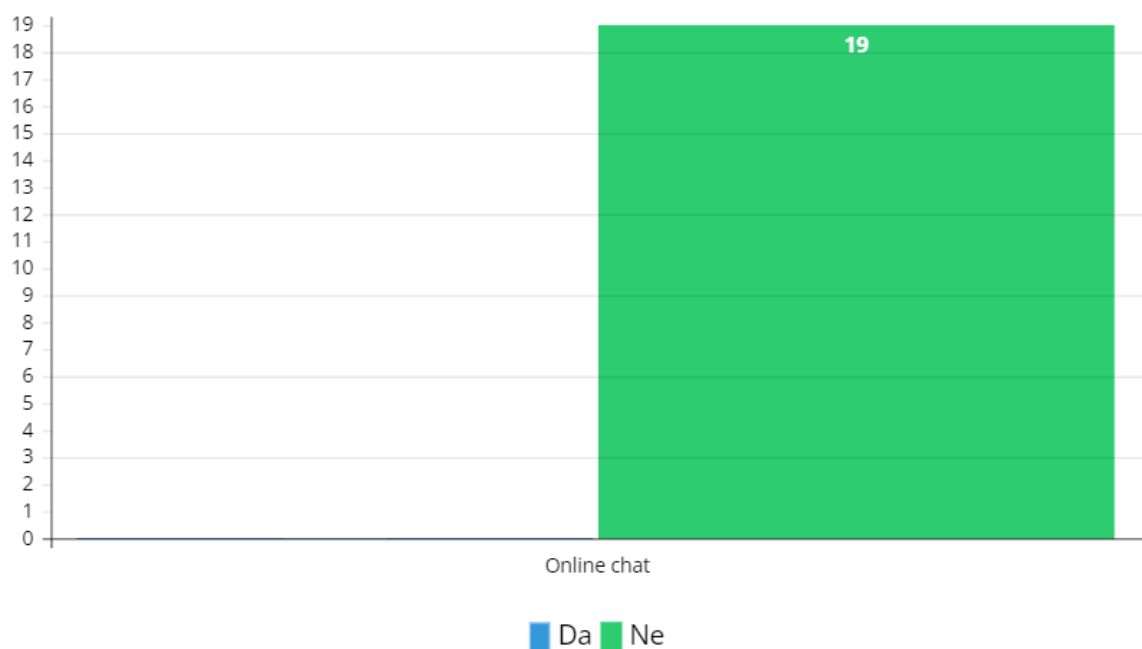


Tabela 10. Prikaz prisutnosti elektroničkih verzija tradicionalnih knjižničnih usluga - *online chat-a* na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Mogućnost *chat-a* na mrežnim mjestima narodnih knjižnica također, kao i sve ranije spomenute opcije, ima nekoliko značajnih prednosti. *Chat* koji predstavlja interaktivnu opciju omogućuje korisnicima trenutnu komunikaciju s osobljem putem *online* platforme što rezultira brzim odgovorima na njihove upite. Nažalost nijedna, od nasumično odabranih 19 narodnih knjižnica iz ovog istraživanja, ne posjeduje spomenutu opciju.

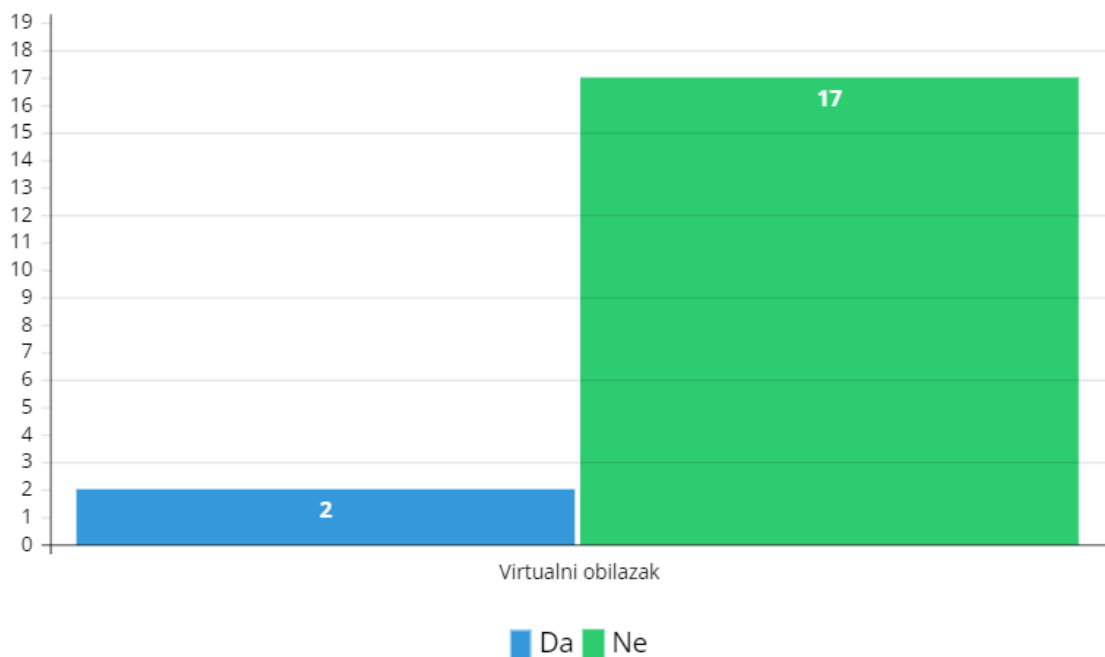


Tabela 11. Prikaz prisutnosti elektroničkih verzija tradicionalnih knjižničnih usluga - obilazak knjižnice na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Naposljetku, opcija virtualnog obilaska narodne knjižnice korisnicima nudi obilazak knjižničkog prostora iz ugone svoga doma. Ova opcija im omogućuje da istraže unutrašnjost knjižnice te da se upoznaju s rasporedom knjižničnih odjela i pregledom usluga koje narodna knjižnica nudi. Virtualni obilazak prostorija narodnih knjižnica poboljšava korisničko iskustvo, povećava dostupnost knjižničnih usluga i uz sve to čini knjižnicu privlačnijom i pristupačnijom.

5.4.5. Rezultati i analiza rezultata pristupa knjižničnom sadržaju na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Uz prethodno navedene opcije, na mrežnim stranicama narodnih knjižnica Republike Hrvatske, utvrđivali su se te analizirali načini pristupa knjižničnog sadržaju, točnije prisutnost elektroničkog kataloga (e-kataloga) i postojanje poveznica na druge relevantne internetske izvore.

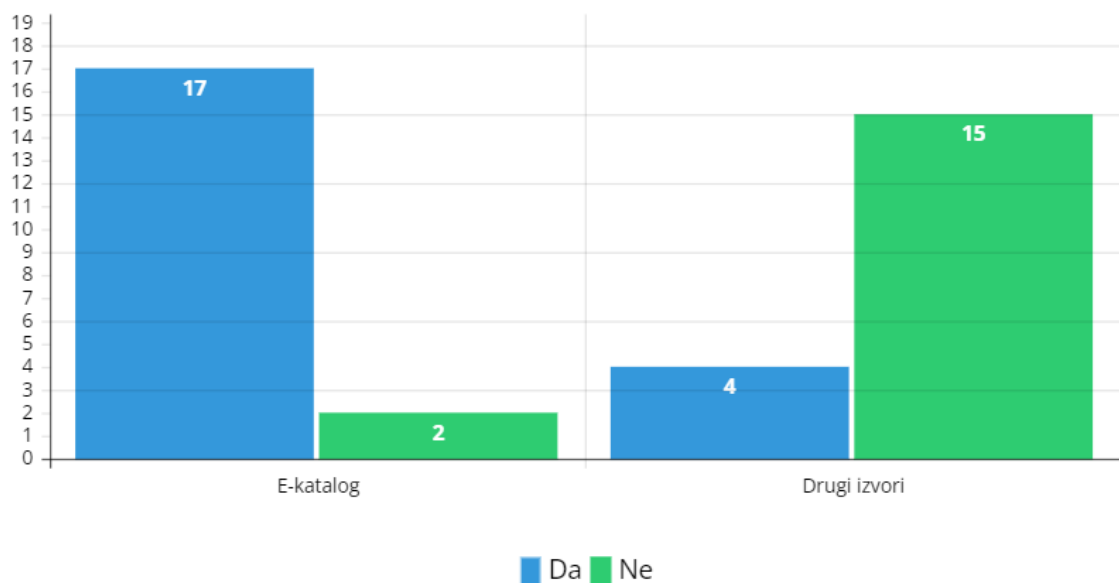


Tabela 12. Prikaz prisutnosti pristupa knjižničnom sadržaju na mrežnim stranicama narodnih knjižnica RH

Prisutnost opcije e-kataloga na mrežnim stranicama narodnih knjižnica odražava ključnu ulogu digitalizacije u pružanju usluga koje su usmjerene na korisnike. Ova opcija korisnicima omogućuje brz i efikasan pristup sadržaju knjižnice bez potrebe za fizičkim odlaskom u knjižnicu. Također, e-katalog korisnicima pomaže u pretrazi i pronalasku točno određenih resursa ili građe koji su im potrebni što se pozitivno odražava na korisnikov utisak knjižnice.

Nadalje, prisutnost poveznica na druge relevantne *online* izvore informacija na mrežnim stranicama narodnih knjižnica također obogaćuje korisničko iskustvo te potiče korisnika da proširi svoje vidike i izvore informacije izvan knjižnične kolekcije. Praksa postavljanja poveznica na druge *online* izvore informacija potiče korisnika na samostalno učenje i istraživanje.

6. Rasprava

Rezultati istraživanja provedenog nad 19 nasumično odabranih narodnih knjižnica, koje predstavljaju 10% od ukupnog broja narodnih knjižnica u Republici Hrvatskoj, daju uvid u prisutnost i kvalitetu njihovih mrežnih mjesta ili stranica, vizualni identitet i mrežnu komunikaciju s korisnicima.

Prije svega, važno je napomenuti da su sve analizirane narodne knjižnice prisutne u digitalnom procesu putem svojih mrežnih stranica. Budući da su sve nasumično odabrane knjižnice imale izrađena mrežna mjesta ili stranice, potvrđuje da knjižnice imaju želju da korisnicima omoguće *online* pristup knjižničnim resursima, informacijama i uslugama.

Što se tiče vizualnog identiteta, 15 od 19 knjižnica (78.9%) imalo je razvijen logotip koji pokazuje predanost u stvaranju prepoznatljivog identiteta. Međutim, četiri knjižnice (21,1%) još uvijek nemaju osmišljen logotip, što predstavlja prostor za napredak. Narodne knjižnice uglavnom imaju simbolički, tipografski ili čak kombinaciju logotipa. 15 narodnih knjižnica koje su razvile svoj logotip demonstriraju snažan vizualni identitet te konzistenciju u upotrebi elemenata iz logotipa kroz čitavo mrežno mjesto. To je važno napomenuti jer se na taj način stvara prepoznatljivost i profesionalni izgled koji pripomaže korisnicima da identificiraju narodnu knjižnicu i njezine usluge. Kroz konzistentnu upotrebu logotipa na svim stranicama, dokumentima te promotivnim materijalima, narodne knjižnice daju do znanja da su svjesne važnosti vizualnog identiteta. Kao što je spomenuto, boje, fontovi te ostali elementi logotipa implementirani su u izgledu mrežnih stranica narodnih knjižnica što korisnicima daje dojam homogenosti. Korisnici se osjećaju sigurno koristeći mrežne stranice. Također, konzistentnost vizualnog identiteta pripomaže i u jačanju povjerenja kod korisnika. Korisnici, ukoliko primijete dosljednost u izgledu stranice i načinu mrežne komunikacije, imaju više povjerenja u korištenju usluga i resursa narodnih knjižnica.

Analizirajući komunikacijske aspekte mrežnih stranica, zaključeno je da je na 18 od 19 mrežnih stranica (94,7%) jasno i vidljivo naznačena fizička adresa knjižnice. Istaknuta fizička adresa narodnih knjižnica na mrežnoj stranici korisnicima omogućava fizički dolazak, a potencijalnim korisnicima otkriva gdje se točno nalazi te kako ju pronaći. Uz istaknutu fizičku adresu knjižnice, planiranje posjeta olakšava i poznavanje radnog vremena knjižnice. Radno vrijeme je, također, istaknuto na 18 od 19 (94,7%) mrežnih stranica narodnih knjižnica.

Narodne knjižnice su ažurne i u objavljivanju bilo kakvih promjena koje utječu na redovno radno vrijeme što je korisnicima od velike važnosti jer mogu bolje planirati aktivnosti ili pravovremeno izmijeniti planove ukoliko je to potrebno. Nadalje, telefonski brojevi i adrese e-pošte su istaknute na 18 od 19 (94,7%) mrežnih stranica. Istaknuti telefonski brojevi i adresa e-pošte iznimno je važna jer korisnicima olakšava kontaktiranje knjižničnog osoblja.

Analizom dostupnosti podataka o knjižničnom osoblju i opisima odjela narodnih knjižnica zaključujemo da mnoge knjižnice trebaju i moraju uložiti podosta truda i vremena kako bi osigurale spomenute informacije na svojim mrežnim stranicama. Kao što je spomenuto u rezultatima, 4 (21,1%) narodne knjižnice imaju popis osoblja te 6 (31,6%) narodnih knjižnica ima opis odjela na mrežnim mjestima. Ove informacije su od velike važnosti korisnicima jer, kao i ostale spomenute informacije, pružaju transparentnost i izgradnju povjerenja. Poznavanjem zaposlenika knjižnice omogućuje se korisnicima bolja personalizacija usluga i brži pronalazak željenih informacija. Nadalje, informacije o odjelima pomažu korisnicima bolje poznavanje rasporeda sadržaja u narodnim knjižnicama. Također, informacije o zaposlenicima te opisi odjela na mrežnim stranicama narodnih knjižnica unaprjeđuju korisničko iskustvo te daju dojam dobrodošlice prilikom posjete knjižnici jer korisnici već poznaju imena te raspored odjela.

Što se tiče interaktivnih usluga, 4 od 19 (21,1%) narodnih knjižnica daje korisnicima mogućnost *online* rezervacije, obnove te produljenja vremena korištenja knjižnične građe. Mogućnost *online* rezervacije knjižnične građe, obnove te produljenja vremena korištenja je praktično jer korisnici ne moraju fizički doći u knjižnicu. Korisnici mogu iz udobnosti svoga doma odraditi spomenute radnje kroz nekoliko klikova mišem što smanjuje stres, povećava zadovoljstvo korisnika a knjižnicu čini dostupnijom. Nadalje, međuknjižnična posudba je dostupna na samo 9 (47,4%) mrežnih stranica. Osim što potiče suradnju među narodnim knjižnicama, ova opcija obogaćuje knjižničnu ponudu resursa za sve korisnike njihovih mrežnih stranica.

Virtualni obilazak knjižnica dostupan je na samo 2 od 19 mrežnih stranica (10,5%). Vizualni obilazak knjižnice bi trebalo implementirati na sva mrežna mjesta jer je to atraktivan i inovativan oblik interakcije s korisnicima.

Dostupnost elektroničkog kataloga koji je implementiran na 17 od 19 (89,5%) mrežnih stranica ipak pokazuje predanost knjižnica i želju da korisnicima omoguće lako i efikasno pretraživanje knjižnične građe s bilo kojeg mjesta.

Nažalost, poveznice na druge relevantne izvore informacija pronalaze se tek na 4 od 19 (21,1%) mrežnih stranica što korisnicima ograničava mogućnost proširenja izvora te smanjuje mogućnost pronalaska bitnih informacija.

Mrežne stranice narodnih knjižnice koje nisu dobri primjeri izrade vizualnog identiteta te dobre komunikacije su stranice koje su u sklopu mrežnog mjesta svoje općine, a to su mrežne stranice Narodne knjižnice Hum na Sutli i Narodna knjižnica Dugi Rat. Osim osnovnih informacija o knjižnici te kratke povijesti i dokumenata koji se mogu pronaći na mrežnoj stranici, spomenute narodne knjižnice korisnicima nisu pružile nikakve druge opcije usluga. Kako bi se spomenute knjižnice bolje približile postojećim korisnicima te privukle nove korisnike predlaže se izrada samostalnog mrežnog mjesta te izrada logotipa. Prilikom izrade logotipa i vizualnog identiteta spomenutim narodnim knjižnicama se preporučuje praćenje općih smjernica i principa dizajna te to primijeniti i na izgled samih mrežnih mjesta. Također, preporučuje se uključivanje nekoliko analiziranih opcija - elektroničkog kataloga, mogućnost međuknjižnične posudbe te opis odjela i popis zaposlenika. Narodne knjižnice, ukoliko imaju mogućnost, mogu uključiti i ostale spomenute elemente. Bilo koji elementi i opcije korisniku će biti od velike pomoći te će korisničko iskustvo biti pozitivnije. Čak i sama izrada logotipa predstavljala bi veliki pomak, a korisnicima bi se na taj način nagovijestilo da dolazi do promijene.

Među nasumično odabranim knjižnicama, Narodna knjižnica Petar Preradović istaknula se kao jedna od boljih. Osim što ima razrađen logotip, ima i dosljedan vizualni identitet što se reflektira kroz cijelo mrežno mjesto. Vizualni identitet se očituje u konzistentno upotrebljavanim bojama, dobro organiziranom rasporedu informacija i intuitivnoj navigaciji. Svi ti elementi korisnicima omogućuju lakše snalaženje i brz pristup traženim informacijama. Tekstualni sadržaj na mrežnom mjestu Narodne knjižnice Petar Preradović Bjelovar je lako čitljiv, popraćen fotografijama gdje je to potrebno te sažet, što također korisnicima olakšava pronalaženje informacija. Bez obzira na kratkoću i sažetost teksta, mrežno mjesto pruža sve bitne informacije koje su od važnosti korisnicima.

Narodna knjižnice se ističe i u komunikaciji, pružajući širok spektar elemenata koji su istraživani u radu. Na njezinoj mrežnoj stranici možemo pronaći popis osoblja i opise odjela knjižnice, kao i opće informacije poput broja telefona, e-mail adrese, fizičke adrese te radnog vremena knjižnice. Mrežno mjesto ima implementirane i poveznice na društvene mreže što dodatno korisnicima povećava dostupnost i olakšava interakciju. Narodna knjižnica Petar Preradović nudi najviše

usluga od svih 19 narodnih knjižnica. Uz integrirani e-katalog, mogućnost međuknjižnične posudbe i poveznicama na druge relevantne izvore informacija, ova knjižnica pokazuje da brine o potrebama svojih korisnika. Iako možda nema opciju virtualnog obilaska prostora knjižnice, *online* chat-a ili opcije rezervacije i obnove knjižnične građe, Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar svakako se istaknula kao primjer kvalitetno oblikovane i korisnički orijentirane mrežne stranice koja pruža dovoljno informacija i resursa svojim korisnicima.

Ostatak knjižnica, također imaju dobro razvijene i oblikovane mrežne stranice s dobrim izborom elemenata koji su analizirani u radu, no izdvojene knjižnice prikazuju dvije krajnosti i zbog toga su izdvojene. Svih 19 knjižnica koje su pregledane i analizirane imaju prostora za napredak. Neke moraju uložiti više vremena i truda kako bi sustigle druge. Unaprjeđenje vizualnog identiteta i komunikacije na mrežnim stranicama narodne knjižnice mogu ostvariti na različite načine, a neki od prijedloga su:

- redovno ažuriranje sadržaja kako bi informacije na mrežnim stranicama uvijek bile svježije i pravovremene kako bi ih korisnici mogli na vrijeme uočiti.
- Uvođenje interaktivnih elemenata kao što su ankete i postavljanje komentara što bi najviše pripomoglo osoblju knjižnice, ali bi i povećalo i potaknulo komunikaciju korisnika sa zaposlenicima.
- Održavanje *online* edukacija i tečajeva za koje vjerujem da bi korisnici polagali i slušali jer bi to pripomoglo u osobnom razvoju korisnika kao osobe te proširivanju znanja.
- Bolja aktivnost na društvenim mrežama te poticanje korisnika na komunikaciju, te
- mjerenje uspješnosti mrežnih stranica i načina komunikacije s klijentima kroz analitiku. Pod ovime se misli da pregledavanje statistike posjećenosti stranice te analiza od strane zaposlenika koji elementi i opcije se najčešće koriste.

7. Zaključak

Ukratko, analiza mrežnih mjesta i stranca odabranih narodnih knjižnica upućuje na to da su vizualni identitet i osnovna komunikacija mrežnih stranica većinom dobro razvijeni i usklađeni sa standardima. Međutim, neki od ostalih aspekta interaktivnih usluga, kao što su *online* rezervacija, *chat* te virtualni obilazak prostora knjižnice nisu prisutni ili su nedovoljno razvijeni. Važno je istaknuti da unaprjeđenje ovih mogućnosti u potpunosti ovisi o resursima i tehničkim mogućnostima narodnih knjižnica. Isto tako, narodne knjižnice bi trebale biti svjesne da poboljšanjem spomenutih opcija mogu značajno obogatiti korisničko iskustvo i osigurati povratak korisnika na stranicu.

Poboljšanje tih usluga također znači bolja dostupnost, brži komunikacijski proces među korisnicima i osobljem te veća angažiranost zajednice što na posljetku rezultira privlačenjem novih korisnika. Ključno je da knjižnice prepoznaju važnost kontinuiranog unaprjeđenja i ažuriranja mrežnih mjesta kako bih mogle odgovoriti na velik broj korisničkih potreba koje se konstantno mijenjaju. Uključivanjem korisnika te prihvaćanjem njihovih ideja, mrežne stranice i mjesta narodnih knjižnica bi mogle bez ikakvih problema postati najbolji primjeri primjene vizualnih identiteta i komunikacije mrežnih stranica.

8. Literatura

Bokuha, George. Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons. USA: Rockport Publishers, 2022.

Budelmann, Kevin; Kim, Yang. Brand Identity Essentials, Revised and Expanded: 100 Principles for Building Brands. United Kingdom: Rockport Publishers, 2019.

Dunato, Nela. Koja je razlika između logotipa, vizualnog identiteta i brenda?. URL: <https://neladunato.com.hr/clanci/brend-logo-vizualni-identitet/>

Dunato, Nela. Tipovi logotipa i kako odabrati najprikladniji za vašu tvrtku. URL: <https://neladunato.com.hr/clanci/tipovi-logotipa/>

Eke, H.N., 2011. Library portals and information architecture: Librarians emerging info-architects. International Research: Journal of library and information science, 1(2).

Exploring the Gestalt Principles of Design. URL: <https://www.toptal.com/designers/ui/gestalt-principles-of-design>

Front Psychology: The Importance of Typography in Branding. URL: <https://www.dotyeti.com/blog/font-psychology-the-importance-of-typography-in-branding/>

Gradska knjižnica Grada Donjeg Miholjca. URL: <https://gkgdm.hr/>

Gradska knjižnica i čitaonica "Metel Ožegović" Varaždin. URL: <https://www.knjiznica-vz.hr/index.php>

Gradska knjižnica i čitaonica Lipik. URL: <https://knjiznica-lipik.hr/>

Gradska knjižnica Rab. URL: <https://www.gk-rab.hr>

Gradska knjižnica Rijeka. URL: <https://gkr.hr/>

Gradska knjižnica Slavonski Brod. URL: <https://gksb.hr/>

Hrvatski jezični portal. URL: https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=e15iWRc%253D&keyword=logotip

Indir, Ida. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice. // Vjesnik bibliotekara hrvatske 55, 1 (2011), str. str. 124.-127. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/137975>

Knjižnica i čitaonica Kutina. URL: <https://knjiznica-kutina.hr/>

Knjižnica i čitaonica Pitomača. URL: <http://knjiznice.nsk.hr/pitomaca/>

knjižnica. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32130>

komunikacija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32686>

Nacionalna i sveučilišna knjižnica. Adresari knjižnica u Republici Hrvatskoj. URL: <http://maticna.nsk.hr/adresar-knjiznica/>

Narodna čitaonica i knjižnica Novi Vinodolski. URL: <https://nck.hr/>

Narodna knjižnica Dugi Rat. URL: <https://www.dugirat.hr/narodna-knjiznica/>

Narodna knjižnica Hum na Sutli. URL: <http://www.humnasutli.hr/narodna-knjiznica.aspx>

Narodna knjižnica i čitaonica Jastrebarsko. URL: <https://knjiznica.czk-jastrebarsko.hr/>

Narodna knjižnica i čitaonica Lipovljani. URL: <https://knjiznica.lipovljani.hr/>

Narodna knjižnica Otočac. URL: <https://narodnaknjiznicaotocac.hr/>

Narodna knjižnica Petar Preradović Bjelovar. URL: <https://knjiznica-bjelovar.hr>

Narodna knjižnica Ploče. URL: <http://knjiznice.nsk.hr/ploce/>

Narodna knjižnica Virje. URL: <https://www.narodna-knjiznica-virje.hr/>

Općinska knjižnica Hrvatska sloga Gradac. URL: <https://okhsg.hr>

Petrić, Tatijana. "Web sites of university libraries : library services and professional ethics." Vjesnik bibliotekara Hrvatske 56, 1-2 (2013) str. 193-221. <https://hrcak.srce.hr/115109>

Pučka knjižnica i čitaonica Daruvar. URL: <https://knjiznica-daruvar.hr/default.asp?sid=2&n=1>

SmashLAB Booklet. Understanding Logo Design, str. 2. - 9. URL:
https://falkgraf.weebly.com/uploads/1/3/3/0/13309164/understanding_logo_design_screen.pdf

Westcott Alessandri, Susan. Visual Identity: Promoting and Protecting the Public Face of an Organization. 1st Edition. New York: M.E.Sharpe, 2009.

What's the best color for your logo? Use color psychology to find out. URL:
<https://brandingcompass.com/branding/whats-the-best-color-for-your-logo-use-color-psychology-to-find-out/>

WWW. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021.
URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=66413>