

JELENA KUZMANOVIĆ
Megatrend Univerzitet
Beograd

UDK 027.8:021
Pregledni rad
Primljen: 4.3.2012
Odobren: 28.3.2012

NOVA ULOGA BIBLIOTEKE U OSNOVNIM ŠKOLAMA I KOMUNIKACIONA STRATEGIJA ZA NJENO PROMOVISANJE

Sažetak: Ovaj rad se bavi novom ulogom biblioteke u osnovnim školama u Republici Srbiji u dvadesetprvom veku i komunikacionom strategijom za njeno promovisanje. Usled promena u društvu izazvanih primenom računara, a posebno Interneta, koje su se odrazile i na vaspitno-obrazovni školski sistem, savremena nastava bi trebalo da se koristi školskom bibliotekom kao medija centrom koji bi zadovoljavao određene bibliotečko-informacione standarde, i bio na usluzi svim korisnicima, kako u školi, tako i van nje. Promene u načinu rada biblioteke trebalo bi promovisati i u samoj školi i u lokalnoj sredini primenom komunikacione strategije, kako bi se na taj način privukli potencijalno novi korisnici njenih usluga, a nivo rada u školi podigao na viši nivo, u skladu sa savremenim tendencijama u obrazovanju.

Ključne reči: nova biblioteka, osnovna škola, kultura, jezik, književnost, novi mediji, komunikaciona strategija, promotivne aktivnosti

Do promena je, konačno, došlo i u školskim bibliotekama. Ovaj rad će se baviti definisanjem pozicije i uloge biblioteka u osnovnim školama u Srbiji u prvoj deceniji dvadesetprvog veka, u smislu promenjenih društvenih okolnosti s obzirom na uticaj novih medija i informaciono-komunikacionih tehnologija na celokupno naše društvo, a time i na školski sistem, čije su biblioteke sastavni deo. S obzirom na novonastalu situaciju, razmotriće se plan promene dosadašnje biblioteke u moderni i savremeni bibliotečko-informacioni centar, kao i komunikacione strategije kojima se ta nova uloga biblioteke može promovisati u okviru škole i van nje.

Da bismo definisali pojam nove biblioteke, razmotrićemo ulogu koju ona ima u osnovnim školama i društvu uopšte. Biblioteke u osnovnim školama imaju naročito veliki značaj jer je osnovno obrazovanje obavezno, i sva deca moraju da dođu u kontakt sa njima, te je time njihova uloga u obrazovanju i vaspitanju od velikog značaja. Kakva je pozicija škole u društvu danas u dvadesetprvom veku? Gone (Gonnet) kaže da je „tradicionalna koncepcija, koja je obrazovanje posmatrala kao umeće uvođenja dece u prihvatanje normi određene društvene klase, još uvek prisutna (Gone, 1989: 19)”. Tek od skora se prihvata mišljenje da je dete saradnik u svom sopstvenom obrazovanju, što se naziva novom pedagogijom, čije je jedno od bitnih obeležja stavljanje deteta na mesto subjekta. Avramović i Vujačić kao karakteristike tradicionalne škole navode definisan plan i program (Avramović i Vujačić, 2010: 51). Cilj nastave je usvajanje sadržaja programa, osnovna metoda nastave je predavanje, uloga učenika je da sluša, razume i reprodukuje gradivo, ocena je pokazatelj usvojenosti gradiva a motivacija za učenje je spoljna.

Međutim, promene u savremenom društvu do kojih je došlo upotrebom savremenih tehnologija i medija odrazile su se i na položaj i ulogu škole u celokupnom društvenom sistemu, te se savremena škola imenuje kao aktivna. Njena osnovna karakteristika je usmerenost na učenika i to na učenika kao celovitu ličnost (Avramović i Vujačić, 2010: 51). Lerčer (Loertscher) smatra da je u dvadesetom veku došlo dva puta do promena u školskim bibliotekama: „Prvi put tokom 1960-tih kada su biblioteke počele da u svoj rad uključuju novi talas audiovizuelnih sredstava i softvera. Drugi je počeo 1980-tih sa brzim napretkom mikroracunara, računarskih mreža i Interneta. Prvo redizajniranje zahtevalo je samo promenu u sadržaju. Drugo zahteva potpunu promenu mišljenja (Loertscher, 2005: 1-2)”. Biblioteka je obično smatrana centralnim delom škole gde svi dolaze, a sada ona postaje „centralna mreža” koja svojim dugim rukama iz jednog centra dopire u svaki deo škole i vašeg doma. On, takođe, ističe da informatička mreža nije nešto što možemo smatrati odvojenim od biblioteke, već da postaje očigledno da materijal i informacije samo imaju nove puteve kojima se iskazuju. Po njemu, koncept stare i nove biblioteke izgledaju ovako - stara biblioteka: zastupljeni su najviše štampani mediji, biblioteka je centralizovana u jednom prostoru, radno vreme je strogo ograničeno, osoblje se obično sastoji od jednog bibliotekara, biblioteke su često mirna i prazna mesta i otvorene su samo za vreme dok traje nastava; - nova biblioteka: sadrži obilje informacija u svim formatima (štampanim, elektronskim, itd.), u njoj se koriste savremene tehnologije pri radu, biblioteka je u isto vreme i centralizovana i decentralizovana (osoblje je spremno da svoj rad proširi i van prostorija same biblioteke, npr. u učionicama, u gradskim bibliotekama, knjižarama), radno vreme je fleksibilno, osoblje je profesionalno i informaciono-tehnički obučeno za rad na savremenim raču-

narskim sistemima, biblioteka je „laboratorija” gde se nešto dešava, deca, osoblje i nastavnici su zaposleni a atmosfera je živa i usluge biblioteke su dostupne 24 sata svih sedam dana u sedmici (Loertscher, 2005: 1-2).

Školske biblioteke su uglavnom smatrane mestima gde deca odlaze da uzmu ili vrate knjige, najčešće školske lektire. Međutim, prema *IFLA / UNESCO manifestu za školske biblioteke* uloga koju biblioteke imaju u vaspitno-obrazovnom procesu je daleko veća. S tim u vezi, u njemu su predložene sledeće karakteristike školskih biblioteka: „Uloga školske biblioteke u podučavanju i učenju namenjenom svima: školska biblioteka pruža informacije i saznanja koji su neophodni za uspešno učestvovanje u savremenom društvu zasnovanom na informacijama i znanju. Školska biblioteka omogućava učenicima da ovladaju veštinama za učenje tokom čitavog života, razvija njihovu stvaralačku maštu i osposobljava ih da budu odgovorni građani. Ona pruža pomoć u obrazovno-vaspitnom procesu svima koji u njemu učestvuju i od presudnog je značaja za svaku dugoročnu strategiju razvoja pismenosti, obrazovanja, snabdevanja informacijama, ekonomskog, društvenog i kulturnog razvitka. Za školske biblioteke su odgovorni lokalni, regionalni i državni organi uprave, koji zato moraju doneti odgovarajuće propise i programske dokumente. Školskim bibliotekama obavezno se obezbeđuje odgovarajuće finansiranje i dovoljno sredstava za stručno osoblje, građu, opremu i nove tehnologije. Njihove usluge obavezno su besplatne. Školska biblioteka je neizostavni učesnik u lokalnim i regionalnim mrežama, kao i u nacionalnoj bibliotečko-informacionoj mreži (IFLA, 419-420)”.

Nezaobilazan činilac u stvaranju kulture, njenom širenju, uzimanju učešća u kulturnim događajima i obrazovanju mladih za kulturu jeste škola, pa i školska biblioteka kao njen sastavni deo. Pojam kulture čvrsto je vezan za pojam jezika. Sapir (Sapir) o jeziku kaže da antropolozi proučavaju čoveka po njegovoj pripadnosti rasi, jeziku i kulturi, i da su jezici, kao i kulture, retko kada dovoljni sami sebi, i da „neophodnost međusobne komunikacije dovodi govornika jednog jezika u direktni ili indirektni kontakt (međusobne veze) sa jezicima iz njegovog okruženja ili onim koji su kulturno dominantni (Sapir, 2004: 158)”.

Jedna od najvažnijih funkcija školske biblioteke u našim osnovnim školama je razvijanje potreba učenika za čitanjem, kako na srpskom, tako i na jezicima manjina i stranim jezicima koji se uče po planu i programu Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije. Pitanje koje se postavlja pri upotrebi literarnih tekstova u nastavi je i gde je sve moguće izvoditi takvu nastavu. Ona se najčešće izvodi u samim učionicama u školama koje su nekada, u našim uslovima, kabineti opremljeni za jezike a nekada samo prostorije koje koristi više nastavnika koji predaju različite predmete, te ih nije moguće op-

remiti svim što je potrebno za jezički kabinet. Neka od mogućih mesta za podučavanje jezika i književnosti po Talerovoj (Thaler) su: učionica, ugao za čitanje, biblioteka u učionici, čitanje kod kuće, javna mesta, čitanje putem Interneta, čitanje u pokretu, školska biblioteka (Thaler, 2008: 29).

Na sastancima bibliotekara često smo svedočili izjavama školskih bibliotekara u vezi sa njihovim radom u neodgovarajućim prostornim uslovima. Prostorije školske biblioteke su najčešće male, priručne učionice u kojima jedva da ima mesta i za smeštaj bibliotečkog fonda, a da ne govorimo o čitaoničkom delu. Mitrić u radu *Školske biblioteke u Republici Srbiji – osnovni pokazatelji sadašnjeg stanja i predlozi mera za unapređenje* ističe da je prema *Minimumu jugoslovenskih standarda za školske biblioteke* potrebno da školska biblioteka poseduje početni fond od 8-10 knjiga po učeniku, a da bibliotečki fond popunjava u odnosu 0,5-1 nove knjige po učeniku u toku svake školske godine (Mitrić, 6).

Takođe, primetan je i problem smeštaja i sređivanja knjižnog fonda, jer najveći deo nije urađen po UDK sistemu što dovodi do toga da takva biblioteka ne može da funkcioniše pravilno i da odgovori na svoje zadatke. Podaci o broju korisnika i korišćenju bibliotečkih fondova i usluga u celini su nezadovoljavajući, kao i obrt književnog fonda i prosečan broj knjiga koje je u toku jedne školske godine koristio jedan čitalac.

Jedan od velikih problema u radu biblioteka u osnovnim školama je kadar koji se raspoređuje na radno mesto školskog bibliotekara. Čest slučaj u školama je da na ovim radnim mestima rade kolege koje nemaju odgovarajuće stručno znanje ili u jednoj biblioteci radi više kolega koji dopunjavaju normu te se u radu smenjuju, najčešće dnevno. Ovakva situacija doprinosi padu njihove zainteresovanosti za stručno usavršavanje kao i teškoćama u samoj organizaciji rada biblioteke.

Uloga medija postaje veoma značajna u svim delovima rada, zadovoljavanja kulturnih potreba i uopšte života ljudi od pojave prvih medija u obliku novina početkom osamnaestog veka, preko pojave radija, filma, i televizije, sve do računara i Interneta. U današnjem društvu, koje je prevashodno informatičko, informacija, dolaženje do nje i njeno plasiranje je postalo imperativ onih koji pretenduju na ozbiljno bavljenje svojim poslovima. Miletić kaže da novi mediji pokazuju tendenciju „apsorbovanja svih prethodnih medija i njihovih ekspresivnih mogućnosti... ponajpre medija masovnog komuniciranja: štampe, filma, radija i televizije (Miletić, 2009: 139)”. Kompjuterska mreža je, zapravo, jedini multimedijski sistem koji u potpuosti nadraستا prostor i vreme (Radojković i Miletić, 2005: 98). Pored štampanih medija, školske biblioteke bi trebao da budu opremljene i savremenim, novim medijima, tu prvenstveno mislimo na računare i njihovu povezanost sa Internetom.

Učenicima i nastavnicima šolski bibliotekari treba da pomognu u obuci pri radu na računaru i njegovom korišćenju u procesu pronalaženja i ispravne selekcije dostupnih informacija. Školske biblioteke bi trebalo da imaju svoje datoteke, koje bi bibliotekari stvarali u zavisnosti od potreba njihovih korisnika.

Ilić i dr. razmatraju ulogu i značaj školskih biblioteka u Srbiji na početku dvadesetprvog veka, te kažu: „Smatramo da pedagošku funkciju školskih biblioteka treba posmatrati u kontekstu obrazovnih promena u društvu znanja i promenjene paradigme učenja. Bogati resursi školskih biblioteka nisu, nažalost, nikada bili iskorišćeni u optimalnoj meri. Temeljne odrednice školske biblioteke u vaspitno-obrazovnom procesu uvek su dovodene u relaciju s fondom, školskim bibliotekarom i programom, ali one nikada nisu bile ugrađene u obavezni deo nastavnog plana i programa (kao što su to, na primer, u školama u Kanadi, gde je svaki razred obavezan da jednom sedmično održi čas u školskoj biblioteci, uz saradnju školskog bibliotekara sa nastavnikom, prim. aut.) i tako su ostajale po strani, prepuštene ličnom angažmanu i entuzijazmu školskih bibliotekara ... Nova kretanja uticala su i na promenu delatnosti školske biblioteke. (Ilić i dr., 2007: 57)“.

Izneli bismo zapažanja iz našeg proučavanja, konstatovanih na osnovu istraživanja rađenog u OŠ „Vuk Karadžić” u Bačkoj Palanci. Radi se o časovima srpskog jezika u trećem razredu osnovne škole, a obrađivana nastavna jedinica bila je domaća lektira „Mačak u čizmama” braće Grim. Tehnika istraživanja u eksperimentu bila je testiranje putem kontrolnog zadatka i ankete. Testiranje je izvršeno u dve grupe – kontrolnoj i eksperimentalnoj. U kontrolnoj grupi (odeljenje III 1) čas je izveden na tradicionalan način, u učionici, od strane samo predmetnog nastavnika 28., 29. i 30. novembra 2011. godine. U eksperimentalnoj grupi (odeljenje III 2) čas je izveden u školskoj biblioteci 5., 6. i 7. decembra školske 2011/2012. godine uz vođstvo predmetnog nastavnika i pomoć školskog bibliotekara i dostupne resurse biblioteke, kao što su rečnici književnih termina i stranih reči i ostala štampana literatura u vezi sa temom kao i Internet izvori. U pribavljanju potrebne štampane građe saradivali smo i sa Gradskom bibliotekom „Veljko Petrović” iz Bačke Palanke. Po nastavnom planu za treći razred ova lektira radi se tri časa, tj. tri dana po jedan čas. Obe grupe su na poslednjem času radile isti kontrolni zadatak u vezi sa ovom nastavnom jedinicom, pošto je planom na trećem času predviđena provera usvojenog gradiva. Eksperimentalna grupa uradila je još i kratku anketu koja se odnosila na ispitivanje njihovih stavova u vezi sa, pretpostavili smo, za njih novim i netradicionalnim načinom rada. Profesorica eksperimentalne grupe je posle obrađenih časova održala i poseban čas samovrednovanja, gde je došla do zaključka da je postigla očekivane ciljeve koje je postavila pri obradi ovih časova, a što navodi u svom mišljenju iznetom u daljem tekstu.

U eksperimentalnoj grupi profesorica je na prvom času, posle uvodnog izlaganja, podelila učenike u grupe od kojih su dve imale zadatak da odgovore na zadata pitanja potraže na Internetu, uz pomoć školskog bibliotekara a tri grupe su radile uz pomoć profsorice uz korišćenje knjižnog fonda školske biblioteke i Gradske biblioteke „Veljko Petrović”.

Na drugom času, učenici su izlagali podatke do kojih su došli radom u grupama, a to je pratio zapis urađen u pauerpoint prezentaciji koji su učenici zapisali u sveske. Na trećem času vršena je provera usvojenosti znanja, i sprovedena je anketa o stavovima učenika, primedbama i sugestijama u vezi sa izvođenjem časova srpskog jezika u školskoj biblioteci.

Mišljenje profesorice razredne nastave Dragane Milanović o realizaciji časova srpskog jezika u trećem razredu uz korišćenje raspoloživih resursa školske biblioteke: „Tradicionalan način obrade lektire u trećem razredu podrazumeva primenu frontalnog ili samostalnog rada učenika (individualno ili u grupi). Takav način rada i uz primenu očiglednih sredstava (slike, prezentacije, itd.) učenicima veoma brzo dosadi, a njihova pažnja i aktivnost su smanjene. Samo mali broj učenika je aktivan, a i oni uglavnom dobijaju informacije u gotovoj formi od nastavnika i njihov odnos prema nastavnom procesu je pasivan. Upravo zbog toga dešava se da se nastavni sadržaji uče napamet i reprodukuju u formi pasivnog izlagača, kao što su i primljeni - u formi pasivnog slušaoca. Na osnovu dugogodišnjeg iskustva u izvođenju nastave, praveći paralelu između tradicionalnog časa obrade lektire i časa obrade lektire uz pomoć resursa biblioteke, svakako dajem prednost ovom drugom načinu rada. Razlozi za to su višestruki. Krenuću od onoga što smatram veoma značajnim u nastavnom procesu, a to je aktivnost učenika tokom ovih časova. Ne može biti nezapažen veoma visok stepen aktivnosti učenika i njihovog angažovanja u okviru svih radnih grupa primenom računara, rečnika, slikovnica pa na kraju i pročitane lektire „Mačak u čizmama”. Svaki učenik bio je zakupiran svojim zadatkom i doprinosa je u okviru svojih mogućnosti da grupa što bolje obavi svoj zadatak. Ako se krene od činjenice da od aktivnosti učenika zavisi u velikoj meri i sticanje njihovih znanja, onda se može reći da je ovakav način rada pun pogodak, jer da bi bili spremni da izveštavaju učenici moraju sami da dođu do informacija uz korišćenje svih sredstava koje nudi biblioteka, što su oni i učinili. Validna mera za stečeno znanje je i test koji su učenici uradili na trećem času ove nastavne jedinice, koji je pokazao veoma visok stepen usvojenosti nastavnog gradiva. Veoma važan razlog za davanje prednosti ovakvom načinu rada je i učeničko osposobljavanje za korišćenje računara – Interneta, zatim mogućnost korišćenja rečnika, korišćenje inserata crtanih filmova za ilustraciju, ekranizacija pomenutih bajki, pauerpoint prezentacija, uz pomoć bibliotekarke u izvršavanju zadataka (čime se ra-

zviđa kooperativnost učenika sa trećim licem), mogućnost pravljenja paralele između slikovnica i autentične bajke, i još mnoštvo drugih mogućnosti koje nudi ovakav rad. Nije na odmet pomenuti da ovakav rad doprinosi i razvijanju učeničkog govora, maštovitosti, razbijanje straha od nepoznatih tehničkih sredstava i tehnika rada na velikom i nepoznatom, zahtevnom tekstu, kao i razvijanje i uključivanje učenika u argumentovanu diskusiju pri izlaganju stečenih znanja, kao i vrednovanje i samovrednovanje u izvršenju zadataka. Ovdje moram naglasiti i činjenicu da se ovakvim načinom rada, koji je prethodno dobro osmišljen, funkcija nastavnika kao predavača svodi na koordinatora i pomagača, a uloga učenika kao pasivnog slušaoca, pretvara se u nosioca nastavnog procesa u sticanju znanja i veština. Veoma je važno znati šta učenici misle, te zbog toga urađena i anketa o zadovoljstvu učenika ovakvim radom u školskoj biblioteci. Anketirano je dvadeset i četiri učenika koji su izneli svoje utiske. Na osnovu ankete saznali smo da je svim učenicima ovo prvi put da se susreću sa ovakvim načinom rada. Svih dvadeset četiri učenika odgovorilo je da im se sviđa ovakav način rada. Kao ono što im se dopalo u ovakvom radu navode sledeće: rad u grupi, rad na računaru, istraživanje, to što su koristili slikovnice, samostalno izlaganje i ističu da im je bilo lepo i zabavno. Sedamnaest učenika nije imalo nikakvu ideju za poboljšavanje ovakvog načina rada, dok je sedam učenika poželetelo: da gleda još ekranizacija bajki, da napravi mapu učenja, da još bajki obradimo na sličan način, da odgvaranje i kontrolne zadatke osmislimo koristeći biblioteku, da sadržaje narodne tradicije realizujemo na ovakav način. Svakako neke od ovih ideja učenika možemo iskoristiti za dalje osmišljavanje pri ovakvom načinu rada. Dvadeset učenika je poželetelo da opet dođe u biblioteku i uči na ovakav način i dalo predlog da se i sadržaji narodne tradicije, prirode i društva, likovne kulture, pa i matematike, realizuju u biblioteci. Četiri učenika nije imalo želju da ovako radi.

I na kraju, moram naglasiti da je odeljenje trećeg dva u odnosu na odeljenje trećeg jedan (koje je iste sadržaje obradilo na tradicionalan način) na testu pokazalo bolje rezultate i to naročito na najvažnijim pitanjima koja su zahtevala opštu informisanost i definisanje, što se svakako može zahvaliti ovakvom načinu rada.”

Rezultati testa provere znanja u eksperimentalnoj i kontrolnoj grupi su pokazali sledeće rezultate:

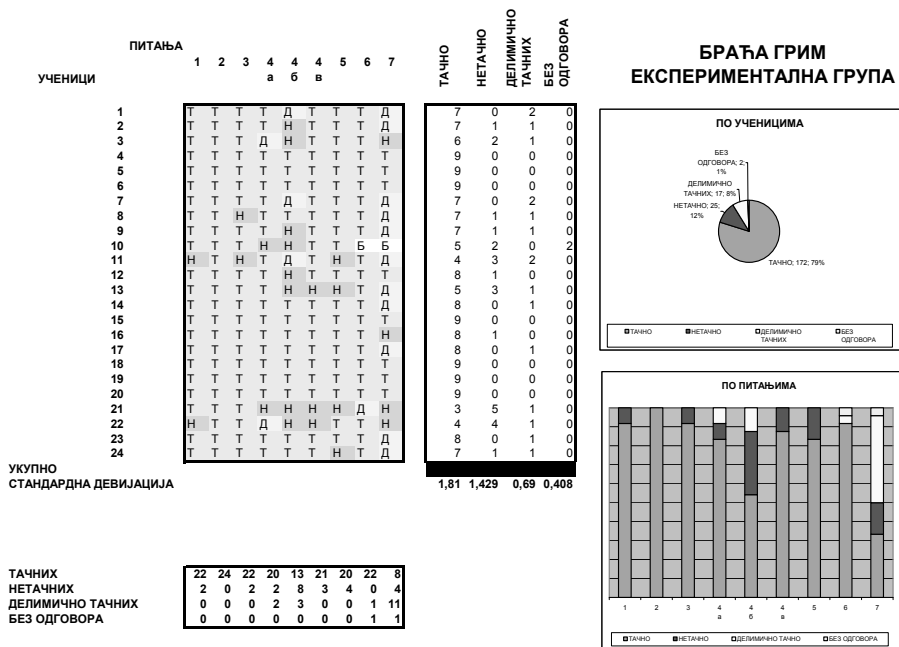


Tabela 1: rezultati eksperimentalne grupe

**UČENICI
PITANJA**

1 2 3 4 4 4
a b v 5 6 7

1	T	T	T	T	T	N	T	D
2	T	T	T	T	N	T	N	D
3	T	T	N	T	N	T	N	D
4	T	T	T	T	T	T	T	D
5	T	T	T	T	N	T	T	D
6	T	T	T	T	N	T	T	D
7	T	T	T	D	N	T	T	D
8	T	T	T	T	T	T	T	D
9	N	N	T	T	N	T	D	D
10	T	T	N	T	D	T	T	D
11	T	T	T	T	T	T	T	D
12	T	T	T	T	T	T	T	T
13	T	T	T	T	N	T	N	T
14	T	T	N	T	T	T	T	D
15	T	T	T	T	T	T	T	D
16	T	T	N	T	T	T	N	T
17	T	T	T	T	N	T	N	D
18	T	T	T	T	T	T	T	D
19	T	T	T	T	T	T	T	D
20	N	T	N	T	N	T	T	D
21	T	T	T	T	N	T	T	D
22	T	T	N	T	T	T	T	D
23	T	T	T	T	T	T	T	D
24	T	T	T	T	D	T	T	D
25	N	N	T	N	N	B	T	N
26	N	T	N	T	N	T	T	D

**UKUPNO
STANDARDNA
DEVIJACIJA**

TAČNIH	22	24	19	24	12	25	19	11	2
NETAČNIH	4	2	7	1	12	0	6	2	5
DELIMIČNO TAČNIH	0	0	0	1	2	0	1	13	19
BEZ ODGOVORA	0	0	0	0	0	1	0	0	0

**TAČNO
NETAČNO
DELIMIČNO
TAČNIH
BEZ
ODGOVORA**

7	1	1	0
5	3	1	0
5	3	1	0
8	0	1	0
6	1	2	0
6	1	2	0
5	1	3	0
7	1	1	0
3	3	3	0
5	1	3	0
8	0	1	0
9	0	0	0
7	2	0	0
6	2	1	0
7	0	2	0
6	2	1	0
5	2	2	0
7	0	2	0
7	1	1	0
5	3	1	0
7	1	1	0
6	1	2	0
8	0	1	0
7	0	2	0
2	6	0	1
4	4	1	0

1.598 1.476 0.852 0.196

**BRAĆA GRIM
KONTROLNA GRUPA**

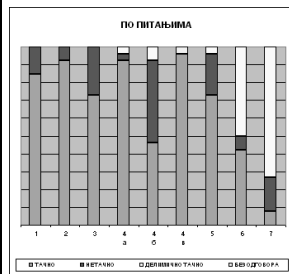
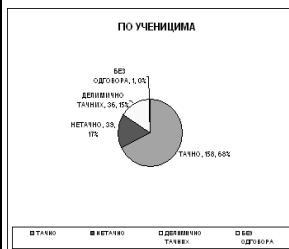


Tabela 2: rezultati kontrolne grupe

Na osnovu ovih rezultata možemo zaključiti da je ekperimentalni čas u školskoj biblioteci doprineo daleko boljem usvajanju znanja učenika. Pored toga, ostvareni su i ostali ciljevi: osamostaljivanje učenika pri traženju informacija, kao i zadovoljstvo drugačijim načinom rada, što je pokazala aneta koja je sprovedena u eksperimentalnoj grupi o zadovoljstvu radom u školskoj biblioteci.

Iz prethodno rečenog evidentno je da model nove biblioteke ne može biti formiran bez oslanjanja na informatičku mrežu. U tom smislu Pavlović smatra da je, iako se temelji na dijalogu nemih sagovornika, elektronska komunikacija smanjila distance među ljudima, tako što je učinila da geografski prostor postane relativan i irelevantan, te je time je podstaknut razvoj mnogih oblasti života posebno nauke, kulture, obrazovanja i ekonomije (Pavlović, 2004: 197).

S obzirom na ove promene, neophodno je redefinisati ulogu školske biblioteke u osnovnim školama kod nas, kao primarnom institucionalizovanom obliku obrazovanja dece. Kao član osoblja koji je direktno uključen u rad biblioteke, školski bibliotekar trebalo bi da bude osoba koja oseća potrebu za promenom, i podstiče njeno izvođenje. Svaka akcija u pravcu definisanja modela nove biblioteke trebalo bi da započne akcijom bibliotekara na osveščivanju drugih učesnika nastavnog procesa o potrebi promena. U tom smislu, tim za realizaciju promena bio bi sastavljen od bibliotekara, kao nosioca projekta, i predstavnika zainteresovanih korisnika biblioteke. Proces promena u biblioteci mogli bismo podeliti na nekoliko faza: sagledavanje trenutnog stanja u biblioteci; ispitivanje potreba korisnika biblioteke (a to su: učenici, nastavnici, administrativno i drugo osoblje, roditelji i društvena zajednica); smernice za promene, usaglašavanje predloženih promena sa potrebama korisnika i izrada plana; finansiranje i budžet školske biblioteke; promovisanje promena primenom komunikacione strategije; evaluacija realizacije plana.

Komunikaciona strategija je sveobuhvatna zamisao pojedinca ili društvene grupe, u komunikacionoj ulozi pošiljaoca poruka, o postizanju određenog cilja sa persuazivnim delovanjem na pojedinca ili društvene grupe, u komunikacionoj ulozi primalaca poruka. Ciljevi promocije mogu biti: strateški, opšti, posebni, pojedinačni.

Kada je u pitanju strateški cilj promocije rada školske biblioteke, možemo reći da je to njeno društveno pozicioniranje kao mesta od značaja za obrazovanje, vaspitanje i kulturu i u samoj školi i u široj lokalnoj zajednici. Opšti cilj bi bio postizanje primarnog i sekundarnog pozitivnog publiciteta. Kao posebne ciljeve možemo da navedemo skretanje pažnje na rad biblioteke i njene mogućnosti, buđenje interesa kod njenih korisnika za iskorištavanje

tih potencijala, i izazivanje želje korisnika da i sami učestvuju u procesu rada biblioteke. Pojedinačni cilj bi bio da se korisnici uključe u rad biblioteke i na taj način ostvare svoje potrebe, kao i da doprinesu povećanju uspešnosti njenog rada.

Pri određivanju ciljeva komunikacione strategije moramo imati na umu ciljne javnosti kojima želimo da se obratimo. Pod ciljnim javnostima podrazumevamo pripadnike društvenih grupa koji imaju najveći potencijal pristupa i prisutnosti u javnoj sferi, a time i mogućnost uticaja na stvaranje određene vrste publiciteta, a sve u okviru promotivnih aktivnosti određene organizacije, u našem slučaju – osnovne škole. Postizanje određenog publiciteta nije moguće bez uspostavljanja odnosa sa društvenim grupama, naročito sa društveno najistaknutijim pojedincima u njima i tzv. vođama mnjenja. Ciljne javnosti (grupe) su: profesionalni komunikatori, korisnici (eksterni i interni), vlasnici kapitala, regulatori, stručnjaci.

U našem slučaju, najvažnija ciljna grupa su korisnici koji mogu biti interni i eksterni, te ciljeve komunikacione strategije za promovisanje nove uloge biblioteke u osnovnim školama možemo podeliti na dve kategorije:

- 1) interne: ciljeve koji su prevashodno orijentisani na promociju njene nove uloge kod korisnika u samoj školi, ili preciznije:
 - a) predstavljanje mogućnosti koje biblioteka može da ponudi u vaspitno-obrazovnom procesu učenicima, nastavnicima, stručnim saradnicima, administrativnom i pomoćnom osoblju u osnovnoj školi;
 - b) povećanje interesovanja korisnika usluga biblioteke za korišćenje njenih resursa;
 - v) podsticanje korisnika usluga biblioteke za uzimanje učešća u njenom radu i davanje njihovog doprinosa njenom razvoju; i
- 2) eksterne: ciljeve koji su orijentisani ka podizanju nivoa zainteresovanosti za rad školske biblioteke roditelja i građana šire društvene zajednice u kojoj škola egzistira, te njihovo podsticanje na iskorištavanje potencijala biblioteke.

O promenama u radu biblioteke treba pravovremeno informisati sve zainteresovane, tj. one koji učestvuju u izvođenju plana i ostale korisnike biblioteke. U tom cilju, potrebno je osmisliti komunikacionu strategiju i akcije kojima bi se korisnici obavestili o ovoj akciji, pridobili za razumevanje novih okolnosti i podstakli na davanje doprinosa samoj akciji.

Lili i dr. smatraju da je pi-ar (područje javnih odnosa) jedino područje gde školske biblioteke nisu dobre. U cilju promovisanja nove uloge biblioteke, predlažemo upotrebu proaktivnih komunikacionih strategija i akcija, uz upotrebu reaktivnih strategija u ograničenom obimu (Lilly et al., 1986). Jedna

od strategija koju možemo pri tome da koristimo je strategija persuazije, ili kako ubediti druge u dobre strane našeg „proizvoda”, a u našem slučaju ona bi bila kako pridobiti korisnike da više posećuju biblioteku i koriste njene usluge. Riridon (Reardon) interpersonalnu persuaziju opisuje kao „vrstu interpersonalne komunikacije kojoj je specifična odlika namjera od strane najmanje jednog komunikatora promijeniti mišljenja, osjećaje ili ponašanja barem jedne druge osobe (Reardon, 1998: 114)”. Smit (Smith) smatra da planeri strategijske komunikacije imaju mnogo akcija koje mogu biti ili proaktivne ili reaktivne: „Proaktivne strategije su oni pristupi koji omogućavaju organizaciji da pokrene program komunikacije pod uslovima i u skladu sa vremenskim planom koji najbolje odgovara interesima organizacije. A reaktivne strategije, suprotno od toga, su mere koje odgovaraju na uticaj i prilike koje dolaze iz okoline organizacije. Proaktivne strategije uključuju u sebi i akciju i komunikaciju. Strategije odgovaranja uključuju akcije kojima se sprečava nešto, agresivne i odbrambene odgovore, diverzije, saosećanje, ponašanje koje popravlja i strategijsko ne činjenje ničega (Smith, 2005: 82)”. Oginn (O’Guinn) smatra da je reaktivna pi-ar strategija diktirana od strane uticaja koji su van kontrole same kompanije. Ona se više fokusira na problem koji treba da se reši nego na mogućnosti, i zahteva od kompanije da preduzme odbrambene mere (O’Guinn, 2009: 641). Po Smitu, strategije koje inicira organizacija zovu se proaktivne strategije, i u njih spadaju učestvovanje publike u određenim događajima, specijalni događaji, razvijanje saveza i koalicija, sponzorstva i ponekada aktivizam. On, takođe, smatra da u ključne proaktivne komunikacione strategije spadaju publicitet i prezentacija informacija vrednih objavljivanja i razvoj transparentnog komunikacionog procesa (Smith, 2005: 82).

Kombinovana strategija pi-ar-a oslanja se podjednako i na primarni i na sekundarni publicitet, a njeno načelo bilo bi „iskoristi i stvori priliku”. Karakteristična je za organizacije kao što su državni organi, političke organizacije i velike privredne organizacije, koje žele da dominiraju javnom sferom, neprestano održavaju i poboljšavaju javnu predstavu o sebi ali i stvaraju ili menjaju postojeću javnu predstavu.

Postoje i neke druge strategije komunikacije, kao što je strategija smanjenja nesigurnosti kojom se bavi Klajn (Klein) koje možemo primeniti. Klajn predlaže nekoliko načina za smanjenje nesigurnosti: koristiti više medija da se prenese neka informacija, najbolji način za to je licem u lice, koristiti hijerarhijski model prenosa informacija, direktno nadgledanje izvršenja poslova od strane odgovornog lica, itd. (Klein, 2002: 2). S tim u vezi, Forsajt i dr. (Forsythe at al.) kažu da: „Kada uvodimo novi metod učenja ili podučavanja neki će ljudi biti za, neki neutralni, a neki protiv promene. Ako vi uvo-

dite promenu, vaša je uloga da promenite ponašanje onih koji su neutralni i protiv promene, ali zapamtite, verovatno nećete promeniti svačije mišljenje. Postoje tri metoda kojima se menja ljudsko ponašanje: obrazovanje (predočiti ljudima koristi od vaše inovacije, i razvoj osoblja), učestvovanje i podrška (Forsythe et al., 1999: 85)”.

Plan promotivnih aktivnosti školske biblioteke trebalo bi da bude kontinuirano persuazivno, vanmedijsko i medijsko delovanje u cilju postizanja pozitivnog (primarnog i sekundarnog) publiciteta, poverenja i harmonizacije odnosa u samoj školi kao i sa širom društvenom zajednicom stvaranjem pozitivne javne predstave o njoj. Pri stvaranju takvog plana treba voditi računa o sledećim fazama rada: istraživanje i analiza, definisanje strategije, izbor tehnika i aktivnosti, upravljanje aktivnostima, analiza rezultata, (re)definisanje strategije, tehnika i aktivnosti. U istraživanju i analizi potrebno je doći do podataka o stepenu (poznat, delimično poznat, nepoznat), vrsti (primarni, sekundarni, ili oba publiciteta) i kvalitetu prisutnosti (pozitivan-negativan publicitet) školske biblioteke u javnoj sferi. Takođe, bitno je istražiti i stavove korisnika (eksternih i internih) i ostalih javnih grupa od značaja za rad biblioteke kao i uzroke trenutnog stanja u biblioteci. Na izbor odgovarajuće strategije osim rezultata prethodne analize utiče i tip organizacije (u našem slučaju osnovna škola), njena veličina i materijalne mogućnosti, područje na kojem deluje, mogućnosti ciljnih javnosti i društveni kontekst. Osnovne škole se uglavnom finansiraju od strane resornog ministarstva i lokalnih samouprava. U zavisnosti od privrednih potencijala i razvijenosti opštine, škole su u većoj ili manjoj meri u mogućnosti da i na druge načine (putem sponzorstva, određenih aktivnosti kao što su izdavanje u zakup svog prostora (najčešće sala za fizičko vaspitanje) ili donatorstva) dođu do neophodnih sredstava za svoje potrebe. Takođe, prisutnost različitih medija u lokalnoj zajednici se razlikuje od sredine do sredine, što takođe treba uzeti u obzir pri izradi plana. Pri izboru tehnika i aktivnosti treba se voditi definisanom strategijom, te opštim i posebnim ciljevima koje je školska biblioteka planom sebi postavila. Kao moguće tehnike pi-ar-a pojavljuju se: stvaranje, održavanje i obnavljanje kontakata, priprema medijskih sadržaja, „proizvodnja” događaja, sponzorstvo, donatorstvo, zadužbinarstvo i humanitarni rad. Pod planiranjem aktivnosti podrazumevamo potrebu da se definiše: izbor konkretnih aktivnosti za promociju rada biblioteke, izbor subjekata realizacije aktivnosti, definisanje vremena za pripremu i realizaciju aktivnosti i planiranje budžeta za realizaciju aktivnosti. Upravljanje ovim aktivnostima vrši se na osnovu prethodno donesenog plana, i to na dva nivoa: strateškom (direktor i školski odbor škole) i operativnom (subjekti realizacije aktivnosti – školski bibliotekari, uz saradnju ostalih korisnika). Analiza rezultata može da se vrši: periodično (tromesečno, polugodišnje, godišnje), posle okončane propagandne kampanje. Kriterijumi

za vrednovanje rezultata su: realizovanost (potpuna, delimična, slaba) planiranih aktivnosti, empirijska istraživanja (publicitet: pozitivan – negativan, primarni – sekundarni, stavovi korisnika i pripadnika drugih ciljnih javnosti: imidž, ugled). (Re)definisane strategije, tehnika i aktivnosti vrši se na osnovu rezultata analize i trebalo bi da je donese direktor i školski odbor, a na predlog školskog bibliotekara. Na osnovu rezultata analize i odluke direktora i školskog odbora moguće je: ostati pri definisanoj strategiji i tehnikama, redefinisati izabrani set aktivnosti ili izabrati nove tehnike i aktivnosti i definisati novu strategiju.

S obzirom na način dostizanja publiciteta razlikujemo vanmedijsku i medijsku promociju, a s obzirom na prepoznatljivost namera subjekata koji izvode promotivne aktivnosti promocije mogu biti „iznad linije” ili „ispod linije” (u sledećim delovima teksta korišćene i informacije sa vebajta dr Mirka Miletića). Vanmedijska promocija rada biblioteke ostvaruje se: interpersonalnim komuniciranjem sa korisnicima u samoj školi i van nje, komuniciranjem u (većim) društvenim grupama, rumornim komuniciranjem, tj. podsticanjem davanja pozitivnih informacija o radu biblioteke. Kada je u pitanju iterpersonalno komuniciranje možemo ga posmatrati kroz odnose bibliotekara i korisnika usluga biblioteke.

Učenicima treba predstaviti novu biblioteku i zainteresovati ih za njene usluge. To se pre svega postiže otvorenošću, srdačnošću i predusretljivim stavom bibliotekara u direktnom radu sa decom. Kada su učenici u pitanju, cilj objavljivanja informacija o radu biblioteke je da se oni podstaknu na posetu biblioteci gde mogu da ostvaruju svoje različite potrebe. Dobar način grupnog promovisanja biblioteke među učenicima su i posete bibliotekara časovima pojedinačnih odeljenja, npr. časovima srpskog jezika ili odeljenskog starešine, a u dogovoru sa predmetnim nastavnikom ili odeljenskim starešinom. Mogući načini promocije čitanja su, na primer: putem akcije „Knjiga govori”, formiranjem književnog kluba gde se izražava dečija i nastavnička kreativnost, izdavanje godišnjaka za učenike starijih razreda na temu npr. „omiljena knjiga/magazin/ploča/kaseta/devede” (to daje učenicima starijih razreda priznanje njihovog statusa u školi, a biblioteci daje publicitet, a pri tome rezultati mogu da posluže kao vodič za buduće nabavke). U školama u kojima funkcionioše đački parlament (koga čine po jedan predstavnik učenika iz svakog razreda), promocija biblioteke može se izvršiti prisustvom bibliotekara na sastancima parlamenta na kojima se mogu prezentovati novosti u radu biblioteke. Nastavno osoblje se može informisati o novim uslugama i sadržajima u biblioteci individualnim razgovorom sa bibliotekarima, npr. o pristiglim novim naslovima, o neophodnoj stručnoj literaturi, o mogućnostima za organizovanje časova u biblioteci ili u učionici uz pomoć bibliotekara i

različitih projekata, o izmenama u planovima i programima, itd. Nastavni kadar se može informisati i grupno: putem opšte prezentacije bibliotekara na nastavničkim večima, pojedinačnim prezentacijama (u smislu šta biblioteka nudi u određenim oblastima, npr. u oblasti stranih jezika, prirodnih ili društvenih nauka, itd., tj. prezentacijama po aktivima.) ili po večima razredne i predmetne nastave. Uz to im treba napomenuti da mogu da računaju na pomoć bibliotekara u traženju informacija koje su im neophodne, kao i na pomoć u korišćenju neophodne informaciono-komunikacione tehnologije. Administrativno osoblje najbolje je upoznati sa izmenama u radu biblioteke i njenim novim sadržajima putem individualnog razgovora, s obzirom na njihov mali broj u našim osnovnim školama i užu specijalnostu (u školama najčešće rade ili jedan psiholog ili pedagog sa par članova administrativnog osoblja: sekretar škole, blagajnik, računovođa). Osoblje među kojim biblioteka do sada nije pridavala mnogo važnosti u promovisanju svog rada je pomoćno osoblje. Za njih bi odgovarajuća strategija promocije biblioteke bio poziv da posete biblioteku grupno gde bi im se održala prezentacija o mogućnostima na koji oni mogu da koriste sadržaje biblioteke. U našem dosadašnjem radu primetili smo da neki od njih imaju želju da završe prekinuto školovanje ili da započnu novo, i u tom smislu uloga bibliotekara i biblioteke bi bila više nego podsticajna jer je usavršavanje ličnosti jedan od najvažnijih zadataka svake biblioteke. Veoma je važno upoznati roditelje sa mogućnostima za rad i sadržajima koji se u biblioteci pružaju i njihovoj deci, a i njima samima. Naime, biblioteke treba da budu otvorene i za posete roditelja koji žele da zadovolje svoje potrebe za znanjem ili informatičko-komunikacione potrebe. Jedan od načina je da kada roditelj posetiti biblioteku ponudite mu brošuru kako bi se upoznali sa potencijalom koji biblioteka poseduje ili putem prisustvovanja bibliotekara sastancima saveta roditelja gde bi se prezentovala nova uloga biblioteke u obrazovno-vaspitnom sistemu osnovne škole

Kada je u pitanju saradnja sa korisnicima van škole, biblioteka takođe treba da saraduje sa drugim školskim bibliotekama u opštini kao i gradskom bibliotekom. Saradnja može da se odvija u stručno-bibliotečkom smislu međusobnog prosljeđivanja novosti ili u uzimanju učešća u zajedničkim akcijama koje se organizuju na promociji čitanja i korišćenja biblioteke. Poželjno je da školske biblioteke budu uključene u bibliotekarske saveze i društva radi unapređivanja svog rada i održavanja koraka sa novostima u struci. Kada su u pitanju kontakti sa predstavnicima ostalih ciljnih grupa (regulatora, stručnjaka ili eventualno vlasnika kapitala) za školskog bibliotekara takođe je od značaja posedovanje ažuriranog spiska koji bi sadržao najznačajnije formalne i neformalne podatke o njima u slučaju potrebe interpersonalnog kontakta ili periodičnih sastanaka.

Sve prethodno navedene aktivnosti doprinose tome da se o biblioteci i njenom radu više čuje i u samoj školi i u lokalnoj zajednici, te je veoma važno voditi računa i o ovoj, rumornoj, vrsti komuniciranja uzimajući kao moto staru poslovicu „dobar glas se daleko čuje”. Učenici, nastavnici, osoblje i roditelji škole će, ako im izadete u susret i zadovoljite njihove potrebe, o tome razgovarati sa ostalim učenicima, ili krisnicima usluga biblioteke, te tako privući nove korisnike, a ujedno i predstaviti rad biblioteke. Svi opisani načini komunikacije sa učenicima, nastavnicima, administrativnim osobljem, roditeljima i društvenom zajednicom treba da budu zasnovani na principima otvorenosti i transparentnosti. Biblioteka je javna delatnost koja se odvija u okviru školskog sistema koji je takođe od javnog interesa, te stoga treba posebno voditi računa o dostupnosti informacija svima kojima je to od interesa. Takođe, u procesu komunikacije potrebno je poštovati pravilo međusobnog uvažavanja sagovornika i saradnika.

Medijska promocija se ostvaruje prvenstveno prisutnošću u informativnim, zabavnim i propagandnim medijskim sadržajima. U slučaju medijske promocije školske biblioteke najčešće su zastupljene prve dve situacije, dok se treća retko koristi s obzirom na osnovnu (neprofitnu) delatnost škola. Pri medijskoj promociji na rasplaganju su nam sledeće vrste medija: mediji masovnog komuniciranja, Internet, klasični promotivni materijal. Kada je u pitanju zastupljenost medija u promociji njihov omer je sledeći: audiovizuelni (televizija, film, Internet – oko 60%), vizuelni (štampani mas-mediji – oko 30%), auditivni (radio – 10%), klasični promocijski materijal (1-2%).

Subjekti pi-ar-a mogu biti eksterni i interni. Eksterne čine pi-ar službe, odnosno agencije koje su glavni subjekti uspešne promocije, sticanja publiciteta i stvaranja imidža i ugleda. Njihove usluge koriste uglavnom političke i neprofitne organizacije. Prednosti ovih agencija su njihova visoka specijalizovanost, stručnost i kompetentnost zaposlenih, kao i bogato iskustvo u ova-koj delatnosti.

Interni subjekti su pi-ar menadžeri (ili pojedinci) ili tim unutar organizacije. Prednosti rada internih subjekata su njihova sposobnost da u kontinuitetu vrše istraživanja i analize, i koordinirano deluju sa ostalim delovima organizacije, kao i lična zainteresovanost za ostvarivanje strateških ciljeva organizacije, tj. odanost organizaciji. Takođe, moguća su i kombinovana rešenja. Kada su u pitanju škole, retko koja ima svog pi-ar menadžera (moguće je pronaći takve slučajeve u ponekoj srednjoj školi najvećih gradova u Srbiji), a pretpostavljamo da zbog vrste osnovne delatnosti (vaspitanje-obrazovni rad) u osnovnoj školi koja je zakonom obavezna za svu decu to neće ni u budućnosti biti čest slučaj u osnovnim školama. Još ređi slučaj je, verovatno, angažovanje eksterne agencije za pi-ar u osnovnoj školi. Zbog toga kada je u pitanju

promocija rada školske biblioteke naš predlog bi bio da se akcenat stavi na obuku školskih bibliotekara koji bi se informisali o marketingu i pi-ar delatnostima kroz pohađanje odgovarajućih seminara i kurseva.

Biblioteka treba da saraduje sa sredstvima javnog informisanja koja u opštini postoje (štampa, radio, televizija). Kada su u pitanju rezultati koji premašuju lokalni nivo, bibliotekari su ti koji treba da pronađu put do medija van lokalne zajednice i na taj način promovišu svoju školu, uspešne nastavnike i đake, pa i samu biblioteku. Bibliotekari mogu da dostavljaju informacije sredstvima informisanja putem pisama, imejlova, pisanja članaka o novostima u radu škole. Takođe, saradnja sa njima se može odvijati i tako što će pozvati sredstva informisanja da svojim prisustvom proprate određenu akciju u školi ili biblioteci i redovno ih obaveštavati o takvim akcijama. Takođe, neophodno je obezbediti zastupljenost događaja u medijima, te na taj način postići primarni publicitet. To se može postići korišćenjem štampanih i drugih medija koji čine deo događaja kao što su: pozivnice, leci, plakati, brošure, katalozi, klasični promotivni predmeti tipa olovke, majice, zastave, itd., promotivni filmovi, promotivni sajtovi na Internetu, žanrovski pripremljenih sadržaja za određene medije, tekstovima i fotografijama za novine, auditivnim i audio-vizuelnim zapisima za radio i televiziju.

Takođe, biblioteke mogu da naprave svoj veb-sajt koji bi koristile i za promociju svojih delatnosti, kao i za komunikaciju sa korisnicima, što bi opet doprinelo boljoj informisanosti korisnika o funkciji i ulozi biblioteke te na taj način doprinelo njenoj popularizaciji (o načinima popularizacije uloge biblioteke i bibliotekara više videti kod Vuls i Lerčer, 2005.).

Izrazi „iznad linije” i „ispod linije” u praksi pi-ar-a i marketinga predstavljaju metafore koje ukazuju na imaginarnu liniju vidljivosti i očiglednosti namera subjekta promotivnih aktivnosti da persuazivno deluju na ljude. S obzirom na ovo polazno stanovište, možemo reći da deo promocije „iznad linije” predstavlja svaka promotivna, vanmedijska ili medijska aktivnost u kojoj je najveći deo ljudi svestan da se radi o pokušaju da bude ubeđen u ono što mu se tom aktivnošću plasira.

Kada je u pitanju ovakva vrsta promocije rada školske biblioteke, možemo predložiti da se odabrane aktivnosti u kojoj školske biblioteke uzimaju učešća na smišljen i pravovremeno i odmereno odabran način plasira korisnicima njenih usluga putem propagandne kampanje kako bi se uticalo na njihovu svest o značaju i ulozi biblioteke u samoj školi i široj društvenoj zajednici.

Medijski sadržaji „iznad linije” su: propagandne poruke i drugi sadržaji vidljive persuazivnosti. Njih pripremaju stručnjaci za marketinške (propagandne) kampanje, pod kontrolom ili u saradnji sa stručnjacima za pi-ar, posebno kada su u pitanju definisanje teme marketinške (propagandne) kam-

panje, sadržaji propagandnih poruka, rad kreativnog tima i usklađivanje „media” plana sa aktivnostima „ispod linije”. Svi medijski sadržaji treba da ispune i određene zahteve, kao što su: usklađenost sa ekspresivnim mogućnostima medija, profesionalna obrada, tehnički kvalitet i brza proverljivost iznetih činjenica. Posebnu aktivnost u okviru tehnike pripreme medijskih sadržaja predstavlja pojavljivanje u medijima (intervju, gostu u studiju, učesnik tok-šou emisije, itd.), gde razlikujemo dve vrste aktivnosti: pripremu, pri čemu treba obratiti pažnju na karakteristike medija i medijske organizacije, temu razgovora, prostorno i vremensko ograničenje, i sam nastup koji treba da bude jasan, kratak, argumentovan i ilustrativan. U slučaju primene ovakvih aktivnosti u školi njihov nosilac bi bio školski bibliotekar uz formiranje određenog tima zainteresovanih korisnika za ovakvu vrstu rada. Tim koji bi sprovodio plan realizacije komunikacione strategije, kada je u pitanju odnos sa medijima, trebalo bi prvo da se informiše, ili još bolje obuči u određenoj meri za uspostavljanje i održavanje kontakata sa medijima. Sledeći zadatak bio bi izbor predmeta kampanje (npr. „Mesec knjige”), te pravljenje medijskog plana – plana medijske promocije svih aktivnosti i učesnika u toj kampanji. To se može učiniti kroz slanja saopštenja medijima u vidu imejlova, pozivnica za prisustvovanje događajima od značaja u školi, uzimanje učešća u radio i TV emisijama u lokalnim medijima, pisanjem i objavljivanjem članaka za lokalne i ostale dostupne štampane medije, u kojima bi se promovisao projekat biblioteke.

Pod učestvovanjem korisnika biblioteke u aktivnostima podrazumeva se dvosmerna komunikaciona strategija i uključivanje ciljne grupe biblioteke u njene komunikativne aktivnosti. Veoma je važno pridobiti sve korisnike biblioteke na ovakvu saradnju iz nekoliko razloga. Najvažniji je što, ako saraduju u radu biblioteke, i sami korisnici osećaju da su doprineli njenom napretku i imaju pozitivan osećaj postignuća. Drugo, svojim radom i idejama korisnici mogu da unaprede rad biblioteke i tako doprinesu da biblioteka ispuni svoj osnovni zadatak.

Pi-ar, tj. „odnose sa javnošću” možemo odrediti kao kontinuirani proces u kojem se uspostavlja za organizaciju korisne veze sa različitim javnostima od kojih zavisi ostvarenje njenih strateških ciljeva postizanjem i kreiranjem pozitivnog (primarnog i sekundarnog) publiciteta.

Promocija „ispod linije” se drugačije naziva „prikryveno oglašavanje”. Njeno težište rada je na angažovanju pi-ar agencija i stručnjaka na predstavnike različitih društvenih grupa (ciljnih javnosti), naročito na profesionalne komunikatore organizovanjem npr. „pseudodogađaja” ili pi-ar događaja. Njihov cilj je da svojim naknadnim prisustvom (informativnim, zabavnim i obrazovnim sadržajima) u javnoj sferi obezbede promociju i pozitivan publi-

citet određene vrednosti u kojoj, najvećem broju ljudi, nisu vidljive persuazivne namere pi-ar subjekata. Strategija pi-ar-a je globalni plan o mogućnostima i načinima za postizanje određenog cilja. Tehnika pi-ar-a je skup određenih znanja i vještina koji se primenjuju da bi se postigao taj cilj, a aktivnosti pi-ar-a su konkretne akcije kojima se primenjuje određena tehnika (znanja i vještine) u okviru date strategije. Proces pi-ar-a određen je sektorima u društvu (privredni, politički i neprofitni), a subjektima njegove realizacije u različitoj meri i na različite načine su dostupne određene ciljne grupe preko kojih mogu da koriste persuazivne uticaje „ispod linije” na eksterne korisnike. U pogledu sadržaja procesa pi-ar-a možemo razlikovati: pi-ar privrenih organizacije, pi-ar političkih organizacija i pi-ar neprofitnih organizacija. Javno komuniciranje se ne odvija samo kao masovno, medijski posredovano komuniciranje, te možemo razlikovati i dve specifične vrste pi-ar-a: tzv. pi-ar događaji i krizni pi-ar. Pi-ar događaji su organizovano javno komuniciranje u većim društvenim grupama. U privrednom sektoru to mogu biti: sajmovi, festivali, revije, proslave, itd. U političkom sektoru to su: inauguracije, konvencije, skupštine, svečani skupovi, mitinzi, itd. U civilnom sektoru najzastupljeniji su: profesionalni, stručni i naučni skupovi, seminari, predavanja, savetovanja, tribine, okrugli stolovi, svečane akademije, humanitarni skupovi, dobrotvorne priredbe i sl. Da bi se izveo određeni pi-ar događaj potrebno je izvršiti određene pripreme, kao što su: napraviti scenario, protokol, osmisлити režiju događaja, urediti enterijer i eksterijer i obezbediti tehničku infrastrukturu.

Sama realizacija i kontrola realizacije događaja zahteva upravljanje događajem, osmišljavanje „pseudodogađaja” i ostvarivanje kontakata sa ciljnim grupama. Proizvodnja događaja se bazira na konstruisanju događaja koji može da bude od interesa za eksterne korisnike i zbog toga privlačan za medije, kao što su na primer potpisan predugovor, ili u slučaju školske biblioteke poznati pisac je najavio posetu školskoj biblioteci. Organizovanje „pseudodogađaja” karakteristično je prvenstveno za profesionalne komunikatore koji takav događaj prevode iz sfere sekundarnog u sferu primarnog publiciteta nastojanjem pi-ar subjekta da neki od ciljeva organizacije predstave kao javni interes. Kao najtipičniji primer navodi se najčešće konferencija za novinare. U slučaju školske biblioteke, ovakav vid promotivnih aktivnosti najčešće neće biti potreban, s obzirom na posebnost prirode njenog delovanja. Tehnika ostvarivanja, održavanja i obnavljanja kontakata sa ciljnim grupama je najznačajnija tehnika u okviru pi-ar-a i odnosi se na najisturenije ličnosti u svim ciljnim grupama za njihovo delovanje „ispod linije”.

Kada su u pitanju kontakti sa medijima, školski bibliotekari bi trebalo da imaju: izradenu medijsku mapu koja treba da sadrži: a) formalne podatke (nazive medijskih organizacija sa kojima škola saraduje, adrese, imejl adrese,

Jelena Kuzmanović, Nova uloga biblioteke u osnovnim školama i komunikaciona ...
brojeve telefona, imena glavnih i odgovornih urednika i novinara), b) neformalne podatke (zapažanja o karakteristikama novinara, formatu medija, formalnoj i neformalnoj hijerarhiji u medijskoj organizaciji, itd.) i proaktivnost u odnosu sa ključnim ličnostima u medijskoj organizaciji, što u sebi sadrži: 1) interpersonalni kontakt (sa novinarom koji prati određenu oblast, njegovim urednikom, itd), 2) periodične neformalne sastanke (sa grupom novinara); 3) sređenu bazu podataka koja je potrebna profesionalnim komunikatorima u radu („lična karta” organizacije, fotografije, audio i video materijal, aktuelni i sažeti izveštaji o radu organizacije, itd.).

U slučaju školskih biblioteka i samih škola, s obzirom na ranije pomenuto stanje retkog korišćenja usluga pi-ar agencija u svrhu promocije njihovog rada, težište ovakve promocije bilo bi na školskim bibliotekarima i direktorima škola, koji bi svojim ugledom, stručnošću, rezultatima rada i kompetencijama stvarali pozitivne odnose sa profesionalnim komunikatorima usvojenoj sredini. Plasirajući odgovarajuće informacije o dešavanjima u školi uticali bi na podizanje informisanosti korisnika biblioteke, i onih koji to još nisu a potencijalni su kandidati za to, za njen rad i stvaranje želje kod njih za uzimanjem sopstvenog učešća u njenom radu. Tehnika pripreme medijskih sadržaja „ispod linije” obično se kombinuje sa tehnikama (stvaranja) održavanja (i obnavljanja) kontakata sa medijima, proizvodnjom događaja i organizovanjem „pseudodogađaja”. Najčešći medijski sadržaji za delovanje „ispod linije” su saopštenje, žanrovski uobličeni tekst (rubrika, emisija, film, itd.) i dopunski materijali. U biblioteci mogu da se organizuju mnogi specijalni događaji – od školskih priredbi, do priredbi od lokalnog i šireg značaja. Na taj način se među učenicima, roditeljima, nastavnicima i društvenom zajednicom demonstriraju mogućnosti koje biblioteka poseduje, ali i očiglednim primerom pokazuje kako je uloženi prethodno dotiran novac ili se eventualno potražuje nova suma za precizno određene namene. U školi se veoma često održavaju razne vrste priredbi, kao što su proslava školske slave Svetog Save, dan prijema prvaka, Dan škole, završna priredba, manifestacije povodom Dečije nedelje, uručivanje godišnjih nagrada najboljim đacima na takmičenjima i đaku generacije, itd. Školska biblioteka može da se uključi u pripreme ovih događaja i na taj način promovise svoje potencijale. Takođe, kroz tzv. „pseudodogađaje” potrebno je učiniti napor da se aktivnosti vanmedijske promocije predstavljaju putem medija, tj. da se iskoriste za medijsku promociju školske biblioteke i same škole. Poželjno je ostvariti uticaj na lokalne poslovne ljude kako bi shvatili važnost školske biblioteke i za društvenu zajednicu, te pokušati na taj način obezbediti određene donacije za biblioteku.

Sponzorstvo, donatorstvo, zadužbinarstvo i humanitarni rad omogućavaju kontinuitet pozitivnog publiciteta. Primenom aktivne tehnike oslanja se

na primarni i sekundarni publicitet, a pasivnom samo na primarni. Ova vrsta promocije rada školske biblioteke je relativno malo iskorištena. Mišljenja smo da bi dobro smišljenim pi-ar aktivnostima moglo da se utiče na povećanje stepena prisutnosti i prepoznatljivosti školske biblioteke u ovim ciljnim grupama koja može da bude od velikog značaja. Možemo predložiti informisanje putem već pomenutih načina komunikacije (pozivnice za prisustvovanje specijalnim događajima, imejlovi molbe za podršku razvoja biblioteke, itd.) ovih ciljnih grupa, te ih upoznati sa planom njenog rada i promocije njenih usluga. Pomoć koju bi školske biblioteke eventualno mogle da imaju od ovih ciljnih grupa ne ogleda se samo u novcu, već i u ostvarivanju sekundarnog publiciteta koji se ostavljuje već samom činjenicom da saradujete sa uspešnim firmama i pojedincima. Kada je u pitanju humanitarni rad, tu bi se biblioteke mogle osloniti i na centre za socijalni rad, sa kojima bi se mogla ostvariti saradnja u smislu zadovoljavanja potreba najugroženije školske dece, a to su: obezbeđivanje udžbenika, lektira, odeće, školskog pribora koji su im neophodni za normalno praćenje nastave, besplatna užina, prevoz do škole, a uz saradnju sa nadležnim organima opštine, sponzorima ili donatorima. Oni koji doniraju čine dobro delo, pri čemu se biblioteka afirmiše kao aktivan činilac u humanitarnom radu škole.

Uvidevši potrebu da se skrene pažnja na temu školskih biblioteka, a koja je nastala na osnovu našeg praktičnog rada u biblioteci osnovne škole, smatramo da smo navedenim podacima o značaju i ulozi nove biblioteke u savremenom vaspitno-obrazovnom procesu u osnovnoj školi opravdali značaj ovog istraživanja. Možemo da zaključimo da se u dvadesetprvom veku kultura i mediji nalaze u novom odnosu zahvaljujući uticaju informatičkih tehnologija. U stvaranju, distribuciji i čuvanju kulturnog sadržaja značajno mesto zauzimaju informaciono-komunikacione tehnologije i računar. Jezik je značajna karakteristika kulture, a komunikacija među ljudima danas je pod velikim uticajem engleskog jezika, kao sredstva globalnog sporazumevanja među narodima. Poznavanje stranih jezika danas ima svoje nesumnjive prednosti, kao što su uspostavljanje komunikacije sa pripadnicima drugih naroda, upoznavanje sa njihovom kulturom i na taj način bogaćenje sopstvene ličnosti. U pogledu obrazovanja i mesta škole u njemu, naglasak više nije na prenošenju znanja već na osposobljavanju učenika za doživotno učenje, institucionalno i vaninstitucionalno, kako bi se osposobili za preuzimanje odgovornosti za svoj život u traganju za njegovim ciljem, pri čemu se uloga nastavnika menja, a oni više nisu samo prenosioci znanja, već njihov zadatak postaje usmeravanje učenika ka najboljem načinu za postizanje tog cilja. U ovom trenutku još ne postoji generacija koja je u potpunosti stasala uz medijsko obrazovanje, tako da je teško pronaći prave sagovornike za ovu temu i među roditeljima, decom i među nastavnicima. Stav roditelja zna biti protivrečan, od pitanja

„zašto bi moje dete išlo u školu da gleda televiziju, to može i kod kuće”, do istovremeno suprotnih očekivanja „škola treba da pripremi moje dete za život, da ga nauči da kritički prima i razume medije (Gone, 1998: 25)”. Stoga je i upotreba računara u nastavi i školskim bibliotekama u Srbiji još uvek relativno nova pojava. Iako postoje određeni problemi kada su u pitanju nove informacione tehnologije i njihova primena u osnovnoj školi, kao što su nedovoljna opremljenost škola, neobučenosť i nespremnosť dela kadra za primenu inovacija u radu, te upućenosť učenika na računar a ne jednih na druge, računari se pokazuju kao perspektivno podsticajno sredstvo rada koje doprinosi savremenosti izvođenja nastavnog procesa. U odnosu na tradicionalne metode rada, prednosti ovog načina se ogledaju u tehničkom, organizacionom i saznavnom smislu. Časovi postaju zanimljiviji učenicima a nove metode i mediji (prvenstveno računar i Internet) podstiču ih na više uzimanja učešća u času nego kada se koriste tradicionalne metode.

Ne treba smetnuti s uma i svrhu našeg posla, a to je da osim obrazovnog cilja, postoji i druga dimenzija procesa podučavanja u osnovnoj školi i biblioteci a to je proširivanje vidika jedne mlade ličnosti informisanjem o drugim narodima i kulturama, njeno osposobljavanje za samo/kritično posmatranje sveta oko sebe, uzimanje aktivnog učešća kako u njemu, tako i u njegovom stvaranju, podsticanje stvaranja pozitivnih humanističkih vrednosti, tolerancije, multikulturalnosti i saradnje sa svetom. Takođe, od velike je važnosti da bibliotekari prepoznaju svoje mogućnosťi pozitivnog uticaja na učenike ovog uzrasta, i daju svoj doprinos stvaranju obrazaca pravih vrednosti i lepog ponašanja u okviru građenja njihovog ličnog i nacionalnog identiteta koji su prihvatljivi i pozitivni za ovo društvo, jer nam se čini da je naše društvo trenutno u rasepu na koju stranu krenuti i sa kakvim vrednostima izaći pred decu. Mi, odrasli, smo ti koji smo odgovorni za njih i koji treba da ih ubedimo da je znanje moć.

Možemo zaključiti da je opravdana potreba za promenama u načinu rada biblioteka u osnovnim školama kod nas, u njihovoj organizaciji, ciljevima i metodama kojima se oni postižu s obzirom na nastale promene u društvu prevashodno one informaciono-komunikacionog karaktera. Tradicionalna školska biblioteka čiji se rad uglavnom zasnivao na izdavanju školske lektire učenicima i literature i udžbenika potrebnih nastavnom kadru pretrpela je velike promene. Uvođenjem računara u rad mogućnosťi biblioteka su višestruko promenjene i poboljšane, naročito s obzirom na njihovu ulogu novog medija kada je u pitanju način komunikacije putem Interneta, veb-sajtova, itd. Takođe, promenom stava prema ulozi učenika i njegovo posmatranje kao aktivnog člana u obrazovno-vaspitanom procesu doprinelo je da se učenicima pokloni veća pažnja pri planiranju rada i samom radu školske biblioteke. Time se doprinosi njihovoj opštoj kulturnoj, jezičkoj, informatičkoj pismenosti kao i

osećaju postignuća koje učenicima daje učešće u projektima biblioteke. Kada su u pitanju kolege nastavnici, nova uloga biblioteke ogleda se u spremnosti bibliotekara da pomogne u istraživanju izvora potrebnih za izvođenje nastave i pružanju pomoći u savladavanju informacione tehnologije jer su istraživanja kod nas pokazala da jedan značajan deo nastavnika još ne koristi ovu tehnologiju u meri u kojoj bi se to očekivalo. Takođe, bibliotekari mogu biti od velike koristi i administrativnom i ostalom pratećem osoblju, kao i roditeljima i društvenoj zajednici koje svojim radom mogu animirati ne samo za korišćenje usluga biblioteke već i za uzimanje aktivnog učešća u njenom radu i na taj način doprinosu poboljšanja kvaliteta njenog rada.

Pri promeni funkcija stare u novu biblioteku potrebno je rukovoditi se smernicama datim u planu u čijoj bi izradi učestvovali predstavnici svih korisnika biblioteke a čiji i krajnji cilj bio zadovoljavanje tih potreba. Deo tog plana je i izrada i sprovođenje proaktivnih komunikacionih strategija i akcija koje bi doprinele povećanju publiciteta, informacija o biblioteci i njenim uslugama, kao i transparentnoj komunikaciji između korisnika njenih usluga a u određenim slučajevima i reaktivnim strategijama i akcijama. Takva biblioteka trebalo bi da doprinese poboljšanju rada celokupne škole i uspešnom zadovoljavanju potreba svojih korisnika koji bi svojim aktivnim učešćem u njenom radu dali svoj doprinos stalnim naporima za poboljšanjem uloge i funkcije biblioteke u osnovnim školama u savremenom društvu.

Literatura

1. Avramović, Zoran i Milja Vujačić (2010): *Nastavnik između teorije i nastavne prakse*, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, 2010.
2. Gone, Žak (1998): *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd.
3. Woolls, Blanche and David V. Loertscher (editors) (2005): *The Whole School Library Handbook*, American Library Association, Chicago, veb, <http://books.google.com>.
4. Ilić, Pavle, Olivera Gajić i Milanka Manjković (2007): *Kriza čitanja-kompleksan pedagoški, kulturni i opšt društveni problem*, Gradska biblioteka, Novi Sad.
5. IFLA, „IFLA/UNESKO manifest za školske biblioteke”, veb, http://www.nb.rs/view_file.php?file_id=1283
6. Klein, Stuart (2002): "A Management communication strategy for change", veb, http://www.managementfirst.com/professional_organisations/information_management.htm lein
7. Lilly, Myrtle, Eileen Bell, Mary Ann Holbrock, Linnea M. Bass and Esther Perica (1986): „Maximize Your Collection Through Positive Public Relations” in Brenda White (ed.) *Collection Management for School Library Media Centers*, Volume. 7, Numbers 3/4, The Haworth Press, Inc., New York, veb, <http://books.google.com>.

8. Miletić, Mirko (2009): „Kompjuterska mreža i mogućnosti uspostavljanja demokratske javnosti u savremenom društvu”, u *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije*, Megatrend univerzitet, Beograd.
9. Miletić, Mirko, veb, <http://www.mirkomiletic.rs>.
10. Mitrić, Marina, „Školske biblioteke u Republici Srbiji – osnovni pokazatelji sadašnjeg stanja i predlozi mera za unapređenje”, veb, www.nb.rs/view_file.php?file_id=1412.
11. O’Guinn, Thomas, Chris Allen and Richard J. Semenik (2009): *Advertising and Integrated Brand Promotion*, fifth edition, South-western Cengage Learning, Mason, veb, <http://books.google.com>
11. Radojković, Mirosljub i Mirko Miletić (2005): *Komuniciranje, mediji i društvo*, Stylos, Novi Sad.
12. Reardon, Kathleen K. (1998): *Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb.
13. Sapir, Edward (2004): *Language: An Introduction to the Study of Speech*, Dover Publications, Inc., Mineola, N.Y., originally published in 1921, veb, <http://books.google.com>.
14. Smith, Ronald D. (2005): *Strategic Planning for Public Relations*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, Mahwah, veb, <http://books.google.com>.
15. Forsythe, Ian, Alan Jolliffe and David Stevens (1999): *Preparing a Course, Practical Strategies for Teachers, Lecturers and Trainers*, Kogan Page Limited, London, veb, <http://books.google.com>.
16. Thaler, Engelbert (2008): *Teaching English Literature*, Paderborn:Verlag Ferdinand Schoeningh, veb, <http://books.google.com>.

A NEW ROLE OF AN ELEMENTARY SCHOOL LIBRARY AND COMMUNICATION STRATEGY FOR ITS PROMOTING

Summary: This paper is about a new role of a school library in the Republic of Serbia in the 21st century and a communication strategy for its promoting. Due to changes which are caused by a computer use, especially the Internet, which affected the whole educational system, modern teaching process should use the school library as a media centre. It should meet specific librarian and informational standards, and be open for all its users in school itself and also outside of it. The changes in the way the school library works should be promoted both in school and in a local community by using the communication strategy in order to attract potentially new users, and to introduce the educational system to a higher level, according to modern tendencies in educational processes.

Key words: new library, primary school, culture, language, literature, new media, communication strategy, promoting activities