

PRIKAZI / REVIEWS

ACCART, J.-P. LIBRARY TRANSFORMATION STRATEGIES. LONDON: ISTE; HOBOKEN: JOHN WILEY & SONS, 2022.

Knjiga *Library Transformation Strategies* (u slobodnom prijevodu „Strategije transformacije knjižnica“), koju je napisao Jean-Philippe Accart, francuski knjižničar i autor brojnih članaka i knjiga iz područja informacijskih znanosti, objavljena je 2022. godine u izdanju nakladnika ISTE i John Wiley & Sons, u sklopu nakladničke cjeline „Information systems, Web and Pervasive Computing series“. Transformacija knjižničnog poslovanja, neovisno o tome radi li se o uvođenju malih ili velikih promjena, zahtijeva primjenu dobro razrađenih strategija. Preduvjet za njihovu izradu je informiranost o okruženju u kojemu knjižnica djeluje, kao i o globalnim promjenama. Knjiga *Library Transformation Strategies* donosi niz prijedloga za transformaciju knjižnica, objašnjavajući pritom mnoge nove koncepte i dajući primjere njihove primjene.

Počinje predgovorom u kojemu Michel Gorin ističe kako je važno da knjižničari svoje vještine razvijaju u nizu područja, uključujući komunikaciju, marketing i menadžment, kako bi strategije transformacije predložene u knjizi uistinu postigle uspjeh. Slijedi uvod u kojemu autor objašnjava cilj knjige, a to je predstaviti kako se knjižnice transformiraju da bi se prilagodile svijetu oko sebe i razvijale se, predviđajući trendove. U drugom dijelu uvoda objašnjena je struktura knjige i navedene su teme koje pojedine cjeline u knjizi obrađuju. Knjiga se sastoji od ukupno dvanaest poglavlja podijeljenih u četiri tematske cjeline: „Okruženje i društvo“ (engl. *The Environment and society*), „Ljudski resursi i menadžment“ (engl. *Human resources and management*), „Knjižnični alati i tehnologije“ (engl. *Library tools and technology*) i „Marketing“ (engl. *Marketing*).

Prvi dio ilustrira kako se mijenja okruženje u kojemu djeluju knjižnice i kako promjene u poslovnoj sferi, u privatnom i javnom sektoru, utječu i na knjižnice. Sastoji se od četiriju poglavlja. Prvo poglavlje, naslovljeno „Društvene promjene i knjižnice“ (engl. *Societal changes and libraries*), daje sažet prikaz takvih promjena, s osvrtom na inovacije, svijet rada i stručna društva. Drugo poglavlje, naziva „Ekonomске promjene“ (engl. *Economic changes*), bavi se prvenstveno informacijskom ekonomijom, zatim informacijama kao javnim dobrom, a dotiče

se i uloge interneta i digitalnih tehnologija u pristupu informacijama. Treće je poglavlje „Evolucija knjižničnog prostora“ (engl. *The Evolution of the library space*) koje donosi primjere knjižnica kao trećeg prostora, s naglaskom na projekte „uradi sam“ (engl. *do-it-yourself* – DIY) i upotrebu digitalnih tehnologija. Istražuju se i koncepti pametnih knjižnica te zelenih knjižnica, pristup usmjeren na korisnike, knjižnice kao mjesta promicanja kvalitete života (engl. *wellness*), centri učenja itd. Posljednje poglavlje u prvom dijelu posvećeno je temi „Pravne promjene“ (engl. *Legal changes*), a bavi se primjenom Opće uredbe o zaštiti podataka (General Data Protection Regulation – GDPR) u knjižnicama.

Menadžment je u središtu drugog dijela knjige koje se sastoji od dva poglavlja. Peto poglavlje knjige naslovljeno je „Teorije novog menadžmenta primjenjive na knjižnice“ (engl. *New management theories applicable to libraries*) i donosi teorijski pregled relevantnih teorija, kao i dvije studije slučaja iz Švicarske kao primjere projektnog menadžmenta u praksi. Šesto poglavlje, „Izbor teorija o menadžmentu i vodstvu“ (engl. *Some theory on management and leadership*), bavi se pojmovima *design thinking*, korisničko iskustvo (engl. *user experience, UX*) i agilnim metodama u kontekstu knjižnica.

Digitalni alati i tehnologije u knjižnicama u fokusu su trećeg dijela knjige koji započinje poglavljem „Digitalna transformacija knjižnica“ (engl. *The Digital transformation of libraries*). U njemu autor opisuje i daje primjere digitalnih platformi koje se koriste u knjižnicama. Navedeni pregled alata uključuje model računalstva u oblaku pod nazivom „platforma kao usluga“ (engl. *Platform as a service – PaaS*), zatim platforme knjižničnih usluga, intranete, informacijske portale, digitalne repozitorije, različite platforme poslovne inteligencije te društvene mreže. U istom se poglavlju autor bavi i digitalnim arhiviranjem te politikom otvorenog pristupa. Naredno, osmo poglavlje, nosi naziv „Druge tehnologije za transformaciju knjižnica“ (engl. *Other technologies for library transformation*). Autor se bavi mogućnostima primjene odabranih suvremenih tehnologija u knjižnicama, a zastupljene teme uključuju tehnologiju *blockchain*, virtualnu stvarnost i proširenu stvarnost, umjetnu inteligenciju i robotiku.

Posljednja cjelina u knjizi posvećena je marketingu i sadrži četiri poglavlja. Zapčinje poglavljem „Marketinške dimenzije u knjižnicama“ (engl. *Marketing dimensions in libraries*) u kojemu se digitalni marketing izdvaja kao glavna dimenzija marketinga danas. Nužno je privući pozornost korisnika na mreži te autor opisuje pet koraka ključnih za uspješno provođenje marketinškog projekta. Osim toga, dani su primjeri manjih marketinških aktivnosti koje se mogu provoditi na svakodnevnoj razini. Deseto poglavlje knjige, „Korisnik u središtu: medijacija“ (engl. *The User at the heart: mediation*), donosi pregled nekoliko vrsta medijacije koje bi trebale biti dio pružanja korisničkih usluga, uključujući knjižničnu medijaciju, socijalnu medijaciju, kulturnu medijaciju, digitalnu medijaciju i znan-

stvenu medijaciju. Medijacija se opisuje kao poveznica između knjižnične građe i javnosti, a odnosi se na različite oblike prenošenja informacija. Autor navodi i primjere aktivnosti i postupaka za pojedine vrste medijacije. „Digitalni identitet knjižnice“ (engl. *The Library's digital identity*) tema je jedanaestog poglavlja, u kojemu se autor bavi pitanjem definiranja identiteta, kako onog individualnog i grupnog, tako i identiteta knjižnice kao ustanove te digitalnim identitetom. Dvanaesto, ujedno i posljednje, poglavlje knjige jest „Usvajanje strategije brendiranja knjižnice“ (engl. *Adopting a library branding strategy*). Autor istražuje kako se knjižnice mogu pozicionirati u svome svijetu, a to može biti svijet kulture ili pak svijet sveučilišta, i primjenjuje koncept brendiranja na knjižnice.

Knjiga završava zaključkom u kojemu autor ponovno naglašava važnost transformacije knjižnica kako bi se one prilagodile današnjem svijetu. Njegov je cilj bio dati pregled mogućnosti za razvoj i evoluciju knjižnica s konkretnim praktičnim rješenjima. Osim toga, knjižnice uvijek trebaju imati na umu korisnike i njihove potrebe, raditi na razvoju svojih usluga, razvijati vještine svojih djelatnika i biti otvorena mjesta. Na kraju knjige nalazi se i bibliografija s jedinicama podijeljenima po tematskim cjelinama, a bibliografske bilješke pojavljuju se i uz tekst. Knjiga je opremljena kazalom.

Knjiga *Library Transformation Strategies* uspješno spaja globalne promjene, uključujući tehnološki napredak, društvene promjene, nove teorije i pristupe u menadžmentu i upravljanju ljudskim resursima, kao i marketingu s novim trendovima u knjižničarstvu. Knjižničari, posebno voditelji knjižnica, ali i ekonomisti i menadžeri u području informacijskih znanosti i kulture u njoj će pronaći vrijedan izvor nadahnuća za uvođenje novih načina organizacije rada, usluga, digitalnih alata i marketinških aktivnosti kako bi transformirali svoje knjižnice ili dijelove njihova poslovanja. S obzirom na to da se u knjizi obrađuje mnogo novih pojmova, može poslužiti i kao referentno djelo studentima i novim informacijskih stručnjacima, odnosno kao prvi korak prilikom istraživanja novih tema iz knjižničarstva.

Lana Krišto Lončarić

lkristoloncaric@nsk.hr