

KOROŠKA OSREDNJA KNJIŽNICA DR. FRANCA SUŠNIKA

RAVNE NA KOROŠKEM

Neža Molnar

**USPEŠNOST PROMOCIJSKE DEJAVNOSTI:
PRIMER KOROŠKE OSREDNJE KNJIŽNICE**

DR. FRANCA SUŠNIKA

Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Ravne na Koroškem, 2021

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika.
Pisna naloga za bibliotekarski izpit

IZJAVA O AVTORSTVU IN JAVNI OBJAVI PISNE NALOGE

Spodaj podpisana NEŽA MOLNAR izjavljam, da sem avtorica pisne naloge za bibliotekarski izpit z naslovom:

Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- sem pisno nalogo izdelala samostojno in je moje avtorsko delo,
- so dela drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih navajam neposredno ali povzemam, navedena oziroma citirana v skladu s standardom APA,
- sem besedila in podatke, ki so avtorsko zaščiteni, uporabila v skladu z določbami zakona, ki določa avtorske pravice,
- je elektronska oblika pisne naloge istovetna s tiskano obliko naloge,
- na podlagi 23. člena Pravilnika o bibliotekarskem izpitu ter v skladu s prvim odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah, dovoljujem javno objavo elektronske oblike pisne naloge na portalu Digitalne knjižnice Slovenije.

Podpis avtorice:  _____

Na Ravnah na Koroškem, dne 25. 11. 2021

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika.
Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Ključna dokumentacijska informacija

Ime in PRIIMEK: Neža MOLNAR

Naslov pisne naloge: Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika

Kraj: Ravne na Koroškem

Leto: 2021

Št. strani: 33

Št. slik: 29

Št. preglednic: 0

Št. prilog: 1

Št. strani prilog: 3

Št. referenc: 11

Strokovno usposabljanje za bibliotekarski izpit je potekalo v: Koroški osrednji knjižnici dr. Franca Sušnika Ravne na Koroškem

Mentorica v času strokovnega usposabljanja: Simona Vončina

UDK:

027:659.11(497.4Ravne na Koroškem)

Ključne besede: osrednja območna knjižnica, splošne knjižnice, promocija, epidemija, uporabniki

Izvleček:

Promocija je eden ključnih dejavnikov za prepoznavnost knjižnice, obveščanje uporabnikov o storitvah, dogodkih in aktualnih informacijah. Zanimalo nas je, na kakšen način se z njo spopada Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika. Knjižnice za promocijo dejavnosti izbirajo različna komunikacijska sredstva in orodja ter pri tem ponujajo vrsto raznolikih in kakovostnih storitev za različne skupine uporabnikov. Cilj naše raziskave je ugotoviti, s kakšnim namenom uporabniki obiskujejo knjižnico, katere storitve knjižnice uporabljajo in kako so z njimi zadovoljni, ali dobijo dovolj informacij s promocijo knjižnice in ali so bili v času epidemije dovolj dobro obveščeni o storitvah in dejavnostih knjižnice. Skušali smo ugotoviti, kako lahko knjižnica prispeva k večji prepoznavnosti in porastu članstva, izposoje ter obiska knjižnice. S pomočjo anketnega vprašalnika smo ugotovili, da je zadovoljstvo uporabnikov s promocijsko dejavnostjo knjižnice dobro, z vprašanji odprtega tipa pa smo dobili kar nekaj namigov in nasvetov, kako lahko v Koroški osrednji knjižnici dr. Franca Sušnika promocijsko dejavnost nadgradimo in izboljšamo ter uporabnikom ponudimo še kakšno storitev več. Knjižnica uporabnikom poleg ponudbe knjižničnih storitev predstavlja tudi družabni prostor. Z novo Grajsko časopisno kavarno Eleonora želimo uporabnikom in drugim obiskovalcem zagotoviti prijeten prostor za klepet ob kavi ali branju časopisov.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	1
2	KRATKA ZGODOVINA KOROŠKE OSREDNJE KNJIŽNICE DR. FRANCA SUŠNIKA.....	1
3	OSREDNJA OBMOČNA KNJIŽNICA	2
3.1	OPREDELITEV IN NALOGE OSREDNJIH OBMOČNIH KNJIŽNIC.....	2
3.2	KOROŠKA OSREDNJA KNJIŽNICA DR. FRANCA SUŠNIKA KOT OSREDNJA OBMOČNA KNJIŽNICA.....	3
4	PROMOCIJSKA DEJAVNOST KOROŠKE OSREDNJE KNJIŽNICE DR. FRANCA SUŠNIKA.....	3
4.1	OPREDELITEV MARKETINGA IN PROMOCIJE.....	3
4.1.1	Orodja in načini promocije splošnih knjižnic.....	4
4.2	PROMOCIJSKA DEJAVNOST V KOK.....	5
4.2.1	Promocijska dejavnost za odrasle.....	7
4.2.2	Promocijska dejavnost za otroke in mladino.....	8
4.2.3	Promocijsko gradivo.....	10
4.3	PROMOCIJSKA DEJAVNOST KOK V ČASU EPIDEMIJE.....	13
5	RAZISKAVA	15
5.1	NAMEN IN CILJI RAZISKAVE	15
5.2	METODOLOGIJA	17
5.3	ANALIZA ANKETE	17
6	RAZPRAVA Z ZAKLJUČKI.....	28
7	NAVEDENI VIRI IN LITERATURA.....	32
8	PRILOGE	I

KAZALO SLIK

Slika 1: Spletna stran knjižnice.	5
Slika 2: Dostop do portalov in nove knjige.	6
Slika 3: Facebook profil Bukvarne Ajta.	7
Slika 4: Napovednik dogodkov in prireditvev KOK in zbiranka Bukvarne Ajta.	11
Slika 5: Zgibanke in brošure KOK, ki jih izdajamo občasno.	11
Slika 6: Magnetki z različnimi motivi.	12
Slika 7: Darilni boni KOK.	12
Slika 8: Papirnate vrečke za knjige z logotipom KOK.	12
Slika 9: Publikacije Bukvopedija, Na planoti Ravne in Knjigarije.	13
Slika 10: YouTube kanal KOK.	15
Slika 11: Odstotek anketirancev glede na spol.	18
Slika 12: Razmerje med člani in nečlani knjižnice.	18
Slika 13: Namen obiska knjižnice.	19
Slika 14: Seznanjenost anketirancev s storitvami knjižnice.	19
Slika 15: Način obveščanja o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice.	20
Slika 16: Poti, po katerih uporabniki dobijo največ informacij o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice.	21
Slika 17: Odstotek obiska nove spletne strani knjižnice.	21
Slika 18: Odstotek anketirancev, ki jim je spletna stran podala ustrezne informacije.	22
Slika 19: Seznanjenost z družbenimi omrežji knjižnice.	22
Slika 20: Ocena vsebine spletne strani knjižnice in družbenih omrežij.	23
Slika 21: Seznanjenost s portali, na katere knjižnica prispeva vsebine.	23
Slika 22: Ocena vsebine portalov.	24
Slika 23: Ocena kakovosti informacij o storitvah knjižnice, prireditvah in njihovi vsebini ter zaposlenih v knjižnici.	24
Slika 24: Kakovost informacij o delovanju in storitvah knjižnice v času epidemije.	26
Slika 25: Koriščenje storitev knjižnice v času epidemije.	26
Slika 26: Razlog za uporabo storitev knjižnice v času epidemije.	27
Slika 27: Poti pridobivanja informacij v času epidemije.	27
Slika 28: Število anketirancev glede na starost.	28
Slika 29: Odstotek anketirancev glede na status.	28

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika.
Pisna naloga za bibliotekarski izpit

KAZALO KRATIC

KOK – Koroška osrednja knjižnica

OOK – osrednja območna knjižnica

NUK – Narodna in univerzitetna knjižnica

ZAHVALA

Hvala Koroški osrednji knjižnici dr. Franca Sušnika, ki mi je omogočila strokovno usposabljanje in možnost opravljanja strokovnega izpita.

Najlepša hvala mentorici Simoni Vončina, ki me je s svojimi izkušnjami in znanjem med usposabljanjem usmerjala, mi dajala nasvete ter bila opora pri pisanju naloge.

Hvala vsem, ki ste mi stali ob strani, me spodbujali in verjeli vame.

1 UVOD

Tema strokovne naloge je »Promocija knjižnice«, ta je eden ključnih dejavnikov za prepoznavnost knjižnice, obveščanje uporabnikov o storitvah, dogodkih in aktualnih informacijah. Zanima nas, kako Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika promovira svoje dejavnosti in knjižnico kot celoto. Hkrati nas zanima, kako je potekala promocijska dejavnost knjižnice v času epidemije. Raziskali bomo, kakšen je vpliv promocije na članstvo, izposoje ter obisk knjižnice.

Knjižnice za promocijo dejavnosti izbirajo različna komunikacijska sredstva in orodja ter pri tem ponujajo vrsto raznolikih in kakovostnih storitev za različne skupine uporabnikov. Namen naše raziskave je ugotoviti, s kakšnim namenom uporabniki obiskujejo knjižnico, katere storitve knjižnice uporabljajo in kako so z njimi zadovoljni, ali dobijo dovolj informacij s promocijo knjižnice in ali so bili v času epidemije dovolj dobro obveščeni o storitvah in dejavnostih knjižnice. Skušali smo ugotoviti, kako lahko knjižnica prispeva k večji prepoznavnosti in porastu članstva, izposoje ter obiska knjižnice.

S pregledom literature, povezane s promocijo knjižnice, bomo ugotovili, kakšne oblike promocije uporabljajo v splošnih knjižnicah in jih primerjali s promocijo Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika.

2 KRATKA ZGODOVINA KOROŠKE OSREDNJE KNJIŽNICE DR. FRANCA SUŠNIKA

Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika je bila ustanovljena leta 1949, njen pobudnik in ustanovitelj je bil dr. Franc Sušnik, po katerem se knjižnica imenuje od leta 1983. Svoje prve prostore je knjižnica dobila v ravenskem gradu, ki so ga zgradili Hebenstreiti na planoti Ravne, ko so se okoli leta 1530 preselili na Koroško. Grad je skozi stoletja menjal gospodarje in spreminjal podobo. Nekaj let je bila tam gimnazija, ki je bila ustanovljena že leta 1945. Po selitvi gimnazije v novo stavbo je knjižnica za svoje delovanje prevzela tudi te prostore. Sprva je knjižnica zbirala starejše koroško domoznansko gradivo, kasneje pa je začela predvsem dijakom in študentom nuditi bogato študijsko in referenčno gradivo. Leta 1980 je nekdanje ljudske knjižnice v Mežiški dolini povezala v knjižnično mrežo in leta 1986 postala matična knjižnica (Mrdavšič, 1989).

V mreži knjižnic so Koroška osrednja knjižnica, krajevne enote knjižnice Kotlje, Prevalje, Mežica, Žerjav in Črna na Koroškem ter izposojevališča s premično zbirko Leše, Podpeca, Strojnska reka in Strojna. Knjižnica uspešno povezuje sodobnost in bogato tradicijo. V skladu s tem so bili prostori knjižnice obnovljeni v letih od 2002 do 2005. Knjižnica danes skrbi za enakomeren razvoj knjižnic na območju Mežiške doline, za izvajanje knjižnične dejavnosti za njene prebivalce in sodeluje z zamejsko knjižnico v Avstriji, Slovensko študijsko knjižnico Celovec. Svojim uporabnikom nudi širok izbor knjižničnega gradiva, ki ustreza njihovim potrebam po informacijah, izobraževanju, raziskovanju, zadovoljevanju kulturnih potreb in kvalitetnemu preživljanju prostega časa.

3 OSREDNJA OBMOČNA KNJIŽNICA

3.1 OPREDELITEV IN NALOGE OSREDNJIH OBMOČNIH KNJIŽNIC

Zakon o knjižničarstvu (ZKnj-1, 2001) navaja, da splošne knjižnice izvajajo knjižnično dejavnost za prebivalstvo v svojem okolju in zagotavljajo storitve za skupine prebivalcev s posebnimi potrebami.

Osrednje območne knjižnice so oblika organiziranja splošnih knjižnic v knjižničnem sistemu. Njihov temeljni cilj je vzpostavitev učinkovitih in gospodarnih informacijskih središč na celotnem območju države. Poleg nalog splošnih knjižnic osrednja območna knjižnica na podlagi pogodbe z ministrstvom, pristojnim za kulturo, v soglasju s svojim ustanoviteljem opravlja za širše območje še posebne naloge (Pravilnik o osrednjih območnih knjižnicah, 2003), te so:

- zagotavljati povečan in zahtevnejši izbor knjižničnega gradiva in informacij;
- nuditi strokovno pomoč vsem knjižnicam s svojega območja;
- koordinirati zbiranje, obdelavo in hranjenje domoznanskega gradiva za svoje območje;
- usmerjati izločeno knjižnično gradivo s svojega območja.

3.2 KOROŠKA OSREDNJA KNJIŽNICA DR. FRANCA SUŠNIKA KOT OSREDNJA OBMOČNA KNJIŽNICA

Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika je kot osrednja območna knjižnica ena od desetih slovenskih osrednjih območnih knjižnic. Za širše območje Koroške (12 koroških občin) opravlja z zakonom določene posebne naloge, omenjene v prejšnjem poglavju. V okviru območnih nalog skrbi za uveljavljanje strokovnosti knjižničarske stroke, o doseženem seznanja javnost in vrednoti knjižničarsko dejavnost na območju. Knjižnice na svojem območju strokovno povezuje v območno mrežo, ki zagotavlja kvalitetno in koordinirano izvajanje knjižnične dejavnosti. Knjižnice na območju, s katerimi sodeluje, so Knjižnica Ksaverja Meška Slovenj Gradec, Knjižnica Radlje ob Dravi in Knjižnica Dravograd. Pri izvajanju posebnih nalog knjižnica sledi veljavni zakonodaji, strokovnim priporočilom, usmeritvam nacionalne kulturne politike, navodilom ter strokovnim priporočilom NUK (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021c).

Glede na Program izvajanja posebnih nalog osrednje območne knjižnice za leto 2021 Koroška osrednja knjižnica med drugim pričakuje povečano število uporabnikov s širšega območja, povečan obisk in izposajo, še boljše knjižnične storitve na koroškem območju, sodelovanje z drugimi OOK-ji v različnih skupnih projektih, večjo prepoznavnost koroških splošnih knjižnic in koroške kulturne dediščine po vsej Koroški, tudi onstran meje, in Sloveniji.

4 PROMOCIJSKA DEJAVNOST KOROŠKE OSREDNJE KNJIŽNICE DR. FRANCA SUŠNIKA

4.1 OPREDELITEV MARKETINGA IN PROMOCIJE

Avtorica Nagode (2003, str. 136) promocijo opredeljuje kot »tisti del marketinga, ki knjižnico predstavi širši javnosti in jo informira o tem, zakaj neka knjižnica sploh obstaja ter kaj in kako prispeva v družbeno okolje«. Marketing pa opredeljuje kot dejavnost, preko katere tržimo knjižnične storitve in pridobivamo sredstva za njene dejavnosti.

Promocijska dejavnost je v zadnjem času postala eden ključnih elementov uspešnega delovanja na področju knjižničarstva. Del letnega načrta knjižnice je načrtovanje marketinga, od česar je

odvisno, ali bo knjižnica dosegla željene cilje. Trženje v splošnih knjižnicah je usmerjeno predvsem v uporabnike, zato je potreben ozir na to, kaj le-ti želijo. Pomembno je, da uporabniki pridejo do informacij po najhitrejši in najlažji poti. Uporabniki morajo biti obveščeni o tem, kaj knjižnica ponuja, kar je pomembno za doseganje zastavljenega marketinškega cilja (Nagode, 2003).

4.1.1 Orodja in načini promocije splošnih knjižnic

Dolžnost knjižnic je, da javnost opozorijo na svoje dejavnosti. Pri tem lahko uporabljajo različna sredstva, kot so na primer tiskani mediji, televizija, radio, telefon, elektronska pošta, video posnetki, internet, kot tudi sodelovanje na razstavah, sejnih itd. Delo bibliotekarjev je osredotočeno predvsem na delo z ljudmi in uporabnike lahko povabijo v knjižnico tudi z raznolikimi promocijskimi dejavnostmi in aktivnostmi. Knjižnice so postale dinamična informacijska središča, kjer promovirajo svoje že obstoječe in nove fonde, svoje storitve, različne dejavnosti in knjižnico kot celoto. Poleg promocije knjižnične ponudbe je pomemben odnos delavcev do uporabnikov (prijaznost, vljudnost, pomoč pri iskanju gradiva in informacij itd.). Knjižnice se nenehno spreminjajo in s tem tudi uporabniki, ki postajajo vedno bolj samostojni, zato je potrebno poleg storitev promovirati vse tisto, kar lahko uporabniki storijo sami (Nagode, 2003).

Bistvenega pomena je, da knjižnice poudarijo svoje novosti, da pritegnejo pozornost javnosti, nato pa lahko izkoristijo pozornost še za predstavitev utečenih storitev in dejavnosti (Nagode, 2003). Splošne knjižnice uporabnikom poleg knjižničnega gradiva in informacij ponujajo različne prireditve in dogodke ter dejavnosti, kot so na primer otvoritve novih prostorov oziroma oddelkov knjižnice, razstave, literarna srečanja, različna predavanja, delavnice, pravljíčne ure itd. (Kovář, 2000).

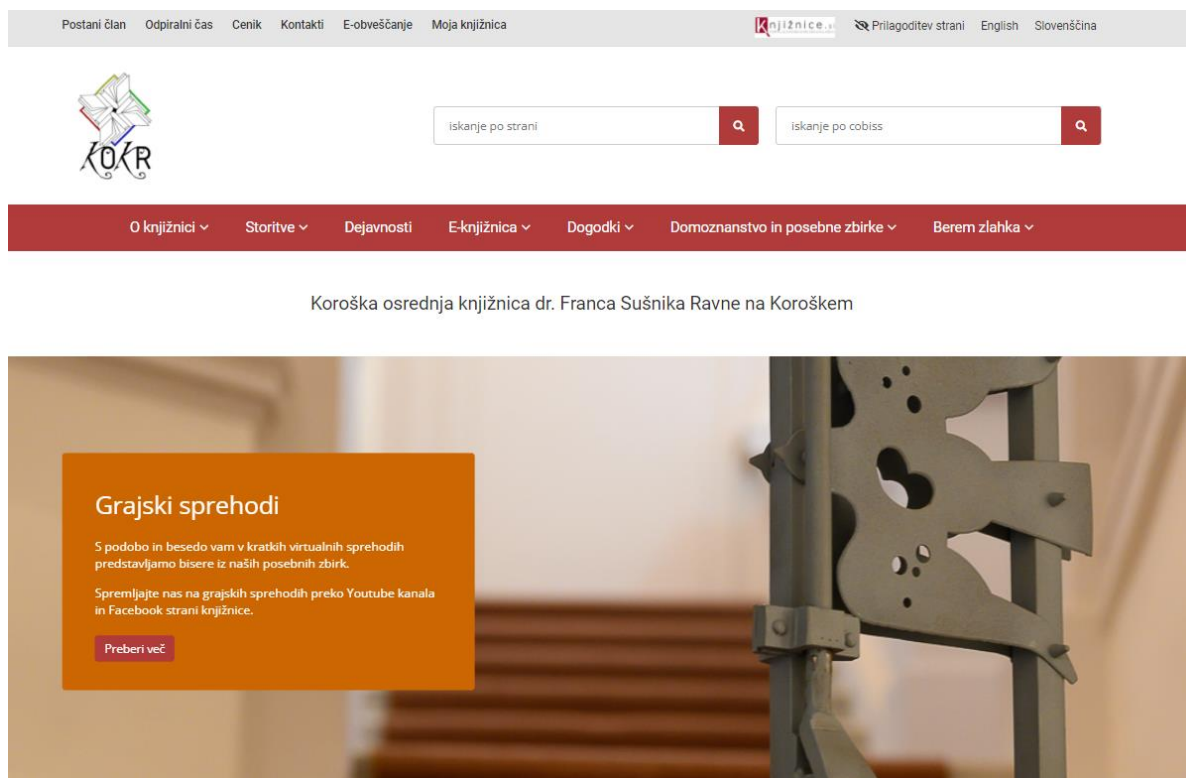
Zelo dobra promocija so priporočila obiskovalcev oziroma uporabnikov knjižnice. Obveščanje javnosti o vseh novostih, dogodkih in prireditvah je potrebno strokovno izpeljati, dobro je treba poznati pravila promoviranja in seveda dejavnosti in storitve knjižnice. Pri načrtovanju promocije morajo knjižnice jasno izraziti svoje želje, predvsem pa se morajo osredotočiti na ciljne skupine, ki so jim vsebine namenjene (Nagode, 2003).

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Kot opisuje avtorica Nagode (2003), moramo promocijo nenehno izvajati in izpopolnjevati. Preučiti moramo potrebe knjižnice in kakšen način promocije uporabnikom najbolj odgovarja. Promocijski material moramo oblikovati dovolj jasno, razumljivo in privlačno. Spremljati moramo odziv javnosti, porast števila novih obiskovalcev in uporabnikov, ali uporabniki uporabljajo storitve knjižnice, ki jih prej mogoče niso.

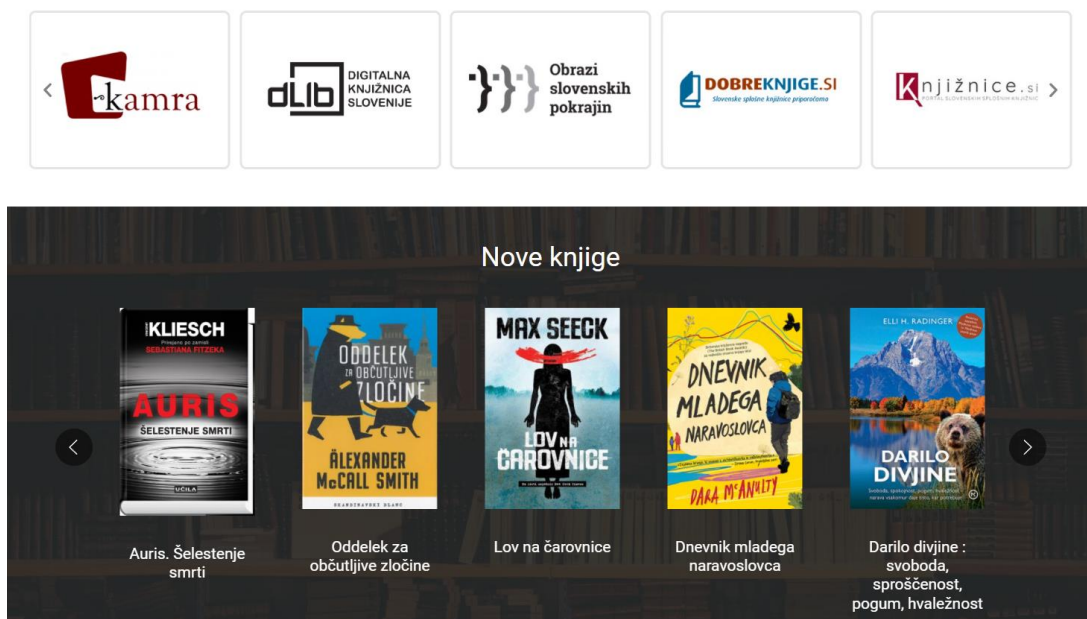
4.2 PROMOCIJSKA DEJAVNOST V KOK

Letos, marca 2021, je zaživela nova, prenovljena **spletna stran knjižnice**. Spletna stran z novo podobo daje možnost prilagoditve strani tudi uporabnikom s posebnimi potrebami, je preglednejša in obsega vse informacije, ki so potrebne za javnost (*Slika 1*).



Slika 1: Spletna stran knjižnice.

Na domači strani poleg splošnih obvestil, informacij o knjižnici, povezav do določenih portalov, kot so **Kamra**, **Obrazi slovenskih pokrajin**, **Dobre knjige.si**, **Knjiznice.si**, **dLib**, **Biblos**, **Audibook**, **EbscoHost** itd., predstavljamo bralcem **nove knjige** (*Slika 2*), to rubriko redno posodabljam.



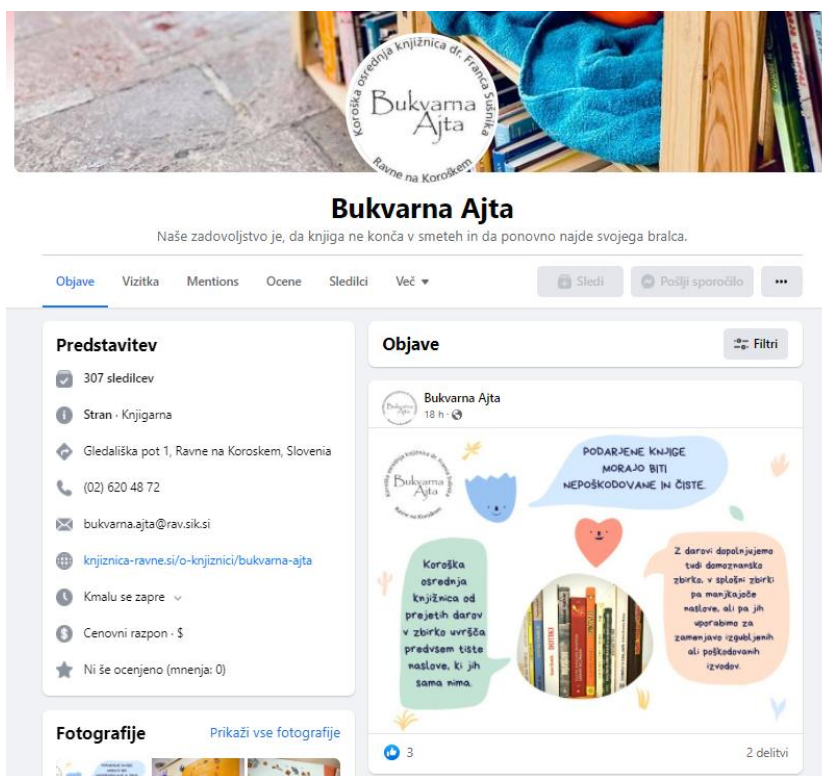
Slika 2: Dostop do portalov in nove knjige.

V knjižnici izvajamo različne dejavnosti za otroke, mladino in odrasle. Za vse starostne skupine pripravljamo prireditve in razstave, ki jih objavimo v našem **napovedniku** (napovednik je objavljen tudi na spletni strani), na **Facebook profilu** in **spletni strani** pod razdelkom *Dogodki*. Napovednik in vabila na dogodke pošiljamo tudi na dom, prireditve in dogodke objavimo na oglasni deski v prostorih knjižnice in njenih enotah ter jih delimo z lokalnimi mediji.

Kanal **YouTube** je zaživel v letu 2020, v času epidemije in zaprtja knjižnice.

Knjižnica redno dopolnjuje vsebine na portalih **Kamra**, **Obrazi slovenskih pokrajin** in **dLib**. Objavljamo tudi članke na portalu **Dobreknjige.si**.

V okviru Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika deluje še **Bukvarna Ajta**. Knjižnica od prejetih darov v zbirko uvršča predvsem tiste naslove, ki jih sama nima. Z darovi dopolnjujemo domoznansko zbirko, v splošni zbirki manjkajoče naslove, ali jih uporabimo za zamenjavo izgubljenih ali poškodovanih izvodov. Darove, ki jih ne uvrstimo v zbirko, lahko podarimo ali po simbolični ceni prodamo v bukvarni. Pripravljamo prireditve in priložnostne razstave za vse starostne skupine, sodelujemo pri različnih dogodkih po Mežiški dolini in vsebine objavimo v **napovedniku** ter na **Facebook profilu bukvarne** (Slika 3).



Slika 3: Facebook profil Bukvarne Ajta.

4.2.1 Promocijska dejavnost za odrasle

V Koroški osrednji knjižnici prirejamo dejavnosti za različne ciljne skupine. Nekatere dejavnosti potekajo tudi v enotah knjižnice po Mežiški dolini (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021b):

- Izvajamo projekt koroških splošnih knjižnic in Slovenske študijske knjižnice v Celovcu **Korošci pa bukve beremo**, to je bralna značka za odrasle, za spodbujanje branja in promocijo kvalitetnih književnih del. Uporabnikom pripravimo priporočilni seznam v obliki zgibanke, ta vsebuje tudi seznam za lahko branje. Ob koncu bralne sezone pripravimo še zaključno prireditev z različnimi gosti in podelitev nagrad.
- V okviru projekta **Čebela bere med** smo maja 2021 odprli nov prostor z gradivom, namenjenim uporabnikom ranljivih ciljnih skupin; poimenovali smo ga **BEREM ZLAHKA**. V njem smo združili in posebej izpostavili knjižnično gradivo za bralce, ki zaradi različnih ovir potrebujejo besedila v prilagojeni obliki (večji tisk, zvočne knjige, lahko branje – priredbe za lažje razumevanje besedila, knjige v znakovnem jeziku, Braillovi pisavi).

- V okviru projekta **Čebela bere med** smo konec septembra 2021 odprli **Grajsko časopisno kavarno Eleonora**, ki ponuja izvrstno kavo, izbrane pijače in unikatne sladice. Del kavarne je umeščen v predhodno časopisno čitalnico, ki smo jo ohranili, tako lahko sedaj vsakdo obiše kavarno, pobrska po časopisih, ki jih knjižnica ponuja, ali pa samo uživa ob kavi v odličnem ambientu.
- **Knjižnica na obisku** je projekt, pri katerem enkrat mesečno pripravimo gradivo in obiščemo na domu tiste uporabnike, ki sami ne morejo do knjižnice.
- Prirejamo **Knjižna paberkovanja**, to so srečanja in pogovori, namenjeni odraslim, kjer jim predstavimo nove knjige.
- V poletnih mesecih uporabnikom ponudimo **Grajske "žakle"**, izbor petih knjig različnih tematik, družbenih in kriminalnih romanov, potopisov itd.
- Posameznikom in skupinam nudimo brezplačne strokovno **vodene ogledne knjižnice**.
- Prirejamo različne **literarne dogodke in druge prireditve** z domačimi in drugimi slovenskimi gosti.

4.2.2 Promocijska dejavnost za otroke in mladino

Na oddelku za otroke in mladino, v Pionirski knjižnici Leopolda Suhodolčana, prirejamo veliko različnih dejavnosti tako za otroke kot za mladino. Dejavnosti potekajo tudi v enotah knjižnice po Mežiški dolini.

ZA MLADINO (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021b):

- **Bodi kul, beri ful** je projekt, namenjen mladim od 13. do 18. leta starosti. Z njim želimo promovirati in spodbujati bralno motivacijo ter seznaniti mladino s kakovostno literaturo. Sodelujejo koroške splošne knjižnice, Slovenska študijska knjižnica v Celovcu ter osnovnošolske in srednješolske knjižnice.
- Počitniški bralni projekt **Poletnice** je namenjen spodbujanju branja v času počitnic, od junija do septembra.
- Izvajamo slovenski knjižno-muzejski **Mega kviz** in objavljamo **stripovski natečaj**, s katerim mlade ustvarjalce povabimo k sodelovanju, da na različne tematike predstavijo svoja ustvarjalna dela.
- **Knjižne mišice** so namenjene mladostnikom. Z aktivnimi igrami s knjigami spodbujamo branje pri mladostnikih.

- Sodelujemo pri nacionalnem projektu spodbujanja bralne kulture, **Rastem s knjigo**. Osnovnošolce in srednješolce skušamo motivirati za branje mladinskega leposlovja slovenskih avtorjev ter jih spodbuditi k obiskovanju splošnih knjižnic.
- Prirejamo priložnostna srečanja s pisatelji, pesniki in ilustratorji. Prav tako ob jubilejih otroških in mladinskih pisateljev, pesnikov in ilustratorjev, pomembnejših slovenskih in svetovnih tematskih dnevih in praznikih itd. pripravimo tematske razstave.
- **Raziskovalne delavnice** so namenjene predvsem otrokom druge in tretje triade. Večinoma so zgodovinsko-domoznansko obarvane. Pripravimo jih vsako leto ob krajevnem prazniku v oktobru in izdelke mladih raziskovalcev predstavimo ob končni razstavi.

ZA OTROKE (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021b):

- S **knjižnimi ugankami** pritegnemo mnogo reševalcev in so navadno povezane z branjem, knjižnico in knjigami; z njimi želimo izobraževati in informirati o aktualnih dogodkih.
- Nadaljujemo s projektom **Moja naj knjiga** v časovnem okviru šolskega leta, tako lahko vsak zapiše svojo najljubšo knjigo. Mesečno podarjamo simbolične nagrade izžrebancem, ob koncu šolskega leta pa pripravimo večjo razstavo vseh knjig, ki so se uvrstile med najboljše v naši akciji.
- **Noč v knjižnici** prirejamo v sklopu Noči knjige, ob svetovnem dnevu knjige. V prostoru posebne zbirke Stripoteka pripravimo ležišča, dogajanje pa je čez celoten večer zelo pestro. Pripravimo družabne igre, literarne delavnice, povabimo različne goste s področja književne ustvarjalnosti, nočni pohod z lučkami po nerazsvetljenem gradu, pripovedovanje grajskih legend in strašljivih zgodbic.
- **Predšolska bralna značka Petra Nosa** po dogovoru z vrtci Mežiške doline, cilj pa sta dolgoročna in kvalitetna knjižna in knjižnična vzgoja otrok, ki vključujeta pozitiven odnos do knjig in branja ter navajanje otrok k obisku knjižnice že v predšolskem obdobju.
- V Pionirski knjižnici Leopolda Suhodolčana imamo za otroke **pripravljene bralne in čarobne nahrbtnike**. Bralni nahrbtniki so namenjeni začetnikom branja in z njimi spodbujamo otroka, da postane dober bralec. Čarobni nahrbtniki pa so namenjeni predvsem otrokom z disleksijo in drugimi težavami branja in pisanja.

- V času poletnih počitnic smo v Pionirski knjižnici Leopolda Suhodolčana pripravili pakete počitniškega branja po našem izboru, imenovane **grajski “žaklčki”**. V vsakem paketu je pet knjig, leposlovnih in poučnih; razdeljeni so v tri starostne skupine, za cicibane, pionirje in mladino.
- Izvajamo **bibliopedagoške ure in vodene ogled**e, saj si prizadevamo otroke pritegniti med svoje police, da postanejo aktivni obiskovalci in uporabniki knjižnice. Po dogovoru z vrtci in šolami nudimo strokovno vodenje po knjižnici in Bukvarni Ajta.
- **Pravljične ure z ustvarjalnimi delavnicami ter lutkovne in dramske predstave** prirejamo in organiziramo v Pionirski knjižnici Leopolda Suhodolčana. Največkrat nas obiščejo prav otroci iz vrtca, ki uro pravljic združijo z ogledom knjižnice. Pravljične ure izvajamo tudi izven prostorov knjižnice (na šolah ali v vrtcih), ker v nekaterih enotah knjižnice zaradi pomanjkanja prostora izvedba ni mogoča. Izvedba vseh dejavnosti je strokovno in sistematično organizirana in prilagojena željam ter interesom mladih uporabnikov.

4.2.3 Promocijsko gradivo

Uporabnikom Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika nudimo različen brezplačen promocijski material. Že ob prvem vpisu v knjižnico uporabnik prejme zgibanko z vsemi osnovnimi informacijami o delovanju knjižnice. Mesečno izdajamo tiskan napovednik knjižnice s kratko predstavitvijo dogodkov in prireditev tekočega meseca (*Slika 4*). Zgibanko za bukvarno Ajta smo posodobili in oblikovali novo, privlačnejšo, prav tako plakat, ki smo ga razobesili po enotah knjižnice skupaj z zgibankami (*Slika 4*). Občasno izdajamo zgibanke in brošure ob digitalizacijah, razstavah in predstavitev posebnih zbirk knjižnice (*Slika 5*).

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit



Slika 4: Napovednik dogodkov in prireditev KOK in zgibanka Bukvarne Ajta.



Slika 5: Zgibanke in brošure KOK, ki jih izdajamo občasno.

Ob raznih priložnostih in dogodkih uporabnikom kot simbolično nagrado podarimo magnetke z različnimi motivi knjižnice (Slika 6). Uporabniki lahko kupijo darilni bon, ki ga dobijo v izposoji in enotah knjižnice, z njim lahko nekomu podarijo letno članarino (Slika 7). Papirnato vrečko za knjige ponudimo uporabniku, če jo potrebuje. Opremljena je z logotipom knjižnice in je primerna za večkratno uporabo (Slika 8).

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit



Slika 6: Magnetki z različnimi motivi.



Slika 7: Darilni boni KOK.

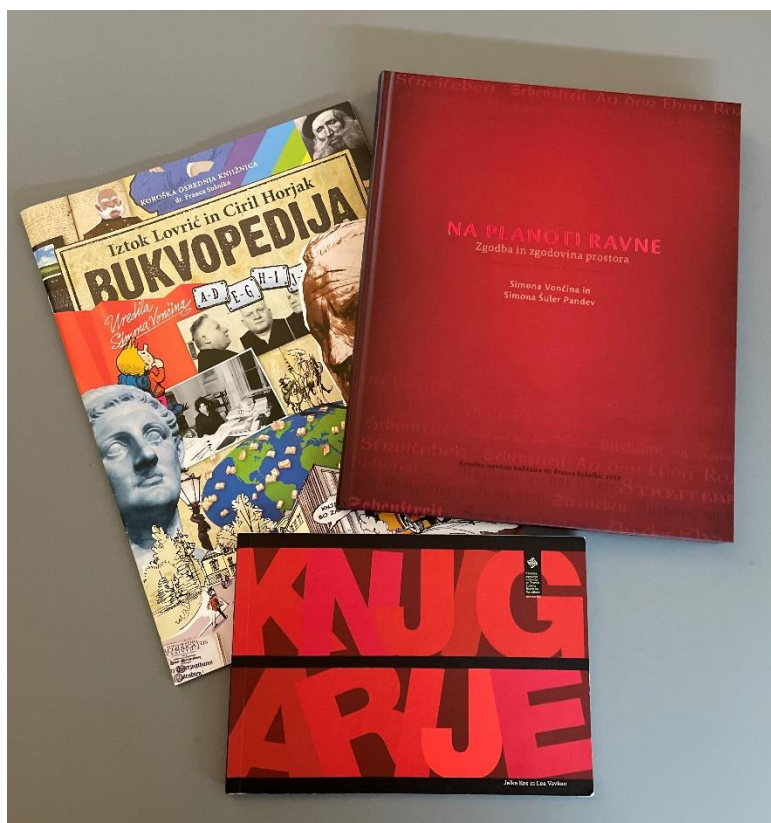


Slika 8: Papirnate vrečke za knjige z logotipom KOK.

Publikacija Knjigarije predstavlja delo otroškega in mladinskega oddelka, Pionirske knjižnice Leopolda Suhodolčana. Nastala je ob 70-letnici Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Njen namen je predstaviti naše dejavnosti za mlade vsem, ki jih to zanima. Ob 60-letnici knjižnice smo izdali jubilejno publikacijo z naslovom *Bukvopedija*, avtorjev Cirila Horjaka in

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Iztoka Lovrića. Ta publikacija v obliki stripa predstavlja zgodbo in zgodovino naše ustanove ter knjižnico približa tudi mlajšemu občinstvu. Leta 2013 smo izdali monografijo z naslovom *Na planoti Ravne* avtoric Simone Šuler Pandev in Simone Vončina. Monografija predstavlja zgodbo in zgodovino prostora, kjer se je po drugi svetovni vojni ob grajskem kompleksu razvilo kulturno-izobraževalno in športno središče kraja in celotne Mežiške doline (Slika 9).



Slika 9: Publikacije *Bukvopedija*, *Na planoti Ravne* in *Knjigarije*.

4.3 PROMOCIJSKA DEJAVNOST KOK V ČASU EPIDEMIJE

V letu 2020 je vse knjižnice v Sloveniji doletel poseben izziv, ki je obudil nove ideje za uspešno delovanje, hkrati pa pustil posledice, ki so vidne predvsem v izposoji in obisku knjižnic. Epidemija COVID-19 je močno vplivala na vse knjižnice, ki so morale s skupnimi močmi poskrbeti za nenehen pretok knjižničnega gradiva. Skušale so zagotavljati in prirejati dogodke pod posebnimi pogoji, ki so bili tako za uporabnike kot za knjižničarje zahtevni, a hkrati, s kančkom potrpežljivosti in sočutja, uspešno izvedeni.

Glede na ukrepe, ki so jih knjižnice morale zaradi epidemije COVID-19 upoštevati, smo v aprilu in maju 2020, v času zaprtja knjižnic, poleg izposoje elektronskega gradiva omogočali

izposojo fizičnega knjižničnega gradiva na prilagojen način in ga uporabnikom pošiljali po pošti ter če je bilo to mogoče, dostavljali na dom in se trudili zagotavljati minimalni fizični stik z uporabniki. Posebna delovna skupina Združenja splošnih knjižnic je na podlagi različnih raziskav oblikovala priporočila in osnovna navodila za specifične knjižnične delovne procese in stike z uporabniki ter kako rokovati s knjižničnim gradivom. Za ponovno odprtje in nemoteno delovanje knjižnic je bilo potrebno skrbno pripraviti knjižnične prostore, predvsem za vračanje gradiva, ki je lahko pomenilo novo žarišče okuženosti. Poskrbeti je bilo treba za zaščito zaposlenih in uporabnikov in oblikovati posebno organizacijo dela. Vrnjene knjige so morale skozi proces t. i. 72-urne karantene, preden smo jih vrnili na police; uporabnikom je bil onemogočen dostop do gradiva, ki so ga lahko le po predhodnem naročanju ali rezervaciji prevzeli v izposoji knjižnice, kjer so lahko poravnali tudi dolgove. Kasneje, ob postopnem odpiranju knjižnic, je bil uporabnikom dovoljen dostop do gradiva. Knjižnice niso smele organizirati dogodkov, prireditev in drugih dejavnosti (Smernice za ponovno postopno ..., 2020).

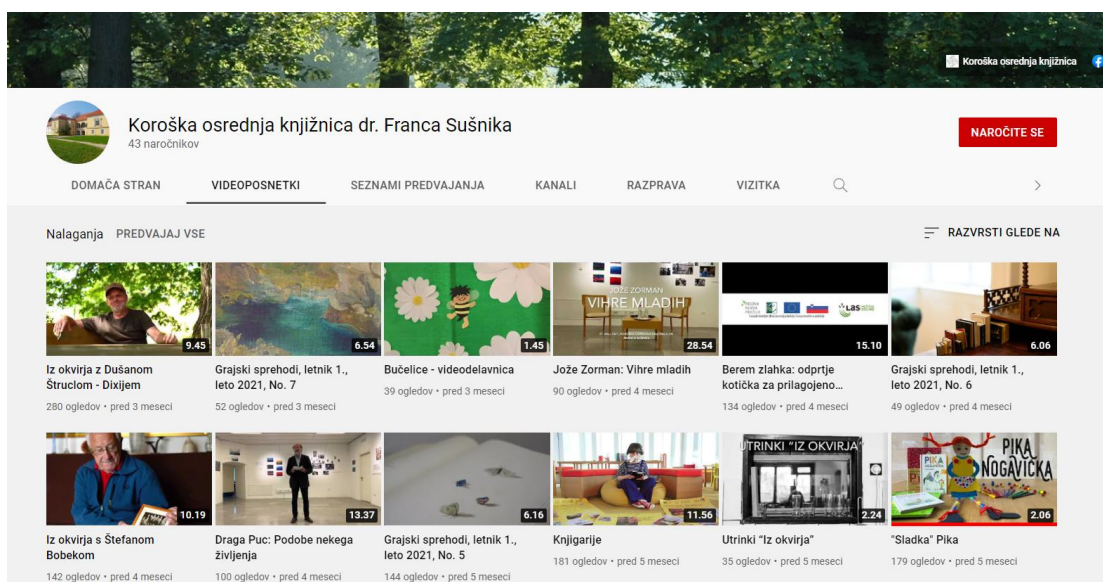
Glede na Strokovna priporočila in standarde za splošne knjižnice za obdobje 2018–2028 (2018, str. 26) je ena izmed nalog knjižnice, da organizira svojo dejavnost tako, da zagotavlja njeno dostopnost v določenem časovnem okviru, na določeni prostorski lokaciji, v ustrezno opremljenem knjižničnem prostoru, v digitalnem okolju, z ustreznimi storitvami in knjižnično zbirko. Kljub epidemiji so bile splošne knjižnice ene redkih kulturnih ustanov, ki so bile v tem obdobju odprte in so delovale. To je od zaposlenih v knjižnici zahtevalo veliko inovativnosti, prilagajanja in delo pod posebnimi pogoji (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021a). V Koroški osrednji knjižnici smo skušali s priporočili in navodili, kako ravnati v času epidemije COVID-19, uporabnikom omogočiti dostop do čim več storitev, ki jih knjižnica nudi. Novost, ki smo jo uvedli v času epidemije, je **spletni vpis**, ki novim uporabnikom omogoča vpis preko spleta in zagotavlja čim manj fizičnega stika. V letu 2020 smo zabeležili 132 spletnih vpisov.

V času, ko prireditve niso bile dovoljene in je bila varnost ljudi na prvem mestu, smo se odločili dogodke pripraviti preko spleta. Večina jih je bila objavljena na spletni in Facebook strani naše knjižnice. Dogodke smo snemali in jih objavili, stanje omejenega delovanja pa sprejeli kot izziv in spodbudo k iskanju rešitev, da ostanemo kulturno dejavni (Koroška osrednja knjižnica ..., 2021a).

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit

V ta namen je v letu 2020 zaživel **YouTube kanal** Koroške osrednje knjižnice. Trudimo se različnim ciljnim skupinam zagotoviti zanimive vsebine tako, da jih posnamemo in objavimo na YouTube kanalu (*Slika 10*), ter delimo na spletni strani in družbenih omrežjih knjižnice:

- **video delavnice za otroke;**
- posneli smo predstavitveni video za publikacijo **Knjigarje;**
- **Grajski sprehodi** so zaživel kot virtualna domoznanska predavanja, popeljejo nas po naši knjižnici in predstavijo dragocene zbirke;
- **Iz okvirja** so pogovori in zgodbe Korošcev;
- potopisna in druga predavanja, razstave, otvoritveni dogodki itd.



Slika 10: YouTube kanal KOK.

5 RAZISKAVA

5.1 NAMEN IN CILJI RAZISKAVE

Promocija je eden ključnih dejavnikov za prepoznavnost knjižnice, obveščanje uporabnikov o storitvah, dogodkih in aktualnih informacijah, zato nas zanima, na kakšen način se s tem spopada Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika.

Namen naše naloge je predstaviti oblike promocije storitev, ki jih knjižnica nudi uporabnikom in z raziskavo ugotoviti koliko so uporabniki seznanjeni oziroma zadovoljni z načini obveščanja, z različnimi družbenimi omrežji in portali, na katerih knjižnica prispeva vsebine.

Zanima nas kakšen vpliv je imela epidemija COVID-19 tako na storitve knjižnice, kot na uporabnike in kako promocijska dejavnost vpliva na porast članstva, izposajo ter obisk knjižnice. Z raziskavo želimo ugotoviti zadovoljstvo uporabnikov s promocijsko dejavnostjo knjižnice. Na ta način bomo lahko v Koroški osrednji knjižnici dr. Franca Sušnika promocijsko dejavnost nadgradili in izboljšali.

Cilj raziskave je odgovoriti na naslednja raziskovalna vprašanja:

- S kakšnim namenom uporabniki obiskujejo knjižnico?
- Katere storitve knjižnice uporabljajo in kako so z njimi zadovoljni?
- Ali uporabniki dobijo dovolj informacij z načini promocije, ki jih uporablja knjižnica?
- Ali so bili v času epidemije dovolj dobro obveščeni o storitvah in dejavnostih knjižnice?
- Kako lahko knjižnica prispeva k večji prepoznavnosti in porastu članstva, izposoje ter obiska knjižnice?

Skušali bomo potrditi oziroma ovreči zastavljene hipoteze:

- **Hipoteza 1:** Uporabniki najpogosteje obiščejo knjižnico zaradi izposoje knjižničnega gradiva ter zaradi prireditev in drugih dogodkov.
- **Hipoteza 2:** Uporabniki dobro poznajo storitve knjižnice in njihovo kakovost ocenjujejo kot dobro.
- **Hipoteza 3:** Promocijsko gradivo, prireditve in druge dogodke uporabniki ocenjujejo kot dobre, prav tako odnos in pomoč zaposlenih pri uporabi knjižničnih storitev.
- **Hipoteza 4:** V času epidemije so bili uporabniki dovolj dobro obveščeni o storitvah in dogodkih knjižnice.
- **Hipoteza 5:** Promocijska dejavnost knjižnice uspešno vpliva na porast članstva, izposajo ter obisk knjižnice.

S pomočjo anketnega vprašalnika bomo ugotovili zadovoljstvo uporabnikov s promocijsko dejavnostjo in morebiten vpliv promocije na članstvo, izposajo ter obisk knjižnice. Rezultati ankete bodo predstavljeni s pomočjo grafičnega prikaza in smiselno razloženi.

Pri izvedbi tovrstnih raziskav moramo upoštevati morebitne omejitve, ki se lahko pojavijo. Predvsem pri spletnih anketnih vprašalnikih je mogoče, da anketiranec ne razume zastavljenega vprašanja, temu smo se izognili s predhodnim testiranjem vprašalnika. Odgovori anketirancev

bodo služili nadaljnjemu razvoju promocijske dejavnosti v Koroški osrednji knjižnici dr. Franca Sušnika.

5.2 METODOLOGIJA

Anketna metoda nam omogoča zbiranje kvantitativnih podatkov, podatkov o mnenju ljudi, značilnostih, stališč itd. V kratkem času nam omogoča zbrati veliko število podatkov določene enote oziroma vzorca (Ambrožič, 2005). V raziskavo smo vključili kvantitativno metodo raziskovanja, in sicer anketni vprašalnik (Priloga 1), s katerim želimo ugotoviti, s kakšnim namenom uporabniki obiskujejo knjižnico, katere storitve poznajo oziroma uporabljajo, ali dobijo v knjižnici dovolj informacij. Želeli smo ugotoviti, kako so uporabniki zadovoljni s promocijo knjižnice, morebitne pohvale in kritike uporabnikov ter ali bi želeli biti obveščeni o storitvah, dogodkih in informacijah o knjižnici še na kakšen drug način. Želeli smo še izvedeti, kako je epidemija vplivala na uporabnike knjižnice.

Anketni vprašalnik smo pripravili s pomočjo spletne strani www.1ka.si. Veliko uporabnikov, predvsem starejših, nima dostopa do spleta, zato so lahko anketni vprašalnik izpolnili v knjižnici tudi v fizični obliki. Namenjen je bil vsem, ki v knjižnico zahajajo kot člani in tistim, ki v knjižnico zahajajo iz drugih razlogov. Anketni vprašalnik je bil na voljo od 16. julija 2021 do vključno 6. avgusta 2021.

V raziskavo smo želeli zajeti čim več uporabnikov knjižnice, zato je bil vzorec naključni. K izpolnjevanju smo uporabnike povabili preko spletne strani knjižnice (www.knjiznica-ravne.si) in preko družbenih omrežij knjižnice.

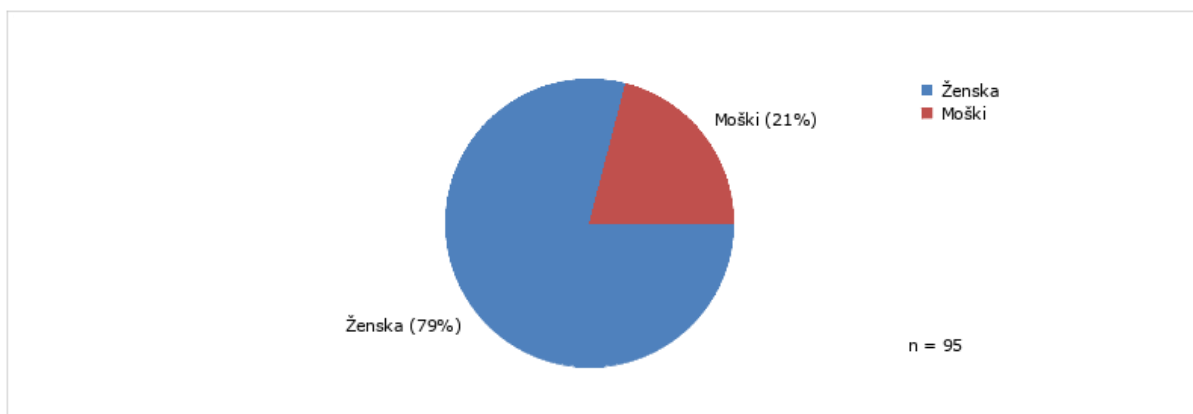
Rezultati ankete so statistično obdelani s pomočjo www.1ka.si in smiselno obrazloženi ter grafično prikazani v nalogi.

5.3 ANALIZA ANKETE

Od 116 izpolnjenih vprašalnikov je bilo ustreznih 95. To pomeni, da je 95 anketirancev anketo izpolnilo v celoti. Ostalih 21 enot pa je bilo neveljavnih, kar pomeni, da anketnega vprašalnika

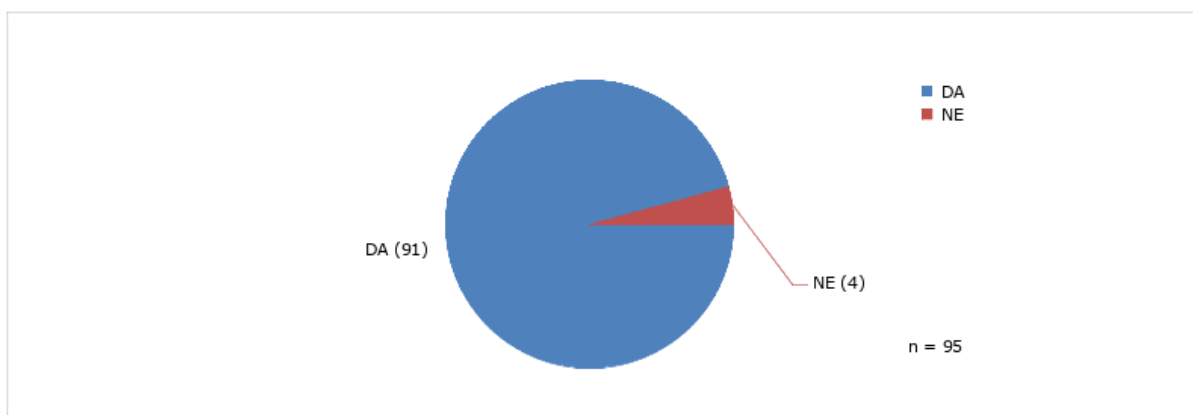
niso izpolnili v celoti in smo jih zaradi relevantnosti celotne raziskave iz obdelave podatkov izključili.

Od vseh 95 anketirancev, ki so anketni vprašalnik ustrezno izpolnili, je bilo 75 žensk in 20 moških, *Slika 11*.



Slika 11: Odstotek anketirancev glede na spol.

Pri prvem vprašanju nas je zanimalo, koliko anketirancev je včlanjenih v Koroško osrednjo knjižnico dr. Franca Sušnika. Velika večina anketirancev, to je kar 96 %, je včlanjenih, le 4 % ne, *Slika 12*.



Slika 12: Razmerje med člani in nečlani knjižnice.

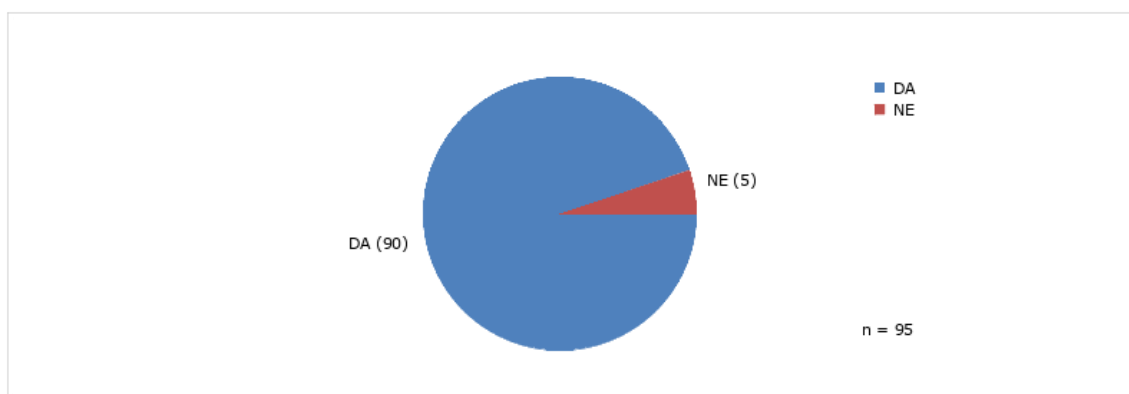
Pri naslednjem vprašanju nas je zanimal njihov namen obiska knjižnice, *Slika 13*; možnih je bilo več odgovorov. Ugotovili smo, da knjižnico večinoma obiščejo zaradi izposoje knjig in drugega gradiva; kar v 93 primerih. Sledi ogled razstav in obisk prireditev, uporaba čitalnice, obisk pravljичnih ur in delavnic za otroke. Nekaj manj jih je kot odgovor navedlo, da v knjižnici med drugim preživljajo prosti čas, uporabljajo prostore knjižnice za učenje, za uporabo

računalnika, fotokopiranje in tiskanje, en anketiranec pa je v prosto polje za odgovor navedel spremstvo starejših.



Slika 13: Namen obiska knjižnice.

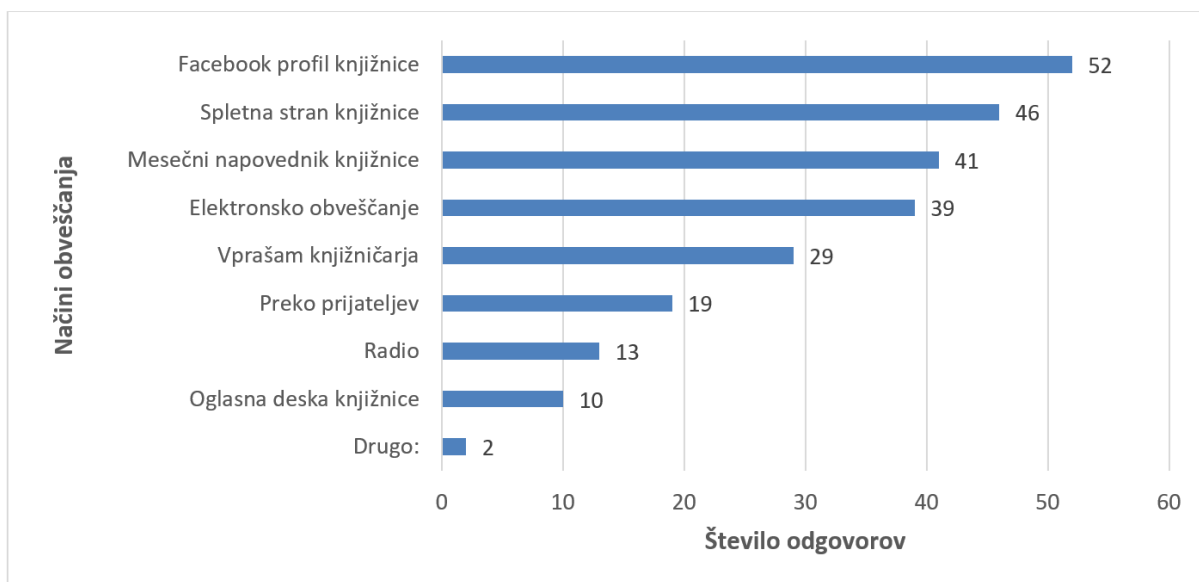
Zanimalo nas je, ali so dobro seznanjeni s storitvami knjižnice, Slika 14. Večina anketirancev meni, da so. Pet anketirancev je izbralo odgovor NE, nato smo jih povprašali po vzroku. Mnenja so bila različna, in sicer nezanimanje, slaba informiranost, slaba internetna prisotnost in ažurnost informacij, slabo spremljanje spletne ali Facebook strani knjižnice. Glede na to vprašanje je en anketiranec namenoma obiskal spletno in Facebook stran knjižnice in nato navedel ažurnost obeh, kar je tudi navedel v odgovoru.



Slika 14: Seznanjenost anketirancev s storitvami knjižnice.

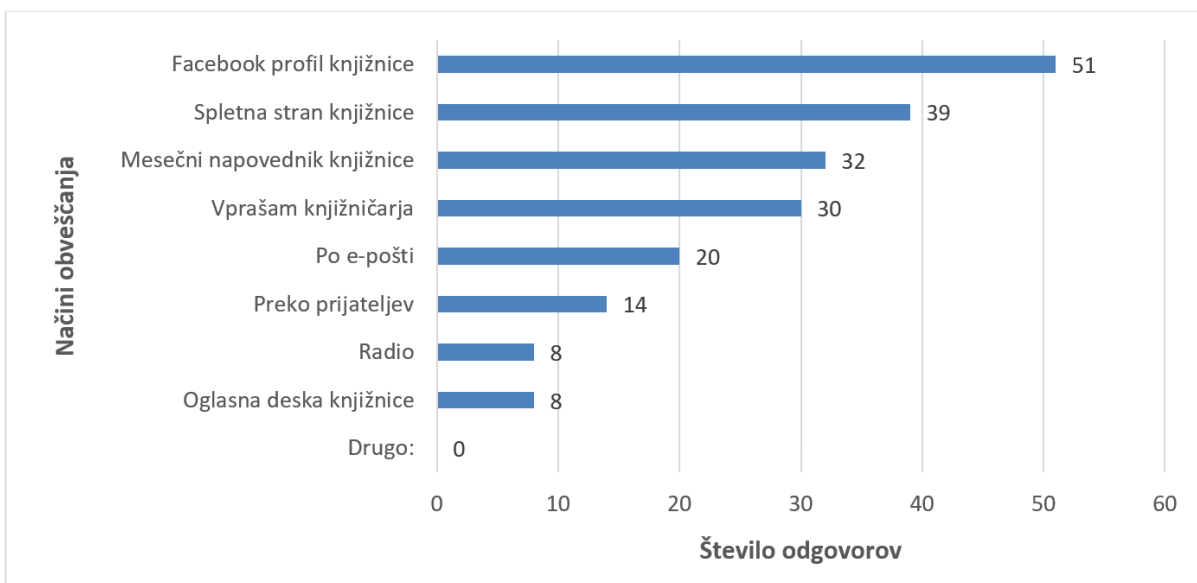
Na vprašanje, kako so obveščeni o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice (možnih več odgovorov), Slika 15, je bilo največ odgovorov, da so obveščeni preko Facebook profila

knjižnice (21 %), sledila je spletna stran (18 %), mesečni napovednik knjižnice ali elektronsko obveščanje (16 %). V 29 primerih za informacije vprašajo kar knjižničarja v knjižnici, nekateri pa za informacije izvedo preko prijateljev, radia ali oglasne deske. Dva anketiranca o storitvah nista obveščena po nobeni poti, sklepamo, da v knjižnici nista včlanjena.



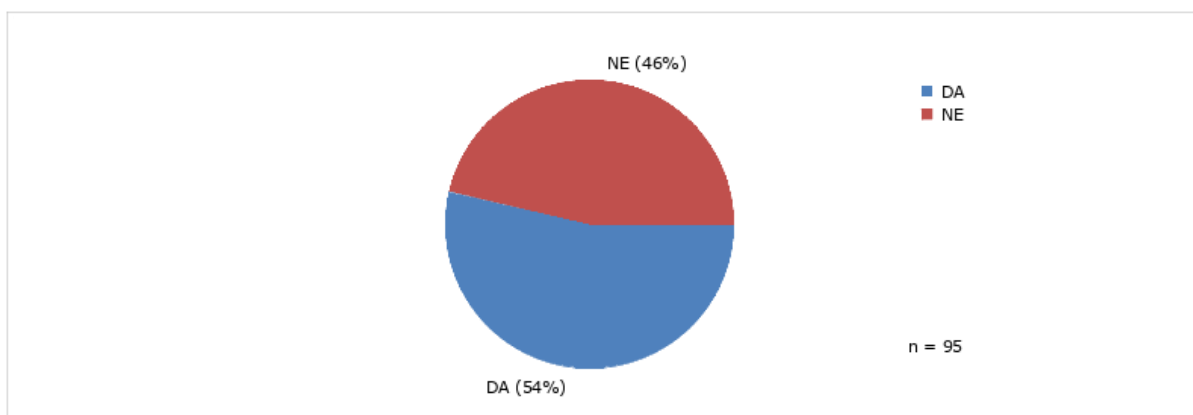
Slika 15: Način obveščanja o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice.

Pri vprašanju, po kateri poti obveščanja dobijo največ informacij o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice (možnih več odgovorov), Slika 16, je prav tako bilo največ odgovorov (25 %), da dobijo največ informacij preko Facebook profila knjižnice, preko spletne strani 19 % in iz mesečnega napovednika knjižnice 16 %. 15 % odgovorov je bilo, da največ informacij dobijo od knjižničarja v knjižnici. Precej manj informacij dobijo po elektronski pošti, sklepamo, da ob vpisu v knjižnico niso soglašali z elektronskim obveščanjem. Najmanj informacij pa dobijo preko prijateljev, oglasne deske in radia.

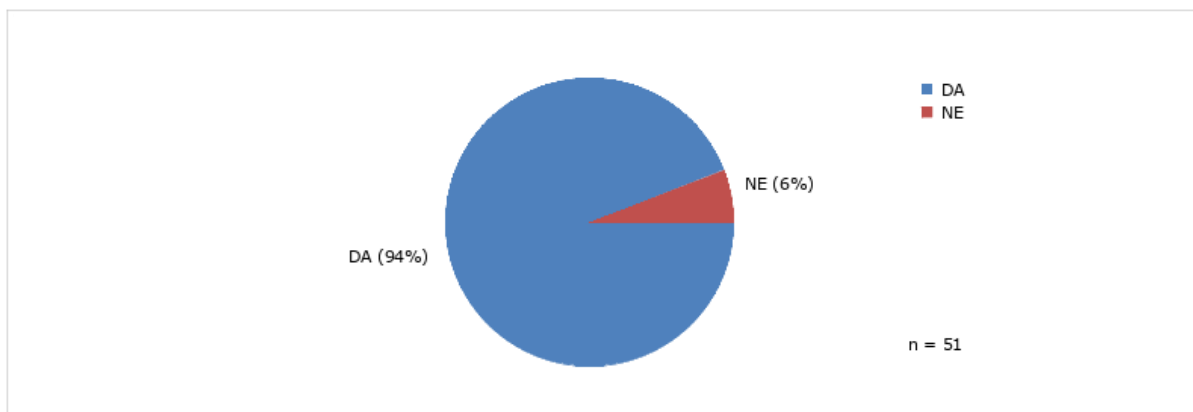


Slika 16: Poti, po katerih uporabniki dobijo največ informacij o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice.

Pri naslednjem vprašanju nas je zanimalo, ali so anketiranci že obiskali novo spletno stran knjižnice, ki je zaživela marca 2021, Slika 17. 44 anketirancev nove spletne strani še ni obiskalo. Pri potrdilnem odgovoru, teh je bilo 51, nas je še zanimalo, ali jim je spletna stran podala ustrezne informacije, Slika 18. Veliki večini, 48 anketirancem, ki so obiskali spletno stran, je podala ustrezne informacije, trije so mnenja, da ne. Razlog je, da je nepregledna in da bi lahko bil urnik odprtosti na vidnejšem mestu.

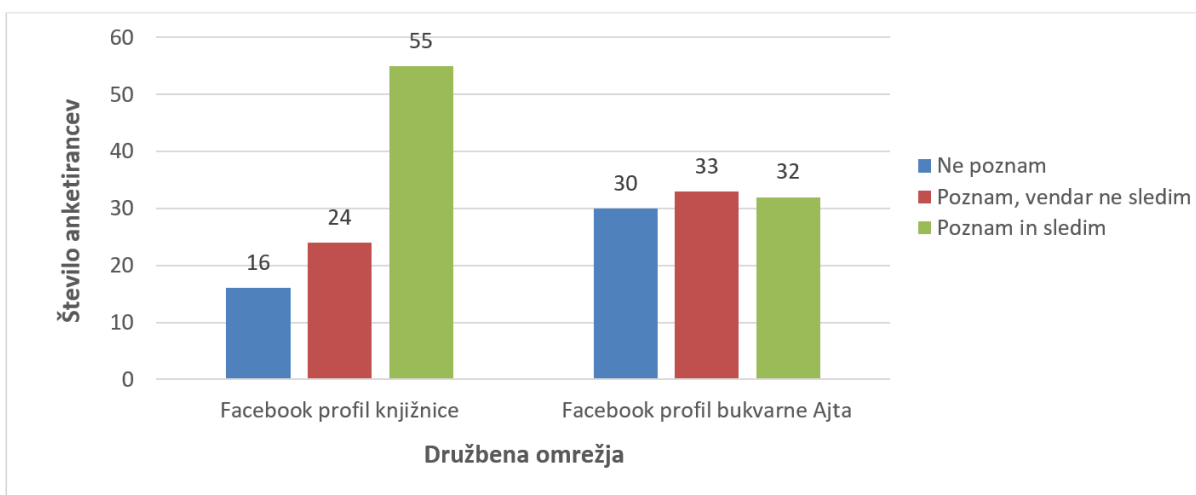


Slika 17: Odstotek obiska nove spletne strani knjižnice.



Slika 18: Odstotek anketirancev, ki jim je spletna stran podala ustrezne informacije.

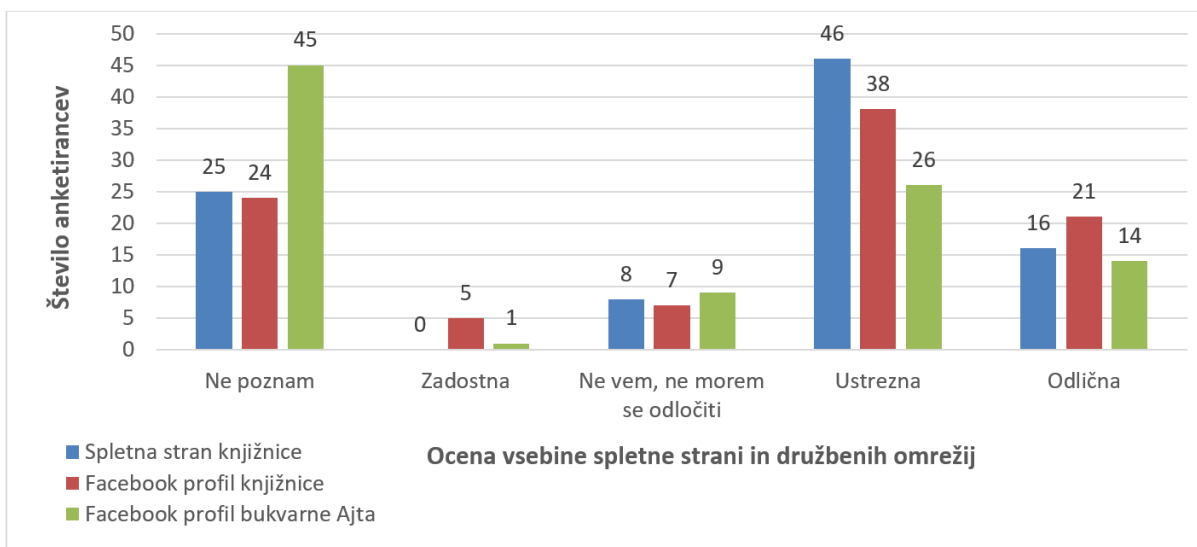
V naslednjem sklopu vprašanj nas je zanimalo, koliko so seznanjeni z družbenimi omrežji knjižnice. Na vprašanje, ali sledijo Facebook profilu knjižnice in bukvarne Ajta, smo dobili naslednje odgovore (Slika 19 prikazuje število anketirancev). 58 % anketirancev pozna Facebook profil knjižnice in mu sledi, 25 % Facebook profil pozna, vendar mu ne sledi, 17 % pa profila sploh ne pozna. V primeru Facebook profila bukvarne Ajta pa ga 34 % anketirancev pozna in mu sledi, 35 % profil pozna, vendar mu ne sledi, 32 % pa ga sploh ne pozna. Prepoznavnost Facebook profila knjižnice je večja, saj je profil aktiven dlje časa kot Facebook profil bukvarne Ajta.



Slika 19: Seznanjenost z družbenimi omrežji knjižnice.

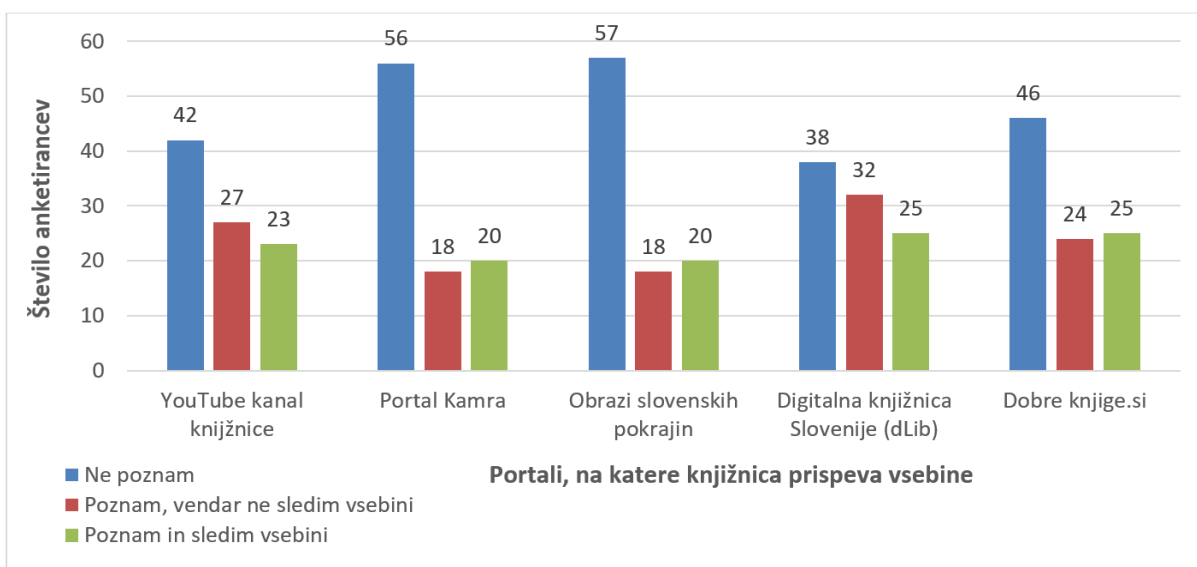
Anketiranci so ocenjevali vsebino spletne strani in družbenih omrežij, Slika 20. Glede na rezultate smo ugotovili, da so vse tri oblike v veliki meri vsebinsko ustrezne ali odlične. Izjema so tisti anketiranci, ki spletne strani in družbenih omrežij ne poznajo. Nekaj se jih ni moglo

odločiti glede vsebine, pet jih meni, da je vsebina Facebook profila knjižnice le zadostna in en anketiranec, da je vsebina Facebook profila bukvarne Ajta le zadostna.

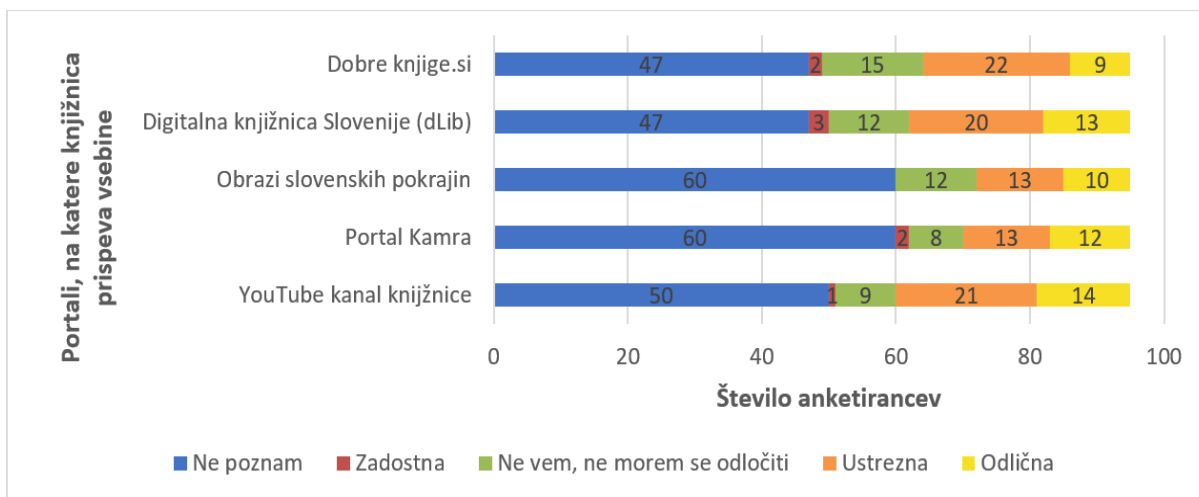


Slika 20: Ocena vsebine spletne strani knjižnice in družbenih omrežij.

Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika svoje vsebine prispeva na različnih portalih, zato smo anketirance povprašali o tem. Koliko poznajo portale, je razvidno s *Slike 21*, s katere lahko razberemo, da jih večina portalov ne pozna, kar pomeni, da bo potrebna pogostejša promocija le-teh, saj nam ob brskanju razkrivajo najrazličnejše zgodbe in zanimivosti. Tisti, ki so s portali seznanjeni, pa njihove vsebine ocenjujejo kot ustrezne ali odlične, nekaj jih je neopredeljenih glede vsebine portalov, *Slika 22*.

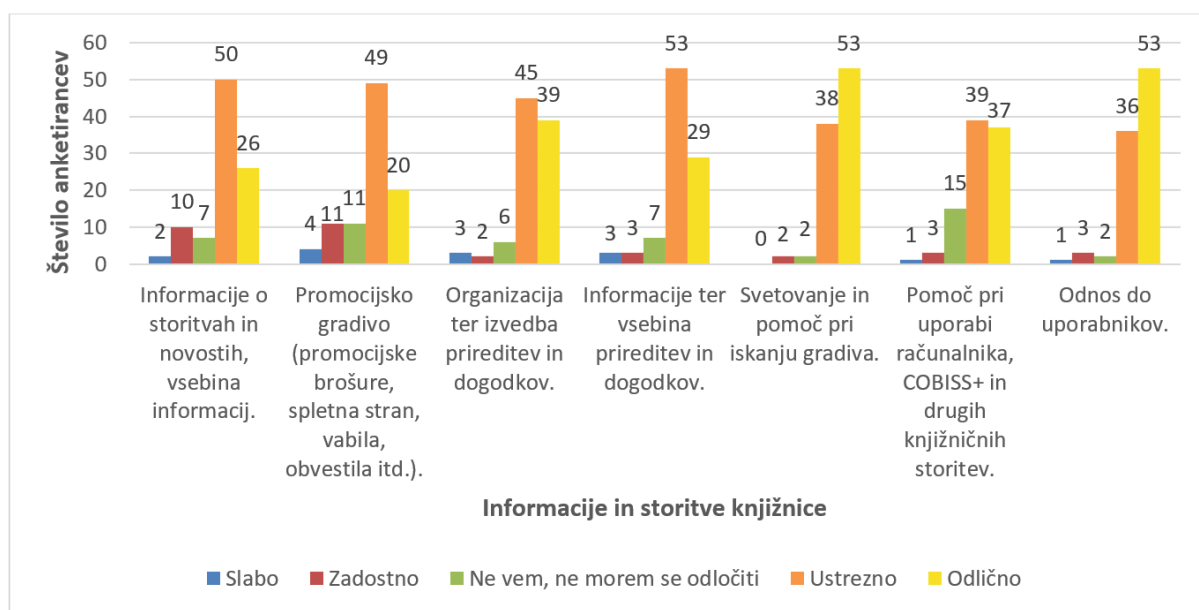


Slika 21: Seznanjenost s portali, na katere knjižnica prispeva vsebine.



Slika 22: Ocena vsebine portalov.

Anketiranci so ocenjevali kakovost informacij o storitvah knjižnice, prireditvah in njihovi vsebini ter zaposlenih v knjižnici, Slika 23. Pridobili smo naslednje rezultate: velika večina jih meni, da je odnos zaposlenih do uporabnikov odličen ali ustrezen, prav tako njihova pomoč pri uporabi računalnika, COBISS+ in drugih knjižničnih storitev, kot tudi svetovanje in pomoč uporabnikom pri iskanju gradiva. Ustrezne ali odlične so organizacija ter izvedba prireditev in dogodkov, informacije in vsebina le-teh. Promocijsko gradivo knjižnice ter informacije o storitvah, novostih in vsebina teh informacij se anketirancem v veliki meri zdijo ustrezne, v nekaj primerih odlične. Majhen delež anketirancev pa je mnenja, da so zadostne ali slabe.

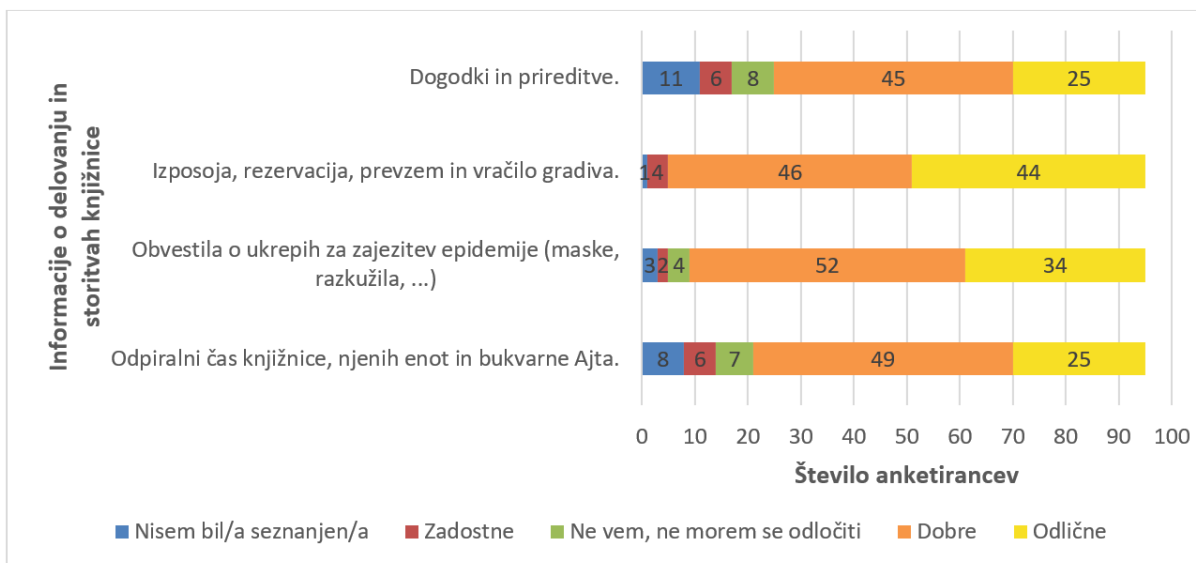


Slika 23: Ocena kakovosti informacij o storitvah knjižnice, prireditvah in njihovi vsebini ter zaposlenih v knjižnici.

Na koncu sklopa vprašanj smo anketirance prosili za pripombe, pohvale ali predloge ter jih povprašali, kaj pogrešajo v knjižnici. Odgovorov smo prejeli veliko, nekateri ne pogrešajo ničesar, drugi se zahvaljujejo knjižničarjem za vso pomoč, ki so je deležni v knjižnici, nekateri pa si želijo kaj več. Odgovori so bili zelo zanimivi in raznoliki. Želijo si aktivnejše promocije trenutno popularnega gradiva, vpetosti v lokalno kulturno dogajanje, ažurnejše podatke, hitreje napovedane dogodke, brezplačne dogodke za starejše z vnuki, obiska arhivov knjižnice, več dni odprtih vrat, na primer en dan na mesec za ogled dragocenosti, ki jih knjižnica hrani pod posebnimi pogoji. Nekateri pogrešajo različne delavnice, na primer o tem, kako napraviti knjigo, kako pisati dnevnik ali blog. Pogrešajo večje vključevanje uporabnikov v življenje knjižnice. Zaposleni bi lahko bolj promovirali dogodke, knjižnica (tudi lokalne enote) pa bi morala bolj promovirati branje, knjižnico in sploh druženje ob knjigah. Usmeriti bi se morali na otroke in mlade. Mladi pa bi lahko iskali navdih za soočanje s svojimi vprašanji v knjigah. Premalo je mentorstva mladim ljudem, da bi postali in ostali redni bralci knjig. Pogrešajo promocijski material za šolske in druge skupine, ki pridejo na ogled knjižnice. Želeli bi daljši odpiralni čas enot knjižnice po Mežiški dolini. Predlagajo, da v čitalnici dodamo še kakšno kakovostno revijo v tujem jeziku. Pogrešajo grajsko kavarno, za branje časopisov in knjig med pitjem kave. Pogrešajo aktivnejše delovanje na Facebook strani, saj ugotavljajo, da se včasih kakšna objava med vsemi informacijami izgubi.

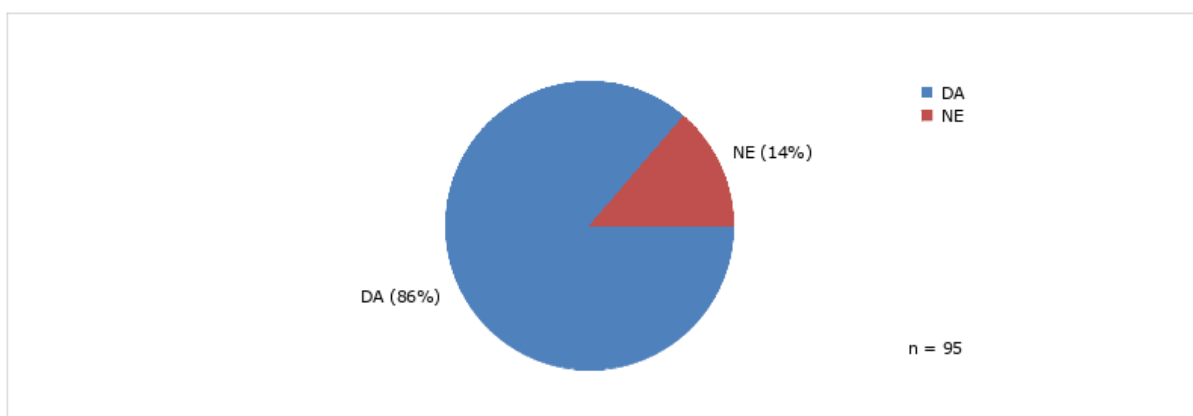
Naslednji sklop vprašanj se je nanašal na čas epidemije. Knjižnica je bila v začetku epidemije 2020 skoraj dva meseca zaprta, zaradi ukrepov za zaježitev virusa COVID-19 so knjižnice kasneje delovale v omejenem obsegu. Prilagojen je bil delovni čas knjižnice, z gradivom smo morali ravnati v skladu s priporočili NIJZ, gradivo je bilo ob vračilu v karanteni, uporabniki so lahko gradivo le naročali in prevzeli, storitve smo ponujali le preko telefona in spleta. Sčasoma so se ukrepi omehčali in knjižnica je ponovno zaživela v skoraj normalnem okolju.

Anketirance smo povprašali o izkušnji in stiku s knjižnico v času epidemije. Anketiranci so bili mnenja, da so v času epidemije glede informacij o delovanju in storitvah knjižnice v veliki meri dobili dobre, tudi odlične informacije, *Slika 24*.

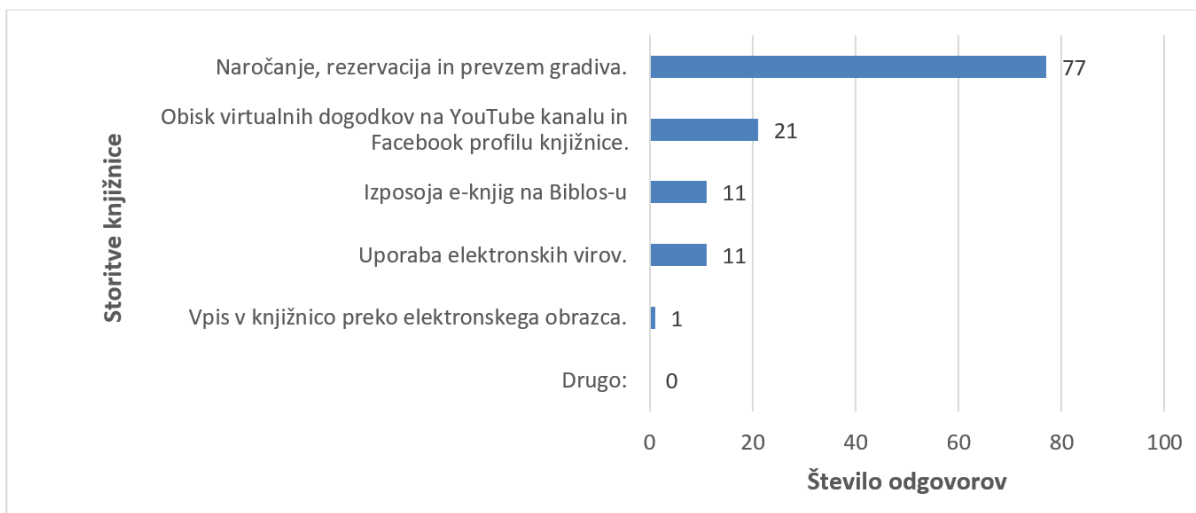


Slika 24: Kakovost informacij o delovanju in storitvah knjižnice v času epidemije.

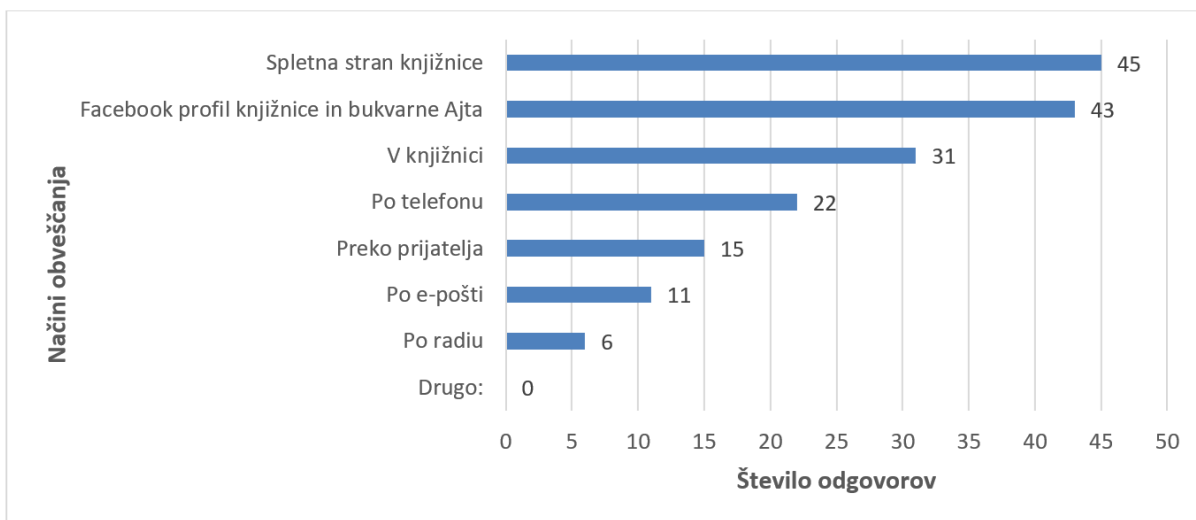
Storitve knjižnice je v času epidemije koristilo 82 anketirancev, 13 pa ne, Slika 25. Razlogi za obisk knjižnice (Slika 26, možnih je bilo več odgovorov) so bili predvsem naročanje, rezervacija in prevzem gradiva, nekaj jih je obiskalo virtualne dogodke na YouTube kanalu in Facebook profilu knjižnice. Zelo majhna je bila uporaba elektronskih virov in izposoja e-knjig na Biblosu. Tisti, ki storitev niso koristili, so imeli doma dovolj svojih knjig, pogost razlog so bili skrb za zdravje in ukrepi ali pomanjkanje časa. Največ informacij so dobili na spletni strani knjižnice, Facebook profilu knjižnice in bukvarne Ajta, v sami knjižnici ali po telefonu, Slika 27.



Slika 25: Koriščenje storitev knjižnice v času epidemije.



Slika 26: Razlog za uporabo storitev knjižnice v času epidemije.

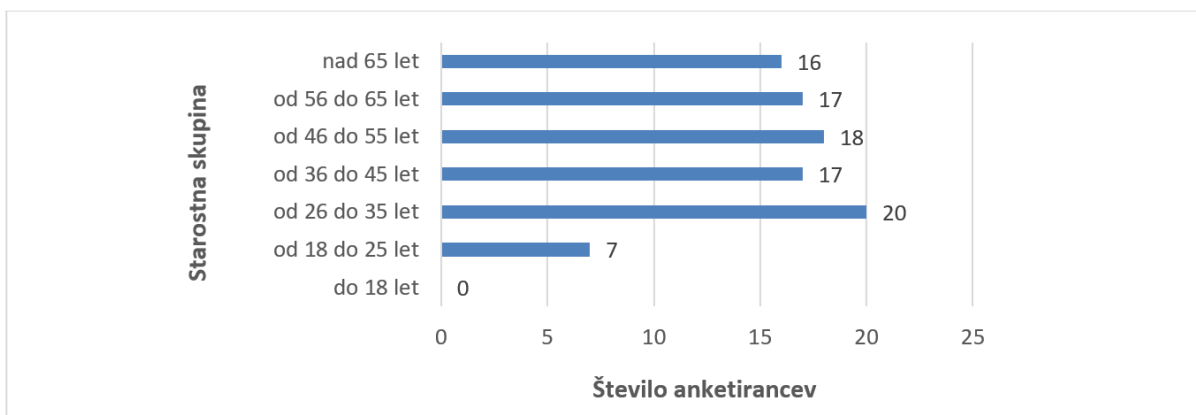


Slika 27: Poti pridobivanja informacij v času epidemije.

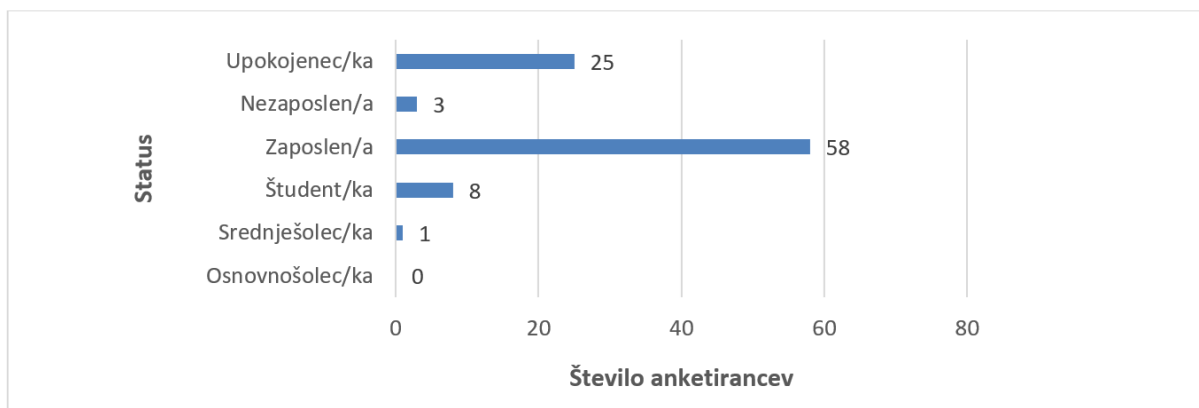
Zopet smo anketirance prosili za pripombe, pohvale ali predloge ter jih povprašali, ali so kaj pogršali v knjižnici v času epidemije. Predvsem so pogršali osebni stik, brskanje po policah in srečanja v živo. Zelo so bili zadovoljni z delom zaposlenih, organizacijo, obveščenoostjo o zaprtju knjižnice, označbami glede omejitev in ravnanjem z gradivom ob vračilu. Pogršali so predloge branja za epidemične čase. Knjižnica bi lahko po elektronski pošti delila kakšen blog ali drug mnenjski zapis nekoga od osebja knjižnice (ali uporabnika).

Na koncu nas je zanimalo še nekaj demografskih podatkov anketirancev. Poleg spola nas je zanimala še starostna skupina in njihov trenutni status. Glede na starostno skupino so anketo izpolnili večinoma starejši od 25 let. Na Sliki 28 je prikazano število anketirancev za vsako

starostno skupino. Največ, 21 %, jih je bilo starih od 26 do 35 let. Na *Sliki 29* pa je razvidno, da ima največ anketirancev status zaposlenega (58), sledijo jim upokojenci (25).



Slika 28: Število anketirancev glede na starost.



Slika 29: Odstotek anketirancev glede na status.

6 RAZPRAVA Z ZAKLJUČKI

Cilj raziskave je odgovoriti na zastavljena raziskovalna vprašanja in potrditi oziroma ovreči zastavljene hipoteze.

Hipoteza 1: Uporabniki najpogosteje obiščejo knjižnico zaradi izposoje knjižničnega gradiva ter zaradi prireditev in drugih dogodkov. Hipotezo lahko potrdimo, saj so rezultati ankete pokazali, da uporabniki Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika knjižnico večinoma obiščejo zaradi izposoje knjig in drugega gradiva, ogledov razstav in prireditev. Pomembno je, da uporabnikom poleg knjižničnih storitev zagotavljamo in pripravljamo kvalitetne dogodke,

priredivke in druge dejavnosti, da poleg že aktivnih uporabnikov pritegnemo še druge potencialne uporabnike koroške regije.

Uporabniki knjižnice so mnenja, da so dobro seznanjeni s storitvami, ki jim jih knjižnica ponuja, najpogosteje informacije o storitvah, dogodkih in novostih dobijo preko Facebook profila knjižnice in na spletni strani knjižnice, v mesečnem napovedniku knjižnice ali preko elektronskega obveščanja. Za večino sta vir informacij predvsem Facebook profil knjižnice in njena spletna stran, zato je potrebno, da sta le-ta ažurna. Komunikacija med uporabniki in knjižničarji je zelo pomembna, zato moramo knjižničarji zelo dobro poznati storitve, ki jih ponujamo v knjižnici, in biti seznanjeni z dogodki in dejavnostmi, ki jih prirejamo, da lahko uporabnikom zagotovimo ustrezne informacije in zadovoljimo njihove potrebe.

Anketiranci, ki so novo spletno stran knjižnice že obiskali, so mnenja, da jim je podala ustrezne informacije. Vsebine na spletni strani posodabljam sproti, predvsem splošna obvestila in predloge novih knjig. Zanimalo nas je, koliko so seznanjeni z družbenimi omrežji knjižnice, in ugotovili smo, da Facebook knjižnice poznajo bolj kot Facebook bukvarne Ajta, ta je sicer zaživel leta 2019, Facebook profil knjižnice pa je aktiven dlje časa. Glede vsebine vseh treh poti obveščanja so anketiranci mnenja, da so v veliki meri ustrezne ali odlične. V knjižnici se trudimo čim bolj promovirati vse dogodke in dejavnosti, ki jih prirejamo; vse objavimo na spletni strani, v mesečnem napovedniku knjižnice in na Facebook profilih, poskrbimo, da so vabila na dogodke objavljena na oglasni deski knjižnice ter v lokalnih medijih.

Hipoteza 2: Uporabniki dobro poznajo storitve knjižnice in njihovo kakovost ocenjujejo kot dobro. Hipotezo lahko v tem primeru delno potrdimo, saj smo kljub temu da so uporabniki knjižnice mnenja, da so dobro seznanjeni s storitvami, skozi anketo opazili, da slabo poznajo druge portale, na katerih knjižnica prispeva vsebine. Tisti uporabniki, ki te portale poznajo in jim sledijo, njihove vsebine ocenjujejo kot ustrezne ali odlične. Razmisliti bomo morali, na kakšen način portale uporabnikom bolj približati in jim jih učinkoviteje predstaviti.

Hipoteza 3: Promocijsko gradivo, prireditve in druge dogodke uporabniki ocenjujejo kot dobre, prav tako odnos in pomoč zaposlenih pri uporabi knjižničnih storitev. Hipotezo lahko potrdimo, saj so anketiranci zelo zadovoljni z odnosom zaposlenih do uporabnikov, prav tako z njihovo pomočjo pri uporabi računalnika, COBISS+ in drugih knjižničnih storitev, kot tudi s

svetovanjem in pomočjo uporabnikom pri iskanju gradiva. Zelo zadovoljni so z organizacijo ter izvedbo prireditev in dogodkov, prav tako z informacijami in vsebinami le-teh. Ustrezno se jim zdi promocijsko gradivo knjižnice ter informacije o storitvah, novostih in vsebina teh informacij, pogrešajo pa promocijski material za šolske in druge skupine, ki pridejo na ogled knjižnice. Želijo si aktivnejšo promocijo trenutno popularnega gradiva, vpetost v lokalno kulturno dogajanje, ažurnejše podatke, hitreje napovedane dogodke itd. V knjižnici se bomo trudili zagotavljati čim bolj raznolike storitve, dogodke, prireditve in druge dejavnosti vsem ciljnim skupinam uporabnikov, skušali bomo v knjižnico privabiti še druge potencialne uporabnike koroške regije ter storitve še bolj aktivno promovirati.

Kot pravi avtorica Kovář (2000), so vsi dogodki, ki jih knjižnica prireja, zelo pomembni za predstavitev širše knjižnične dejavnosti in močno vplivajo na celotno podobo knjižnice. Zato je v okviru promocije pomembno načrtovanje in oblikovanje promocijskih orodij za sporazumevanje z različnimi ciljnim skupinami uporabnikov. Bistveno je, da dogodke in dejavnosti knjižnice obišče čim več aktivnih in potencialnih uporabnikov, da nas javnost preko teh raznolikih dejavnosti opazi ter spozna in uporablja storitve knjižnice. Vsekakor je zelo pomemben vsakodnevni osebni stik knjižničarja z uporabniki. Knjižničarji moramo obvladati svojo stroko, imeti komunikacijske spretnosti, poznati uporabnike in prepoznati njihove potrebe, hkrati pa jih sprejeti s prijaznostjo. Če knjižničarji ne bomo znali dobro ponuditi knjižničnih storitev, nam tudi oglaševanje dejavnosti in dogodkov ne bo veliko koristilo.

Hipoteza 4: V času epidemije so bili uporabniki dovolj dobro obveščeni o storitvah in dogodkih knjižnice. Anketiranci so mnenja, da so bili v času epidemije COVID-19, ko so knjižnice delovale v omejenem obsegu, dobro obveščeni glede informacij o delovanju in storitvah knjižnice, zato lahko hipotezo potrdimo. Predvsem so storitve knjižnice uporabljali za naročanje, rezervacijo in prevzem gradiva, nekaj jih je obiskalo virtualne dogodke na YouTube kanalu in Facebook profilu knjižnice. Največ informacij so dobili na spletni strani knjižnice, Facebook profilu knjižnice in bukvarne Ajta, v sami knjižnici ali po telefonu. Predvsem so pogrešali osebni stik, brskanje po policah in srečanja v živo. Z delom zaposlenih, organizacijo, obveščenostjo o zaprtju knjižnice, označbami glede omejitev in ravnanja z gradivom ob vračilu, so bili zelo zadovoljni.

Hipoteza 5: Promocijska dejavnost knjižnice uspešno vpliva na porast članstva, izposoje ter obisk knjižnice. Promocijska dejavnost je eden ključnih elementov uspešnega delovanja na področju knjižničarstva, a kljub vsem storitvam, ki jih Koroška osrednja knjižnica nudi svojim aktivnim in potencialnim uporabnikom, opažamo padanje statistike članstva, izposoje ter obiska knjižnice, zato moramo to hipotezo ovreči. Še naprej se moramo truditi zagotavljati kvalitetne in še zanimivejše storitve ter preizkusiti še druge načine promocije. Konec septembra 2021 smo odprli nove prostore Grajske časopisne kavarne Eleonora, zato bi lahko čez nekaj časa, ko se kavarna dodobra vpelje v okolje in privabi nove obiskovalce ali celo morebitne nove uporabnike, izdelali podoben anketni vprašalnik.

V knjižnici se trudimo čim bolj promovirati vse dogodke in dejavnosti, ki jih prirejamo; vse objavimo na spletni strani, v mesečnem napovedniku knjižnice, na Facebook profilih, oglasni deski knjižnice ter v lokalnih medijih. Portale, na katerih knjižnica prispeva vsebine, bomo skušali promovirati preko Facebook profilov in spletne strani knjižnice, saj sta le-ta za večino uporabnikov vir informacij. Knjižničarji moramo zelo dobro poznati storitve, ki jih ponujamo v knjižnici, in biti seznanjeni z dogodki in dejavnostmi, ki jih prirejamo, da lahko uporabnikom zagotovimo ustrezne informacije in zadovoljimo njihove potrebe. Promocijski material knjižnice bomo nenehno osveževali ter za šolske in druge skupine, ki pridejo na ogled knjižnice izdelali posebno zgibanko z zanimivostmi in s potrebnimi informacijami. Popularno gradivo bomo še naprej promovirali preko portala Dobreknjige.si ter novo gradivo predstavljali preko spletne strani in Facebook portalov. V knjižnici se bomo trudili zagotavljati čim bolj raznolike storitve, dogodke, prireditve in druge dejavnosti vsem ciljnim skupinam uporabnikov. Smiselno bi bilo pripraviti promocijski material za vse ciljne skupine uporabnikov in jim na ta način približati storitve. Menimo, da mladi še vedno premalo poznajo dejavnosti, ki jim jih splošna knjižnica nudi. Ker želimo v knjižnico privabiti tudi mlajšo generacijo uporabnikov (predvsem dijake in študente), bi morali več pozornosti usmerjati v promocijo storitev in dogodkov zanje, jih na zanimiv način privabiti v knjižnico. V ta namen ima knjižnica v načrtu odpreti »mladinsko sobo«, namenjeno mladim. Vanjo bi preselili tudi gradivo iz mladinskega oddelka z oznako M (mladina od 14. leta). Mladinska soba bi mladim nudila prostor za druženje, učenje, kvalitetno preživljanje prostega časa itd. Zanje bi organizirali različne dejavnosti, soba bi bila opremljena tudi z najnovejšo tehnologijo.

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Padanje statistike članstva in izposoje je namreč v zadnjem času splošen trend v knjižničarski dejavnosti. Četudi so uporabniki na splošno zadovoljni s promocijskimi kanali in pristopi, ki jih uporablja knjižnica, to trenutno ne moremo vzeti kot dejavnik vpliva na statistiko izposoje in članstva. Dejanski vpliv promocije na porast članstva/izposoje bi lahko ugotavljali s konkretno in ciljno usmerjeno promocijsko akcijo, ki bi jo v nadaljevanju povezali z raziskavo (anketnim vprašalnikom) oziroma preverjali učinke z rezultati statistike članstva in izposoje v nekem testnem obdobju.

Pomembno je, da poleg že aktivnih uporabnikov pritegnemo še druge potencialne uporabnike koroške regije. Posledično bi s tem povečali članstvo, izposajo in obisk knjižnice ter tako zadovoljili potrebe čim več uporabnikov.

7 NAVEDENI VIRI IN LITERATURA

- Ambrožič, M. (2005). Anketna metoda. V A. Šaupperl (ur.), *Raziskovalne metode v bibliotekarstvu, informacijski znanosti in knjigarstvu* (str. 23–52). Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo.
- Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika. (2021a). *Letno poročilo 2020*.
https://www.knjiznica-ravne.si/wp-content/uploads/2021/05/Letno_poro%C4%8Dilo_za_2020_KON%C4%8CNO.pdf
- Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika. (2021b). *Program dela 2021*.
https://www.knjiznica-ravne.si/wp-content/uploads/2021/05/Program_dela_2021_KOK_KON%C4%8CNO.pdf
- Koroška osrednja knjižnica dr. Franca Sušnika. (2021c). *Program izvajanja posebnih nalog osrednje območne knjižnice za leto 2021*. https://www.knjiznica-ravne.si/wp-content/uploads/2021/05/OOK_poziv_obrazec_2021.pdf
- Kovář, B. (2000). Predstavimo se javnosti: splet orodij tržnega komuniciranja v splošni knjižnici. *Knjižnica*, 44(3), 67–86.
- Mrdavšič, J. (1989). *Koroška osrednja knjižnica dr. Franc Sušnik, Ravne na Koroškem*. Koroška osrednja knjižnica; Kulturna skupnost Ravne na Koroškem.
- Nagode, A. (2003). Promocijska dejavnost visokošolske knjižnice: primer knjižnice Oddelka za bibliotekarstvo, informacijsko znanost in knjigarstvo. *Knjižnica*, 47(3), 131–161.

Molnar, N., Uspešnost promocijske dejavnosti: primer Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika. Pisna naloga za bibliotekarski izpit

Pravilnik o osrednjih območnih knjižnicah. (2003). *Uradni list RS*, št. 88/2003.

<https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina?urlid=200388&stevilka=4079>

Smernice za ponovno postopno odprtje knjižnic po izrednih ukrepih zaprtja zaradi epidemije COVID-19. (2020). Nacionalni svet za knjižnično dejavnost.

https://www.gov.si/assets/ministrstva/MK/Novice/COVID-19/Odpiranje-knjiznic-med-epidemijo-COVID-19_dop.pdf

Strokovna priporočila in standardi za splošne knjižnice: (za obdobje 2018-2028). (2018).

Nacionalni svet za knjižnično dejavnost.

<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MK/Zakonodaja-ki-ni-na-PISRS/Kulturna-dediscina/2ffbd52377/Strokovna-priporocila-in-standardi-za-splosne-knjiznice.pdf>

Zakon o knjižničarstvu (Zknj-1). (2001). *Uradni list RS*, št. 87/2001, 96/2002 – ZUJIK, 92/2015. <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO2442>

8 PRILOGE

Priloga 1: Zadovoljstvo uporabnikov s promocijsko dejavnostjo Koroške osrednje knjižnice dr. Franca Sušnika

1 - Ali ste včlanjeni v Koroško osrednjo knjižnico dr. Franca Sušnika?

- DA
 NE

2 - S kakšnim namenom obiščete knjižnico? (Možnih je več odgovorov)

- Izposoja knjig in drugega gradiva
 Uporaba čitalnice
 Fotokopiranje in tiskanje
 Uporaba računalnika
 Ogled razstav in obisk prireditev
 Pravljične ure za otroke, delavnice itd.
 Učenje v prostorih knjižnice
 Preživljanje prostega časa
 Drugo: _____

3 - Menite, da ste dobro seznanjeni s storitvami knjižnice?

- DA
 NE - Zakaj ne? _____

4 - Na kakšen način ste obveščeni o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice?

(Možnih je več odgovorov)

- Elektronsko obveščanje
 Spletna stran knjižnice
 Facebook profil knjižnice
 Vprašam knjižničarja
 Mesečni napovednik knjižnice
 Oglasna deska knjižnice
 Radio
 Preko prijateljev
 Drugo: _____

5 - Kje dobite največ informacij o storitvah, dogodkih in novostih knjižnice? (Možnih je več odgovorov)

- Po e-pošti
 Spletna stran knjižnice
 Facebook profil knjižnice
 Vprašam knjižničarja
 Mesečni napovednik knjižnice
 Oglasna deska knjižnice
 Radio
 Preko prijateljev
 Drugo: _____

6 - Ali ste že obiskali novo spletno stran knjižnice?

- DA - Vam je podala ustrezne informacije?
 DA
 NE - Zakaj ne? _____
 NE

7 - Ali poznate oziroma sledite družbenim omrežjem knjižnice?

	Ne poznam	Poznam, vendar ne sledim	Poznam in sledim
Facebook profil knjižnice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook profil bukvarne Ajta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8 - Ocenite vsebino spletne strani in družbenih omrežij knjižnice.

	Ne poznam	Zadostna	Ne vem, ne morem se odločiti	Ustrezna	Odlična
Spletna stran knjižnice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook profil knjižnice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook profil bukvarne Ajta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9 - Ali poznate navedene portale na katere naša knjižnica prispeva vsebine?

	Ne poznam	Poznam, vendar ne sledim vsebini	Poznam in sledim vsebini
YouTube kanal knjižnice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portal Kamra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obrazi slovenskih pokrajin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitalna knjižnica Slovenije (dLib)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dobre knjige.si	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10 - Ocenite vsebino portalov na katere naša knjižnica prispeva vsebine.

	Ne poznam	Zadostna	Ne vem, ne morem se odločiti	Ustrezna	Odlična
YouTube kanal knjižnice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portal Kamra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obrazi slovenskih pokrajin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Digitalna knjižnica Slovenije (dLib)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dobre knjige.si	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11 - Ocenite kakovost informacij o storitvah knjižnice, prireditvah in njihovi vsebini ter zaposlenih v knjižnici.

	Slabo	Zadostno	Ne ve, ne morem se odločiti	Ustrezno	Odlično
Informacije o storitvah in novostih, vsebina informacij.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promocijsko gradivo (promocijske brošure, spletna stran, vabila, obvestila itd.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizacija ter izvedba prireditev in dogodkov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informacije ter vsebina prireditev in dogodkov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svetovanje in pomoč pri iskanju gradiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomoč pri uporabi računalnika, COBISS+ in drugih knjižničnih storitev.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odnos do uporabnikov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12 - Ali v knjižnici kaj pogrešate? Prosimo, napišite vaše pripombe, pohvale, predloge.

13 - Ali ste v času epidemije dobili dovolj informacij o delovanju in storitvah knjižnice?

	Nisem bil/a seznanjen/a	Zadostne	Ne vem, ne morem se odločiti	Dobre	Odlične
Odpiralni čas knjižnice, njenih enot in bukvarne Ajta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obvestila o ukrepih za zaježitev epidemije (maske, razkužila, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Izposoja, rezervacija, prevzem in vračilo gradiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dogodki in prireditve.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14- Ali ste v času epidemije koristili storitve knjižnice?

DA - Kakšen je bil razlog?

(Možnih je več odgovorov)

- Naročanje, rezervacija in prevzem gradiva.
- Uporaba elektronskih virov.
- Izposoja e-knjig na Biblos-u
- Obisk virtualnih dogodkov na YouTube kanalu in Facebook profilu knjižnice.
- Vpis v knjižnico preko elektronskega obrazca.
- Drugo:

NE – Nam zaupate razlog? _____

15 - Kje ste v času epidemije dobili največ informacij? (Možnih je več odgovorov)

- Spletna stran knjižnice
- Facebook profil knjižnice in bukvarne Ajta
- V knjižnici
- Po telefonu
- Preko prijatelja
- Po e-pošti
- Po radiu
- Drugo: _____

16 - Ali ste v času epidemije v knjižnici kaj pogrešali? Prosimo, napišite vaše pripombe, pohvale, predloge.

17 - Spol

- Ženska
- Moški

18 - V katero starostno skupino spadate?

- do 18 let
- od 18 do 25 let
- od 26 do 35 let
- od 36 do 45 let
- od 46 do 55 let
- od 56 do 65 let
- nad 65 let

19 - Vaš status:

- Osnovnošolec/ka
- Srednješolec/ka
- Študent/ka
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Upokojenec/ka