Prisutnost državnih arhiva u Hrvatskoj na društvenim mrežama

Majić, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:500045

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu

Repository / Repozitorij:

ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Katedra za arhivistiku i dokumentalistiku
Akademska godina 2020./2021.

Josipa Majić

Prisutnost državnih arhiva u Hrvatskoj na društvenim mrežama

Diplomski rad

Mentor: dr. sc. Hrvoje Stančić

Neposredni voditelj: dr. sc. Jozo Ivanović

Zagreb, rujan 2021.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Sadržaj

Uvod ... 1
1. Razvoj arhivistike i arhivske djelatnosti ... 2
1.1. Povijesni razvoj arhivistike ... 2
1.2. Povijest arhiva u Hrvatskoj ... 4
2. Web 2.0 ... 10
2.1. Blog ... 12
2.2. Wiki sustavi ... 13
2.3. Mashup aplikacije ... 14
2.4. Podcast ... 15
2.5. RSS ... 16
2.6. Društveno označavanje ... 16
2.7. Društvene mreže ... 17
2.7.1. Facebook ... 19
2.7.2. Instagram ... 20
2.7.3. YouTube ... 22
2.7.4. LinkedIn ... 23
2.8. *Web 2.0 i arhivi* ... 24
3. Istraživanje ... 27
3.1. Prethodna istraživanja ... 27
3.2. Istraživačka pitanja ... 30
3.3. Metodologija istraživanja ... 31
3.4. Analiza rezultata ... 31
3.4.1. Analiza društvenih mreža ... 31
3.4.2. Analiza ankete ... 40
3.5. Primjeri europskih arhiva ... 50
3.5.1. The National Archives ... 51
3.5.2. Historijski arhiv Sarajevo ... 52
3.6. Rasprava ... 54
4. Smjernice za upravljanje društvenim mrežama ... 58
Zaključak ... 61
Literatura ... 62
Popis slika, tablica i grafikona ... 65
Prilog 1. Anketa ... 66
Sažetak ... 68
Summary ... 68

Uvod

Koncept Weba 2.0 pojavio se 2004. godine te još uvijek ima veliki utjecaj na skoro sve sfere ljudskog života pa su tako implementacijom Web 2.0 aplikacija nastali pojmovi poput knjižnice 2.0, e-obrazovanje 2.0, e-poslovanje 2.0 itd. Web 2.0 naziv je za skup aplikacija poput bloga, podcasta, društvenih mreža, RSS-a i wikija gdje korisnici sami stvaraju i dijele sadržaj te je upravo interaktivnost jedna od glavnih karakteristika. Prva društvena mreža pojavila se ubrzo nakon razvoja WWW-a točnije 1997. međutim tek se razvojem Facebooka 2004. godine, a potom i ostalih poznatih društvenih mreža kao što su YouTube, Instagram i Twitter zauvijek promijenio način na koji ljudi međusobno komuniciraju, dijele informacije i ideje. Osim što su promijenile način na koji ljudi međusobno komuniciraju, društvene mreže promijenile su i svakodnevno poslovanje te potaknule kako arhive tako i druge ustanove u kulturi da budu prisutni tamo gdje su korisnici, a to je na društvenim mrežama.

Broj radova o temi društvenih mreža i arhiva na području Republike Hrvatske je malobrojan te ne daje dovoljno informacija o tome koje sve društvene mreže državni arhivi u Hrvatskoj koriste, koliko su aktivni i tko njima upravlja. Nije poznato postoji li u arhivima strategija upravljanja društvenim mrežama te što arhivi vide kao prednosti i dobrobiti korištenja društvenih mreža.

Cilj ovoga rada je odgovoriti na gore navedene nepoznanice analizom profila društvenih mreža koje arhivi koriste te analizom rezultata ankete koju su riješili predstavnici državnih arhiva poput ravnatelja/ravnateljice ili nekog drugog zaposlenika. Prvo poglavlje prikazuje razvoj arhivske djelatnosti kroz povijest te razvoj arhiva u Hrvatskoj dok se drugo poglavlje fokusira na Web 2.0. Objasnit će se kako je tekao razvoj Weba 2.0 te najznačajnije Web 2.0 aplikacije s posebnim naglaskom na društvenim mrežama. Na početku trećeg poglavlja prikazat će se već provedena slična istraživanja te rezultati istraživanja ovoga rada. Istraživanje je podijeljeno u dva dijela, tj. dvije analize ranije spomenute. Osim toga, rezultati će se usporediti s dva europska arhiva kako bi se vidjelo postoji li razlika u broju društvenih mreža koje arhivi koriste te koliko su aktivni na društvenim mrežama. U posljednjem poglavlju iznijet će se nekoliko smjernica kako što efektivnije implementirati i upravljati društvenim mrežama u poslovanju arhiva kako bi se iskoristile sve mogućnosti koje društvene mreže nude.

1. Razvoj arhivistike i arhivske djelatnosti

Kako bi se bolje shvatio utjecaj društvenih mreža i Web 2.0 aplikacija na arhive i općenito na arhivsku djelatnost ukratko će se prikazati kako je tekao razvoj arhivske djelatnosti kroz povijest, a s obzirom na to da su fokus ovog rada državni arhivi u Hrvatskoj prikazat će se koliko dugo postoji tradicija čuvanja arhivskog gradiva u Hrvatskoj te ostali značajniji događaji u razvoju arhivske djelatnosti u Hrvatskoj.

1.1. Povijesni razvoj arhivistike

Iako se arhivistika kao znanstvena disciplina razvila tek u 19. stoljeću poznato je da su ljudi još od vremena prije pismenosti čuvali i prenosili informacije međutim taj se oblik čuvanja i prenošenja informacija bitno razlikuje od onoga kako se informacije čuvaju i prenose u novije doba. Danas se arhivistika definira kao „sustavan skup znanja kojim se pristupa vrednovanju, prikupljanju, autentifikaciji, očuvanju i dostupnosti zapisa.“[1] Važno je naglasiti kako u početku institucije koje su čuvale arhivsko gradivo nisu imale titulu arhiva niti su osobe koje su bile zadužene za čuvanje i zaštitu gradiva imale titulu arhivista. Osim toga, „stjecajem povijesnih i drugih okolnosti u mnogim bibliotekama i muzejima nalazi se također dio arhivske građe“[2] Stulli kao glavne razloge tome navodi to što se mreža knjižnica i muzeja širila puno brže od mreže arhiva pa su se te institucije bavile i prikupljanjem arhivskog gradiva te to „što se zapravo tek u novije vrijeme intenzivnije i šire raspravlja o kriterijima razgraničavanja između arhiva, biblioteka i muzeja u pogledu čuvanja arhivske građe“[3]. I danas su česte polemike je li određeno gradivo arhivsko, muzejsko ili knjižnično, a prema Zakonu o arhivskom gradivu i arhivima „u slučaju dvojbe je li neko gradivo arhivsko, muzejsko ili knjižnično, odlučuje ministar nadležan za kulturu, uz prethodno mišljenje nadležnog vijeća prema posebnom zakonu.“[4] Knjižnice su imale značajan utjecaj na razvoj arhiva pa su tako arhivi jedno vrijeme koristili i klasifikacijski sustav specifičan za knjižnice, a o ovome će kasnije biti nešto više napisano.

Prvi oblici arhivskog gradiva i arhiva na području Europe nastali su za vrijeme stare Grčke i Rima. Izvorni arhivi i gradivo nisu očuvani, no o njima saznajemo iz prijepisa povjesničara pa tako primjerice znamo da su se u Rimu čuvale odluke Senata, financijsko gradivo, zakoni i

[1] Mihaljević, M., Mihaljević, M. & Stančić, H. (2015). arhivistika. Arhivistički rječnik: HRVATSKO-ENGLESKI/ENGLESKO-HRVATSKI (str. 98). Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
[2] Stulli, B., Arhivistika i arhivska služba: studije i prilozi. Zagreb: Hrvatski državni arhiv, 1997. str. 353.
[3] Ibid.
[4] Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18, 98/19) Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima (15.12.2020.)

slično. Tijekom srednjeg vijeka arhivsko se gradivo čuvalo u riznicama i trezorima zbog čega se ovo razdoblje naziva trezorskim razdobljem. Gradivo su čuvali stvaratelji, a sve „do 18. stoljeća prevladava uloga arhivske građe kao dokazatelja pravnih i drugih relevantnih životnih činjenica."[5]

Iako još u predznanstvenom razdoblju prvi oblici arhivistike javljaju se u 16. stoljeću kada zbog širenja organa središnje vlasti dolazi do akumulacije sve većeg broja spisa i potrebe za uređenim sustavom čuvanja, upravljanja i opisa dokumentacije. Prvi arhivski priručnik *Von der Registratur und ihren Gebäwen und Regimenten* napisao je Jacob Von Rammingen, stručnjak za registrature 1540. godine, a koji je tiskan 1571. Osim ovog priručnika, još neka važnija djela toga doba su i priručnik Baldasserea Bonifacia pod nazivom *De Archivis* u kojem, isto kao i Von Rammingen, piše o upravljanju arhivom te *De Re Diplomatica* Jeana Mabilona.[6]

Do značajnih promjena došlo je nakon Francuske revolucije 1789. godine kada se arhivi, koji su do tada bili zatvoreni za javnost, osim za malu skupinu privilegiranih istraživača, otvaraju javnosti. Prema Michelu Ducheinu[7] Revolucija i Napoleonski ratovi ukinuli su do tada postojeću upravnu strukturu u zemljama Francuske, Italije, Njemačke i Španjolske zbog čega su arhivi došli pod novu upravnu vlast i izgubili svoju neposrednu važnost upravo zbog toga što ih se povezivalo s nekadašnjom upravom koja više ne postoji. Kao rezultat, povijesni značaj tih arhiva postao je njihova glavna značajka što će imati važne posljedice za ulogu arhiva, ali i arhivistike u budućnosti jer se dugo vremena na arhivistiku gledalo kao pomoću povijesnu znanost, a na arhive kao ustanove koje posjećuju samo povjesničari radi svojih znanstvenih istraživanja. Još jedna važna značajka Francuske revolucije je stvaranje jednog od prvih središnjih arhiva koji danas predstavlja Nacionalni arhiv Francuske – Archives Nationales[8] i stvaranje mreže arhiva na području cijele Francuske.

„Glavna teorijska rasprava, koja čini osnovu arhivske znanosti kakvu danas poznamo, dogodila se 1850-ih godina."[9] Gradivo u arhivima mnogih država bilo je sređeno po načelu pertinencije. Prema Arhivističkom rječniku to je „načelo kojim se gradivo slaže prema temi sadržaja neovisno o svojem podrijetlu ili prvotnome redu; primjenjuje se pri sređivanju zbirka, a u

[5] Stulli, B., 1997. Arhivistika i arhivska služba, n.dj., str. 350.
[6] Duchein Michel., The History of European Archives and the Development of the Archival Profession in Europe. // *The American Archivist* (1992) 55 (1): str. 14–25.
[7] Ibid.
[8] Nacionalni arhiv Francuske. Dostupno na: https://www.archives-nationales.culture.gouv.fr/en/web/guest/salle-des-inventaires-virtuelle;jsessionid=03C7A36DF2520C64AEA138EB26C0534A (15.12.2020.)
[9] Duchein Michel., The History of European Archives, n.dj., str. 14-25.

fondovima samo kad je nemoguće očuvati ili rekonstruirati prvotni red.“[10] To znači da je gradivo jednog stvaratelja bilo raspoređeno po prethodno uspostavljenim klasama ili temama, kao u knjižnicama, zbog čega se često gubio izvorni kontekst gradiva. Suprotno načelu pertinencije arhivist, povjesničar i diplomat Natalis de Wailly 1841. godine definirao je načelo provenijencije ili na francuskom *respect des fonds.* Napisao je „svi dokumenti koji dolaze od jednog tijela, ustanove, obitelji ili pojedinca čine fond i moraju se čuvati zajedno.“[11] Načelo je prvo prihvaćeno u Francuskoj i Belgiji, a nakon toga se proširilo po cijeloj Europi i šire te se primjenjuje i danas u suvremenoj arhivistici.

Znanstveno razdoblje arhivistike započinje tzv. Nizozemskim priručnikom kojeg su 1898. godine objavili Muller, Feith i Fruin. Jedan od glavnih ciljeva priručnika bio je standardizacija arhivske terminologije koja je bila prijeko potrebna radi lakše i jednostavnije globalne komunikacije, a važno je spomenuti kako su u priručniku definirali i načelo provenijencije. Još jedan važan događaj u povijesti arhivistike je osnivanje Međunarodnog arhivskog vijeća (ICA) 1948. godine s prvim održanim sastankom 1950. godine u Parizu. U 20. i 21. stoljeću objavljen je veliki broj radova koji su pridonijeli razvoju arhivske znanosti pa tako danas postoje razvijeni arhivistički standardi i norme, stručni časopisi te razna arhivistička društva. U ovo novije doba arhivi su suočeni s velikom količinom gradiva koje svakodnevno nastaje od čega je veliki postotak gradivo na nekonvencionalnim medijima što znači da arhivi moraju držati korak s tehnološkim napretkom, a arhivistika kao znanstvena disciplina neprestano se razvijati i prilagođavati.

1.2. Povijest arhiva u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se razvoj arhivske djelatnosti može podijeliti na dva razdoblja. Prvo razdoblje naziva se i riznično razdoblje zbog toga što se gradivo čuvalo u riznicama, a razvojem kancelarija u 13. stoljeću gradivo se čuva u pismohranama. To je razdoblje u kojem „stvaraoci-imaoci čuvaju i koriste pisanu građu u obranu svojih prava, pa zato sami i određuju što će se trajno čuvati.“[12] Drugo razdoblje počinje u 19. stoljeću odvajanjem tekućeg gradiva i gradiva koje ima određeni povijesni ili kulturni značaj u posebna spremišta što dovodi do 20. stoljeća

[10] Mihaljević, M., Mihaljević, M. & Stančić, H. (2015). principle of pertinence. Arhivistički rječnik: HRVATSKO-ENGLESKI/ENGLESKO-HRVATSKI (str. 143). Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
[11] Desjardins G., Le Service des Archives departementales. Paris: E. Bourloton, 1890 : str. 30.
[12] Lalić S., Kolanović J. Arhivski fondovi i zbirke u arhivima i arhivskim odjelima u SFRJ : SR Hrvatska. Beograd : Savez arhivskih radnika Jugoslavije, 1984. str. 11.

kada se razvijaju arhivi kao samostalne ustanove i tek tada se može govoriti o arhivskoj službi u punom smislu riječi.

Razvoj arhiva u priobalju tekao je nešto drugačije od razvoja arhiva u kontinentalnom dijelu Hrvatske tako da već od 13. stoljeća postoji sustavna briga za spise dok su najstariji pisani dokumenti očuvani u prijepisima. „Prvi je poznati propis o čuvanju spisa iz 1312. godine, a nastao je na području Splita. To je odredba Splitskog statuta kojom se propisuje strogi režim čuvanja i zaštite pisane građe u posebnoj prostoriji, čak i u posebnom objektu.“[13] Taj se statut koristio kao glavno pravilo čuvanja sve do propasti Mletačke republike 1797. godine. I ostali gradovi na priobalju poput Brača, Hvara, Trogira i Pule imali su slične odredbe u svojim statutima.

U Dubrovniku se najznačajniji dokumenti čuvaju u riznici, a najstariji očuvani dokument potječe iz 1022. godine, a radi se o Buli pape Benedikta VIII. Godine 1418. donesena je odluka da se sve važnije knjige pišu na pergameni, a 1559. formira se arhiv te „je određeno da se spisi označe tekućim brojevima.“[14] Očuvano je gradivo od 13. stoljeća pa do pada Dubrovačke Republike 1808. godine, a prvi imenovani arhivist u Dubrovačkoj Republici spominje se 1783. godine.

U Zadru se 1624. godine osniva arhiv generalnog providura za Dalmaciju i Albaniju, a Ivan Lučić od 17. stoljeća koristi gradivo u arhivu za povijesna istraživanja. Ovaj arhiv postat će centralni arhiv na području Dalmacije te će se u njemu čuvati „najznačajnija arhivska građa za povijest Dalmacije.“[15] Za vrijeme prve austrijske uprave 1797.-1806. dolazi do reorganizacije uprave, a za vrijeme francuske uprave 1806.-1813. trebali su stupiti na snagu francuski zakoni o arhivskoj građi „no zbog kratkotrajnosti francuske vladavine i kasna stupanja na snagu tih zakona, oni na našem području nisu provedeni.“[16]

Tijekom druge austrijske uprave 1814.-1918. počinje odvajanje tekućeg od arhivskog gradiva, a 1814. godine arhiv generalnog providura u Zadru postaje Arhiv starih spisa u koji su dopremljeni spisi iz razdoblja francuske uprave. Osim toga, uništavaju se financijski spisi i dolazi do reorganizacije uprave i sudstva. Treba spomenuti da je u drugoj polovici 19.stoljeća u Beču „vođena velika diskusija o arhivima i njihovom uređenju, što je imalo znatnog utjecaja

[13] Ibid. str. 12.
[14] Ibid. str. 13.
[15] Ibid. str. 13.
[16] Ibid. str. 13.

i za područje Dalmacije.“[17] Iako je cijela diskusija najviše utjecaja imala na arhive u Beču „postavljeni su temelji suvremene arhivske službe u Monarhiji“[18] pa se tako donose propisi o korištenju i izlučivanju gradiva, ističe se važnost arhivskog gradiva za znanost te je određeno da se gradivo iz pismohrana nakon nekog vremena preda arhivima.

U kontinentalnoj Hrvatskoj sustavna briga za gradivo postoji od srednjeg vijeka nadalje. Kaptoli predstavljaju mjesta za čuvanje gradiva tako da su i javne ustanove svoje gradivo povjeravale kaptolima na čuvanje. Primjer takvog kaptola je Požeški kaptol koji od 1305. godine ima posebnu škrinju za čuvanje isprava, a statuti Zagrebačkog kaptola iz 1334. određuju da isprave čuva „kanonik čuvar“. Osim kaptola, isprave i spise čuvali su banovi i protonotari.

„Početci organiziranoga djelovanja središnjega arhiva u Hrvatskoj simbolički se povezuju s 1643. godinom kada je na temelju saborske odluke zemaljski blagajnik Ivan Zakmardi de Diankovec dao izraditi posebnu škrinju povlastica Kraljevine, u kojoj se čuvaju zemaljske isprave, povlastice i zakonske odredbe.“[19] Za prvog zemaljskog arhivista u centralnom arhivu izabran je 1744. godine Ladislav Kiraly, a sljedeće je godine dobio uputu za sređivanje, izlučivanje, popisivanje i čuvanje spisa Kraljevine. Godine 1764. škrinja povlastica koja se do tada čuvala u sakristiji Zagrebačke katedrale premještena je u sabornicu na Markovom trgu. Između 1791. i 1797. sastavljen je prvi repertorij pojedinih skupina spisa kao što su: Sabor, Banski spisi, Spisi protonotara, a prvi stalni arhivist Kraljevskog arhiva bio je Ivan Zrnčić postavljen na to mjesto 1800. godine.

Ranije spomenuta diskusija u Beču utjecala je i na rad arhiva u Banskoj Hrvatskoj. „Osnovno usmjerenje u pristupu arhivskoj građi bilo je stvaranje središnjih arhiva, pa je cjelokupna problematika zaštite arhivske građe usmjerena na Kraljevski, odnosno Zemaljski arhiv u Zagrebu.“[20] Ban Josip Jelačić imenovao je 1848. Ivana Kukuljevića Sakcinskog upraviteljem arhiva te on iste godine vraća dio arhivskog gradiva iz Budimpešte u matični arhiv. Vraćeno je gradivo hrvatskih plemićkih obitelji kao što su grofovi Zrinski i knezovi Frankopani te gradivo Hrvatskog kraljevskog vijeća. Nekoliko godina nakon ban Khuen – Héderváry vratio je važnije spise u Budimpeštu te su oni 1956. i 1960. vraćeni nazad u Hrvatsku. Kraljevski državni arhiv (današnji Hrvatski državni arhiv) osamostaljuje se 1923. godine dok je 1926. osnovan

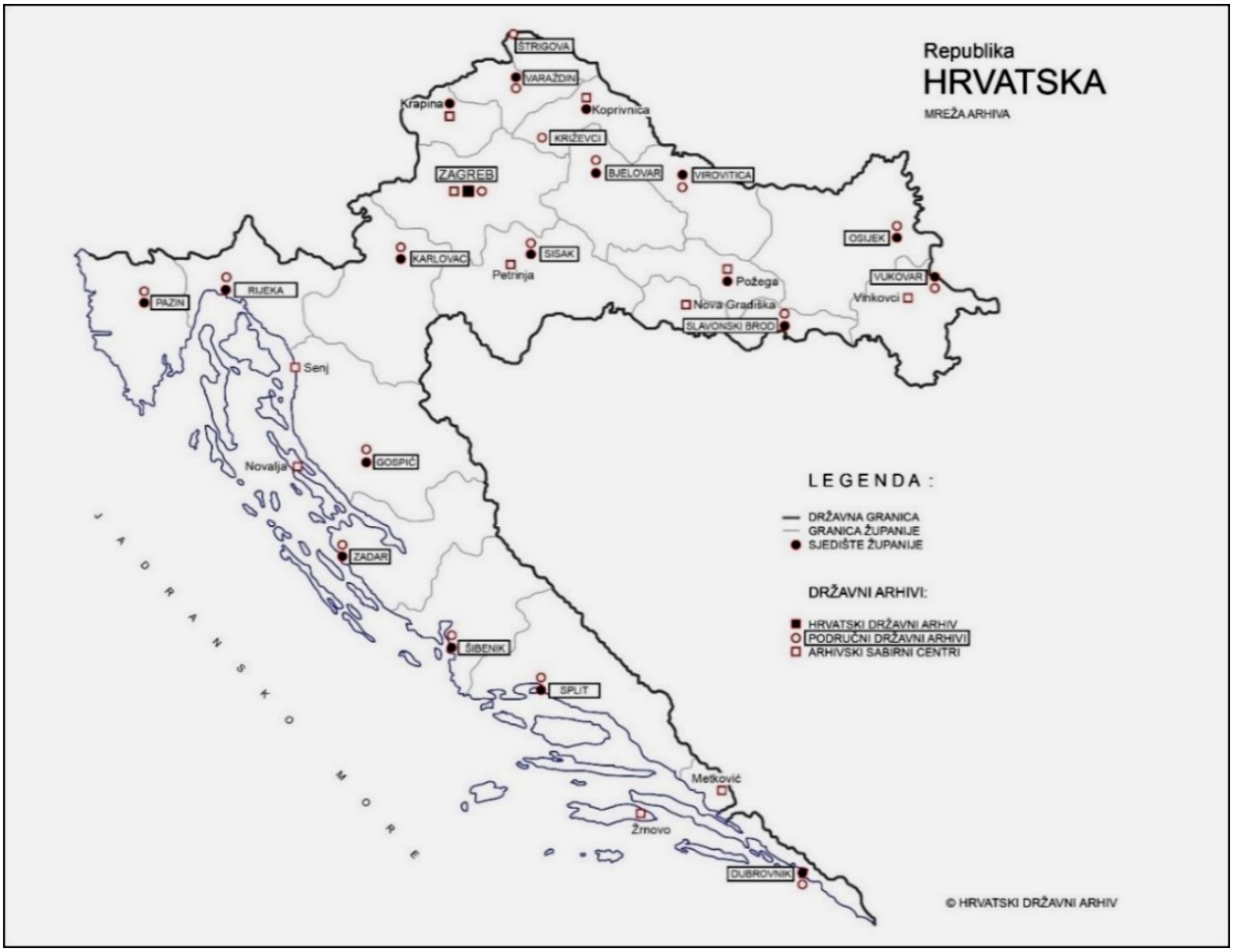
[17] Ibid. str. 14.
[18] Ibid. str. 14.
[19] HDA: Povijest Hrvatskog državnog arhiva. Dostupno na: http://www.arhiv.hr/hr-hr/O-nama/Povijest (17.12.2020.)
[20] Lalić S., Kolanović J. Arhivski fondovi i zbirke u arhivima , n. dj, str. 16.

Kraljevski državni arhiv u Rijeci, a nakon II. svjetskog rata osnivaju se brojni državni arhivi kao što su: Arhiv grada Zagreba (1947.), Arhiv grada Varaždina (1950.), Arhiv grada Splita (1952.), Historijski arhiv u Slavonskom Brodu (1959.) i drugi.

Godine 1963. uspostavljena je teritorijalna nadležnost arhiva koja je ostala nepromijenjena sve do 1999. kada se osniva arhiv u Gospiću koji je preuzeo dio gradiva iz arhiva u Karlovcu. Državni arhivi u Vukovaru i Šibeniku te Državni arhiv za Međimurje osnovani su 2007. godine čime je smanjena teritorijalna nadležnost Državnih arhiva u Osijeku, Zadru i Varaždinu dok je 2008. godine osnovan Državni arhiv u Virovitici.

Ostali važniji događaji koje treba spomenuti su osnivanje Arhiva HAZU u kojem se čuva gradivo od 11. stoljeća, osnivanje Laboratorija za konzervaciju i restauraciju koji od 1964. djeluje samostalno te osnivanje Hrvatske kinoteke 1979. čime arhiv preuzima brigu za očuvanje nacionalne filmske baštine, a 1950. godine donesen je prvi zakon o arhivima pod nazivom *Opći zakon o državnim arhivima*. Matični arhiv Hrvatske postao je članom Međunarodnog arhivskog vijeća 1992. godine, a 1993. mijenja naziv u Hrvatski državni arhiv. Prema Zakonu o arhivskom gradivu i arhivima „arhiv je pravna osoba ili ustrojstvena jedinica u pravnoj osobi (arhiv u sastavu) čija je temeljna zadaća čuvati, obrađivati i omogućiti korištenje dokumentarnog i arhivskoga gradiva sukladno odredbama ovoga Zakona.“[21] Danas u Hrvatskoj razlikujemo četiri vrste arhiva: državni, arhivi jedinica lokalne i područne samouprave, specijalizirani i privatni. Postoji 17 područnih državnih arhiva i središnji državni arhiv te neki državni arhivi imaju i sabirne centre, a njihova teritorijalna raspodjela može se vidjeti na slici 1.

[21] Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18, 98/19) Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima (10.5.2021.)



Slika 1. Mreža državnih arhiva u Hrvatskoj
Izvor: https://esavjetovanja.gov.hr/Econ/MainScreen?entityId=11809

Arhivi lokale i područne samouprave u Hrvatskoj trenutno ne postoje, međutim zakonom je određeno da „jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave mogu osnovati svoj arhiv.“[22] Primjer specijaliziranog arhiva je Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata[23]. To je javna znanstvena ustanova – specijalizirani arhiv koji je osnovala Republika Hrvatska s ciljem „prikupljanja, objedinjavanja, sređivanja i zaštite sve dokumentacije i svih podataka nastalih u Domovinskom ratu i vezane uz rat“[24].

Pod privatne arhive ubrajaju se sveučilišni arhivi, arhivi vjerskih zajednica, arhiv banki i dr. „Privatni i specijalizirani arhivi (sveučilišni arhivi, gospodarski arhivi, arhivi vjerskih zajednica, arhivi banaka i dr.) mogu prikupljati i čuvati dokumentarno i arhivsko gradivo

[22] Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18, 98/19) Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima (15.12.2020.)
[23] Hrvatsko memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rada. Dostupno na: https://centardomovinskograta.hr/ (17.12.2020.)
[24] Hrvatsko memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rada – djelatnost. Dostupno na: https://centardomovinskograta.hr/hmdcdr/djelatnost/ (17.12.2020.)

nastalo radom svojih osnivača i drugih domaćih pravnih i fizičkih osoba.“[25] U ovome radu naglasak je samo na državnim arhivima u Hrvatskoj te će se prije analize istraživanja prikazati razvoj Weba 2.0 te objasniti najznačajnije Web 2.0 aplikacije.

[25] Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18, 98/19) Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima (17.12.2020.)

2. Web 2.0

Povijest Interneta počinje 60-ih godina 20. stoljeća kada je Ministarstvo obrane SAD-a pokrenulo računalnu mrežu ARPANET *(Advanced Research Projects Agency Network)* čija je glavna zadaća bila slanje podataka preko mreže između znanstveno-istraživačkih i vojnih kompleksâ.

Tih godina razvija se još nekoliko računalnih mreža koje se međusobno udružuju te se počinje koristiti termin Internet, a ono što je dovelo do popularizacije Interneta i njegova širenja u svakodnevni život je razvoj mrežne usluge WWW *(World Wide Web).* Za razvoj WWW-a, najpoznatijeg sustava za prenošenje informacija na Internetu, zaslužan je engleski znanstvenik Tim Barners-Lee. „Tom se uslugom korisnicima omogućuje pretraživanje mnogobrojnih dokumenata, tzv. stranica što ih na uvid nude pojedinci, udruge, poduzeća, organizacije i sl.“[26] Internet je u Hrvatsku došao 17.11.1992. uspostavom veze između Zagreba i Beča dok je riječ Internet već 1996. godine bila u uobičajenoj upotrebi u razvijenim zemljama misleći se pritom na WWW.

Od svog nastanka 1989. godine pa do danas razvile su se tri generacije weba. Web 1.0 predstavlja statičnu generaciju WWW-a gdje bi korisnici otišli na željenu web stranicu i pročitali objavljene informacije bez mogućnosti da sami sudjeluju u stvaranju sadržaja. To su bile statične web stranice koje su pripadale tvrtkama, organizacijama ili pojedincima dok su sadržaj kreirali uglavnom samo stručnjaci, primjeri takvih stranica su online rječnici.

Kako se od svojih početaka Internet razvija velikom brzinom već 2004. godine Tim O'Reilly govori o Webu 2.0 točnije, O'Reilly Media i MediaLive organizirali su prvu Web 2.0 konferenciju gdje su definirali Web 2.0 kao pojam i koncept. Web 2.0 predstavljaju društvene mreže, društveno označavanje, informacijske tehnologije, folksonomija, multimedijalnost itd. Iako bi se moglo pomisliti kako se radi o novoj verziji weba s novim tehničkim značajkama, radi se ustvari o drugačijoj promjeni. Najveća promjena u odnosu na Web 1.0 je interaktivnost, korisnici prestaju biti statični promatrači i postaju aktivni sudionici u stvaranju, nadopunjavanju i dijeljenju sadržaja. Enciklopedija Britannica[27] je primjer Web 1.0 stranice koja se oslanja na stručnjake koji pišu provjerene informacije dok s druge strane Wikipedia[28] vjeruje korisnicima koji sami stvaraju i nadopunjuju sadržaj koji se dijeli. Može se reći kako je to nova etapa ili

[26] Internet. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. Dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27653 (23.12.2020.)
[27] Enciklopedija Britannica. Dostupno na: https://www.britannica.com/ (23.12.2020.)
[28] Wkipedia. Dostupno na: https://www.wikipedia.org/ (23.12.2020.)

generacija weba gdje više ne postoji samo nekoliko statičnih stranica nego mnoštvo aplikacija i stranica, najčešće besplatnih, koje koriste ne samo pojedinci nego i obrazovne institucije, tvrtke, vlada itd., a „zahvaljujući različitim alatima, kao što je postavljanje fotografija i videa, novosti se lako prenose i uspostavlja se visoka razina interakcije.“[29]

Do pojave pojma Web 3.0 dolazi 2006. godine. Ovaj web naziva se i semantičkim webom, a „svrha semantičkoga weba je povezivanje temeljnih područja ljudskoga znanja i njihova strojna obrada putem kontekstualizirane i stroju razumljive terminologije.“[30] Odnosno, ideja semantičkog weba je definiranje i povezivanje podataka tako da se oni osim za prikaz koriste i za automatizaciju i integraciju te da se ponovno iskoriste u drugim aplikacijama. Web bi tako postao velika baza podataka u kojoj su informacije klasificirane, sortirane i pretražive. Berners Lee je već 1998. godine imao viziju o razvoju semantičkog weba, međutim ta se vizija prilagođavala kako su se mijenjale tehnologije weba. W3C – World Wide Web Consortium[31] međunarodni je konzorcij koji skupa s organizacijama članicama i javnosti radi na razvoju web standarda. Upravo W3C *Semantic Web* brine oko standardizacije temeljne Web 3.0 tehnologije i njihovoj kompatibilnosti, a neke od glavnih tehnologija semantičkog weba su: URI/IRI, RDF, RDFS, OWL te SPARQL. U tablici 1. mogu se vidjeti glavne karakteristike sve tri generacije weba.

Tablica 1. Prikaz karakteristika Weba 1.0, Weba 2.0 i Weba 3.0

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Godina nastanka	1989.	2004.	2006.
Naziv	The Web	The Social Web	The Semantic Web
Začetnik	Tim Barners-Lee	Tim O'Reilly	Tim Barners-Lee
Način korištenja	Čitanje	Čitanje i pisanje	Čitanje, pisanje i izvršavanje
Cilj	Povezati informacije	Povezati korisnike	Povezati znanje
Način pregledavanja sadržaja	Web preglednik	Web preglednik, RSS čitač	RDF, RDFS, OWL

[29] Matijaš Ana Pia, Korištenje digitalnim marketinškim alatima u hrvatskim muzejima. // Muzeologija, No. 54, 2017., str. 113.
[30] Putica Marija, Semantički Web. // Hum : časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, God.13 (2018), 19, str. 102.
[31] W3C. Dostupno na: https://www.w3.org/ (23.12.2020.)

Nakon kratkog pregleda razlika između tri generacije weba objasnit će se podjela Weba 2.0 s posebnim naglaskom na društvene mreže koje su središnji dio ovog istraživačkog rada. Mogu se pronaći brojne podjele Weba 2.0, a sve uključuju ove alate i aplikacije: blogovi, wikiji, podcasti, mashup aplikacije, društveno označavanje, RSS i društvene mreže.

2.1. Blog

Blog je skraćenica engleske riječi *weblog,* a može se definirati kao online osobni dnevnik ili informativna web stranica gdje se objavljuju tekstovi, takozvani postovi (engl. *posts*) koje čitatelji mogu komentirati. To je mjesto gdje pojedinac ili skupina autora dijeli svoje stavove i ideje o određenoj temi, a postovi su poredani obrnutim kronološkim redoslijedom tako da se zadnje objavljeni post prikazuje prvi.

U početku su blogovi bili poput osobnih dnevnika koje su pojedinci ili mala skupina autora vodili online i raspravljali o određenim temama od znanosti do kuhanja, međutim danas uz takve blogove sve više ustanova i tvrtki na svojim web stranicama posjeduje i blog.

Blogovi predstavljaju jedan od način kako poboljšati poslovanje i povećati promet na web stranicama jer se redovitim objavljivanjem kvalitetnih i informativnih postova te stavljanjem oznaka povećava vjerojatnost da će ciljana publika neke tvrtke ili institucije pronaći upravo njihovu web stranicu.

Glavna razlika između web stranice i bloga je ta što su web stranice statične i rijetko se ažuriraju dok autori blogova redovito objavljuju postove te čitatelji imaju mogućnost komentiranja čime se povećava interakcija između autora i čitatelja. Isto tako, svaki se post sastoji od naslova, teksta, datuma objave i oznaka (engl. *tags*), a postovi mogu biti raspoređeni po kategorijama. Još jedan pojam koji se veže uz blogove je blogosfera (engl. *blogosphere*), a označava globalnu zajednicu blogova i njihovih autora. Neke od najpoznatijih platformi za objavljivanje blogova su WordPress[32] na kojem se objavljuje preko 90% svih blogova na Internetu, Wix[33] te Blogger[34].

[32] WordPress. Dostupno na: https://wordpress.org/ (3.1.2021.)
[33] Wix. Dostupno na: https://wixstats.com/?a=10255&c=2577&s1 (3.1.2021.)
[34] Blogger. Dostupno na: https://www.blogger.com/about/?bpli=1 (3.1.2021.)

- Primjer arhivističkih blogova: The National Archives Ujedinjeno Kraljevstvo[35], Archives Portal Europe[36]

Osim blogova treba spomenuti i mikroblogove. To je posebna kategorija blogova koju karakterizira objava kratkih poruka, fotografija ili poveznica, a najpoznatiji mikroblog je Twitter[37].

Twitter je nastao 2006. godine i predstavlja kombinaciju mikrobloga i društvene mreže na kojoj korisnici objavljuju i komuniciraju preko kratkih poruka koje se nazivaju *tweet*. Do nedavno je jedan tweet mogao imati do 140 znakova, međutim od 2017. godine taj se broj povećao na 280. Korisnici mogu pristupiti Twitteru putem web sučelja ili aplikacije na mobilnom uređaju. Nakon registracije korisnici mogu objavljivati sadržaj („tweetati"), pratiti druge korisnike (engl. *follow*), „lajkati" objave drugih korisnika te prosljeđivati tweetove (engl. *retweet*) dok neregistrirani korisnici mogu samo čitati objave. Twitter je jedna od najpopularnijih društvenih mreža koja broji preko 300 milijuna korisnika, a svoju popularnost duguje jednostavnom korištenju i brzom širenju informacija. Upravo zbog brzog širenja informacija postoji rubrika s trendovima gdje se može vidjeti o kojim temama ili *hastagovima* se najviše priča.

- Primjer arhiva koji koriste Twitter: Arhiv Celje[38], Arquivo Municipal de Lisboa[39]

2.2. Wiki sustavi

Prema Leufu i Cunninghamu[40] wiki sustavi predstavljaju proširivu kolekciju međusobno povezanih web stranica, kažu kako je to baza podataka gdje korisnici mogu lako uređivati svaku stranicu te kako je to sustav za izmjenu i dopunu podataka. Glavna karakteristika wiki sustava je slobodni pristup (engl. *open access*) što znači da korisnici, koji nisu nužno stručnjaci, dobrovoljno mogu pregledavati, pisati i uređivati informacije.

Najpoznatiji primjer wiki sustava je Wikipedia čiji slogan glasi „slobodna enciklopedija koju svatko može uređivati."[41] Razvili su je Jimmy Wales i Larry Sanger 2001. godine, a danas je vodi neprofitna organizacija Wikimedia Foundation. Wikipedia je stekla veliku popularnost

[35] The National Archives. Dostupno na: https://blog.nationalarchives.gov.uk/ (3.1.2021.)
[36] Archives Portal Europe. Dostupno na: https://archivesportaleurope.blog/ (3.1.2021.)
[37] Twitter. https://twitter.com/?lang=en (3.1.2021.)
[38] Twitter arhiva Celje. Dostupno na: https://twitter.com/arhivce?lang=en (3.1.2021.)
[39] Twitter arhiva u Lisabonu. Dostupno na: https://twitter.com/ArquivoLisboa (3.1.2021.)
[40] Leuf, B. and Cunningham, W., The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web, Addison-Wesley Longman, GlenView, IL., 2001.
[41] Wikipedia. Dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Wikipedija (3.1.2021.)

upravo zbog svog slobodnog pristupa te predstavlja jedan od najpoznatijih izvora informacija danas.

Osim slobodnog pristupa neke od značajnijih karakteristika Wikipedije su jednostavno uređivanje što znači da korisnici ne trebaju znati HTML ili neki drugi programski jezik kako bi uredili sadržaj. Isto tako, korisnici stavljaju poveznice i reference na druge web stranice koje su povezane s pojmovima spomenutima u wikiju te je dostupno praćenje promjena tako da se može vidjeti tko je i kada napravio zadnju izmjenu.

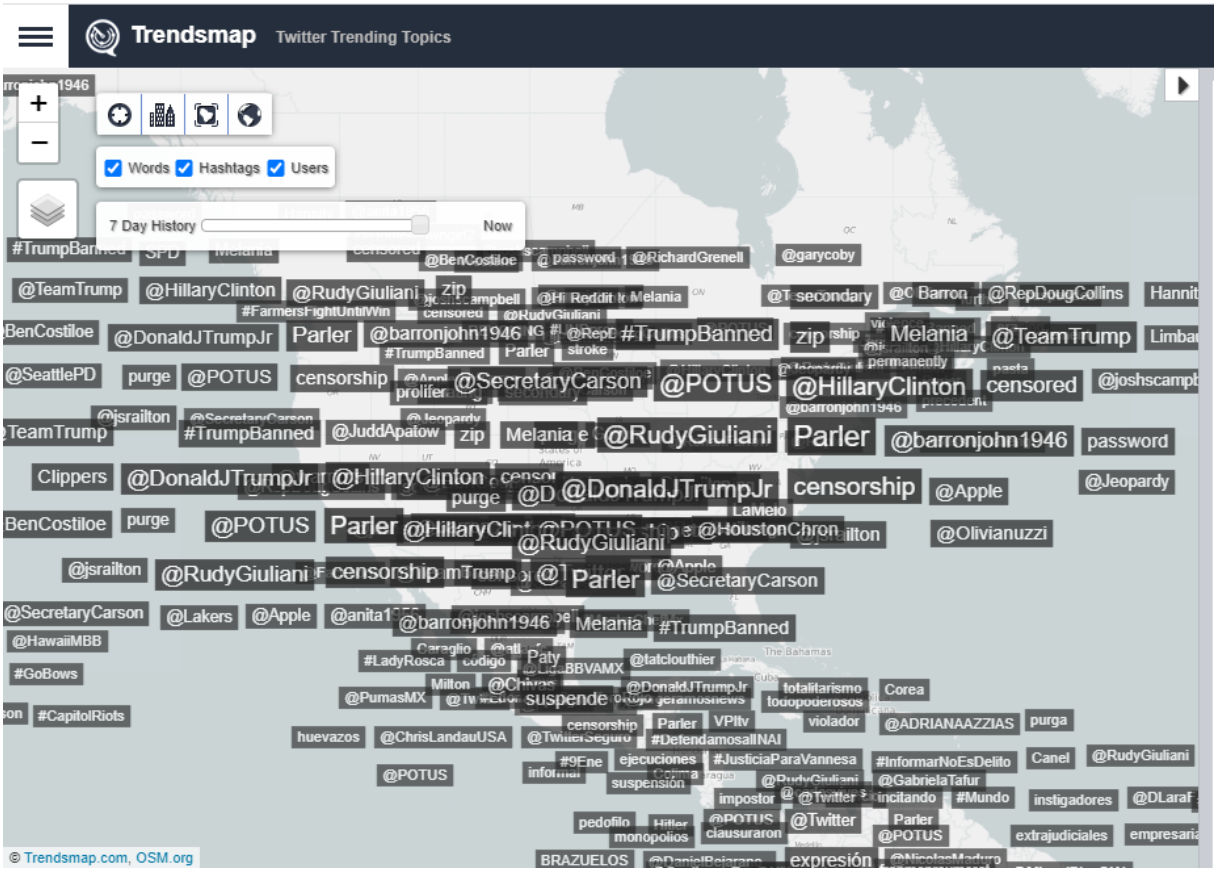
Iako je to što svatko može urediti i dodati sadržaj na Wikipediju jedna od glavnih prednosti Wikipedije ona predstavlja i jednu od najvećih mana zbog toga što informacije često nisu točne. Osim toga, treba spomenuti da je mnoštvo stranica započeto međutim nije dovršeno pa se o nekim temama može pronaći tek nekoliko rečenica, a svakako treba spomenuti i vandalizam kao posljedicu slobodnog pristupa.

- Primjer arhiva na Wikipediji: Državni arhiv u Pazinu[42], National Archives of Australia[43]

2.3. Mashup aplikacije

Mashup označava web stranicu ili aplikaciju koja obuhvaća sadržaj s dva ili više izvora na jednom mjestu kreirajući novu aplikaciju. Mashup aplikacije nazivaju se i hibridnim aplikacijama te su postale popularne zbog toga što ih se može relativno lako i brzo razviti, a pri tom procesu najčešće se koristi sadržaj nekog sučelja za programiranje aplikacija (API – *Application Programming Interface*), RSS-a ili neke XML datoteke. Često se koriste geografski podaci s Google Mapsa u kombinaciji s nekom stranicom ili aplikacijom, a primjer takvog mashupa je Trendsmap[44]. Trendsmap je mashup Twittera i Google Mapsa, a funkcionira na principu da korisnici mogu vidjeti koje su najpopularnije teme i trendovi na Twitteru u određenom mjestu, primjer se može vidjeti na slici 2. Osim toga, mogu se vidjeti top tweetovi općenito na Twitteru ili po određenoj lokaciji.

[42] Wikipedia – Državni arhiv u Pazinu. Dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Dr%C5%BEavni_arhiv_u_Pazinu (3.1.2021.)
[43] Wikipedia – National Archives of Australia. Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/National_Archives_of_Australia (3.1.2021.)
[44] Trendsmap. Dostupno na: https://www.trendsmap.com/ (4.1.2021.)



Slika 2. Primjer Trendsmap mashupa
Izvor : https://www.trendsmap.com/#

2.4. Podcast

„Podcasti su digitalne audio datoteke, uglavnom u obliku epizoda, koje se mogu preuzeti putem raznih aplikacija“[45], a teme su, kao i kod blogova, raznovrsne. Riječ *podcast* nastala je povezivanjem pojmova iPod i engleske riječi *broadcast* koja označava emitiranje, a koncept podcasta razvili su 2000. godine Adam Curry i Dave Winer koji je razvio RSS.

Svaki podcast mora imati svoj RSS izvor jer RSS sadrži sve bitne informacije, odnosno metapodatke, o podcastu kao što su naslov, naslov epizode, opis, link za audio datoteku itd. Osim toga, RSS omogućuje korisnicima da se pretplate na podcast, da preuzmu epizode koje žele te se upravo RSS koristi kako bi se objavljene epizode nekog podcasta automatski prikazale u aplikaciji ili na web stranici. Koncept podcasta svoj uspjeh duguje Amerikancima koji dosta vremena provode u automobilu te ih je velika većina radio zamijenila podcastima tijekom vožnje na i s posla.

[45] Alexander Bryan, Web 2.0 and Emergent Multiliteracies. // Theory Into Practice , Spring, 2008, Vol. 47, No. 2, Digital Literacies in the Age of Sight and Sound (Spring, 2008), str. 159.

- Primjer arhiva koji imaju podcast: The National Archives Ujedinjeno Kraljevstvo[46], Library and Archives Canada[47]

2.5. RSS

RSS (engl. *Really Simple Syndication*) predstavlja servis koji šalje obavijesti korisnicima o najnovijim sadržajima na web stranicama, blogovima i podcastima na koje su se pretplatili. Sve što je potrebno za čitanje RSS dokumenta je RSS čitač koji funkcionira na način da se na web stranici klikne na ikonu za RSS ili se kopira link u RSS čitač te će korisnik biti obaviješten o svim novim sadržajima (engl. *feed*) u istom trenutku u kojem su objavljeni bez potrebe za odlaskom na web stranicu.

RSS je odličan alat za korisnike koji „ručno" pregledavaju više stranica kako bi došli do novih informacija jer će uvelike smanjiti vrijeme utrošeno na pregledavanje tih stranica u potrazi za najnovijim informacijama. Isto tako, odlična je zamjena i za *mailing* liste zbog toga što *mailing* liste ne obavještavaju korisnika o svim novim vijestima te se elektronička pošta često dobiva na tjednoj ili čak mjesečnoj bazi.

- Primjer arhiva koji nude RSS pretplatu: The National Archives Ujedinjeno Kraljevstvo[48], Državni arhiv Ljubljana[49]

2.6. Društveno označavanje

Društveno označavanje (engl. *social bookmarking* ili *social tagging*) podrazumijeva organizaciju i spremanje web poveznica koristeći neki servis za društveno označavanje te dodjeljivanje oznaka tim poveznicama. Korisnici na taj način stvaraju bazu podataka sa stalno dostupnim poveznicama koje su kategorizirane upotrebom ključnih riječi ili oznaka. „Oznake (*tagovi*) su nestrukturirane, nehijerarhijske, slobodne forme koje stvaraju i definiraju krajnji korisnici kako bi identificirali izvore za pretraživanje, te ih kasnije lakše pronalazili."[50]

Osim po oznakama, korisnici izvore mogu razvrstati i po grupama, godinama i slično. Isto tako, drugi korisnici mogu komentirati te izvore, dodavati ili mijenjati oznake. Još jedan pojam koji

[46] Podcast – The National Archives. Dostupno na: https://media.nationalarchives.gov.uk/index.php/category/podcasts-2/ (9.1.2021.)
[47] Podcast – Library and Archives Canada. Dostupno na: https://www.bac-lac.gc.ca/eng/news/podcasts/Pages/podcasts.aspx (9.1.2021.)
[48] RSS – The National Archives. Dostupno na: https://www.nationalarchives.gov.uk/rss/ (9.1.2021.)
[49] RSS – Arhiv u Ljubljani. Dostupno na: https://www.zal-lj.si/feed/ (9.1.2021.)
[50] Purgarić-Kužić Branka, Društveno označivanje i knjižnice.// Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 54 No. 4, 2011. str. 189-210.

treba spomenuti, a nastaje kao rezultat društvenog označavanja je folksonomija (engl. *folksonomy*) – ukupnost svih dodijeljenih oznaka, a što više ljudi doda oznaku istom izvoru to će sadržaj biti lakše pretraživ. Neki od najpoznatijih servisa za društveno označavanje su Digg[51] i StumbleUpon[52], a poznati servis za označavanje fotografija naziva se Flickr[53].

- Primjer arhiva koji imaju Flickr profil: Granger Historical Picture Archive[54], National Film and Sound Archive of Australia[55]

2.7. Društvene mreže

„Društvene mreže definiraju se kao internetska društva sastavljena od članova koji stvaraju vlastite profile, komuniciraju s ostalim članovima, prate poveznice koje su podijelili drugi članovi te sami stvaraju svoje sadržaje.“[56] Za korištenje većine društvenih mreža preduvjet je stvaranje korisničkog profila s osobnim informacijama kao što su ime i prezime, datum rođenja, mjesto stanovanja, završena škola ili fakultet, interesi i slično. Ove informacije variraju od stranice do stranice te korisnik sam bira koliko će osobnih informacija podijeliti s drugima.

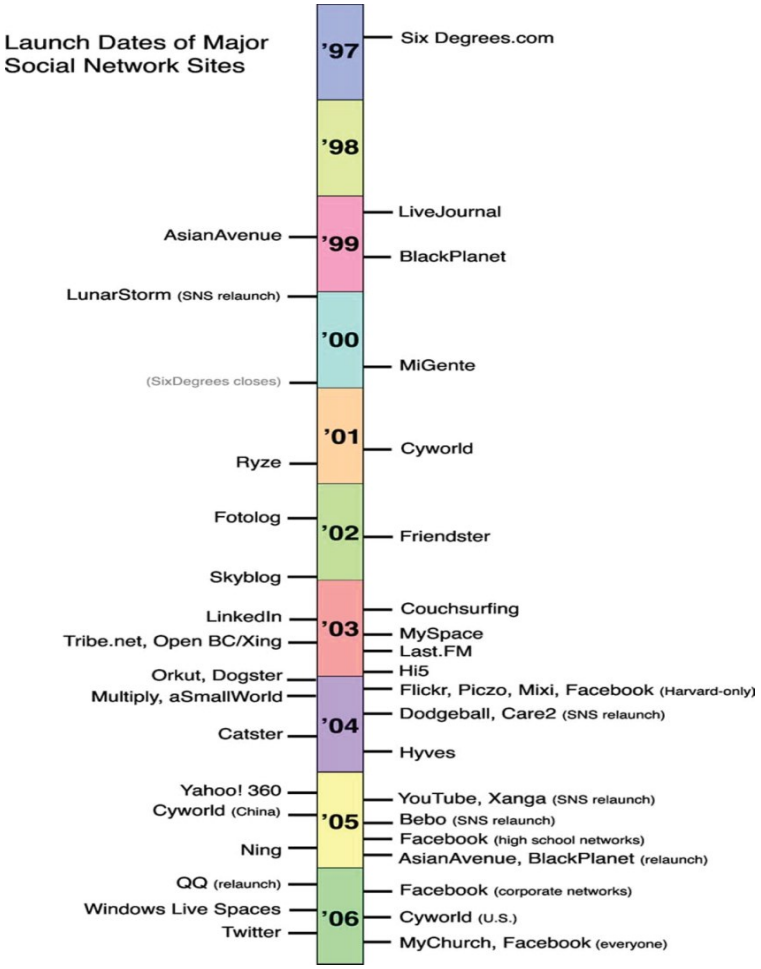
Nakon što je korisnik napravio profil potrebno je povezati se s drugima tako što će poslati „zahtjev za prijateljstvo“ ili početi „pratiti“ drugog korisnika. Osim poznanika i prijatelja iz stvarnog života, korisnici mogu biti prijatelji ili pratiti ljude koje ne znaju temeljem primjerice zajedničkih interesa. Nakon što se uspostavi veza između dva korisnika oni si tada mogu međusobno slati privatne poruke, dijeliti sadržaj na profilu, komentirati ili „lajkati“ objave. Isto tako, korisnici mogu pratiti i stranice koje nisu osobni profili, a čiji ih sadržaj zanima naprimjer stranicu Hrvatskog državnog arhiva ili Muzeja grada Zagreba.

Još jedan od temeljnih elemenata društvenih mreža je dijeljenje sadržaja. „Primarna svrha dijeljenja sadržaja je socijalizacija: korisnici komuniciraju jedni s drugima pišući objave (bilo na svom profilu ili na profilu drugog korisnika), objavljujući linkove raznih web stranica te objavljujući fotografije i videozapise.“[57] Objavljeni sadržaj drugi korisnici mogu „lajkati“ i komentirati čime se potiče daljnja komunikacija i socijalizacija.

---

[51] Digg. Dostupno na: https://digg.com/ (10.1.2021.)
[52] StubleUpon. Dostupno na: https://stumbleupon.com/ (10.1.2021.)
[53] Flickr. Dostupno na: https://www.flickr.com/explore (10.1.2021.)
[54] Flickr – Granger Historical Picture Archive. Dostupno na: https://www.flickr.com/photos/thegrangercollection (10.1.2021.)
[55] Flickr – National Film and Sound Archive of Australia. Dostupno na: https://www.flickr.com/photos/nfsa (10.1.2021.)
[56] Matijaš Ana Pia, Korištenje digitalnim marketinškim alatima u hrvatskim muzejima. n. dj., str. 108-142.
[57] Daubs, M., Social Networking Site. In D. L. Merskin (Ed.), SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society (Vol. 4, pp. 1611-1615). Los Angeles SAGE., 2019.

Zanimljivo je kako su se društvene mreže razvile ubrzo nakon razvoja WWW-a, a „prva koju možemo nazvati društvenom web stranicom nastala je 1997. godine pod nazivom *SixDegrees.com.*“[58] Ova društvena mreža prva je omogućila korisnicima da naprave vlastiti profil i vidljivu listu prijatelja s kojima su mogli razmjenjivati poruke, a imala je čak nekoliko milijuna registriranih korisnika. Iako je bila relativnog kratkog vijeka i prestala s radom 2000. godine postavila je temelje za brojne druge društvene mreže koje su nastale po uzoru na nju.



Slika 3: Prikaz razvoja društvenih mreža od 1997. do 2006.
Izvor: https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062

Slika 3 prikazuje kako je tekao razvoj društvenih mreža od SixDegreese.com pa sve do nekih od najpopularnijih društvenih mreža danas kao što su Facebook i LinkedIn. Prije LinkedIna postojao je Ryze[59] - jedna od prvih poslovnih društvenih mreža nastala 2001. godine putem koje se korisnici mogu povezati prema interesima, lokaciji, prošlom i trenutnom poslu. „Osnivač Adrian Scott stranicu je prvo predstavio svojim prijateljima, prvenstveno članovima

[58] Grbavac J., Grbavac V., Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. // Media, culture and public relations, 5, 2014, 2, str. 206-219.
[59] Ryze. Dostupno na: https://www.ryze.com/ (16.1.2021.)

poslovne i tehnološke zajednice u San Franciscu, od kojih su mnogi kasnije postali osnivači i ulagači u buduće društvene mreže“[60] kao što su LinkedIn i Friendster međutim Ryze nikada nije stekao toliku popularnost koliku je stekao LinkedIn.

Friendster su osnovali Jonathan Abrams i Peter Chin 2002. godine kao stranicu za upoznavanje i socijalizaciju koja je brzo stekla popularnost u Sjevernoj Americi. Međutim kako je rastao broj korisnika tako se Friendster počeo susretati sa sve više tehničkih problema zbog čega su korisnici polako počeli prelaziti na suparničku društvenu mrežu pod nazivom MySpace.

Nekada MySpace, a danas Myspace[61] društvena je mreža koju su 2003. godine osnovali Brad Greenspan, Chris DeWolfe, Josh Berman i Tom Anderson. Osim karakteristika kao što su profil, lista prijatelja i razmjena poruka Myspace je omogućio svojim korisnicima da personaliziraju dizajn svog profila te je uveo statuse tako da su korisnici mogli objaviti kratke poruke vidljive njihovim prijateljima. Stranica je brzo rasla, a postala je posebno popularna među glazbenicima koji su je koristili za promociju pjesama i nastupa. Myspace je počeo gubiti na popularnosti razvojem Facebooka te je s vremenom izgubio većinu elemenata koji čine društvenu mrežu tako da je od 2013. fokus stranice na glazbi, filmovima i televiziji.

Nakon kratkog prikaza glavnih karakteristika društvenih mreža i razvoja društvenih mreža od samih početaka u nastavku rada detaljnije će se objasniti neke od najpopularnijih društvenih mreža danas počevši s Facebookom.

2.7.1. Facebook

Facebook[62] je jedna od najpoznatijih društvenih mreža s najvećim brojem korisnika, preko dvije milijarde. Osnovao ju je Mark Zuckerberg 2004. godine sa svojim kolegama sa sveučilišta Harvard. Facebook je prvotno bio namijenjen samo studentima Harvarda kako bi se povezali online međutim brzo se proširio na druga sveučilišta i srednje škole te na kraju postao najpopularnija društvena mreža na svijetu.

Kako bi se registrirali potreban je pristup Internetu i valjana e-adresa, a nakon registracije moguće je urediti profil i podijeliti osobne informacije poput mjesta rođenja, datuma rođenja, dodati radno mjesto ili hobije itd. Osim toga, moguće je dijeliti fotografije, pisati statuse, dijeliti objave svojih prijatelja ili stranica koje korisnik prati, igrati igrice, pridružiti se raznim

[60] Grbavac J., Grbavac V., Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena, n. dj., str. 206-219.
[61] Myspace. Dostupno na: https://myspace.com/ (16.1.2021.)
[62] Facebook. Dostupno na: https://www.facebook.com/ (17.1.2021.)

interesnim grupama te biti u kontaktu s prijateljima putem Messengera[63]. Objave i osobne informacije korisnik ne mora dijeliti sa svima na Facebooku, u postavkama privatnosti moguće je namjestiti koliko informacija mogu vidjeti korisnikovi prijatelji, koliko informacija mogu vidjeti ostali korisnici te koliko informacija može vidjeti samo korisnik. Facebook je stekao veliku popularnost zbog jednostavnog korištenja te zbog toga što svojim korisnicima omogućuje brzu i nesmetanu komunikaciju, a redovito ažuriranje i dodavanje novih elemenata zadržava stare korisnike te privlači nove.

Kako je tekao razvoj Facebooka tako je Facebook od mjesta za komunikaciju s prijateljima postao i mjesto za promociju djelatnosti brojnih tvrtki, ustanova u kulturi, ali i pojedinaca. Ti korisnici ne objavljuju sadržaj putem profila nego upravljaju stranicama koje drugi korisnici mogu pratiti, a neki od glavnih razloga uključivanja Facebooka u poslovanje su promocija vlastite djelatnost, uključivanje u zajednicu i lakša komunikacija s korisnicima. Isto tako, Facebook je besplatna aplikacija što znači da se ne mora uložiti puno novaca kako bi određena ustanova dosegla svoju ciljanu publiku, a postoji i mogućnost plaćenih oglasa kako bi bili sigurni da će ih njihova ciljna skupina uočiti. Facebook stranice nude mogućnost analiziranja objava putem Facebook analitike gdje se mogu pronaći podaci kako o pratiteljima stranice, primjerice dob i spol, tako i o objavama kao što su koja objava ima najviše „lajkova“, a sve s ciljem kako bi poboljšali i prilagodili objave potrebama korisnika.

- Arhivi na Facebooku: Arhiv Celje[64], Mađarski Nacionalni arhiv (mađ. *Magyar Nemzeti Levéltár*)[65]

2.7.2. Instagram

Instagram[66] je besplatna aplikacija u vlasništvu Facebooka za dijeljenje fotografija i videozapisa. Razvili su je Kevin Systorm i Mike Krieger 2010. godine za iOS moblini operativni sustav, a 2012. godine izašla je verzija za Android.

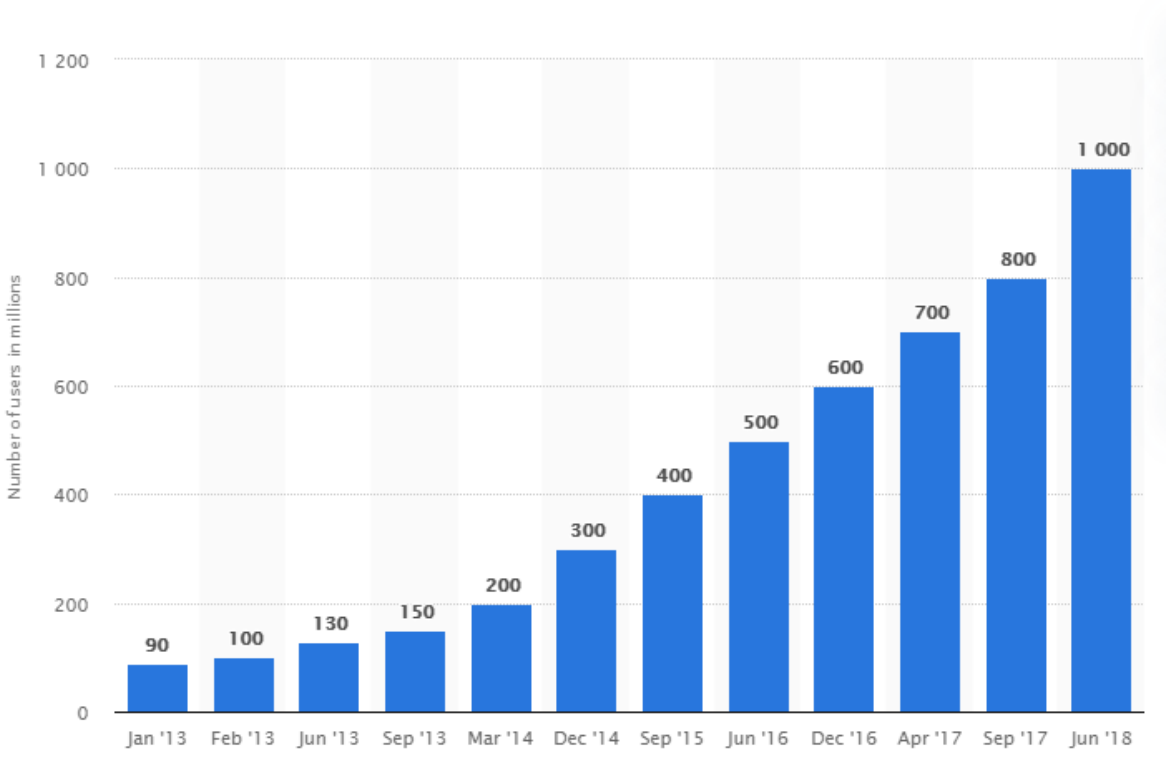
Kako bi koristili aplikaciju potrebno je registrirati se valjanom e-adresom ili se prijaviti putem Facebooka. Aplikacija omogućuje korisnicima da objavljuju fotografije ili videozapise uređene nekim od ponuđenih filtera uz dodavanje *hastagova* i lokacije. Korisnici mogu odabrati žele li

[63] Messenger. Dostupno na: https://www.messenger.com/ (17.1.20201.)
[64] Facebook – Arhiv Celje. Dostupno na: https://www.facebook.com/arhivce (18.1.2021.)
[65] Facebook – Mađarski Nacionalni arhiv. Dostupno na: https://www.facebook.com/MNLOrszagosLeveltara (18.1.2021.)
[66] Instagram. Dostupno na: https://www.instagram.com/ (23.1.2021.)

da njihove objave budu privatne i da ih vide samo njihovi pratitelji ili javne tako da ih svi mogu vidjeti. Osim toga, korisnici mogu pregledavati objave koje su trenutno popularne, pretraživati objave po *hastagovima* ili po lokaciji te „lajkati" i komentirati objave koje im se sviđaju. Kroz godine razvoja sve je više i više funkcija koje korisnici mogu koristiti na Instagramu, primjerice mogu staviti priču (engl. *story*) koja će nestati nakon 24 sata, mogu slati poruke ili objaviti video putem IGTV-a. IGTV[67] je samostalna aplikacija putem koje korisnici mogu objavljivati ili gledati videozapise koji su duži od jedne minute što je najviše koliko može trajati video na Instagramu. Najnovija funkcija su Reels videozapisi koji su slični Tik-Tok[68] zapisima koji omogućuju korisnicima da snime kratki video do 30 sekundi s raznim filterima i zvučnim zapisima u pozadini.

Isto kao i Facebook, Instagram je postao platforma koja nudi poslovni profil gdje tvrtke i pojedinci mogu pomoću Instagram statistike analizirati demografiju svojih pratitelja, pratiti angažman objava i aktivnost korisnika te po tome prilagođavati svoje objave, a mogu i promovirati objave kao reklame, tj. oglase. Instagram je jedna od najpopularnijih društvenih mreža koja se razvija velikom brzinom, a na slici 4 može se vidjeti kako je broj korisnika u svijetu rastao od 2013. do 2018.

[67] IGTV. Dostupno na: https://about.instagram.com/features/igtv (23.1.2021.)
[68] TikTok. Dostupno na: https://www.tiktok.com/foryou?lang=en (23.1.2021.)



Slika 4. Broj korisnika društvene mreže Instagram od 2013. do 2018.
Izvor: https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/

- Arhivi na Instagramu: The National Archival Services of Norway (norv. *Arkivverket*)[69], Stadtarchiv München[70]

2.7.3. YouTube

YouTube[71] je jedna od najpoznatijih mrežnih usluga za razmjenu videozapisa koju su 2005. godine razvila tri bivša zaposlenika tvrtke PayPal: Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim, a od 2006. godine u vlasništvu je tvrtke Google. YouTube je složenica nastala od engleskih riječi you (osobna zamjenica ti) i tube (stari naziv za televiziju), a danas broji oko 2 milijarde aktivnih korisnika koji dnevno pregledaju oko milijardu sati videosadržaja, a kreatori objave oko 500 sati sadržaja u jednoj minuti.

YouTube platformu mogu koristiti registrirani i neregistrirani korisnici, a razlika je u tome što neregistrirani korisnici mogu samo pretraživati YouTube i gledati videozapise dok registrirani korisnici mogu objavljivati videa, ocjenjivati i komentirati videozapise, dodati zapise na listu

[69] Instagram – Arkivverket. Dostupno na: https://www.instagram.com/arkivverket/ (23.1.2021.)
[70] Instagram – Stradtarchiv. Dostupno na: https://www.instagram.com/stadtarchivmuenchen/?hl=en (23.1.2021.)
[71] Youtube. Dostupno na: https://www.youtube.com/ (24.1.2021.)

za reprodukciju, pretplatiti se na kanale koji ih zanimaju itd. YouTube nudi široki izbor videozapisa od videoisječaka, pjesama i glazbenih spotova, isječaka iz filmova i serija, dokumentarnih filmova, edukativnih sadržaja do sportskih isječaka, prijenosa uživo i video blogova (često se koristi skraćenica Vlog). Isto tako, važno je spomenuti kako se u svijetu YouTubea razlikuju kreatori i gledatelji. Gledatelji su korisnici koji dolaze na YouTube kako bi se zabavili i opustili, kako bi naučili nešto novo, kako bi pogledali recenzije nekog proizvoda ili usluge koja ih zanima, kako bi se povezali i komunicirali s ljudima sličnih interesa. Upravo gledatelji svojim komentarima i pregledima motiviraju kreatore koji snimaju i objavljuju razne videozapise na svojim YouTube kanalima. Kreatori mogu biti individualci, grupe, ustanove u kulturi, tvrtke itd.

Kao druga najkorištenija tražilica nakon Googlea YouTube je odlična platforma za marketinško oglašavanje, a cijena je i više nego prihvatljiva ako se usporede cijene oglašavanja na televiziji i YouTube oglasa. Postoji više vrsta oglasa, a svi se kreiraju putem Google Ads-a[72]. Jedan od glavnih razloga zbog čega je oglašavanje na YouTubeu prigrlilo toliko tvrtki je mogućnost odabira ciljne skupine na osnovi njihovih interesa, primjerice zdrava hrana i fitness, na osnovi geografske lokacija, spola te jezika. Još jedna prednost YouTube oglašavanja je postavljanje mjesečnog budžeta tako da je korisnik siguran da neće potrošiti više od određenog, budžet se može prilagođavati, a oglasi pauzirati.

- Arhivi na YouTubu: The National Archives of Finland (fin. *Kansallisarkisto*)[73], Library and Archives Canada[74]

2.7.4. LinkedIn

LinkedIn[75] je poslovna društvena mreža koja broji više od 700 milijuna korisnika. Reid Hoffman je 2002. godine s kolegama iz tvrke PayPal i Socialnet.com počeo s razvojem LinkedIna koji je službeno krenuo s radom 5. svibnja 2003., a od 2016. je u vlasništvu Microsofta.

Ova društvena mreža slična je ostalim društvenim mrežama po tome što korisnici nakon registracije imaju svoj profil gdje se povezuju s drugim korisnicima (engl. *connections*), dijele

[72] Google ads. Dostupno na: https://ads.google.com/home/ (24.1.2021.)
[73] YouTube – Kansallisarkisto. Dostupno na: https://www.youtube.com/user/ViisasHiiri/videos (24.1.2021.)
[74] YouTube – Library and Archives Canada. Dostupno na: https://www.youtube.com/user/LibraryArchiveCanada/videos (24.1.2021.)
[75] LinkedIn. Dostupno na:https://www.linkedin.com/ (24.1.2021.)

fotografije, videozapise, članke i slično dok drugi korisnici to mogu „lajkati“ i komentirati, a osim toga postoji i mogućnost razmjenjivanja poruka. Međutim, ono po čemu se LinkedIn razlikuje od ostalih društvenih mreža je to što je njegova svrha umrežavanje i stvaranje novih poznanstava u profesionalnom svijetu tako da svaki korisnik na svom profilu ima životopis sa završenim stupnjem obrazovanja, radnim iskustvom te stečenim kvalifikacijama. LinkedIn koriste poslodavci kako bi pronašli buduće zaposlenike i promovirali vlastitu djelatnost te korisnici s osobnim profilima kako bi pronašli posao, povezali se s kolegama te informirali o novostima u svojoj poslovnoj branši.

Osim osnovnog LinkedIn profila, koji je besplatan, korisnici imaju mogućnost pretplatiti se i na Premium verziju čija cijena varira ovisno o Premium paketu koji korisnik izabere. Isto tako, postoje i LinkedIn aplikacije kao što su LinkedIn Learning[76] u sklopu Premium verzije koja nudi korisnicima na tisuće online tečaja i videozapisa od SQL tečaja do toga kako unaprijediti komunikacijske vještine, LinkedIn Groups predstavlja mjesto gdje profesionalci u istoj branši mogu voditi rasprave, dijeliti savjete, iskustva i tražiti pomoć te LinkedIn SlideShare gdje korisnici mogu dijeliti prezentacije, videozapise, dokumente i infografiku.

- Arhivi koji imaju LinkedIn profil: National Archives SAD[77], The National Archive of Brazil[78]

Nakon ukratko prikazanih najznačajnijih Web 2.0 alata i aplikacija u sljedećem potpoglavlju prikazat će se kako je razvoj Weba 2.0 utjecao na arhive i arhiviste te koje su zadaće pred arhivistima danas s obzirom na razvoj novih vrsta gradiva koje nastaju korištenjem Web 2.0 aplikacija.

2.8. *Web 2.0 i arhivi*

Znači li da se primjenom Web 2.0 alata i aplikacija u arhivima može govoriti o arhivima 2.0? Što uopće označava pojam arhiv 2.0? Kate Theimer u članku *What Is the Meaning of Archives 2.0?*[79] iz 2009. godine iznosi kako arhiv 2.0 ne označava „nešto u budućnosti“ niti „arhiv+Web 2.0“ nego da je to „pristup arhivskoj praksi koji promiče otvorenost i fleksibilnost.“[80] To znači

[76] LinkedIn Learning. Dostupno na: https://www.linkedin.com/learning/me (24.1.2021.)
[77] LinkedIn – National Archives. Dostupno na: https://www.linkedin.com/company/usnatarchives/ (24.1.2021.)
[78] LinkedIn – The National Archive of Brasil. Dostupno na: https://www.linkedin.com/company/arquivo-nacional-do-brasil/ (24.1.2021.)
[79] Theimer Kate, What is the meaning of Archives 2.0? // The American Archivist Vol. 74, No. 1 (Spring/Summer 2011), str. 58-68.
[80] Ibid. str. 60.

da arhivisti trebaju biti usmjereni na korisnike te prihvatiti korištenje tehnologije u svakodnevnom poslovanju kako bi dijelili zbirke koje posjeduju i komunicirali s korisnicima. Osim toga, arhivisti bi trebali biti aktivni sudionici u svojim zajednicama, interpretirati zbirke gradiva koje posjeduju, a ne biti samo neutralni imatelji gradiva te bi trebali biti učinkoviti zagovornici arhivskog programa i arhivske djelatnosti.

Autorica navodi 12 razlika između arhiva 1.0 i arhiva 2.0, a u nastavku će se prikazati neke od najznačajnijih. Prva razlika koja se navodi je *otvorenost, a ne zatvorenost*. Kao što je već napisano, u prošlosti su arhivi kao ustanove bili zatvoreni i ograničeni samo na malu skupinu ljudi i to uglavnom na kvalificirane istraživače dok se danas trude otvoriti javnosti i osigurati da svaki korisnik pronađe ono što ga zanima.

Sljedeća razlika je *usmjerenost na korisnika, a ne na gradivo*. Nekada su arhivisti kao svoju primarnu zadaću vidjeli čuvanje gradiva te su stvorili opise i obavijesna pomagala koja su bila dizajnirana tako da služe samo osobama koje razumiju arhivski sustav. Današnji arhivisti razumiju važnost i zadaću da ne služe samo gradivu, već i korisnicima stvarajući sustave i obavijesna pomagala koje i korisnici razumiju.

Privlačenje korisnika, a ne oslanjanje na to da će korisnici sami doći. Arhivi su prije bili uvjereni da će njihova unaprijed definirana publika povjesničara, genealoga i ostalih istraživača naći svoj put do arhiva, međutim prethodno nabrojane skupine nisu više jedini korisnici u arhivima i arhivi moraju „biti prisutni tamo gdje su korisnici“, a to znači prisutnost na društvenim mrežama i ostalim Web 2.0 aplikacijama kako bi se približili svojim potencijalnim korisnicima.

Još jedna razlika koju treba spomenuti je ona vezana za tehnologiju. Iako je arhivska struka oduvijek imala članove koji su objeručke prihvaćali novu tehnologiju i tehnološki napredak tek je nedavno taj broj prešao s manjine u većinu tako da su danas arhivi u velikom broju prisutni online. Brojni arhivisti postali su vješti u implementaciji softvera otvorenog koda, ali i u proizvodnji vlastitih softverskih proizvoda kao što su The Archivists' Toolkit i ArchivesSpaces.

Na kraju članka autorica navodi dva razloga zašto je pojam arhivi 2.0 važan. Prvi je taj što definiranje pojma potiče razgovor i raspravu jer je lakše raspravljati o prednostima i nedostacima koncepta koji je imenovan i definiran. Isto tako, „prihvaćajući da je tehnologija samo jedan od mnogih čimbenika koji utječu na promjene u arhivskoj struci arhivisti mogu voditi bogatije razgovore o tome kako se najučinkovitije nositi s ovim tehničkim i društvenim

promjenama.“[81] Drugi razlog je taj što sugerirajući da je arhivska struka ušla u novu fazu razvoja arhivisti se mogu početi dogovarati oko zajedničkog skupa vrijednosti i umjesto toga da se govori kako bi arhivi trebali biti otvoreni, fleksibilni i transparentni prihvatiti da oni to ustvari jesu. Zaključuje kako „budućnost arhivske profesije može ovisiti o sposobnosti arhivista da se razvijaju i uspješno suoče s izazovima koje pred njih stavljaju ekonomija, nove tehnologije i budući korisnici.“

Razvojem kako informacijskih tako i komunikacijskih tehnologija nastaju i nove vrste nekonvencionalnog gradiva. „Današnji načini komuniciranja i zapisivanja potpomognuti informacijskim tehnologijama proizvode i takve zapise koji se ne uklapaju baš jednostavno u klasične podjele i tipologije, a odnosi između zapisa i njihovih stvaratelja postaju složeniji.“[82] Time se postavlja pitanje jesu li objave na Facebooku, Twitteru i ostalim društvenim mrežama arhivsko gradivo? Kako se gradivo koje se mijenja velikom brzinom i koje istom tom brzinom može zauvijek nestati može očuvati? Ono što se sa sigurnošću može reći je da su to dokazi ljudskog djelovanja i aktivnosti te da arhivisti ovdje imaju temeljnu ulogu u pitanju kako klasificirati i očuvati ovakvu vrstu podataka.

The National Archives UK je još 2014. na svom blogu objavio post pod nazivom *Archiving Social Media*[83] gdje autor Tom Storrar kaže kako je do tada u The National Archives postojala praksa arhiviranja blogova međutim da arhiviranje društvenih mreža predstavlja novi izazov zbog toga što su te aplikacije vrlo interaktivne, a sadržaj se stalno mijenja i briše te postoji opasnost da se zauvijek izgubi. Tako su u arhivu započeli projekt arhiviranja društvenih mreža vlade UK-a i vladinih organizacija, a s obzirom na broj društvenih mreža koje vlada koristi ograničili su projekt na Twitter i YouTube. Izabrali su ove društvene mreže jer je na njima dostupan veliki broj informacija koje se ne mogu pronaći na drugim web mjestima, a osim toga navode kako su društvene mreže poput Facebooka suviše kompleksne za arhiviranje.

UK Government Web Archive[84] predstavlja web arhiv vlade i vladinih organizacija Ujedinjenog Kraljevstva u kojem se čuvaju web stranice, fotografije, tweetovi i videa od 1996. godine do danas, a na stranici web arhiva vidljivo je kako osim Twitter i YouTube arhiva postoji i Flickr arhiv.

[81] Ibid. str. 67.
[82] Ivanović Jozo, Priručnik iz arhivistike. Zagreb: Hrvatski državni arhiv, 2010. str. 19.
[83] Storrar Tom, (2014.) Archiving Social Media [online] The National Archives. Dostupno na: https://blog.nationalarchives.gov.uk/archiving-social-media/ (17.4.2021.)
[84] UK Government Web Archive. Dostupno na: http://www.nationalarchives.gov.uk/webarchive/ (17.4.2021.)

3. Istraživanje

Javna djelatnost arhiva i promidžba arhivskog programa „očituju se kroz programe upoznavanja javnosti s gradivom i njegovim značenjem, poticanje korištenja, kulturnu i obrazovnu djelatnost arhiva te održivo gospodarsko korištenje gradiva.“[85] Osim što se promiče važnost i bogatstvo gradiva koje se čuva, prisutnošću na društvenim mrežama mijenja se javna slika arhiva i to na način da se korisnike potiče na sudjelovanje u aktivnostima i uslugama koje arhivi nude. Kao što je već napisano, društvene mreže su platforme namijenjene pojedincima, tvrtkama, ustanovama, koje potiču stvaranje, dijeljenje i nadopunjavanje sadržaja na Internetu, a u kojoj mjeri su hrvatski arhivi prepoznali važnost dvosmjerne komunikacije, stvaranje online zajednica i dijeljenja informacija i sadržaja s korisnicima prikazat će se u nastavku rada.

Istraživački dio rada sastoji se od dva dijela, prvi dio je analiza profila državnih arhiva na društvenim mrežama kako bi se saznalo koje sve društvene mreže arhivi u Hrvatskoj koriste, koliko imaju pratitelja te koliko često objavljuju. Drugi dio istraživanja je analiza ankete koja je bila poslana svim državnim arhivima u Hrvatskoj kako bi se stekla predodžba o tome koliko djelatnika upravlja društvenim mrežama arhiva, koje je njihovo područje rada, koje su prednosti korištenja društvenih mreža te koriste li arhivi sve mogućnosti koje društvene mreže nude. Anketa se nalazi kao prilog na kraju rada. Međutim, prije nego što se krene s analizom profila državnih arhiva ukratko će se prikazati nekoliko sličnih već provedenih istraživanja.

3.1. Prethodna istraživanja

Iako su društvene mreže postale popularne još prije 15-ak godina arhivi ih i dalje koriste u znatno manjoj mjeri od knjižnica i muzeja, a dokaz tome je i puno manji broj literature i provedenih istraživanja. Valja napomenuti kako je zadnjih nekoliko godina taj broj porastao, međutim knjižnice su i dalje u prednosti s postojećom literaturom. U ovome dijelu rada prikazat će se nekoliko zanimljivih istraživanja i njihovi rezultati.

Adam Crymble je tijekom ljeta 2009. godine proveo istraživanje u kojoj mjeri arhivska zajednica koristi Facebook i Twitter[86] kako bi privukli nove korisnike u arhive, a rezultati su objavljeni u kanadskom časopisu *Archivaria* 2010. godine. U istraživanje je bilo uključeno 195 arhiva i arhivista od čega su se promatrali arhivi koji imaju vlastitu Facebook stranicu, arhivi koji imaju vlastiti Twitter profil te arhivisti koji imaju Twitter profil, a analizirale su se poveznice objavljene na tim društvenim mrežama. Istraživanje je pokazalo kako ustanove koje

[85] Ivanović Jozo, Priručnik iz arhivistike. n.dj. str. 134.
[86] Crymble Adam, An Analysis of Twitter and Facebook Use by the Archival Community. // Archivaria. 2010; Vol. 70, No. Fall. str. 125-151.

ne objavljuju često i redovito, a imaju status nacionalne institucije, privlače veći broj pratitelja od onih koje to nisu, a redovito objavljuju. Isto tako, nekoliko Facebook stranica koje imaju snažnu društvenu djelatnost, a za vrijeme istraživanja nisu objavile niti jednu objavu ili objavljuju jako rijetko imaju veliki broj pratitelja zbog prirode njihove djelatnosti (u istraživanju se za primjer navodi Lesbian Herstory Archives[87] i Archives de Radio-Canada[88]). Osim toga, autor navodi kako su arhivi puno prije prestali objavljivati na Facebook stranicama nego na Twitteru, tako da je čak 56 od 104 arhiva koji su imali Facebook stranicu ili prestalo objavljivati tijekom istraživanja ili nisu imali ni jednu objavu tijekom istraživanja ili su imali napravljenu stranicu, ali nitko nikada ništa nije objavio dok je 88% Twitter profila bilo aktivno tijekom istraživanja. Još jedan zanimljivi zaključak je da su arhivisti na Twitteru najčešće objavljivali poveznice s radovima drugih arhivista kako bi potaknuli razgovor o arhivskoj djelatnosti, dok su arhivi na Facebooku i Twitteru objavljivali poveznice najčešće radi promocije vlastite djelatnosti, događaja i slično.

Iste godine Mary Samouelian objavila je članak *Embracing Web 2.0: Archives and the Newest Generation of the Web Applications*[89] u časopisu *The American Archivist*. Autorica je provela istraživanje koliko arhiva, koji imaju digitalnu kolekciju, koristi Web 2.0 aplikacije i koje te je na temelju dobivenih rezultata intervjuirala sedam zaposlenika koji su bili zaduženi za implementaciju Web 2.0 aplikacija u arhiv. Istraživanje je provedeno u SAD-u, a odnosi se na sveučilišne i fakultetske arhive odnosno repozitorije. Od 213 arhiva njih 85 je tada posjedovalo digitalnu zbirku, a od toga njih 38 (45%) je koristilo Web 2.0 aplikacije. Čak 28 arhiva je prakticiralo društveno označavanje dok je nekolicina imala vlastiti blog ili podcast. U intervjuima jedan na jedan većina je zaposlenika rekla kako koriste Web 2.0 aplikacije radi promocije vlastitog gradiva te kako bi isprobali nove tehnologije. Isto tako, većina je odgovorila kako planira implementirati još jednu aplikaciju, poput wikija. Što se tiče prednosti korištenja Web 2.0 aplikacija neki od odgovora bili su: laka implementacija, promocija zbirki gradiva te novi potencijalni korisnici. Ispitani zaposlenici su kao jednu od najvećih mana naveli nedostatak vremena, točnije smatraju kako redovito ažuriranje aplikacija oduzima dosta vremena od obavljanja svakodnevnog posla. Svih sedam ispitanika složilo se oko toga da je implementacija Web 2.0 aplikacija pozitivno iskustvo te potiču i druge na implementaciju Web 2.0 aplikacija, a kao glavne razloge navode iskorištavanje novih tehnologija, doseg

[87] Lesbian Herstory Archives . Dostupno na: https://lesbianherstoryarchives.org/ (8.2.2021.)
[88] Archives de Radio-Canada. Dostupno na: https://ici.radio-canada.ca/archives (8.2.2021.)
[89] Samouelian Mary, Embracing Web 2.0: Archives and the Newest Generation of Web Applications. // The American Archivist (2009) 72 (1): str. 42–71.

netradicionalnih korisnika te smatraju kako su Web 2.0 aplikacije još jedno sredstvo putem kojeg se može reći zašto su arhivi i arhivske zbirke relevantni. Iako je autorica došla do zanimljivih zaključaka može se pretpostaviti kako bi rezultati bili drugačiji da je uzela u obzir i arhive koji tada nisu imali digitalnu kolekciju te arhive koji su koristili društvene mreže.

Lina Bountouri i Georgios Giannakopoulos proveli su istraživanje između 2012. i 2013. i objavili rezultate u članku pod nazivom *The Use od Social Media in Archives*[90]. Cilj istraživanja bio je prikazati koje društvene mreže arhivi najčešće koriste, koje su prednosti korištenja društvenih mreža te usporediti rezultate između grčkih arhiva i negrčkih arhiva. U istraživanju je sudjelovalo 20 arhiva, uglavnom nacionalnih, koji su odgovorili na anketu od šest pitanja. Rezultati pokazuju kako većina arhiva ima Facebook stranicu, njih čak 78%, dok nešto manje od pola arhiva koristi YouTube i blogove, a nekolicina Twitter, wikije i Flickr. Ovdje treba napomenuti kako grčki arhivi koriste samo Facebook. Zanimljivo je kako 100% arhiva koji imaju Twitter profil objavljuju na njemu svakodnevno dok samo 43% arhiva koji imaju Facebook stranicu objavljuju svakodnevno, a oni koji imaju YouTube kanal i wikije ažuriraju ih uglavnom na godišnjoj razini. Arhivi najčešće dijele informacije o instituciji kao što su datum osnivanja, radno vrijeme, adresa te informacije o budućim događajima i arhivsko gradivo za koje smatraju da će biti zanimljivo korisnicima. Što se tiče zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama, 45% arhiva odgovorilo je da dva ili tri zaposlenika upravljaju društvenim mrežama dok je 33% arhiva odgovorilo da svi zaposlenici upravljaju društvenim mrežama, a važno je naglasiti kako je svim zaposlenicima to dodatan posao uz njihov svakodnevni posao. Osim toga, 40% zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama su arhivisti, dok ostalih 60% dolazi ih drugih disciplina (učitelji, informatičari itd.). Te na kraju, većina arhiva smatra kako su društvene mreže odličan način za izravnu komunikaciju s korisnicima, a uz to pomažu im bolje razumjeti potrebe svojih korisnika što autori navode kao glavne razloge zašto bi svaka ustanova trebala koristiti društvene mreže.

Kao što je već napisano, broj radova o arhivima i društvenim mrežama na području Republike Hrvatske je malobrojan, međutim spomenut će se rad Živane Heđbeli i Mihaele Barbaric pod nazivom *Komunikacija između arhiva i javnosti. Web i Facebook* u kojem autorice pišu kako je Državni arhiv u Zagrebu 2015. godine zadao si novi cilj – otvaranje javnosti. „Želja Arhiva je promjena percepcije Arhiva – Arhiv javnosti, ako ga uopće i percipira, ne treba biti zatvoreno, samodostatno odlagalište starih spisa, više ili manje nebitnih za njihov svakodnevni život, već

[90] Bountouria L., Giannakopoulos G., The Use od Social Media in Archives. // Procedia - Social and Behavioral Sciences 147 (2014) str. 510 – 517.

partner koji im, na korisniku orijentiran način, omogućava bilo ostvarenje obveza, bilo temeljnih prava na vlastiti identitet i prošlost.“[91] Kako bi postigli navedeni cilj i kako bi se potaknula komunikacija između arhiva i javnosti redizajnirana je web stranica arhiva te je „Facebook profil aktiviran praktički ispočetka.“[92] Autorice skreću pozornost na nedovoljnu ažuriranost objava na Facebooku te navode kako je stranica 1. siječnja 2015. godine imala 942 pratitelja, a redovitim objavljivanjem taj broj je do 31. prosinca 2015. narastao na 1.308 pratitelja, odnosno oznaka „sviđa mi se“. Zaključuju kako nisu postignuti „širi dvosmjerni komunikacijski procesi odnosno interakcijsko komuniciranje javnosti s Arhivom“[93] te postavljaju pitanje zazire li javnost od komuniciranja s arhivima zbog toga što ih se i dalje percipira kao zatvorene ustanove ili je posrijedi nezainteresiranost.

Na temelju rezultata ovih istraživanja može se pretpostaviti kako će Facebook biti najzastupljenija društvena mreža i u Hrvatskoj te da niti jedan arhiv ne objavljuje sadržaj svakodnevno. S obzirom na to da Twitter u Hrvatskoj nije toliko popularan koliko u nekim drugim zemljama pretpostavka je da većina arhiva nema Twitter profil. Isto tako, pretpostavka je da društvenim mrežama upravlja mali broj zaposlenika koji to obavljaju uz svoj svakodnevni posao, a ne kao glavni i jednini posao.

3.2. Istraživačka pitanja

Osim obrade, čuvanja i davanja gradiva na korištenje arhivi su zaduženi i za promociju svoje djelatnosti. To je posebno važno u današnje doba kada se sve više otvaraju javnosti i korisnicima te je upravo zato bitna njihova prisutnost na društvenim mrežama. Cilj ovoga rada je odgovoriti na pitanja:

- Koje društvene mreže koriste državni arhivi u Hrvatskoj?
- Koliko su aktivni na društvenim mrežama?
- Koliko zaposlenika upravlja društvenim mrežama te koje je njihovo područje rada?
- Postoji li u arhivima strategija upravljanja društvenim mrežama?
- Koje su prednosti korištenja društvenih mreža?

[91] Heđbeli Ž., Barbaric M., Komunikacija između arhiva i javnosti. Web i Facebook // Zbornik mednarodne konference Radenci 2016 Tehnični in vsebinski problemi klasičnega in elektronskega arhiviranja / Gostenčnik, Nina (ur.). Maribor: Pokrajinski arhiv Maribor, 2016. str. 153.
[92] Ibid. str. 153.
[93] Ibid. str. 156.

3.3. Metodologija istraživanja

Prvi dio istraživanje predstavlja analiza profila državnih arhiva na društvenim mrežama. Kratkim pregledom profila može se zaključiti kako arhivi ne objavljuju na dnevnoj bazi, a kako bi se dobili što konkretniji odgovori na istraživačka pitanja određen je vremenski period od dva mjeseca, točnije od 15.12. 2020. do 15.2.2021. godine.

Drugi dio istraživanja je analiza ankete koja je napravljena preko Google obrasca te poslana svim državnim arhivima u Hrvatskoj. Anketa je poslana ravnateljima arhiva, a ukoliko nije bilo moguće pronaći e-adresu ravnatelja/ravnateljice poslana je na službenu e-adresu arhiva. Anketa se sastoji od 9 pitanja od čega su dva pitanja otvorenog tipa, a ostalih sedam zatvorenog tipa. Prevladavaju pitanja zatvorenog tipa zbog toga što postoji manja mogućnost pogrešne interpretacije odgovora, lakša je analiza rezultata te je ispitanicima lakše odgovoriti jer ih se usmjerava na relevantne istraživačke probleme. Na tri pitanja dodana je opcija *ostalo* za sve one koji su htjeli dodati nešto što se ne nalazi među ponuđenim odgovorima. Rezultati anketnih pitanja automatski su obrađeni u Google obrascima.

3.4. Analiza rezultata

Radi lakše preglednosti rezultata istraživanja rezultati su podijeljeni u dva potpoglavlja. Prvo potpoglavlje prikazuje analizu profila društvenih mreža, odnosno prikazuje koje sve društvene mreže arhivi u Hrvatskoj koriste, koliko pratitelja imaju te koliko su bili aktivni u promatranom vremenskom periodu dok drugo potpoglavlje analizira odgovore na anketna pitanja koja su bila poslana svim državnim arhivima kako bi se uvidjelo tko upravlja društvenim mrežama arhiva, postoji li u arhivima strategija upravljanja društvenim mrežama te što arhivi vide kao dobrobiti korištenja društvenih mreža.

3.4.1. Analiza društvenih mreža

Početni dio ovog istraživanja bio je ustanoviti koje društvene mreže, ali i ostale Web 2.0 aplikacije koriste državni arhivi u Hrvatskoj. Radi lakše preglednosti rezultati su prikazani u Tablici 2.

Tablica 2. Prisutnost državnih arhiva u Hrvatskoj na društvenim mrežama

Naziv arhiva	Facebook	YouTube	Instagram	Twitter	LinkedIn	Wikipedia
Hrvatski državni arhiv	+	+	+	-	-	+
Državni arhiv u Bjelovaru	+	-	+	-	-	+
Državni arhiv u Dubrovniku*	+	-	+	-	-	-
Državni arhiv u Gospiću	-	-	-	-	-	+
Državni arhiv u Karlovcu*	-	+	-	-	-	-
Državni arhiv za Međimurje	-	-	-	-	-	-
Državni arhiv u Osijeku*	+	-	-	-	-	+
Državni arhiv u Pazinu	+	+	+	-	-	+
Državni arhiv u Rijeci	-	-	-	-	-	+
Državni arhiv u Sisku*	+	+	-	-	+	-
Državni arhiv u Slavonskom Brodu	+	+	-	-	-	-
Državni arhiv u Splitu*	+	-	-	-	-	+
Državni arhiv u Šibeniku	+	-	-	-	-	-
Državni arhiv u Varaždinu*	+	-	-	-	-	-
Državni arhiv u Virovitici	-	-	-	-	-	-
Državni arhiv u Vukovaru	-	-	-	-	-	-
Državni arhiv u Zadru*	+	+	-	-	-	-
Državni arhiv u Zagrebu	+	+	-	-	-	+

* Arhivi imaju profil na barem jednoj društvenoj mreži, ali nemaju poveznicu o tome na mrežnoj stranici

Podaci su prikupljeni na način da je posjećena mrežna stranica svakog arhiva te se pokušalo pronaći poveznicu koja vodi na profil određene društvene mreže. Ta pretraga rezultirala je podacima da 7 od 18 državnih arhiva koristi društvene mreže što u postocima daje samo 38,88%. Kako je taj broj bio iznenađujuće nizak pretražene su gore navedene društvene mreže upisujući ime svakog arhiva u tražilicu te je pronađeno još šest arhiva što daje ukupnu brojku od 13 arhiva.

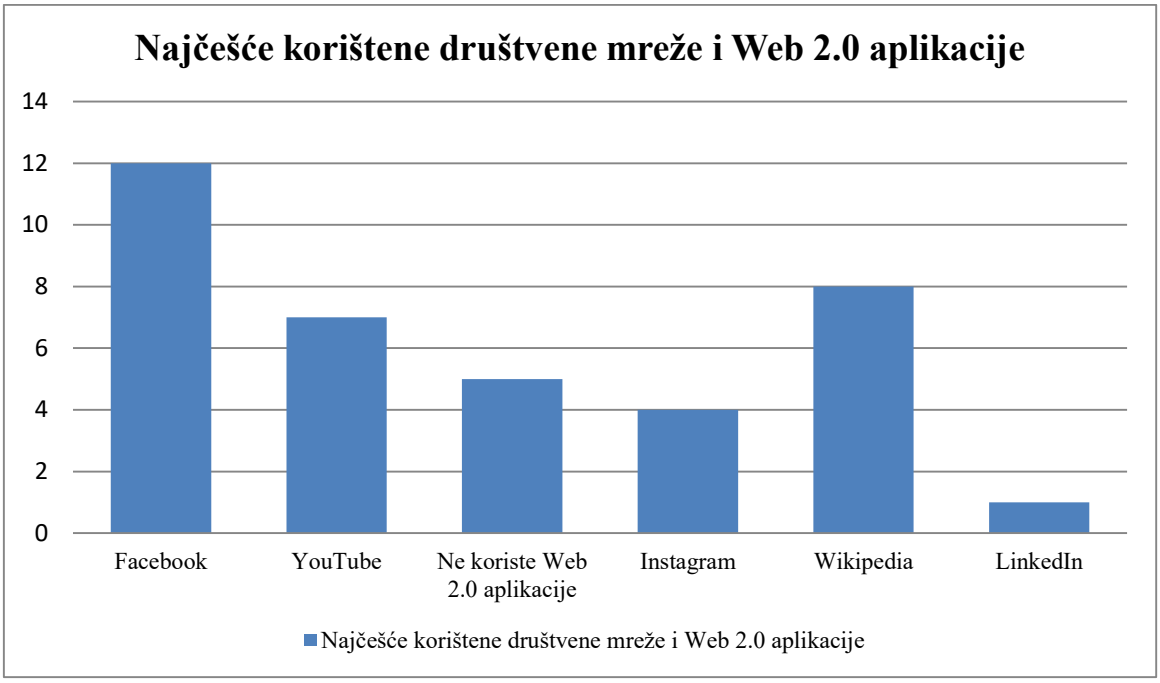
Hrvatski državni arhiv kao središnji arhiv Republike Hrvatske koristi tri društvene mreže: Facebook, YouTube i Instagram. Državni arhiv u Pazinu koristi iste društvene mreže kao HDA te uz njih na mrežnoj stranici ima poveznicu na Wikipediju. Državni arhiv u Sisku ima profil

na Facebooku, YouTubeu i LinkedInu i jedini je arhiv koji ima profil na LinkedInu. Pet arhiva (27,77%) koristi dvije društvene mreže koje su uglavnom Facebook i YouTube ili Facebook i Instagram, tako arhivi u Bjelovaru i Dubrovniku koriste Facebook i Instagram dok arhivi u Slavonskom Brodu, Zadru i Zagrebu imaju profil na Facebooku i YouTube kanal. Arhivi u Osijeku, Splitu, Šibeniku i Varaždinu koriste jednu društvenu mrežu i to Facebook, zanimljivo je kako arhiv u Karlovcu ima samo YouTube kanal dok bi, promatrajući rezultate, bilo očekivano da će imati Facebook stranicu kao ostali arhivi.

Arhivi koji pored svog naziva imaju „*“ (arhiv u Dubrovniku, Karlovcu, Osijeku, Sisku, Splitu i Varaždinu) su arhivi koji na mrežnim stranicama nemaju poveznice na društvene mreže iako imaju barem jedan profil na društvenim mrežama. Pregledavajući mrežnu stranicu Državnog arhiva u Zadru pronađena je poveznicu na Facebook stranicu, međutim istraživanjem je pronađen i YouTube kanal čija poveznica vjerojatno još nije dodana na mrežnu stranicu jer su videozapisi dodani relativno nedavno (prije 9 mjeseci). Kako bi se korisnicima olakšao pronalazak arhiva na društvenim mrežama te kako bi ih se motiviralo da počnu pratiti arhiv na društvenim mrežama poželjno je na mrežnim stranicama arhiva imati poveznice koje vode na profil određene društvene mreže.

Nadalje, vidljivo je kako Državni arhiv u Gospiću, Državni arhiv za Međimurje, Državni arhiv u Rijeci, Državni arhiv u Virovitici te Državni arhiv u Vukovaru nemaju niti jednu društvenu mrežu što znači da 27,77% državnih arhiva u Hrvatskoj nema niti jednu društvenu mrežu.

Što se tiče ostalih društvenih mreža i Web 2.0 aplikacija, osim ranije spomenutog arhiva u Pazinu koji na svojoj mrežnoj stranici ima poveznicu na Wikipediju ostali arhivi koji imaju stranicu na Wikipediji su HDA, arhiv u Bjelovaru, Gospiću, Osijeku, Rijeci, Splitu i Zagrebu međutim na svojim stranicama nemaju poveznicu na stranicu Wikipedije. Niti jedan arhiv nema Twitter profil niti neku drugu Web 2.0 aplikaciju poput bloga, podcasta ili RSS-a čime se može zaključiti kako su državni arhivi u Hrvatskoj od svih Web 2.0 aplikacija u najvećoj mjeri prigrlili društvene mreže.



Grafikon 1. Najčešće korištene društvene mreže i Web 2.0 aplikacije među državnim arhivima u Hrvatskoj

Iz Grafikona 1 vidljivo je kako je među hrvatskim državnim arhivima najpopularnija društvena mreža Facebook gdje 12 od 18 arhiva ima Facebook stranicu, a ako gledamo samo arhive koji imaju bar jednu društvenu mrežu to je 12 od 13 arhiva što čini 92,3% arhiva. Sedam arhiva (38,88%) posjeduje YouTube kanal dok četiri (22,22%) imaju profil na Instagramu. Instagram je stekao značajnu popularnost u zadnje vrijeme, posebno u poslovnom svijetu, stoga iznenađuje što više arhiva nije aktivno na Instagramu.

Osim toga, osam arhiva (44,44%) ima stranicu na Wikipediji dok pet arhiva ne koristi niti jednu Web 2.0 aplikaciju u svakodnevnom poslovanju. Samo jedan arhiv ima LinkedIn profil što čini 5,55% arhiva. Slično kao u istraživanju koje su proveli Lina Bountouri i Georgios Giannakopoulos i državni arhivi u Hrvatskoj najčešće biraju Facebook kao sredstvo komunikacije s korisnicima što ne iznenađuje jer je upravo Facebook društvena mreža s najviše aktivnih korisnika nakon koje slijedi YouTube.

Kako bi saznali radno vrijeme neke ustanove ili adresu korisnici sve češće biraju društvene mreže u potrazi za tim informacijama, a analizom Facebook stranica državnih arhiva vidljivo je kako se kod većine arhiva mogu pronaći osnovne informacije kao što su adresa, broj telefona, e-adresa, radno vrijeme, poveznica na web stranicu te opis djelatnosti arhiva. Sve ove informacije mogu se pronaći kod HDA te arhiva u Zagrebu, Zadru, Šibeniku, Slavonskom Brodu, Pazinu i Bjelovaru. Kod arhiva u Dubrovniku, Sisku i Splitu nedostaje opis djelatnosti arhiva, a kod arhiva u Osijeku, Splitu i Varaždinu nije navedeno radno vrijeme arhiva. Osim

ovih informacija, vidljiv je i datum kreiranja stranice. Hrvatski državni arhiv prvi je državni arhiv koji je kreirao Facebook stranicu 2010. godine, slijede ga arhivi u Zagrebu i Pazinu koji su kreirali stranice 2011. godine te arhiv u Varaždinu 2012. Arhiv u Slavonskom Brodu i Zadru aktivni su na Facebooku od 2014., arhiv u Osijeku od 2015. godine te arhiv u Šibeniku od 2016. Godine 2017. dva su arhiva kreirala Facebook stranicu i to arhivi u Bjelovaru i Sisku, a 2018. arhivi u Dubrovniku i Splitu. Iako je Facebook postao javno dostupan 2006. godine, vidljivo je kako je većina državnih arhiva svoje stranice kreirala dosta kasnije, a neki čak tek nekoliko godina unazad.

Na Instagram profilima državnih arhiva dostupno je manje informacija nego na Facebook stranicama arhiva tako na profilu HDA stoji titula institucije te adresa i poveznica na web stranicu arhiva. Kod arhiva u Dubrovniku ukratko je opisana djelatnost arhiva te je stavljena poveznica na web stranicu, a arhivi u Bjelovaru i Pazinu na svojim Instagram profilima dijele adresu i poveznicu na web stranicu. Svi arhivi su Instagram profil kreirali unazad 3 godine, a prvi među njima bio je Državni arhiv u Bjelovaru koji je kreirao profil 2018.

Što se tiče YouTube kanala zanimljivo je kako je Državni arhiv u Pazinu prvi videozapis objavio prije 11 godina, a Državni arhiv u Slavonskom Brodu prije 7. Arhiv u Pazinu još uvijek objavljuje videa dok je arhiv u Slavonskom Brodu zadnji puta objavio videozapis prije 3 godine. Državni arhiv u Zagrebu objavio je samo jedan videozapis i to prije 5 godina dok su arhivi u Zadru, Karlovcu i Sisku novi na YouTubeu te imaju po jedan ili dva videozapisa. Hrvatski državni arhiv prvi je videozapis objavio prije 3 godine, a s redovitim objavljivanjem videozapisa počeo je unazad godinu dana.

Jedini arhiv koji ima LinkedIn profil je Državni arhiv u Sisku, ali kako još uvijek nema ništa objavljeno nije se uzeo u obzir prilikom analize učestalosti objavljivanja arhiva u razdoblju od dva mjeseca. U nastavku će se prikazati koliko često arhivi objavljuju sadržaj na društvenim mrežama, a radi preglednosti i lakše analize podaci su stavljeni u tablicu.

Tablica 3. Broj objava u razdoblju od 15.12.2020. do 15.2.2021.

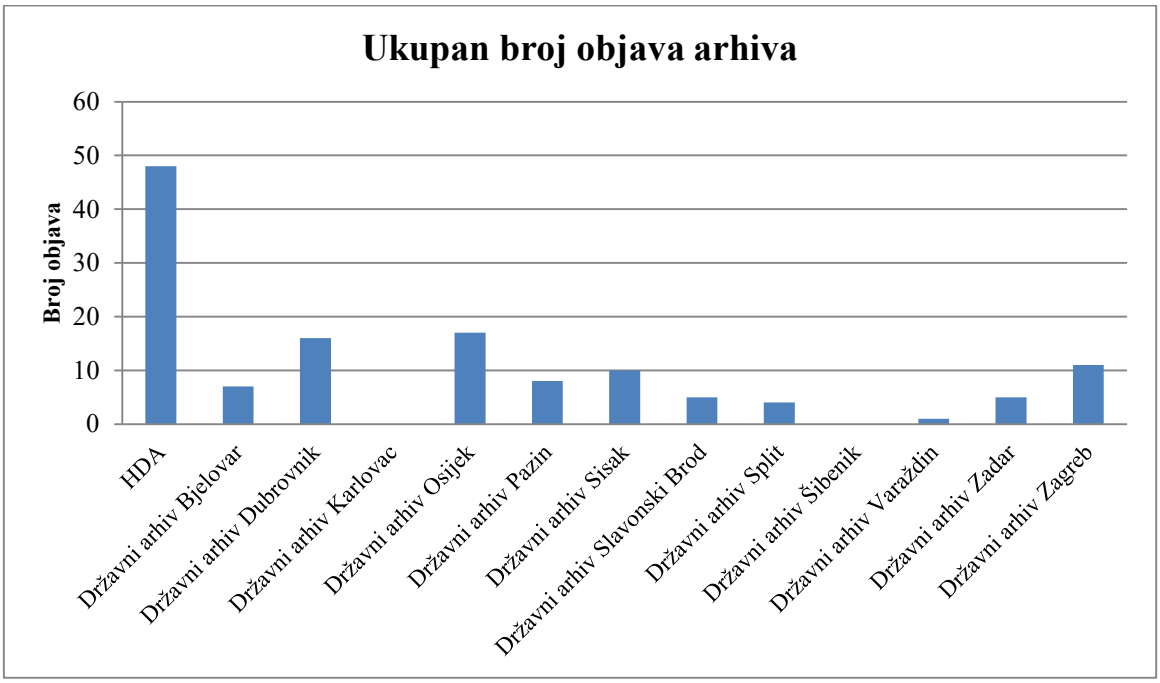
	Facebook	Instagram	YouTube
Hrvatski državni arhiv	26	17	5
Državni arhiv u Bjelovaru	5	2	-
Državni arhiv u Dubrovniku	9	7	-
Državni arhiv u Karlovcu	-	-	0
Državni arhiv u Osijeku	17	-	-
Državni arhiv u Pazinu	4	3	1
Državni arhiv u Sisku	10	-	0
Državni arhiv u Slavonskom Brodu	5	-	0
Državni arhiv u Splitu	4	-	-
Državni arhiv u Šibeniku	0	-	-
Državni arhiv u Varaždinu	1	-	-
Državni arhiv u Zadru	5	-	0
Državni arhiv u Zagrebu	11	-	0

Tablica 3 prikazuje broj objava za svaku društvenu mrežu na kojoj arhivi imaju profil u razdoblju od 15.12.2020. do 15.2.2021. godine. Kao što je već napisano, promatrao se period od dva mjeseca jer je kratkim pregledom društvenih mreža arhiva ustanovljeno da većina arhiva objavljuje rijetko, a cilj istraživanja je dobiti što relevantnije i konkretnije odgovore. Hrvatski državni arhiv zasigurno je najaktivniji od svih državnih arhiva jer na sve 3 društvene mreže broji više objava od bilo kojeg drugog arhiva. Na Facebooku je u tom vremenskom periodu objavio 26 objava, na Instagramu 17 i YouTubeu 5. Osim HDA, na Facebooku su najaktivniji Državni arhiv u Osijeku sa 17 objava, Državni arhiv u Zagrebu s 11 objava te Državni arhiv u Sisku s 10 objava. Državni arhiv u Dubrovniku objavio je ukupno 9 objava dok su arhivi u Bjelovaru, Pazinu, Slavonskom Brodu, Splitu i Zadru objavili između 4 i 5 objava. Samo jednu objavu imao je Državni arhiv u Varaždinu dok Državni arhiv u Šibeniku u tom razdoblju nije objavio niti jednu objavu.

Državni arhiv u Dubrovniku je na Instagramu objavio nešto manje objava nego na Facebooku pa tako na Instagramu broji 7 objava u navedenom razdoblju. Arhiv u Pazinu objavio je 3 objave, a arhiv u Bjelovaru 2. Može se primjeriti kako su sva četiri arhiva koja imaju i Facebook

i Instagram profil objavila više objava na Facebooku nego na Instagramu čime se može zaključiti kako koriste Facebook kao glavno sredstvo komunikacije s korisnicima. Isto tako, vidljivo je kako arhivi ne koriste dodatne mogućnosti Instagrama koje su objašnjene u trećem poglavlju. Jedino arhiv u Dubrovniku ima jedan IGTV video te naglašene priče koje su objavljene prije 15.12.2020., a ostali arhivi za vrijeme istraživanja nisu objavili niti jednu priču ili IGTV videozapis.

Uz HDA jedini arhiv koji je objavio videozapis na YouTubeu u analiziranom periodu je Državni arhiv u Pazinu. Arhivi u Zadru, Sisku i Karlovcu zadnji puta su objavili videozapis prije par mjeseci dok, kao što je već napisano, arhivi u Slavonskom Brodu i Zagrebu već godinama nisu ništa objavili na svom YouTube kanalu.



Grafikon 2. Ukupan broj objava od 15.12.2020. do 15.2.2021.

Grafikon 2 prikazuje ukupan broj objava na svim društvenim mrežama arhiva. Najviše objava ima Hrvatski državni arhiv, što je bilo za očekivati s obzirom na to da je on središnja arhivska ustanova na području Republike Hrvatske i aktivan je na tri društvene mreže. Slijede ga arhivi u Osijeku i Dubrovniku sa 17 i 16 objava, a nakon njih arhiv u Zagrebu s 11 objava te arhiv u Sisku s 10 objava. Ostali arhivi imaju manje od deset objava, točnije arhiv u Pazinu 8, arhiv u Bjelovaru 7, arhivi u Slavonskom Brodu i Zadru 5, arhiv u Splitu 4 te arhiv u Varaždinu 1. Dva arhiva, arhiv u Karlovcu i arhiv u Šibeniku nisu objavili niti jednu objavu u promatranom periodu.

Zanimljivo je kako arhiv u Osijeku koji ima samo Facebook stranicu ukupno ima više objava od arhiva koji su aktivni na više društvenih mreža poput arhiva u Dubrovniku ili Bjelovaru. Isto tako, arhiv u Pazinu ima tri društvene mreže međutim ukupan broj objava je 8. U sljedećoj tablici prikazano je koliko pratitelja arhivi imaju na pojedinim društvenim mrežama te ukupno kako bi se vidjelo postoji li korelacija između aktivnosti na društvenim mrežama, tj. broja objava i broja pratitelja ili pak broj pratitelja ovisi o nekim drugim faktorima.

Tablica 4. Broj pratitelja na dan 23.2.2021.

	Facebook	**Instagram**	**YouTube**	**Ukupno**
Hrvatski državni arhiv	4.126	629	427	**5.182**
Državni arhiv u Bjelovaru	419	367	-	**786**
Državni arhiv u Dubrovniku	869	625	-	**1.494**
Državni arhiv u Karlovcu	-	-	4	**4**
Državni arhiv u Osijeku	1.177	-	-	**1.177**
Državni arhiv u Pazinu	772	233	39	**1.044**
Državni arhiv u Sisku	305	-	1	**306**
Državni arhiv u Slavonskom Brodu	464	-	9	**473**
Državni arhiv u Splitu	186	-	-	**186**
Državni arhiv u Šibeniku	61	-	-	**61**
Državni arhiv u Varaždinu	467	-	-	**467**
Državni arhiv u Zadru	1.116	-	5	**1.121**
Državni arhiv u Zagrebu	1.986	-	10	**1.996**

Podaci u Tablici 4 prikazuju kako najviše pratitelja na svim društvenim mrežama, a tako i ukupno ima Hrvatski državni arhiv. Arhiv broji puno više pratitelja na Facebooku nego na Instagramu i YouTubeu vjerojatno zbog toga što se i na Instagram i na YouTube pridružio dosta kasnije nego na Facebook.

Sljedeći arhiv s najviše pratitelja je Državni arhiv u Zagrebu koji skoro sve svoje pratitelje broji na Facebooku te malu nekolicinu na YouTubeu, a s obzirom na to da arhiv nije aktivan na

YouTubeu ovaj broj ne iznenađuje. Državni arhiv u Dubrovniku ima 1.494 pratitelja od čega njih 869 na Facebooku i 625 na Instagramu. Preko tisuću pratitelja ukupno imaju još arhivi u Zadru, Pazinu i Osijeku. Arhivi u Osijeku i Zadru (osim nekoliko na YouTubeu) sve pratitelje broje na Facebook stranici dok arhiv u Pazin ima 772 pratitelja na Facebooku, 233 na Instagramu te 39 na YouTubeu. Arhiv u Bjelovaru poput arhiva u Dubrovniku ima malu razliku između broja pratitelja na Facebooku i Instagramu tako na Facebooku broji 419 pratitelja, a na Instagramu 367.

Arhivi u Slavonskom Brodu, Varaždinu i Sisku broje manje od 500 pratitelja dok najmanje pratitelja na Facebooku ima arhiv u Šibeniku (61) te na YouTubeu arhiv u Karlovcu koji ima samo četiri pratitelja. Podaci s brojem objava tijekom istraživanja i brojem pratitelja stavljeni su u Tablicu 5 kako bi se lakše analizirali.

Tablica 5. Prikaz ukupnog broja objava i pratitelja

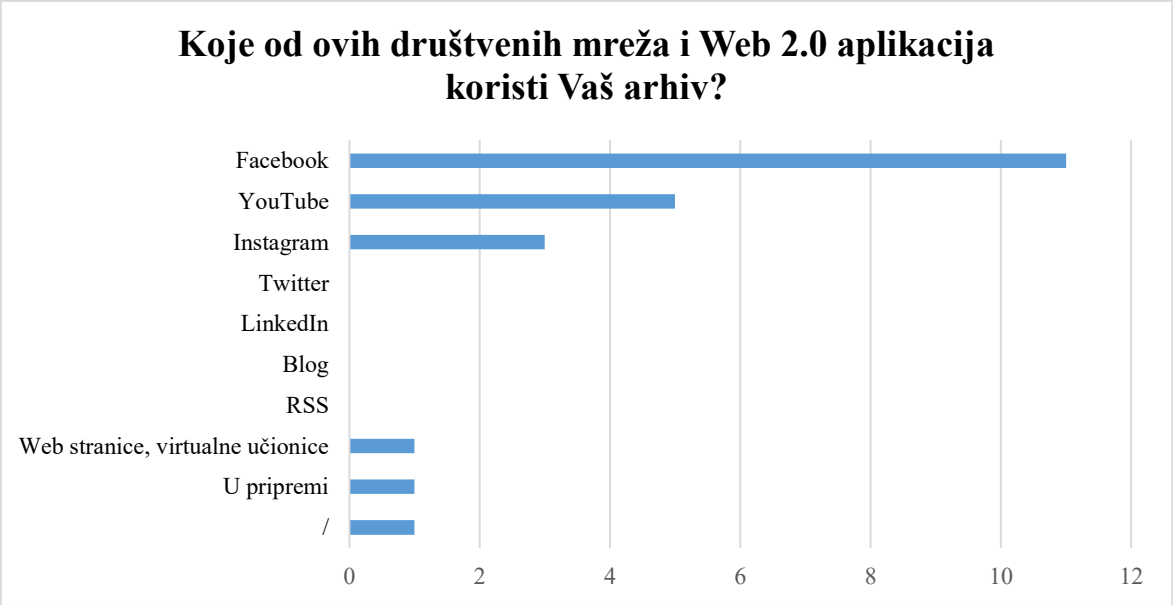
	Ukupan broj objava	**Ukupan broj pratitelja**
Hrvatski državni arhiv	48	5.182
Državni arhiv u Bjelovaru	7	786
Državni arhiv u Dubrovniku	16	1.494
Državni arhiv u Karlovcu	0	4
Državni arhiv u Osijeku	17	1.177
Državni arhiv u Pazinu	8	1.044
Državni arhiv u Sisku	10	306
Državni arhiv u Slavonskom Brodu	5	473
Državni arhiv u Splitu	4	186
Državni arhiv u Šibeniku	0	61
Državni arhiv u Varaždinu	1	467
Državni arhiv u Zadru	5	1.121
Državni arhiv u Zagrebu	11	1.996

Iz Tablice 5 vidljivo je kako arhivi koji su bili najaktivniji u razdoblju između 15.12.2020. i 15.2.2021. imaju i više pratitelja od onih koji su objavili samo nekoliko objava u dva mjeseca. HDA je objavio najviše objava i ima najviše pratitelja međutim ovdje se mora uzeti u obzir ono što Adam Crymble spominje u svom istraživanju, a to je da status nacionalne institucije često privlači veći broj pratitelja upravo zbog uloge institucije u društvu.

Promatrajući ostale rezultate može se zaključiti kako postoji povezanost između broja objava i broja pratitelja jer sljedeća tri arhiva s najviše objava (arhiv u Dubrovniku, Osijeku i Zagrebu) imaju i puno veći broj pratitelja od ostalih arhiva. Na odstupanja se nailazi kod Državnog arhiva u Sisku i Državnog arhiva u Zadru. Iako je Državni arhiv u Sisku objavio 10 objava ima samo 306 pratitelja, a detaljnijom analizom profila primjećuje se kako je arhiv u tom periodu objavljivao češće nego inače zbog potresa koji se dogodio 28.12.2020. te nažalost oštetio police arhiva i zgradu Sabirnog arhivskog centra u Petrinji. Državni arhiv u Zadru objavio je 5 objava isto koliko i arhiv u Slavonskom Brodu te broji 1.121 pratitelja dok arhiv u Slavonskom Brodu broji 473 pratitelja. Slično kao kod HDA broj pratitelja se može povezati sa statusom institucije s obzirom na povijesni, ali i trenutni značaj Državnog arhiva u Zadru na arhivsku djelatnost u Hrvatskoj. Dva arhiva koja nisu imala niti jednu objavu za vrijeme istraživanja imaju i najmanji broj pratitelja, a to su Državni arhiv u Šibeniku sa 61 pratiteljem na Facebooku te Državni arhiv u Karlovcu s 4 pratitelja na YouTubeu.

3.4.2. Analiza ankete

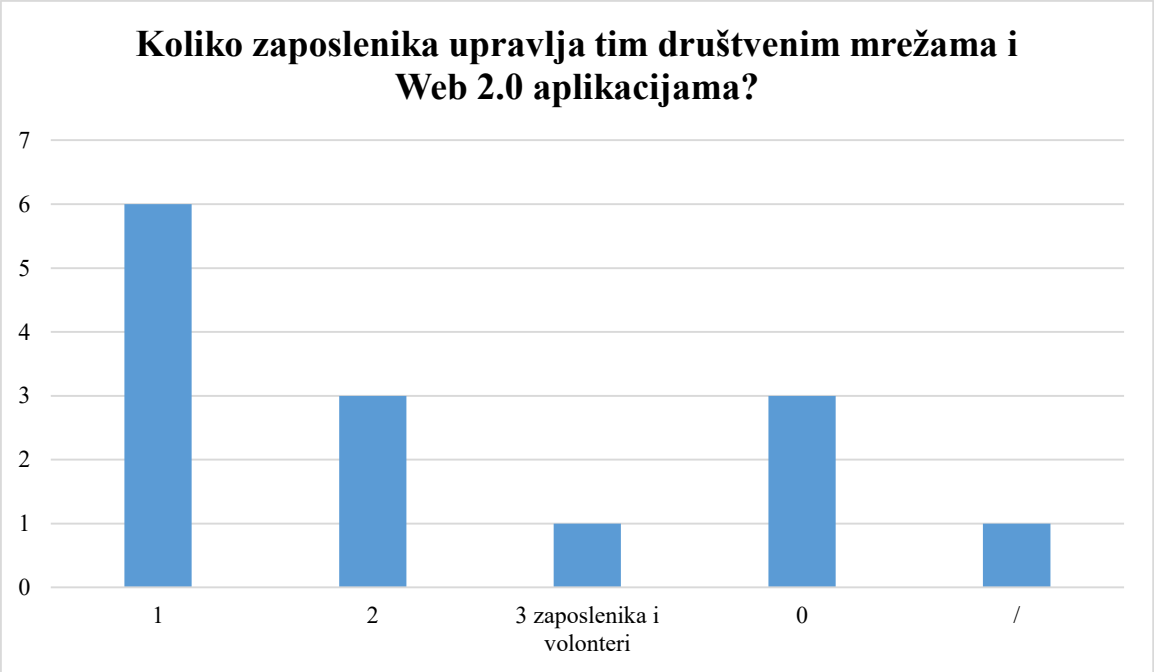
Kao što je već napisano, anketa se sastoji od 9 pitanja te je za svrhu izrade ovoga rada bila poslana svim državnim arhivima u Hrvatskoj putem elektroničke pošte. Od 18 državnih arhiva u Republici Hrvatskoj odgovorilo je njih 13. Prema već napisanim podacima od 18 arhiva njih 13 ima društvene mreže, međutim među 13 odgovora jedan arhiv je na sva pitanja odgovorio „u pripremi“ dok je jedan arhiv odgovorio „/“ što se neće posebno naglašavati prilikom analize svakog odgovora. Time se može zaključiti kako je od 13 arhiva koji imaju društvene mreže odgovorilo njih 11 što čini 84,61 % arhiva. Svi odgovori su anonimni te će se odgovori na svako anketno pitanje analizirati posebno.



Grafikon 3. Prikaz koje društvene mreže i Web 2.0 aplikacije arhivi koriste

Kako je već napisana detaljna analiza koji državni arhivi koriste koje društvene mreže ovdje će se ukratko prikazati odgovori na prvo anketno pitanje. Kao što prikazuje grafikon 3 na pitanje *Koje od ovih društvenih mreža i Web 2.0 aplikacija koristi Vaš arhiv?* 11 arhiva je odgovorilo Facebook, 5 arhiva YouTube te 3 arhiva Instagram. Osim toga, jedan je arhiv odgovorio „web stranice, virtualne učionice“, jedan je arhiv odgovorio „u pripremi“ te je jedan arhiv odgovorio „/“.

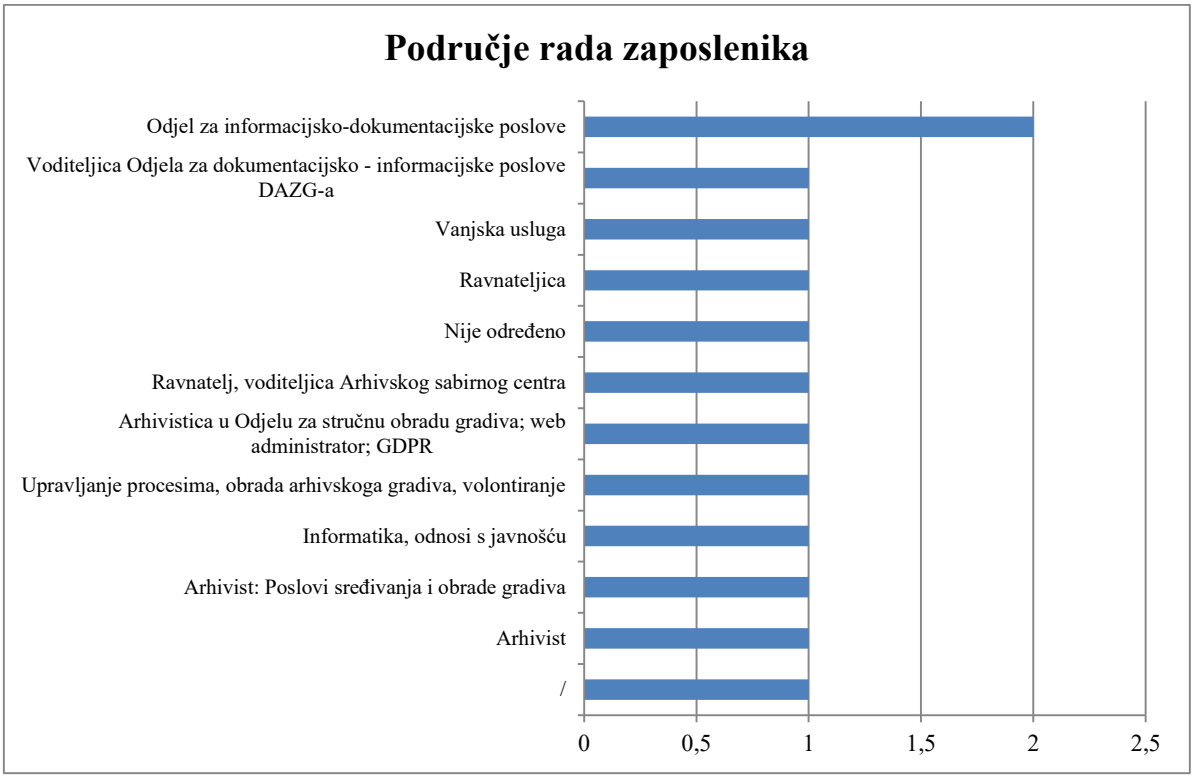
Prema ovim rezultatima od 13 arhiva koji su ispunili anketu njih 84,61% koristi Facebook, 23,07% Instagram i 38,46% YouTube te su ovi rezultati u skladu s ranije napisanom analizom koja je prikazana u grafikonu 1. Ono što se ne može zaključiti je odnosi li se odgovor „u pripremi“ na neki od arhiva koji su nedavno napravili društvene mreže, poput arhiva u Karlovcu, ali još nisu počeli redovito objavljivati ili se odnosi na neki od arhiva koji još uvijek nije aktivan na društvenim mrežama.



Grafikon 4. Prikaz koliko zaposlenika upravlja društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama arhiva

Podaci iz Grafikona 4 prikazuju odgovore na pitanje *Koliko zaposlenika upravlja tim društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama?* U šest arhiva društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama upravlja po jedna osoba, u tri arhiva upravljaju dvije osobe dok u jednom tri osobe i volonteri. U tri arhiva nitko ne upravlja društvenim mrežama s tim da se u ta tri odgovora ubraja arhiv koji nema društvene mreže, arhiv koji je prisutan na društvenim mrežama te arhiv koji je na svako pitanje odgovorio „u pripremi“. Ovo pitanje postavili su i Lina Bountouri i Georgios Giannakopoulos u njihovom istraživanju, međutim dobili su poprilično drukčije rezultate. Dok u hrvatskim arhivima društvenim mrežama najčešće upravlja samo jedna osoba, točnije u 46,15% arhiva, u spomenutom istraživanju 45% arhiva je odgovorilo kako njihovim društvenim mrežama upravljaju 2 ili 3 osobe. Nadalje, prema podacima iz istraživanja u nekim arhivima društvenim mrežama upravlja 10 zaposlenika, a u nekima svi zaposlenici dok u državnim arhivima u Hrvatskoj najveći broj zaposlenika koji upravlja društvenim mrežama je 3.

Ovo pitanje samo po sebi ne daje puno odgovora jer se ne zna koje je područje rada tih zaposlenika. Nije isto ako društvenim mrežama upravlja jedan zaposlenik čije je područje rada marketing i koji zna kako kreirati sadržaj koji će zainteresirati online zajednicu arhiva i zaposlenik koji je stručnjak za neko drugo područje rada i upravlja društvenim mrežama arhiva kao dodatni posao. Analizom rezultata sljedećih nekoliko pitanja dobit će se bolja predodžba o tome tko upravlja društvenim mrežama arhiva te imaju li arhivi izrađenu strategiju upravljanja društvenim mrežama.



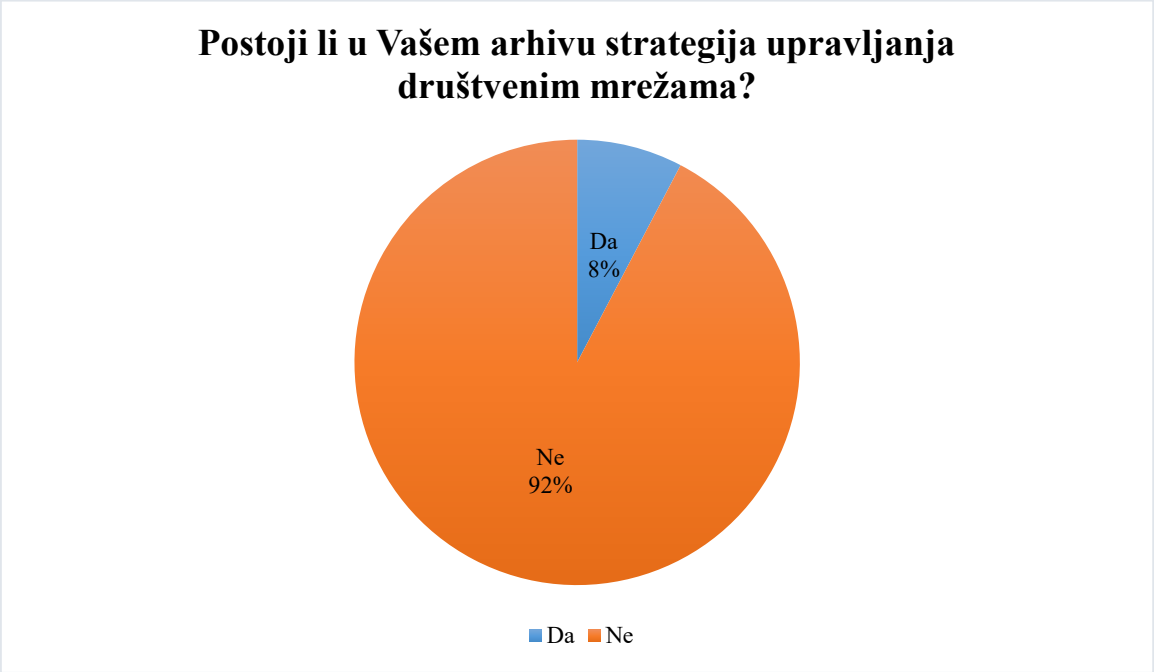
Grafikon 5. Područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama arhiva

Grafikon 5 prikazuje koje je područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama arhiva. U tri arhiva društvenim mrežama upravljaju arhivisti što daje brojku od 23,07%, a dva arhiva su navela i odjele u kojima rade, jedan arhivist radi na poslovima sređivanja i obrade gradiva dok druga arhivistica radi u „Odjelu za stručnu obradu gradiva; web administrator; GDPR“.

U jednom arhivu taj posao obavlja ravnateljica, a u drugom arhivu ravnatelj i voditeljica Arhivskog sabirnog centra. Zaposleni u Odjelu za informacijsko-dokumentacijske poslove ili Odjelu za dokumentacijsko-informacijske poslove upravljaju društvenim mrežama u tri arhiva, dok u jednom upravlja osoba zaposlena za Informatičke poslove i odnose s javnošću. Isto tako, jedan je arhiv napisao kako je područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama „Upravljanje procesima, obrada arhivskog gradiva, volontiranje“, u jednom arhivu društvenim mrežama upravlja vanjska usluga te je jedan arhiv napisao kako nije određeno tko upravlja društvenim mrežama arhiva.

Na temelju prikazanih rezultata može se zaključiti kako u većini arhiva ne postoji osoba zadužena samo za upravljanje društvenim mrežama nego da većina zaposlenih to obavlja kao dodatni posao uz svoje svakodnevne radne obveze. Isto tako, društvenim mrežama ne upravlja voditelj društvenih mreža (engl. *Social Media Manager*) ili netko iz marketinga nego najčešće arhivisti ili osobe zaposlene u Odjelu za informacijsko-dokumentacijske poslove, osim arhiva

koji plaća vanjsku uslugu. Ovdje se dakako mora uzeti u obzir da uz ograničen financijski proračun i veliki obim posla većina arhiva najvjerojatnije nema mogućnosti angažirati stručnjake koji bi se bavili isključivo marketingom na društvenim mrežama, stvaranjem sadržaja i komuniciranjem s korisnicima.



Grafikon 6. Postotak arhiva koji imaju strategiju upravljanja društvenim mrežama

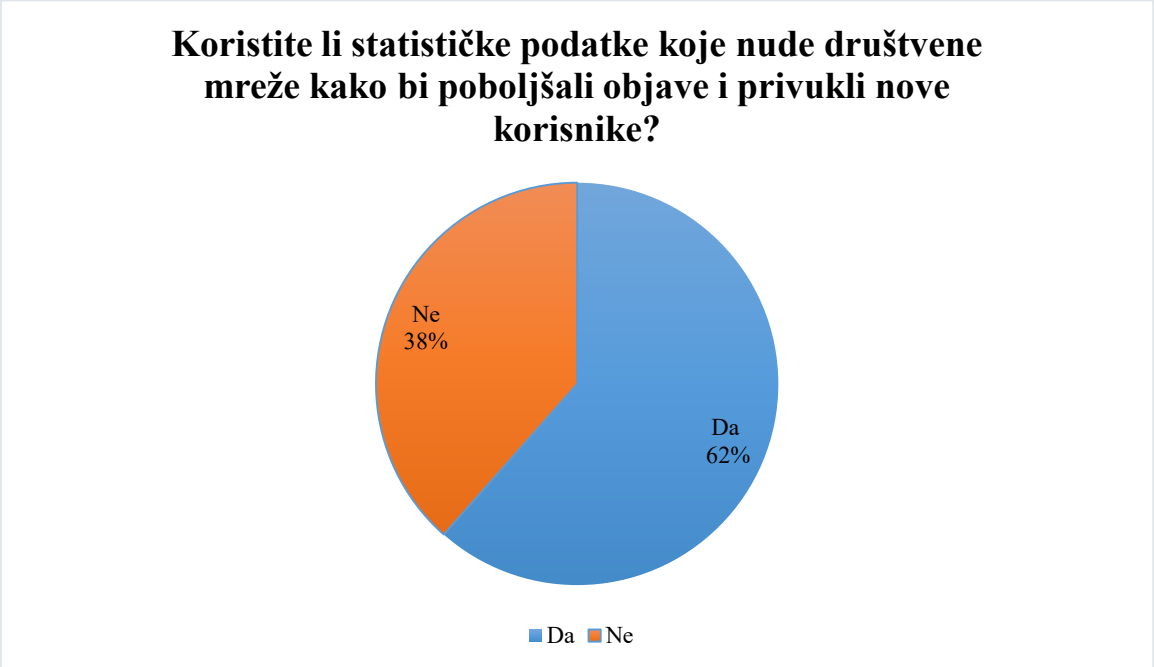
Sljedeće anketno pitanje bilo je *Postoji li u Vašem arhivu strategija upravljanja društvenim mrežama?*, a prema podacima iz Grafikona 6, 92,3% arhiva nema strategiju upravljanja društvenim mrežama što znači da samo jedan od 13 arhiva ima izrađenu strategiju upravljanja društvenim mrežama.

Zašto je važno imati strategiju upravljanja društvenim mrežama? Jer samo objavljivanje sadržaja bez cilja često zna biti kontraproduktivno i obeshrabrujuće ukoliko se ne dobiju pozitivne reakcije. Ovdje će se kao primjer navesti strategija upravljanja društvenim mrežama The National Archives SAD-a koja je dostupna na mrežnoj stranici arhiva. „Kroz ovu strategiju upravljanja društvenim mrežama povezat ćemo našu publiku s našim gradivom, pružiti pristup vrijednim mrežnim izvorima koji daju povijesni kontekst te pokazati kako osoblje u The National Archives radi na postizanju naše misije.“[94] Strategija je podijeljena u tri dijela: „Dijeliti našu povijest: što čuvamo“, „Dijeliti našu priču: tko smo“ te „Dijeliti našu misiju: što

[94] The National Archives, Social Media Strategy. Dostupno na: https://www.archives.gov/social-media/strategies (20.5.2021.)

radimo“.[95] Svaki od ovih dijelova ima četiri strateška cilja koji se odnose na to kako korisnicima osigurati pristup, kako se povezati s korisnicima, kako maksimirati vrijednost arhiva za naciju te kako graditi budućnost arhiva kroz njegove zaposlenike. Vidljivo je kako su u NARA svjesni činjenice da interakcija s javnim službama često zna biti zastrašujuća te smatraju kako komuniciranje putem društvenih mreža te dijeljenje objava koje prikazuju osoblje arhiva i što ono radi pomaže stvoriti vezu između arhiva i korisnika, čineći arhive pristupačnijima i otvorenijima.

Nadalje, svaka strategija upravljanja društvenim mrežama ima jedan ili više ciljeva kao što je vidljivo i iz ranije spomenute strategije. Kako postoje ciljevi poslovanja tako bi trebali postojati i ciljevi koji se žele postići korištenjem društvenih mreža. Ciljevi bi uvijek trebali biti SMART – određeni, mjerljivi, dostižni, relevantni i vremenski određeni. Kada postoje točno određeni ciljevi i kako ih postići lakše će se izmjeriti napredak i uspjeh koji se postigao u zadanom vremenskom roku. Ciljevi i strategija upravljanja društvenim mrežama trebali bi biti ukomponirani u arhivski program i činiti jedan od ključnih elemenata pri postizanju misije arhiva.



Grafikon 7. Postotak arhiva koji koriste statističke podatke koje nude društvene mreže

[95] The National Archives, Social Media Strategy. Dostupno na: https://www.archives.gov/social-media/strategies (20.5.2021.)

Sve društvene mreže poslovnim profilima ili stranicama nude mogućnost analize statističkih podataka, primjerice Facebook Insight ili Instagram statistika. Prikupljanje tih podataka te njihova evaluacija pomaže pri donošenju odluka koje vode ostvarivanju ciljeva i misije neke ustanove. Broj podataka varira od društvene mreže do društvene mreže međutim postoji nekoliko kategorija koje su zajedničke svim društvenim mrežama. Prva kategorija se odnosi na pratitelje, a podaci koji su dostupni za analizu su broj pratitelja te njihova demografska obilježja poput spola, lokacije (grad, država) i raspona godina. Sljedeće dvije kategorije, doseg i broj prikaza, se često miješaju, a razlika je u tome što doseg označava broj jedinstvenih korisničkih računa koji su vidjeli objavu dok broj prikaza označava ukupan broj prikaza gdje jedan korisnički račun određenu objavu može vidjeti više puta. Te na kraju interakcija. Interakcija se odnosi na interakciju korisnika s podijeljenim sadržajem, a to znači broj oznaka „sviđa mi se“, komentari te spremanje objave.

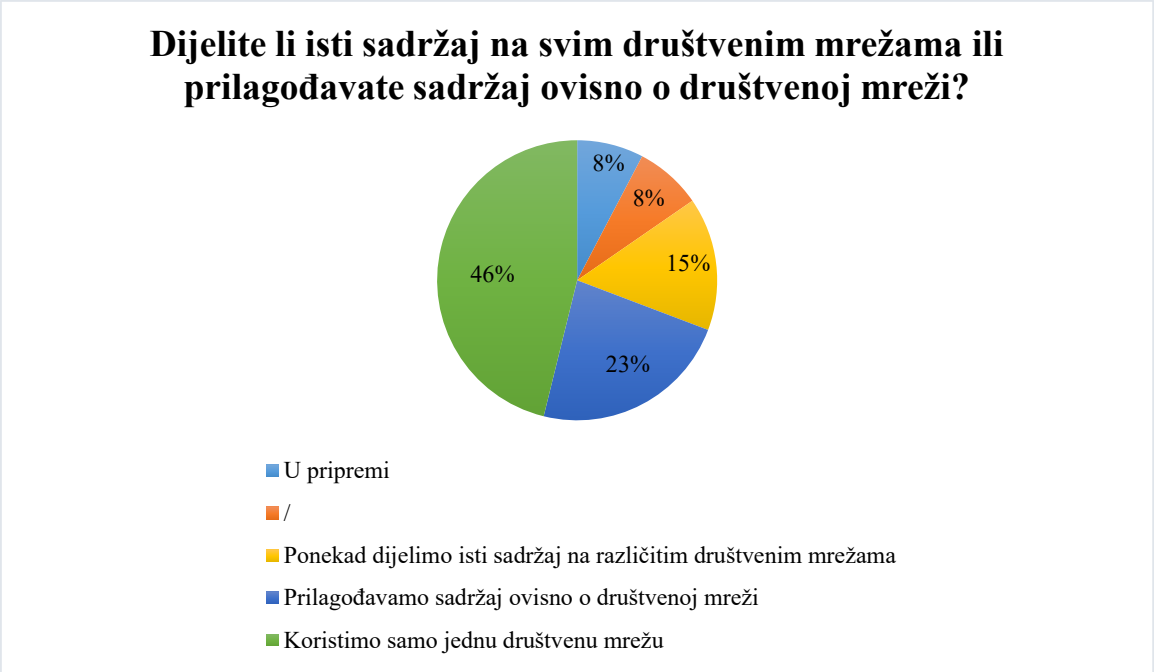
Prema rezultatima prikazanima na grafikonu 7 vidi se kako 61,53% odnosno 8 državnih arhiva koristi statističke podatke dok 38,47% arhiva ne analizira statističke podatke koje nude društvene mreže. Analitika je vrijedan izvor informacija koji pomaže pojedincima i ustanova bolje upoznati svoju publiku, prilagoditi objave potrebama korisnika te pomaže što kvalitetnije upravljali društvenim mrežama. Primjerice, arhivi mogu vidjeti kada su njihovi pratitelji najaktivniji, dan i vrijeme u danu i prema tim informacijama napraviti raspored objava kako bi bili sigurni da će njihove objave vidjeti što veći broj pratitelja.



Grafikon 8. Postotak arhiva koji imaju određenu ciljnu skupinu

Ciljna skupina predstavlja grupu ljudi koji dijele zajedničke karakteristike ili potrebe, a prema kojima neka tvrtka ili ustanova kreira sadržaj i proizvode kako bi zadovoljili te potrebe. Arhivi bi trebali služiti ljudima iz svih sfera života kako povjesničarima i istraživačima tako studentima i umirovljenicima što može predstavljati problem prilikom određivanja ciljne skupine kojoj će se obraćati na društvenim mrežama. Ovdje od pomoći može biti to što različite društvene mreže imaju različite korisnike, što znači da ako arhiv želi biti prisutan tamo gdje su mlađe generacije Instagram bi za to bio dobra opcija. Facebook je zbog velikog broja korisnika svih generacija isto tako dobra opcija ako se želi dosegnuti više različitih skupina korisnika.

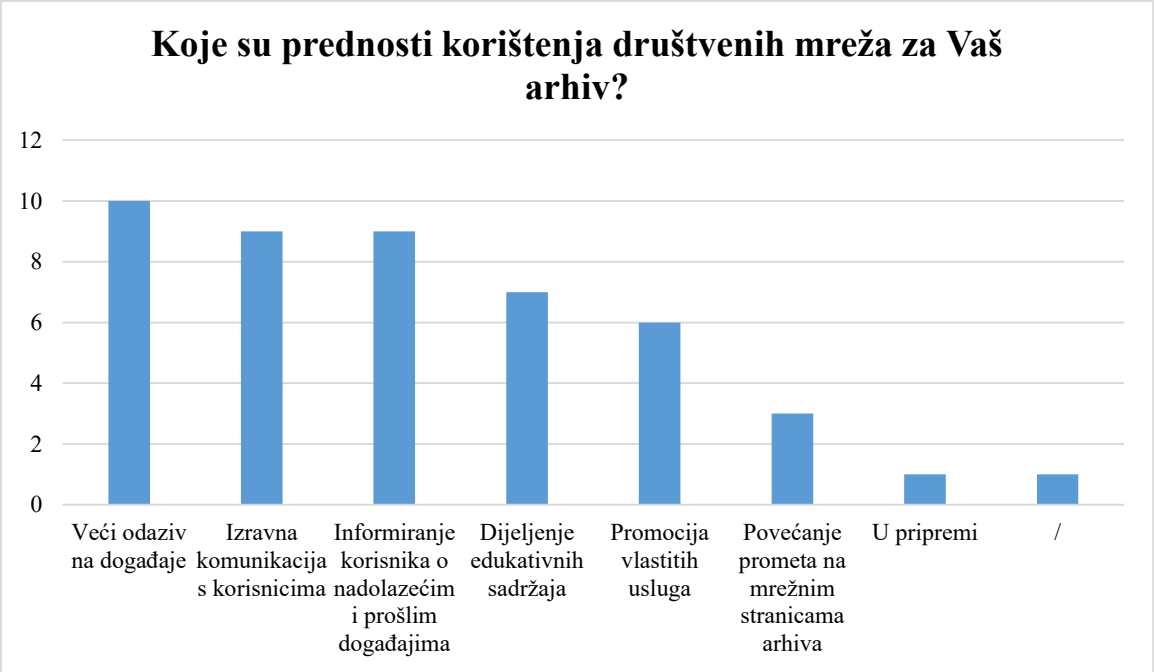
Grafikon 8 prikazuje kako 10 državnih arhiva u Hrvatskoj odnosno 76,92% nema određenu ciljnu skupinu dok samo 3 arhiva odnosno 23,07% ima. S obzirom na to da se 61,53% državnih arhiva izjasnilo kako koriste statističke podatke koje nude društvene mreže, statistički podaci mogu biti od pomoći i prilikom odabira ciljne skupine jer će pokazati tko trenutno prati arhiv, a arhiv na temelju tih podataka može prilagoditi svoje objave kako bi dosegli još korisnika iste skupine ili kako bi dosegli drukčiju skupinu korisnika.



Grafikon 9. Postotak arhiva koji prilagođavaju sadržaj ovisno o društvenoj mreži

Podaci u grafikonu 9 prikazuju kako 46,15% arhiva koji su riješili anketu koriste samo jednu društvenu mrežu te dva arhiva ne koriste društvene mreže. Od arhiva koji koriste više društvenih mreža tri arhiva su odgovorila kako prilagođavaju sadržaj ovisno o društvenoj mreži, a dva arhiva kako ponekad dijele isti sadržaj na različitim društvenim mrežama.

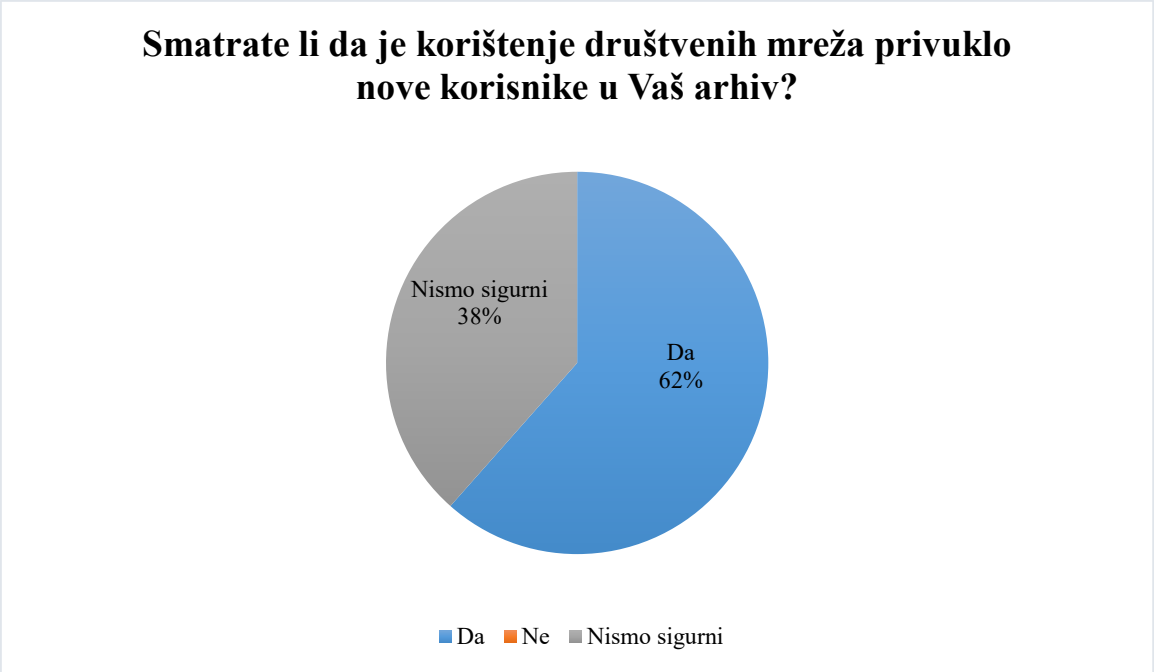
Svaka društvena mreža ima nešto što je razlikuje od druge i zbog čega je stekla popularnost, primjerice Instagram karakteriziraju fotografije i vizualni identitet, Twitter kratke poruke, a LinkedIn poslovna poznanstva. Na Instagramu se koriste *hashtagovi* dok se na Facebooku oni rijetko mogu vidjeti, osim toga na svakoj društvenoj mreži prevladava različita publika što znači da ako se želi dijeliti isti sadržaj važno je prilagoditi ga društvenoj mreži zbog toga što isti sadržaj nije adekvatan za sve društvene mreže.



Grafikon 10. Prikaz prednosti korištenja društvenih mreža

Grafikon 10 prikazuje odgovore na pitanje *Koje su prednosti korištenja društvenih mreža za Vaš arhiv?* Većina ispitanika odnosno 76,92% odgovorilo je veći odaziv na događaje, dok je 69,23% ispitanika odgovorilo izravna komunikacija s korisnicima te informiranje korisnika o nadolazećim događajima i prošlim događajima. Vidljivo je kako je informiranje korisnika usko povezano s prvom spomenutom prednosti jer su društvene mreže odličan način za informiranje korisnika o nadolazećim događajima, naprimjer na Facebooku postoji opcija kreiranja događaja o nekom budućem događaju sa svim najbitnijim informacijama poput naziva događaja, opisa, datuma i slično, a zainteresirani korisnici mogu označiti hoće li doći ili ne čime i arhiv može dobiti predodžbu o broju potencijalnih sudionika.

Od ostalih odgovora kao prednost sedam je arhiva označilo dijeljenje edukativnih sadržaja, a šest arhiva promociju vlastitih usluga dok su samo tri arhiva označila povećanje prometa na vlastitim mrežnim stranicama. Zanimljivo je kako u strategiji upravljanja društvenim mrežama The National Archives SAD-a postoji cijeli dio posvećen djelatnicima arhiva i poslovima koje oni obavljaju dok niti jedan državni arhiv kao prednost nije prepoznao upoznavanja pratitelja s kulturom ustanove i njenim djelatnicima.



Grafikon 11. Prikaz koliko arhiva smatra da je korištenje društvenih mreža privuklo nove korisnike u arhiv

Zadnje anketno pitanje bilo je *Smatrate li da je korištenje društvenih mreža privuklo nove korisnike u Vaš arhiv?* Grafikon 11 prikazuje kako je 61,53% arhiva odgovorilo da, a 38,46% nismo sigurni. Ovdje treba naglasiti kako se u tih 38,46% broje i dva arhiva koja nemaju društvene mreže, točnije jedan arhiv koji nema društvene mreže i jedan arhiv koji je na sva prijašnja pitanja odgovorio „u pripremi“. Bez ta dva odgovora rezultati bi bili 81,81% da i 18,18% nismo sigurni. Niti jedan arhiv nije odgovorio negativno čime se može zaključiti kako su rezultati pozitivni i trebali bi poslužiti kao motivacija za daljnje ulaganje u društvene mreže, izradu strategije s jasnim ciljevima kako bi se privukao što veći broj korisnika kako u arhive tako i na profile društvenih mreža arhiva. Ako se uzme u obzir pandemija koja je zahvatila sve države svijeta u zadnjih godinu dana, vidljivo je kako su društvene mreže i ostale online aplikacije bile jedini način interakcije između brojnih ustanova i korisnika te upravo ova situacija skreće pozornost na važnost prisustva državnih arhiva na društvenim mrežama te stvaranje online zajednice korisnika.

3.5. Primjeri europskih arhiva

U nastavku rada prikazat će se dva europska arhiva kako bi se vidjelo koliko i koje društvene mreže koriste arhivi izvan Republike Hrvatske te koliko su aktivni. Prvi arhiv koji će se analizirati je The National Archives UK, a nakon njega Historijski arhiv u Sarajevu.

3.5.1. The National Archives

The National Archives[96] predstavlja arhiv vlade Velike Britanije za Englesku i Wales dok Škotska i Sjeverna Irska imaju zasebne državne arhive. The National Archives nekada su bile četiri odvojene organizacije: The Public Record Office, The Royal Commission on Historical Manuscripts, Her Majesty's Stationery Office i The Office of Public Sector Information. Četiri organizacije su se između 2003. i 2006. spojile u jednu, danas poznatu kao The National Archives. Zgrada arhiva smještena je u Londonu, a tradicija čuvanja gradiva postoji već gotovo 1000 godina, Domesday Book predstavlja najstariji dokument koji se čuva u arhivu, a datira iz 1086. godine. Arhiv danas čuva preko 11 milijuna povijesnih državnih i javnih dokumenata, a u svoju kolekciju ubrajaju kako gradivo na pergameni i papiru tako i elektroničke zapise, web stranice, slike, karte, plakate itd.

Upravo zbog bogate povijesti i važnosti arhiva te dobre prakse upravljanja društvenim mrežama prikazat će se koje sve Web 2.0 aplikacije koristi The National Archives u svom svakodnevnom poslovanju. Na početnoj mrežnoj stranici arhiva mogu se pronaći poveznice na Facebook stranicu, Instagram profil, Twitter, YouTube, Flickr. Postoji mogućnost prijave na newsletter putem RSS-a te isto tako arhiv posjeduje blog i podcast na kojima redovito objavljuje. Uz sve nabrojano na stranici arhiva može se pronaći zaseban dio o društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama[97] gdje su nabrojani svi profili i aplikacije koje arhiv koristi i ukupno ih je 20, imaju čak sedam Twitter profila, dvije Facebook stranice te uz već nabrojane aplikacije koriste i LinkedIn, Pinterest, Periscope, History pin itd. Analizirajući sve društvene mreže na kojima je arhiv aktivan primjećuje se kako je arhiv najveći broj pratitelja prikupio na Twitteru i Facebooku. Arhiv se pridružio na Twitter 2009. godine te u trenutku pisanja broji preko 160,6 tisuća pratitelja, a s obzirom na to da arhiv objavljuje nekoliko objava dnevno može se zaključiti kako je arhivu Twitter glavno sredstvo komunikacije s korisnicima. Na Facebook stranici arhiv ima 105 tisuća pratitelja, a kako bi se usporedilo koliko često hrvatski arhivi objavljuju u usporedbi s The National Archives pratio se broj objava arhiva u već spomenutom vremenskom periodu od 15.12.2020. do 15.2.2021.

U razdoblju od dva mjeseca arhiv je objavio 136 objava na Facebooku dok je HDA, kao arhiv s najviše objava, objavio 26 objava. Osim toga, na Facebook stranici arhiva može se pronaći adresa arhiva, broj telefona, kratki opis djelatnosti arhiva, poveznica na mrežnu stranicu arhiva

[96] The National Archives. Dostupno na: https://www.nationalarchives.gov.uk/ (16.4.2021.)
[97] The National Archives – Social media use. Dostupno na: https://www.nationalarchives.gov.uk/about/get-involved/social-media/ (21.4.2021.)

te poveznica na ostale društvene mreže poput Instagrama i Twittera što niti jedan državni arhiv u Hrvatskoj nema. U usporedbi s hrvatskim arhivima, u opisu stranice ne može se pronaći radno vrijeme niti e-adresa arhiva. Na ostalim društvenim mrežama arhiv ima manju zajednicu te i manji broj objava, primjerice na Instagramu ima 11,7 tisuća pratitelja te 15 objava u promatranom razdoblju što je znatno manji broj objava nego na Facebooku. Na temelju prikazanih podataka može se zaključiti kako je ovaj arhiv dobro upoznat s prednostima korištenja društvenih mreža, ima određenu cilju skupinu te zna na kojim je društvenim mrežama njegova ciljna skupina najaktivnija o čemu govori broj pratitelja na Twitteru i Facebooku. Osim toga, sa sigurnošću se može reći kako društvenim mrežama i ostalim Web 2.0 aplikacijama upravlja više zaposlenika, a s obzirom na količinu aplikacija i broj pratitelja na svim društvenim mrežama zasigurno postoji jasna strategija upravljanja Web 2.0 aplikacijama što može poslužiti kao primjer odličnog vođenja društvenih mreža svim državnim arhivima u Hrvatskoj.

3.5.2. Historijski arhiv Sarajevo

Tradicija čuvanja arhivskog gradiva na području Sarajeva seže od srednjeg vijeka, a tome svjedoče brojni dokumenti povijesnog, kulturnog, gospodarskog karaktera te razne povelje, rukopisne knjige itd. Nadzorni odbor grada Sarajeva 1948. godine donio je odluku o osnivanju Arhiva grada Sarajeva koji se prvih nekoliko godina postojanja mučio s nedostatkom smještajnog prostora. Godine 1975. arhiv mijenja ime u Historijski arhiv Sarajevo[98] te je narednih godina primio velike količine arhivskog gradiva. Arhiv danas, kao i nekolicina arhiva u Hrvatskoj, ima problema sa smještajnim kapacitetima te je smješten u zgradi koja ne odgovara potrebama arhiva. Arhiv čuva gradivo od 16. stoljeća te posjeduje oko 11 tisuća dužnih metara gradiva.

Historijski arhiv Sarajevo izabran je kao jedan od primjera zbog toga što, nasuprot The National Archives, ima samo jednu društvenu mrežu te može poslužiti kao primjer da je jedna društvena mreža dovoljna za komunikaciju s korisnicima, dijeljenje edukativnih sadržaja te informiranje korisnika o budućnim događajima i ostalim bitnim informacijama. Arhiv je napravio Facebook stranicu 2013. godine, a danas ima 10.011 pratitelja. Na Facebook stranici arhiva mogu se pronaći sve najvažnije informacije o arhivu kao što su adresa, radno vrijeme, broj telefona, e-adresa, poveznica na web stranicu te opširan opis djelatnosti arhiva. Isto kao i za The National Archives promatralo se koliko će arhiv biti aktivan u dvomjesečnom razdoblju, a prema

[98] Historijski arhiv Sarajevo. Dostupno na: http://www.arhivsa.ba/wordpress/ (16.4.2021.)

rezultatima arhiv je objavio 41 objavu u promatranom razdoblju. Slika 5 prikazuje primjer jedne objave arhiva na Facebooku.



Slika 5. Primjer objave Historijskog arhiva u Sarajevu
Izvor: https://www.facebook.com/HistorijskiArhivSarajevo/

Arhiv osim sadržaja koji sam objavljuje dijeli i objave drugih ustanova i portala pa tako iako nema YouTube kanal dijeli videozapise koji su povezani sa Sarajevom i slično. Zanimljivo je kako pratitelji često komentiraju i dijele objave arhiva pa je tako objavu koja se može vidjeti na slici 5, 79 pratitelja podijelilo na vlastiti profil. Iako arhiv objavljuje dosta često, može se primijetiti da nedostaje plansko objavljivanje pa tako arhiv ponekad objavi dvije objave u jednom danu pa potom tri dana niti jednu objavu. Ako se usporedi s državnim arhivima u Hrvatskoj vidi se kako Historijski arhiv u Sarajevu ima skoro duplo više pratitelja od Hrvatskog državnog arhiva, a što se tiče objava omjer je 41:26 što opet potvrđuje da redovito objavljivanje privlači nove pratitelje.

3.6. Rasprava

Prvo istraživačko pitanje glasilo je *Koje društvene mreže koriste državni arhivi u Hrvatskoj?*. Prema rezultatima prvog dijela istraživanja vidljivo je kako 13 od 18 državnih arhiva koristi bar jednu društvenu mrežu što čini 72,22% arhiva, a od tih 13 arhiva njih 12 ima Facebook stranicu čime se potvrđuje kako je Facebook najpopularnija društvena mreža među državnim arhivima u Hrvatskoj. Osim Facebooka, arhivi su aktivni na Instagramu i YouTubeu međutim u puno manjem broju tako Instagram profil imaju četiri arhiva, a YouTube kanal sedam arhiva dok LinkedIn profil ima samo Državni arhiv u Sisku. Po tri društvene mreže, a ujedno i najviše, koriste HDA, Državni arhiv u Pazinu te Državni arhiv u Sisku ako se broji i LinkedIn profil koji nema niti jednu objavu. Ostali arhivi koriste po jednu ili dvije društvene mreže. Arhivi u Bjelovaru i Dubrovniku aktivni su na Facebooku i Instagramu, arhivi u Sisku, Slavonskom Brodu, Zadru i Zagrebu imaju Facebook stranicu i YouTube kanal, arhiv u Karlovcu ima samo YouTube kanal dok arhivi u Osijeku, Splitu, Šibeniku i Varaždinu imaju Facebook stranicu. Stranicu na Wikipediji ima osam arhiva od čega samo Državni arhiv u Pazinu na svojoj mrežnoj stranci ima poveznicu na Wikipediju. Zanimljivo je kako 6 od 13 arhiva koji koriste društvene mreže na svojim mrežnim stranicama nemaju poveznice koje bi odvele korisnike na profile tih društvenih mreža.

U razdoblju od dva mjeseca pratio se broj objava arhiva na svakoj društvenoj mreži na kojoj su aktivni s ciljem odgovora na pitanje *Koliko su državni arhivi aktivni na društvenim mrežama?*. Rezultati istraživanja pokazuju kako je najaktivniji u promatranom razdoblju bio Hrvatski državni arhiv s ukupno 48 objava od čega je njih 26 objavljeno na Facebooku, 17 na Instagramu, a 5 na YouTubeu. HDA slijedi Državni arhiv u Osijeku sa 17 objava na Facebooku ujedno i jedinoj društvenoj mreži koju arhiv koristi. Arhiv u Dubrovniku broji 16 objava, 9 na Facebooku i 7 na Instagramu, a arhiv u Zagrebu 11 objava na Facebooku. Arhiv u Sisku broji 10 objava, a ostali arhivi imaju manje od 10 objava u razdoblju od dva mjeseca. Najmanje objava imao je arhiv u Varaždinu – ukupno jednu dok arhivi u Karlovcu i Šibeniku nisu imali niti jednu. Može se zaključiti da kao i u ostalim spomenutim istraživanjima, niti jedan arhiv na Facebooku ne objavljuje svakodnevno, a od arhiva koji imaju više društvenih mreža svima je Facebook glavno sredstvo komunikacije i na njemu objavljuju češće nego na ostalim društvenim mrežama. Ako se rezultati usporede s dva europska arhivima o kojima se pisalo vidljivo je kako hrvatski državni arhivi objavljuju u puno manjem omjeru, samo je HDA imao više od 20 objava na Facebooku dok je Historijski arhiv u Sarajevu imao 41 objavu, a The National Archives 136.

Isto kao i najviše objava najviše pratitelja ima HDA. Puno veći broj pratitelja prikupio je na Facebooku ukupno 4.126, na Instagramu 629 te na YouTubeu 427. Nakon HDA najviše pratitelja ima Državni arhiv u Zagrebu – 1.996 i sve pratitelje broji na Facebooku, isto kao i arhiv u Osijeku koji ima 1.177 pratitelja. Ako se broj pratitelja Državnog arhiva u Zagrebu usporedi s onim iz ranije spomenutog članka vidljivo je kako je broj pratitelja od 2016. do 2021. narastao za 688 pratitelja što je poprilično malo ako se uzme u obzir da je u rezultatima prikazanima u radu broj pratitelja u godinu dana narastao za 366. Zanimljivo je kako je kod arhiva u Dubrovniku i Bjelovaru mala razlika između broja pratitelja na Facebooku i na Instagramu tako je kod arhiva u Dubrovniku omjer 869:625, a kod arhiva u Bjelovaru 419:367. Svi ostali arhivi, osim arhiva u Pazinu i Zadru, imaju manje od 1.000 pratitelja. Najmanje ima arhiv u Karlovcu koji ima samo 4 YouTube pratitelja te arhiv u Šibeniku koji ima 61 Facebook pratitelja.

Anketa koja se koristila za istraživački dio rada sastoji se od 9 pitanja te je poslana svim državnim arhivima u Hrvatskoj elektroničkim putem. Odgovorilo je 13 od 18 arhiva od čega su dva arhiva na sva pitanja odgovorila „/“ i „u pripremi“. Ako se uzme u obzir da 13 od 18 državnih arhiva ima bar jednu društvenu mrežu može se zaključiti kako samo dva arhiva koja imaju profil na barem jednoj društvenoj mreži nisu riješila anketu.

Prvo anketno pitanje glasilo je *Koje od ovih društvenih mreža i Web 2.0 aplikacija koristi Vaš arhiv?*, ukupno 11 arhiva je označilo Facebook, 5 arhiva YouTube te 3 arhiva Instagram, a jedan je arhiv dodao svoj odgovor gdje su napisali „web stranice, virtualne učionice“.

Sljedeća dva pitanja donose odgovore na jedno od istraživačkih pitanja koje se odnosi na broj zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama arhiva te njihovo područje rada. Na pitanje *Koliko zaposlenika upravlja tim društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama?* šest arhiva je odgovorilo da društvenim mrežama upravlja jedan zaposlenik, tri arhiva su odgovorila dva zaposlenika, jedan arhiv je odgovorio tri zaposlenika i volonteri te su preostala tri arhiva odgovorila nula, točnije dva arhiva su odgovorila 0 te je jedan arhiv stavio „/“. Povezano s ovim je sljedeće pitanje gdje se traži da arhivi navedu koje je područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama. Na ovo pitanje neki su arhivi dali specifičniji odgovor od drugih tako su tri arhiva napisala da su zaposlenici koji upravljaju društvenim mrežama arhivisti, u jednom arhivu društvenim mrežama upravlja ravnateljica, a u drugom ravnatelj i voditeljica arhivskog sabirnog centra. Osim toga, u tri arhiva društvenim mrežama upravljaju zaposleni u Odjelu za informacijsko-dokumentacijske poslove, odnosno u Odjelu za

dokumentacijsko-informacijske poslove dok je jedan arhiv napisao Informatika, odnosi s javnošću. Jedan od arhiva plaća vanjsku uslugu koja upravlja društvenim mrežama arhiva te je jedan arhiv napisao da je područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama „Upravljanje procesima, obrada arhivskog gradiva, volontiranje“. Iz odgovora se može sa popriličnom sigurnošću zaključiti kako većina zaposlenika to obavlja kao dodati posao uz svakodnevne radne obveze.

Sljedeća četiri pitanja odnose se na strategiju upravljanja društvenim mrežama i objave koje arhivi dijele. Poznato je kako poslovna strategija služi kako bi se unaprijedilo poslovanje i postigli zadani ciljevi te bi zbog toga u arhivima trebala postojati i strategija upravljanja društvenim mrežama, međutim rezultati kažu kako samo jedan od trinaest arhiva koji su riješili anketu ima razvijenu strategiju upravljanja društvenim mrežama što u postocima daje 7,69%. Pitanje *Koristite li statističke podatke koje nude društvene mreže kako bi poboljšali svoje objave i privukli nove pratitelje?* donosi bolje rezultate te više od pola arhiva, odnosno 61,53% arhiva koristi statističke podatke. Nadalje, treće pitanje donosi odgovor na pitanje imaju li arhivi određenu ciljnu skupinu te samo tri arhiva imaju određenu ciljnu skupinu, odnosno 76,92% arhiva nema određenu ciljnu skupinu. Četvrto pitanje odnosi se na to objavljuju li arhivi isti sadržaj na svim društvenim mrežama koje koriste ili prilagođavaju sadržaj ovisno o društvenoj mreži. Prema odgovorima šest arhiva, odnosno 46,15% arhiva koristi samo jednu društvenu mrežu, tri arhiva prilagođavaju sadržaj ovisno o društvenoj mreži, a dva arhiva su odgovorila da ponekad dijele isti sadržaj na različitim društvenim mrežama.

Zadnja dva pitanja odnose se na prednosti korištenja društvenih mreža. Arhivi su trebali među ponuđenim odgovorima označiti one za koje smatraju da su istiniti u njihovom slučaju te su imali mogućnost dodati druge prednosti koje nisu bile među ponuđenima. Najviše arhiva je kao prednost korištenja društvenih mreža označilo veći odaziv na događaje, točnije njih deset. Devet arhiva glasalo je za izravnu komunikaciju s korisnicima te informiranje korisnika o nadolazećim događajima kao neke od glavnih prednosti. Nešto manje arhiva označilo je dijeljenje edukativnih sadržaja i promociju vlastitih usluga dok su samo tri arhiva označila povećanje prometa na mrežnim stranicama kao dobrobit korištenja društvenih mreža. Na pitanje smatraju li da su društvene mreže privukle nove korisnike u arhiv 61,53% arhiva odgovorilo je „da“ dok je 38,46% odgovorilo „nismo sigurni“.

Promatrajući rezultate prikazane u ovom istraživanju vidljivo je kako je većina arhiva počela relativno kasno upotrebljavati društvene mreže te da je najkorištenija društvena mreža

Facebook. Iako je Facebook najkorištenija društvena mreža veći dio arhiva je slabo aktivan te neki objavljuju tek nekoliko puta godišnje. Većini arhiva nedostaje jasna strategija upravljanja društvenim mrežama s određenim ciljevima te se zbog toga u nastavku rada nalaze smjernice koje mogu pomoći arhivima pri implementaciji i vođenju društvenih mreža.

4. Smjernice za upravljanje društvenim mrežama

S obzirom na to da društvene mreže i ostale Web 2.0 aplikacije iziskuju dosta vremena, istraživanja, prilagođavanja itd., a uz to većina zaposlenika u državnih arhivima u Hrvatskoj obavlja posao upravlja društvenim mrežama uz svoje svakodnevne radne obveze cijeli proces zna izgledati obeshrabrujuće posebno ako se uz sav trud i utrošeno vrijeme ne dobiju željene povratne informacije. Kao što je već napisano društvene mreže omogućuju jednostavnu dvosmjernu komunikaciju s korisnicima i često dopiru do novih, netradicionalnih korisnika arhiva, međutim kako bi se to ostvarilo potrebno je promišljeno planiranje i neprestana angažiranost. Zbog toga će se na temelju rezultata istraživanja i pročitane literature prikazati nekoliko smjernica za što učinkovitiju implementaciju i korištenje društvenih mreža.

Na samom početku, jedan od najvažnijih elemenata vođenja društvenih mreža je tko njima upravlja. Rezultati ankete pokazuju kako samo jedan arhiv plaća vanjsku uslugu dok u ostalim arhivima netko od djelatnika upravlja društvenim mrežama arhiva. Područje rada varira od ravnatelja ili ravnateljice preko zaposlenih u informacijsko-dokumentacijskom odjelu pa do arhivista. Broj ljudi koji će upravljati društvenim mrežama ovisi o veličini i mogućnostima arhiva. Ako arhiv nema mogućnosti plaćati vanjsku uslugu ili zaposliti osobu zaduženu za marketing bitno je da društvenim mrežama upravlja osoba, ili više njih, koja je upoznata s tim kako pojedine društvene mreže funkcioniraju, koje sve mogućnosti nude, koja zna kako poboljšati komunikaciju s pratiteljima, ali i kvalitetu objava. Osim toga, važno je da društvenim mrežama upravljaju osobe koje su motivirane, spremne učiti i prilagođavati sadržaj ovisno o povratnim informacijama korisnika jer nerazumijevanje društvenih mreža često dovodi do nezadovoljavajućih rezultata i gubitka motivacije za daljnje ulaganje u društvene mreže.

Za arhive koji nisu aktivni na društvenim mrežama, ali i za one koji planiraju implementirati još jednu društvenu mrežu, prilikom odabira društvene mreže treba obratiti pozornost na to koja bi društvena mreža najbolje odgovarala potrebama arhiva te koje društvene mreže broje najviše korisnika u Republici Hrvatskoj, primjerice iako je Twitter glavno sredstvo komunikacije The National Archives UK-a, za arhive u Hrvatskoj nije isplativo voditi Twitter profil jer Twitter u Hrvatskoj i dalje koristi relativno mali broj korisnika. Facebook je najpopularnija društvena mreža među arhivima s razlogom, laka je za koristiti, omogućuje izravnu komunikaciju s korisnicima, mogu se objavljivati fotografije, videozapisi, ali i samo obavijesti te je odlična prva društvena mreža za sve arhive koji tek planiraju implementirati društvene mreže u svoje poslovanje. Osim toga, arhivi bi trebali biti informirani o karakteristikama društvenih mreža koje se koriste i koje se planiraju koristiti. To znači upoznati se s tipom objava, s načinom

komunikacije, sa svim mogućnostima koje društvena mreža nudi. Kao primjer navest će se Instagram priče koje skoro niti jedan državni arhiv ne koristi, a koje mogu biti veoma korisne jer zahtijevaju puno manje pripreme od obične objave, predstavljaju lak i brz način komunikacije s pratiteljima, mogu se podijeliti zanimljive objave drugih arhiva ili ustanova u kulturi. Osim Instagram priča, mogu se snimiti i IGTV videa pa pratiteljima pokazati kako se digitalizira gradivo, kako se gradivo obrađuje, različite vrste gradiva koje se čuvaju u arhivima, a sve s ciljem kako bi se publici približila arhivska djelatnost.

Nakon što je arhiv odabrao društvenu mrežu ili više njih koje želi koristiti važno je proučiti pravila tih društvenih mreža i odrediti pravila ponašanja kako pratitelja tako i djelatnika koji će se obraćati korisnicima putem društvenih mreža. Potrebno je imati i pravila koja se odnose na zaštitu autorskih prava, na sadržaj koji će se dijeliti itd. Osim toga, rezultati ankete pokazali su kako samo jedan državni arhiv ima izgrađenu strategiju upravljanja društvenim mrežama, a bez jasnih ciljeva nemoguće je postići zadovoljavajuće rezultate. Kao što je već napisano, ciljevi trebaju biti SMART - određeni, mjerljivi, dostižni, relevantni i vremenski određeni. Cilj je određen kada se točno zna što se i kako želi postići, primjerice povećati broj pratitelja na Facebook stranici redovitim objavljivanjem. Mjerljiv cilj znači da se utvrdilo kako će se mjeriti napredak, nastavno na raniji primjer cilj može biti povećati broj pratitelja s 500 na 700 pratitelja u šest mjeseci. Dostižni ciljevi su oni za čije ostvarenje postoje potrebni resursi i „druge pretpostavke nužne da bi se cilj mogao ostvariti.“[99] Relevantni ciljevi su oni koji su važni za postizanje misije, tj. koji su u skladu s misijom i svrhom arhiva, a uz to bitno je da su ciljevi vremenski određeni. Vremenski se mogu odrediti i manji ciljevi koji vode prema nekom većem cilju. Osim ciljeva, važno je odrediti i ciljnu skupinu kojoj se arhiv obraća. U ovome od velike pomoći mogu biti analitike koje nude društvene mreže kako bi arhiv bolje upoznao svoju zajednicu. „Digitalnim kanalima može se dobiti puno osobnih podataka, a na temelju toga osmisliti sadržaj koji će se predstaviti na ciljnom tržištu.“[100] Često na različitim društvenim mrežama ustanove i pojedinci imaju različitu publiku, a što arhiv više bude upoznavao svoju zajednicu tako će dolaziti i do promjene strategije upravljanja društvenim mrežama jer će postati jasnije kakve se objave pratiteljima sviđaju te kakav ih sadržaj zanima.

Što se tiče sadržaja koji se objavljuje na društvenim mrežama bitno je da je on raznolik te da pokriva različite teme, primjerice povijesni događaji, poznate osobe, događaji u arhivu, bitni posjeti arhivu, radionice koje arhiv nudi, interesantna statistika pa čak i dijeljenje zanimljivih

[99] Ivanović Jozo, Priručnik iz arhivistike n. dj. str. 154.
[100] Matijaš Ana Pia, Korištenje digitalnim marketinškim alatima u hrvatskim muzejima. n. dj., str. 108-142.

objava drugih arhiva ili ustanova u kulturi. Kako bi privukli pažnju pratitelja preporuča se korištenje kreativnih vizualnih elemenata, poput grafike, fotografija i videozapisa, a uz to važno je pratiti najnovije trendove i prilagoditi im se. Isto tako, pratiteljima se može pokazati više prizora „iza scene“ kako bi se pokazali djelatnici arhiva i posao koji oni obavljaju. I ovdje od velike pomoći može biti analitika jer arhivi mogu vidjeti kada su njihovi pratitelji najaktivniji i prema tome kreirati raspored objava, a kako ne bi zaboravili objaviti objavu u optimalnom vremenu postoje aplikacije preko kojih se može namjestiti točan dan i vrijeme kada da se neka objava objavi. Uz ovo bitno je redovito objavljivanje sadržaja jer redovito objavljivanje privlači nove pratitelje, a osim toga povećat će se svijest o prisutnosti arhiva na društvenim mrežama i potaknuti dvosmjerna komunikacija.

Zaključak

Još uvijek je česta slika arhiva kao prašnjavih i tamnih mjesta gdje se čuvaju samo stari spisi, a pokušaj arhiva da se otvore javnosti nekima je pošao bolje za rukom nego drugima. Kate Theimer se u ranije spomenutom članku dotiče svih bitnih točaka kako da arhivi postanu otvoreniji, transparentniji i fleksibilniji, a društvene mreže su upravo jedan od alata koji im može pomoći u toj misiji.

Koncept Weba 2.0 doprinio je stvaranju osjećaja zajedništva i povezanosti i upravo je taj osjećaj ključ uspjeha aplikacija poput Facebooka, Instagrama, YouTubea. Sve te aplikacije potiču na dijeljenje sadržaja, komunikaciju, interaktivnost – ono što se očekuje i od arhiva u ovo novije doba kada su društvene mreže neizostavan dio poslovanja.

U usporedbi s druga dva europska arhiva, hrvatski arhivi broje puno manji broj pratitelja, a uz to i puno rjeđe objavljuju. The National Archives s bogatom ponudom kako društvenih mreža tako i ostalih Web 2.0 aplikacija primjer je kako redovito objavljivanje, poznavanje svoje zajednice i razrađena strategija upravljanja društvenim mrežama vode i do poželjnih rezultata. Društvene mreže omogućuju arhivima da budu prisutni tamo gdje su korisnici, a brojna literatura o temi društvenih mreža i njihovoj implementaciji može pomoći arhivima kako da budu što uspješniji u ovim novim načinima komunikacije s korisnicima.

S obzirom na bogatu povijest svih državnih arhiva, važnost koju predstavljaju spisi koje čuvaju, ali i važnost arhivske djelatnosti općenito poželjno je da arhivi prihvate nove trendove i dobrobiti koje oni nude. Upravljanje društvenim mrežama može se činiti kao iscrpljujući posao gdje je za postizanje rezultata potrebno jako puno vremena i ulaganja, međutim ako se na taj posao stave djelatnici voljni učiti, istraživati i postaviti određene ciljeve, koji će redovito objavljivati i upoznati zajednicu koja ih prati pozitivni rezultati su zajamčeni.

Literatura

Knjige:

- Daubs, M., Social Networking Site. In D. L. Merskin (Ed.), SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society (Vol. 4, pp. 1611-1615). Los Angeles SAGE., 2019.
- Desjardins G., Le Service des Archives departementales. Paris: E. Bourloton, 1890.
- Ivanović Jozo, Priručnik iz arhivistike. Zagreb: Hrvatski državni arhiv, 2010.
- Lalić S., Kolanović J. Arhivski fondovi i zbirke u arhivima i arhivskim odjelima u SFRJ : SR Hrvatska. Beograd : Savez arhivskih radnika Jugoslavije, 1984.
- Leuf, B. and Cunningham, W., The Wiki Way: Quick Collaboration on the Web, Addison-Wesley Longman, Glen View, IL.,2001.
- Mihaljević, M., Mihaljević, M. & Stančić, H. (2015). arhivistika. Arhivistički rječnik: HRVATSKO-ENGLESKI/ENGLESKO-HRVATSKI. Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
- Stulli, B., Arhivistika i arhivska služba: studije i prilozi. Zagreb: Hrvatski državni arhiv, 1997.

Članci:

- Alexander Bryan, Web 2.0 and Emergent Multiliteracies. // Theory Into Practice , Spring, 2008, Vol. 47, No. 2, Digital Literacies in the Age of Sight and Sound (Spring, 2008), str. 150-160.
- Bountouria L., Giannakopoulos G., The Use od Social Media in Archives. // Procedia - Social and Behavioral Sciences 147 (2014) str. 510 – 517.
- Crymble Adam, An Analysis of Twitter and Facebook Use by the Archival Community. // Archivaria. 2010 ; Vol. 70, No. Fall. str. 125-151.
- Duchein Michel., The History of European Archives and the Development of the Archival Profession in Europe. // *The American Archivist* (1992) 55 (1): str. 14–25.
- Elsawy, Elsayed Salah (2019) "The Strategy of Using Social Networks in the Arab Archives," Journal of Contemporary Archival Studies: Vol. 6 , Article 22. str. 1-20.
- Grbavac J., Grbavac V., Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. // Media, culture and public relations, 5, 2014, 2, str. 206-219.

- Heđbeli Ž, Barbaric M. Komunikacija između arhiva i javnosti. Web i Facebook // Zbornik mednarodne konference Radenci 2016 Tehnični in vsebinski problemi klasičnega in elektronskega arhiviranja / Gostenčnik, Nina (ur.). Maribor: Pokrajinski arhiv Maribor, 2016. str. 149-158.
- Matijaš Ana Pia, Korištenje digitalnim marketinškim alatima u hrvatskim muzejima. // Muzeologija, No. 54, 2017., str. 108-142.
- Purgarić-Kužić Branka, Društveno označivanje i knjižnice.// Vjesnik bibliotekara Hrvatske, Vol. 54 No. 4, 2011. str. 189-210.
- Putica Marija, Semantički Web. // Hum : časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, God.13 (2018), 19, str. 99-116.
- Samouelian Mary, Embracing Web 2.0: Archives and the Newest Generation of Web Applications. // The American Archivist (2009) 72 (1): str. 42–71.
- Theimer Kate, What is the meaning of Archives 2.0? // The American Archivist Vol. 74, No. 1 (Spring/Summer 2011), str. 58-68.

Mrežni izvori:

- Facebook. Dostupno na: https://www.facebook.com/ (17.1.2021.)
- Flickr. Dostupno na: https://www.flickr.com/explore (10.1.2021.)
- HDA: Povijest Hrvatskog državnog arhiva. Dostupno na: http://www.arhiv.hr/hr-hr/O-nama/Povijest (17.12.2020.)
- Historijski arhiv Sarajevo. Dostupno na: http://www.arhivsa.ba/wordpress/ (16.4.2021.)
- Hrvatsko memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rada. Dostupno na: https://centardomovinskograta.hr/ (17.12.2020.)
- Instagram. Dostupno na: https://www.instagram.com/ (23.1.2021.)
- Internet. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. Dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27653 (23.12.2020.)
- LinkedIn Learning. Dostupno na: https://www.linkedin.com/learning/me (24.1.2021.)
- LinkedIn. Dostupno na:https://www.linkedin.com/ (24.1.2021.)
- Myspace. Dostupno na: https://myspace.com/ (16.1.2021.)
- Ryze. Dostupno na: https://www.ryze.com/ (16.1.2021.)

- Storrar Tom, (2014.) Archiving Social Media [online] The National Archives. Dostupno na: https://blog.nationalarchives.gov.uk/archiving-social-media/ (17.4.2021.)
- The National Archives. Dostupno na: https://www.nationalarchives.gov.uk/ (16.4.2021.)
- The National Archives, Social Media Strategy. Dostupno na: https://www.archives.gov/social-media/strategies (20.5.2021.)
- Trendsmap. Dostuno na: https://www.trendsmap.com/ (4.1.2021.)
- Twitter. https://twitter.com/?lang=en (3.1.2021.)
- W3C. Dostupno na: https://www.w3.org/ (23.12.2020.)
- Wikipedia. Dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Wikipedija (3.1.2021.)
- Youtube. Dostupno na: https://www.youtube.com/ (24.1.2021.)
- Zakon o arhivskom gradivu i arhivima (NN 61/18, 98/19) Dostupno na: https://www.zakon.hr/z/373/Zakon-o-arhivskom-gradivu-i-arhivima (15.12.2020.)

Popis slika, tablica i grafikona

Slika 1. Mreža državnih arhiva u Hrvatskoj 8
Slika 2. Primjer Trendsmap mashupa 15
Slika 3: Prikaz razvoja društvenih mreža od 1997. do 2006. 18
Slika 4. Broj korisnika društvene mreže Instagram od 2013. do 2018. 22
Slika 5. Primjer objave Historijskog arhiva u Sarajevu 53

Tablica 1. Prikaz karakteristika Weba 1.0, Weba 2.0 i Weba 3.0 11
Tablica 2. Prisutnost državnih arhiva u Hrvatskoj na društvenim mrežama 32
Tablica 3. Broj objava u razdoblju od 15.12.2020. do 15.2.2021. 36
Tablica 4. Broj pratitelja na dan 23.2.2021. 38
Tablica 5. Prikaz ukupnog broja objava i pratitelja 39

Grafikon 1. Najčešće korištene društvene mreže i Web 2.0 aplikacije među državnim arhivima u Hrvatskoj 34
Grafikon 2. Ukupan broj objava od 15.12.2020. do 15.2.2021. 37
Grafikon 3. Prikaz koje društvene mreže i Web 2.0 aplikacije arhivi koriste 41
Grafikon 4. Prikaz koliko zaposlenika upravlja društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama arhiva 42
Grafikon 5. Područje rada zaposlenika koji upravljaju društvenim mrežama arhiva 43
Grafikon 6. Postotak arhiva koji imaju strategiju upravljanja društvenim mrežama 44
Grafikon 7. Postotak arhiva koji koriste statističke podatke koje nude društvene mreže 45
Grafikon 8. Postotak arhiva koji imaju određenu ciljnu skupinu 47
Grafikon 9. Postotak arhiva koji prilagođavaju sadržaj ovisno o društvenoj mreži 48
Grafikon 10. Prikaz prednosti korištenja društvenih mreža 49
Grafikon 11. Prikaz koliko arhiva smatra da je korištenje društvenih mreža privuklo nove korisnike u arhiv 50

Prilog 1. Anketa

Koje od ovih društvenih mreža i Web 2.0 aplikacija koristi Vaš arhiv?

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Twitter
- LinkedIn
- Blog
- RSS
- Ostalo

1. Koliko zaposlenika upravlja tim društvenim mrežama i Web 2.0 aplikacijama?
2. Koje je njihovo područje rada?
3. Postoji li u Vašem arhivu strategija upravljanja društvenim mrežama?
    - Da
    - Ne
4. Koristite li statističke podatke koje nude društvene mreže kako bi poboljšali svoje objave i privukli nove korisnike?
    - Da
    - Ne
5. Imate li određenu ciljnu skupinu za svaku društvenu mrežu koju koristite?
    - Da
    - Ne

6. Dijelite li isti sadržaj na svim društvenim mrežama ili prilagođavate sadržaj ovisno o društvenoj mreži?

    - Dijelimo isti sadržaj na svim društvenim mrežama
    - Prilagođavamo sadržaj ovisno o društvenoj mreži
    - Ponekad dijelimo isti sadržaj na različitim društvenim mrežama
    - Koristimo samo jednu društvenu mrežu
    - Ostalo

7. Koje su prednosti korištenja društvenih mreža za Vaš arhiv?

    - Izravna komunikacija s korisnicima
    - Veći odaziv na događaje
    - Informiranje korisnika o nadolazećim i prošlim događajima
    - Dijeljenje edukativnih sadržaja
    - Povećanje prometa na mrežnim stranicama
    - Promocija vlastitih usluga
    - Ostalo

8. Smatrate li da je korištenje društvenih mreža privuklo nove korisnike u Vaš arhiv?

    - Da
    - Ne
    - Nismo sigurni

Sažetak

Nove komunikacijske tehnologije zauvijek su promijenile način na koji ljudi razmjenjuju informacije, a prisutnost na društvenim mrežama važnija je no ikada. Nekada je dijeljenje informacija putem weba bilo statično, sadržaj su stvarali samo autori web mjesta, a interakcije gotovo pa nije ni bilo. Od 2004. godine razvojem Weba 2.0 fokus sa statičnih stranica prelazi na interaktivnost, sudjelovanje i društveno umrežavanje pa tako nekadašnji statični promatrači postaju aktivni sudionici u stvaranju, dijeljenju i nadopunjavanju sadržaja na webu. Osim privatnih korisnika, brojne tvrtke, udruge i ustanove u kulturi spoznale su važnosti i prednosti promoviranja svoga rada putem Web 2.0 alata i aplikacija. U ovom radu naglasak je stavljen na društvene mreže, a provedeno istraživanje prikazuje koje sve društvene mreže koriste državni arhivi u Hrvatskoj, koliko često objavljuju, tko njima upravlja itd. Rezultati su uspoređeni s dva europska arhiva, a na kraju rada nalaze se smjernice za što lakšu implementaciju i upravljanje društvenim mrežama.

Ključne riječi: državni arhivi, Hrvatska, Web 2.0, društvene mreže, komunikacijske tehnologije

Presence of state archives in Croatia on social networks

Summary

New communication technologies have forever changed the way people share information, and social media presence is more important than ever. In the past, sharing information via web was static, content was created only by the authors of the website, and there was almost no interaction. Since 2004., with the development of Web 2.0, the focus has shifted from static pages to interactivity, participation and social networking, making formerly static observers active participants in creating, sharing and updating content on the web. Beside private users, numerous companies, associations and cultural institutions have realized the importance and advantages of promoting their work through Web 2.0 tools and applications. This Master's thesis focuses on social media networks and the research conducted shows which social media networks are used by state archives in Croatia, how frequently do they post, who manages their social media accounts etc. The results are compared with two European archives and at the end of the thesis there are guidelines for easier implementation and social media management.

Key words: state archives, Croatia, Web 2.0, social media networks, communication technologies