

промовисала поезију и на тај начин постигла већи домет код млађе публике. Ови формати могу послужити библиотекару за представљање библиотечког фонда, нових публикација, најаву промоција, књижевних вечери, радионица. Унапређење профила библиотека могуће је и помоћу буктока (*Booktok*), који су веома популарни. Букток подразумева нишу или заједницу на Тиктоку у оквиру које читаоци и аутори могу да комуницирају о књигама и читању, користећи видео фокусиран на ова заједничка интересовања.¹⁹ Букток може представљати кратку видео-препоручу или такозвану рецензију за књигу, уз одговарајућу музику, или интервју са писцима, разговор о публикацији и слично, а на омладину оставља важан утисак, јер се млади читалац осећа активним. Наиме, „технолошке иновације омогућавају оцењивање садржаја, било кроз унапред предвиђену скалу оцена, било квалитативно, обележавањем садржаја, креирањем рецензија, дискусије о прочитаном садржају.“²⁰ Поред буктока, видео-формати могу обухватати и приказе библиотечких активности, кратке обуке за кориснике или снимке простора библиотека.

Важно је нагласити и улогу хаштага (#), јер он представља кључну реч за видљивост на мрежи. Коришћење хаштага може повезати објаве са сличним садржајима и у великој мери допринети дигиталној видљивости библиотека. Претраживањем и прегледом садржаја са хаштагом *#narodnabiblioteka*, можемо уочити промоцију Народне библиотеке Србије, Библиотеке града Београда и Градске библиотеке у Новом Саду (али и других библиотека које тренутно нису у фокусу истраживања). С обзиром на то да овакав тип садржаја има доста прегледа, корисно је да и саме библиотеке које желе да повећају своју видљивост на мрежи искористе овај потенцијал.

Још један од кључних фактора за успешну промоцију библиотеке код младих на платформама Инстаграм и Тикток јесте стратешко умрежавање са већ афирмисаним профилима који окупљају млађе генерације. Овакав вид сарадње може омогућити популаризовање садржаја, јер се тиме проширује домет објава.

19 Margaret K. Merga, „How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for young people?“, *Library & Information Science Research* 43, 1 (2021), doi:10.1016/j.lisr.2021.101091, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818821000219?via%3Dihub> (преузето 13. 10. 2025).

20 Адам Софронијевић, „Друштвене и технолошке иновације и књига: да ли можемо и даље бити само усамљени читаоци?“, 461.

То можемо видети на примеру Народне библиотеке Србије. Све наведено требало би да допринесе бољем разумевању предности друштвених технологија када је реч о промоцији читања. Иновације у овој области свакако треба пратити и критички проценивати, како би се њихов потенцијал применио на начин који подстиче читање.

ЗАКЉУЧАК

Да би се млађи корисници подстакли да чешће долазе у библиотеке, потребно им је понудити одговарајући садржај. У том контексту, отварање налога на друштвеним мрежама није више ствар избора, него неопходност модерног библиотекарства. Библиотека која није видљива на друштвеним мрежама остаје у сенци брзог виртуелног света младих корисника. Важно је стога осмислити стратегију пословања у којем ће онлајн присуство бити корисно и у складу са планским и програмским циљевима везаним за приближавање омладини. За одржив дигитални развој библиотека потребно је оформити тимове који ће се бавити представљањем библиотеке на друштвеним мрежама и подстаћи библиотеке које на њима немају налоге да ове платформе почну да користе како би успешније оствариле дијалог са савременим читаоцем.