

Čitateljske navike i trendovi i platforma Goodreads

Dukić, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

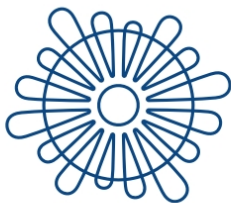
2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:103753>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru
Odjel za informacijske znanosti
Sveučilišni diplomski studij
Informacijske znanosti



Marija Dukić

Čitateljske navike i trendovi i platforma Goodreads

Diplomski rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru
Odjel za informacijske znanosti
Sveučilišni diplomski studij
Informacijske znanosti

Čitateljske navike i trendovi i platforma Goodreads

Diplomski rad

Student/ica:

Marija Dukić

Mentor/ica:

dr. sc. Josip Ćirić

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Marija Dukić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Čitateljske navike i trendovi i platforma Goodreads** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 11. srpnja 2024.

Sažetak

Rad se bavi čitateljskim navikama i prirodom trendova u čitanju i općenito, te sadrži teoretski prikaz relevantnih istraživanja o američkim i hrvatskim čitateljskim navikama i trendovima. Čitanje u 21. stoljeću predstavlja specifičan društveni i kulturološki, kolektivni, ali i izrazito individualni fenomen, te je u uvodnom dijelu rada prikazan rast i razvoj čitanja kroz zabilježenu povijest. Istraživački je dio rada eksplorativne naravi, a istraživanje je provedeno upitnikom koji su ispitanice osobe dobile kao proslijeđeni link putem aplikacije WhatsApp, a popunjavale su ga u Google Forms. Cilj je istraživanja bio skupljanje podataka o čitateljicama i čitateljima dviju hrvatskih županija, s dijelom pitanja usmjerenim na korištenje platforme/aplikacije Goodreads i upoznatost s njenim postojanjem. Goodreads je platforma/aplikacija za praćenje pročitanih knjiga, knjiga koje se čitaju i koje će se čitati, namijenjena čitateljicama i čitateljima, s (opcionalnim) društvenomrežnim aspektom. Njen je rast stabilan već nekoliko godina – radi se o jednoj od najčešće skidanih i korištenih aplikacija u Google Play *Books & Reference* kategoriji. Goodreads nudi opciju virtualnih polica za sortiranje knjiga, te dopušta *tagove* (oznake) koji funkcioniraju kao odvojene police i javni su. Jedna od najpopularnijih i najčešće korištenih značajki stranice je *Reading Challenge* (čitateljski izazov), a mjeri se, ovisno o želji pojedine osobe, broj pročitanih knjiga ili broj pročitanih stranica u kalendarskoj godini.

Ključne riječi: čitateljske navike, čitateljski trendovi, Goodreads, čitateljski izazov

Reading habits and patterns and the Goodreads catalogue

Summary

This thesis offers a selective view of reading habits and the nature of trends in reading and presents relevant research on American and Croatian reading habits and trends. Reading in the 21st century is becoming a specific social and cultural, collective, but also highly individual phenomenon, and the introductory part presents the growth and development of reading through history. The research is exploratory, it was conducted through a questionnaire that the interviewed persons received as a forwarded link via WhatsApp and filled it in using Google Forms. The goal of the research was to collect data on readers of two Croatian counties, with several questions focused on the use of the Goodreads catalogue (website/application) and the readers' awareness of its existence. Goodreads is a cataloguing platform/application for keeping track of books read, books being read and books to be read, with an (optional) social networking aspect. Its growth has been stable for several years, it being one of the most downloaded and used applications in the Google Play Books & Reference category. Goodreads offers the option of virtual shelves for sorting books, allowing tags that function as separate virtual shelves and are public. One of the most popular and most frequently used features is the Reading Challenge, which is tracked individually, either by the number of books read or the number of pages read within a calendar year.

Keywords: reading habits, reading trends, Goodreads, reading challenge

Posvećujem sav svoj rad svojoj mami.

Sadržaj

Uvod	1
Kratka povijest čitanja.....	1
Čitateljski trendovi	3
Čitateljski trendovi i navike	8
Čitateljske navike suvremenih američkih čitateljica i čitatelja	8
Čitanje u doba lockdowna: navike građanki i građana Republike Hrvatske tijekom pandemije	12
Navike, emocije i čitanje.....	15
Platforma/aplikacija Goodreads	17
Virtualne police Goodreadsa kao zrcalo osobnosti, navika i ukusa čitateljske publike.....	17
Čitateljski izazov	20
Društvenost Goodreadsa	23
Grupe/forumi na Goodreadsu i njihov/njegov konzumentski aspekt.....	28
Metodologija	33
Rezultati i rasprava.....	35
Čitateljske navike ispitanih osoba	36
Korištenje aplikacije Goodreads	41
Usporedba sociodemografskih pokazatelja	43
Usporedba čitateljskih navika	45
Zaključak.....	48
Literatura	53

Uvod

Kratka povijest čitanja

Kad je zapravo rođena – sad već drevna – vještina čitanja? Na plodnom tlu Mezopotamije, u petom mileniju prije nove ere, stvaranjem složenih društvenih struktura i razvojem agrikulture, počeli su nicati prvi zabilježeni urbani centri u povijesti. Upravo tada i tu, nepoznat je netko zauvijek promijenio tijek povijesti čovječanstva nacrtavši oblike na glinenoj pločici. Ti će spontani vizuali postati prvim današnjem svijetu poznatim – riječima. Rođenjem koncepta pisanja rodio se i koncept čitanja. Neće proći dugo i prvi sumerski pisari postat će, uz vladara, najcjenjenijim članovima svojega društva.

Naime, imati moć pisanja i čitanja značilo je imati moć prenošenja istine ili, zlokobnije i značajnije za budućnost pisanja i zapisivanja povijesti, stvaranja vlastite. Vladari koji su znali čitati nisu propuštali istaknuti tu vrlinu u zapisima koje su o njima za generacije koje dolaze stvarali pisari. Oko 2300. godine prije nove ere na glinenim će se pločicama, akademskim jezikom, autori/pisari početi obraćati primatelju riječima *dragi čitatelju*. (Govori se o vremenu u kojem je još uvijek osnovna postavka obraćanja bila muškarac muškarcu, zbog čega su izostavljeni rodno svjesni oblici u ovom dijelu teksta.) Postat će jasno kako je čitanje ne samo vještina koja se treba aktivno učiti i još aktivnije razvijati, već i novi komunikacijski način koji nadilazi i povezuje vremensko-prostorni kontinuum. (Patra, 2021) Moglo bi se reći da je takva komunikacija utjecala i na razvoj jezika, koji je do tog trena imao primarno usmeno-usmeno transfer, sasvim različit kanal od onog kojim je započinjao teći s početkom pismenosti. Taj je prijelaz iznimno bitan jer ga se može smatrati evolucijom komunikacije: informacija je prestala biti samo nešto što se prenosi u trenutku i za prijenos ovisi o pamćenju primatelja, a postala je nešto što može nadživjeti i pošiljatelja i primatelja u identičnom obliku u kojem je zabilježena – drugim riječima, prijenos informacija dobio je stabiln(ij)u budućnost, ali i prošlost manje podložnu izmjeni u odnosu na dotad isključivo usmeni prijenos.

Prvi su napisani tekstovi imali primarno, uvjetno rečeno, izvedbenu vrijednost. Naime, bili su namijenjeni čitanju – naglas. Široke su mase toga doba još uvijek nepismene, stoga se recepcija pisanih tekstova oslanjala upravo na javna čitanja u nekom obliku, bilo utilitarnom (prijenos poruke kao glavna svrha, bez prevelikog obraćanja pažnje na estetiku van uobičajene formulaičnosti) ili estetskom (prijenos emocija i/ili poticanje emocija s naglaskom

na oblikovanje teksta da zadovolji kriterije ljepote, sklada, zabave...). Čitateljski su se performansi onoga što možemo smatrati književnošću (ne utilitarni poput glasnika) stoljećima izvodili najčešće u hramovima i na plemićkim dvorovima, što je i bilo logično s obzirom na financijski aspekt uzdržavanja umjetnika kao neke vrste zaposlenika za zabavu koji je tad bio čest; u samostanima tog aspekta nije bilo, više se pažnje posvećivalo vjerskim temama koje su eventualno kasnije obrađivane i izvođene u svrhu edukacije i kristijanizacije/konverzije puka. Minezingeri, trubaduri i minstrelji u kasnom srednjem vijeku, uz pjesmu i ples, u modu dovode i čitanje. Od antičke rimske kulture do građanskih salona 19. stoljeća, opismenjavanje masa sposobnost čitanja pretvara u potrebu. Čitanje postaje kamen temeljac obrazovnog procesa, ali i izrazito staleški znamen koji razdvaja niže društvene slojeve od viših društvenih slojeva. Ljudi počinju čitati kako bi se obrazovali, kako bi ostvarili društveni ugled, ali i kako bi se zabavili. (Patra, 2021)

Prosvjeta kao neprofitabilna i pretežno besplatna aktivnost još je uvijek bila u svojim začecima u 18. i 19. stoljeću. Kćeri (rjeđe) i sinovi (češće) plemićkih i dobrostojećih trgovačkih obitelji opismenjivali su se i općenito obrazovali uz pomoć privatnih učiteljica i učitelja koji su mogli funkcionirati i u isključivo obrazovnom smislu, ali i u odgojnom – iz književnosti i dnevnčkih zapisa toga doba da se iščitati da je njihova uloga bila u punom smislu mentorska. Odgoj djevojčica bio je usmjereniji, u skladu s vremenom, na vještine smatrane primjerenima za buduću domaćicu/animatoricu (sviranje, pjesma, strani jezici, ples, vezenje i slične vještine i znanja orijentirani na kuću i društveni život), dok su dječaci odgajani s usmjerenošću na buduće preuzimanje obiteljskih i drugih poslova izvan kuće (računanje, povijest, latinski i slične vještine i znanja orijentirana na buduće više stupnjeve obrazovanja i posao). Pismenost je polako postajala sve potrebija vještina – a do suvremenosti je prešla dalek put od pukog razumijevanja slova, riječi i rečenica. Danas tim terminom opisujemo niz vrlo složenih i vrlo različitih vještina.

Pišući o pismenosti i njenom utjecaju na čitanje, Bučević-Sanvincenti (2006.) navodi sad već raširenu podjelu pismenosti na primarnu/elementarnu, sekundarnu/funkcionalnu i tercijarnu. Primarna bi, prema toj podjeli, bila doslovno čitanje i pisanje, sekundarna razumijevanje pisanih uputa i obrazaca u svakodnevnom životu (formulari, ugovori, snalaženje u javnim ustanovama i slično), a treća je najkompleksnija i obuhvaća niz vještina potrebnih da bi osoba mogla funkcionirati u modernom zapadnjačkom društvu: informacijsku, računalnu, internetsku, medijsku... Koje se koriste kombinirano, pri čemu i dalje početna točka biva ona koja je jednom davno bila istoznačna s pismenošću – vještina čitanja i pisanja.

Suvremena je čitateljica¹, ako je okvirno smjestimo u 20. stoljeće (masovnost tiska i rast prosvjete tek su tad uzeli ozbiljnog maha), oblikovana svim navedenim procesima koji su se odvijali tisućama godina. Čitanje u 21. stoljeću predstavlja specifičan društveni i kulturološki, kolektivni, ali i izrazito individualni fenomen. Čitateljske su navike suvremenog čovjeka individualni pokazatelj velikih kolektivnih promjena koje su se počele događati u drugoj polovici i krajem 20. stoljeća. Tehnološki napredak rezultira pojavom novih uređaja koji nadopunjuju/zamjenjuju tradicionalne, tiskane knjige: računala, specijalizirani čitači e-knjiga, mobilni telefoni... Knjiga je dostupnija nego ikad.

Umjesto odlaska u knjižaru, možda udaljenu kilometrima, knjiga prestaje – nažalost i nasreću – biti avantura i doživljaj nabave, a postaje sadržaj udaljen, kao i većina virtualnih sadržaja, par klikova mišem. Internet postaje dijelom svakodnevice, jedan od njegovih metaforičkih hodnika završava otvorenim vratima globalne knjižnice koja se čini nepresušnom, jezično i kulturalno babilonski raskošnom i nepreglednom. Pretežno je baš ta masovnost doprinijela pojavama unutar procesa čitanja (i navika vezanih uz njega) koje se tako brzo odvijaju da ih je nemoguće kontinuirano i detaljno pratiti, kvantificirati i analizirati. Ipak, množe se hipoteze o sve slabijem čitanju modernih generacija u odnosu na prijašnje. *Čita se sve manje!* – kliču, zapomažu, vrište učiteljice, vijesti, institucije koje se knjigom bave... A opet, knjige se pišu i čitaju, uređuju i tiskaju, prodaju i preprodaju, kupuju i krađu, i nema naznaka da je izumiranje knjige (tiskane, digitalne, zvučne) stvarna prijetnja.

Čitateljski trendovi

Nije loše podsjetiti se, prije rasprave o čitanju i trendovima vezanim uz njega, da nije svaka tiskana knjiga književnost – i samim time nije svako čitanje isto. Književnost postoji u klasičnom trokutu o kojem se poučava na prvim satima književne teorije svih filozofskih fakulteta: autorica/autor – djelo – publika. Drugim riječima, bez čitateljica i čitatelja ne može se ni govoriti o književnom djelu. (Rukopis, dnevnički zapis i slične autorske tvorevine postaju književnost u trenu u kojem dobiju publiku.)

Navedena podjela ne govori o dobroj/lošoj književnosti, već samo o preduvjetima da bi se uopće moglo govoriti da nešto spada pod književnost, da postoje elementi da nešto nazovemo književnim djelom. Nethersole (2007) u tom kontekstu piše o jeziku modernog

¹ U radu se većinom koristi ženski rod u značenju svih rodova (osim u dijelovima u kojima je naglašena razlika ili iz izvornika na stranom jeziku nije moguće zaključiti o kojem je rodu riječ).

vremena kao o vrsti kapitala u posjedu i autorice/autora i čitateljice/čitatelja, tvrdeći da je povezanost književne vrijednosti i ekonomije prvi put zabilježena u 18. stoljeću, ali i govoreći o padu te vrijednosti u modernom vremenu u kojem je vezana uz rad i vrijednost rada. Time čitatelj/čitateljica, o čemu će biti još riječi u ovom radu, postaje dijelom potrošačkog društva i ekonomske slike svoje zajednice, grada, države – i svijeta.

Čitateljice i čitatelji – tko su oni? Koji proces prolaze u odabiru nečega čemu će biti publikom? Kako donose odluke? Kako se, u kontekstu svega navedenog u prethodnom poglavlju, drevna vještina čitanja nosi s teretom modernog, brzog, digitalnog svijeta, svijeta u kojem trend kraljuje svime što se kupuje, nosi, čita i konzumira? Kako vezati uobičajene pokazatelje trenda/trendova za proces osoban i intiman kao što je čitanje? S druge strane, može li ijedna pojava vezana za osobu koja živi u društvu uopće biti smatrana intimnom?

Ukus, navike i preferencije čitateljica i čitatelja formiraju se pod utjecajem niza socijalnih i drugih faktora. (Zanimljivo bi bilo istražiti i koliko su osobe koje čitaju manje ili više podložne trendovima od onih koje ne čitaju, s obzirom na obrazovanje i vezu s kulturnim ustanovama.) Ta neosporna činjenica vodi zaključku da čitateljski ukus osobe nikako ne može pripadati samo njoj, već je definitivno dio složene mreže povezanosti s drugim osobama, bile one sklone knjizi ili ne. Knjiga postaje socijalni faktor, prestaje biti individualna kakva postaje kad je netko konzumira; odabir knjige više nije slika ruke koja poseže prema polici knjižare ili knjižnice – više nalikuje hobotnici tuđih/prošlih utjecaja i ukusa koja se valja i pruža pipke na sve strane dok ne dohvati nešto.

Odabir je knjige kompleksan postupak. Na simboličkoj su razini za tom knjigom posegnule ruke svih onih koji su osobu naučili što voli (ili ne voli): od prve bajke (ako je imala tu sreću da ih je njen odgoj uključivao) do romana u kojem još stoji straničnik; književni je ukus, kao i navike uz njega vezane, živ entitet podložan stalnoj mijeni. Nešto što se mijenja teško je mjerljivo i gotovo neuhvatljivo, čime se lako može obrazložiti relativno malen broj empirijskih znanstvenih radova na temu praćenja književnih i/ili čitateljskih trendova. Postojeći su radovi često tek fotografski uhvaćeno stanje trenutne situacije, izolirane u vremenskom kontinuumu, bez stvarnih povezivanja i mogućih predviđanja budućih kretanja i trendova.

Shvati li se pojam trenda kao nešto čemu je glavna odlika da je protočno, promjenjivo, podložno utjecajima okoline, kulture, pojedinaca – jasno je da je njegovu prirodu, premda neminovno prolaznu, teško vremenski ograničiti dok sam trend traje. Kad trend dolazi, postoje jasni bročani pokazatelji da dolazi; kad nestane, jasno je da je nestao. Tako je u književnosti, glazbi, modi, ekonomiji... Trend je vječni *buzzword* i znači da se nešto trenutno

pojavljuje/nestaje većom frekvencijom nego je uobičajeno. Svako područje čije kretanje omeđuje ljudski ukus, koje ima konzumentsku odrednicu, ne može izbjeći česte i brojne fluktuacije. Ljudi nešto zavole, nešto prestanu voljeti, i predviđanje trajanja trenda jedna je od odlika sve jače potrošačke kulture u kojoj živimo. (Za potrebe ovog rada, riječju *trend* neće se označavati kretanja koja su postala relativno dugoročno stabilna, čime prestaju biti otklon od norme i postaju norma.)

Predvidjeti trend znači i utržiti ga, i nije čudno da se kompletni marketinški odjeli najuspješnijih tvrtki posvećuju upravo toj temi. Industrija knjige u Sjedinjenim Američkim Državama godišnje obrće 270 milijardi dolara (Dimitrov et. al. 2015). Kad se uzme u obzir da je prodaja knjiga već dugo mjesto na kojem se obrću tako visoke cifre, ne čudi da je pitanje trenda u konzumaciji književnosti bitno ne samo društveno i u kontekstu kulture, već i u ekonomskom kontekstu: ljubiteljice knjige pretežno su i potrošačice, a u potrošačkoj se kulturi trend odražava – potrošnjom. Čitanje je, drugim riječima, odavno dio tržišta, i kao takvo podliježe zakonima popularnosti/trendova.

Knulst i Kraykaamp još 1998. govore o padu popularnosti čitanja – također trend – na međunarodnoj razini, i njihov je rad samo jedan od mnogih koji su predviđali propast knjige općenito. Danas, preko dvadeset i pet godina od te studije, možemo sa sigurnošću reći da je knjiga (kao i čitanje) daleko od propasti. Naravno, oblici čitanja izmijenili su se kako je tehnologija nezaustavljivo napredovala: danas su pametni mobiteli i e-čitači preuzeli ogroman dio tržišta. Ipak, iako se i njima u medijima ranih dvijetisućitih pripisivalo da će sasvim istisnuti klasične tiskane knjige – to se nije dogodilo.

U stvarnosti, koliko god primamljivo djelovalo crno-bijelo dijeliti čitateljsku publiku na one hipsterski naklonjene raznovrsnim *gadgetima*/elektronici i staru gardu koja čita samo ukoričeno, istina je sasvim drugačija. Ljudi čitaju i na jedan i na drugi način, nekad i paralelno, kući imaju knjižnice dok na odmor nose Kindle, u pauzama na poslu čitaju na laptopima... Svijet čitanja, čitateljica i čitatelja pokazao se puno manje predvidljivim nego što se to isprva činilo. Je li tiskana knjiga mjestimično propala? Jest. Je li čitanje propalo? Samo milijarde koje Amazon vrti, držeći 68 % američkog tržišta – a prodaje triput više tiskanih knjiga nego digitalnih – na godišnjoj bazi preko Kindlea i prodaje elektroničkih knjiga (Lindner 2023), indikator je da nema govora o propasti čitanja, premda će u ovom radu biti govora o djelomičnom smanjenju broja čitateljica i čitatelja. Knjige su, piratizirane ili ne, vrlo tražena roba. Kupuju se, posuđuju, krađu, kopiraju, dijele... Dok su videoteke nakon procvata devedesetih ostale relikti prošlosti, knjižnicama nikad nije prijetila takva katastrofa. (Koliko se god danas fanatično pisalo i govorilo o knjižnicama kao multimedijalnim kulturnim

informativskim centrima nove pismenosti, samo je letimično praćenje poslovanja bilo koje narodne knjižnice dovoljno da se uoči da je knjižnica i dalje više od svega mjesto na kojem se, kao i na početku, posuđuju knjige.)

Na razini Republike Hrvatske trendovi su jasni: čita se malo. Barem jednu knjigu u zadnjih godinu dana pročitao je 40 % ispitanih osoba, a čitanost je općenito u padu. (N1 2023) Po broju pročitanih knjiga po osobi na nezavidnom smo mjestu kako u Europskoj Uniji, tako i u svijetu. Kultura čitanja zamire, i nije čudno da su hrvatski/balkanski podforumi Goodreads, koji je predmet istraživačkog dijela ovog rada, slabo aktivni i neorganizirani, s malim brojem članica i članova. Hrvatska nije primjer čitateljske nacije, a ni susjedne države nisu ništa bolje, i teško da se malen broj aktivnih osoba koje koriste Goodreads može pravdati veličinom države čak i ako se sve reducira na postotke. Hrvatice i Hrvati, kratko i jasno, malo konzumiraju književnost i knjige općenito, a istraživanja pokazuju da i to malo postaje sve manje iz godine u godinu. Koliko na to utječu izmjene u svijetu kakve većina ljudi nije prije imala prilike iskusiti?

Kako predvidjeti trend i naviku, uočiti ih dok se odvijaju, kojim ih alatima pratiti i mjeriti? Ovaj rad ne teži odgovaranju na tako općenita pitanja, već se bavi čitateljskim trendovima i navikama općenito uz kraći osvrt na uvjete pandemije COVID-19. Od 2020. u svijetu se uspostavlja niz promjena kojima su mediji tepali da su novo normalno – jesu li stvarno? Što to uopće znači novo normalno i je li uistinu par godina života u uvjetima koji su nepovezivi s dosadašnjim iskustvima dovoljno da novo postane i normalno? Koliko se ljudsko društvo, osobito zapadnjačko, uspješno nosi s uvjetima koji utječu na rad, slobodno vrijeme, socijalni život? Je li to vrijeme rodilo nove čitateljice i čitatelje? Jesu li im ukusi na početku pandemije varirali u smjeru u kojem se moglo očekivati, jesu li čitali više, manje, jednako kao i ranije?

Općeniti trend rasta platforme/aplikacije Goodreads stabilan je već nekoliko godina, a pad Shelfarija, nekadašnjeg Golijata društvene katalogizacije knjiga, odveo je mnoge (koji bi možda i odabrali nešto drugo da je bilo ozbiljne alternative), upravo na Goodreads – koji je trenutno najveći društveni elektronički katalog knjiga (Albrechtslund 2019). Zamišljen kao društvena mreža, ali daleko od najpopularnijih konceptom: nema objava, statusa, postova kakve se obično može vidjeti na drugim izvorima. Postovi su objavljeni automatizmom (može se isključiti ili naknadno obrisati gotovo sve objave), a odnose se pretežno na interakciju s knjigom, koja je primarna, a tzv. *like* je sekundaran (osoba može lajkati npr. progres u čitanju, neku knjigu dodanu na policu, te isto i komentirati). Sam sustav djeluje kao da ne potiče toliko interakciju s ljudima. Umjesto interakcije živih ljudi, građenja odnosa i (virtualnih)

prijateljstava – traži se i potiče kontinuirano hranjenje umjetne inteligencije koja stoji u pozadini kataloga i uči. Sudeći po sve boljem i preciznijem predlaganju novih knjiga, uči zastrašujuće brzo, prateći čitateljice i čitatelje nenametljivo kao sjena, ne tražeći podatke izvan onih koji su nužni za njeno funkcioniranje, ne zasipajući oglasima; samo – prati. Umjetna inteligencija preuzela je dio posla koji su nekoć radile osobe znanstveno specijalizirane za grane humanistike vezane uz knjigu i književnost, kao i zaposlene u marketingu izdavačkih kuća – praćenje navika i trendova i predviđanje novih.

O sustavnijem praćenju čitateljskih trendova može se početi govoriti tek s počecima popularizacije tiska: usavršavanjem tiskarskih strojeva koji su omogućili brzo i relativno jeftino umnažanje književnih djela, te njihovu distribuciju javnosti koja je već bila (osnovno) opismenjena. Time se prvi put u povijesti dogodila istinski masovna proizvodnja književnosti za konzumaciju, što je dovelo i do popularizacije šunda i kiča koji su (premda postoje otkad je književnosti) tek na jeftinom papiru došli u stotine tisuća ruku, stvorivši sebi čitateljsku vojsku – stvorivši trend. Uz trend je, kao što se događa i danas, u kompletu došla dušobrižnička vojska koja se nad tim istim trendom zgraža. Tko ima pravo odrediti što je kultura i jesu li (čitateljska) kultura i trend međusobno isključivi ili, ipak, ovise jedno o drugom? Ako se pojmovi mikrotrenda i makrotrenda primijene na književnu recepciju, može se npr. govoriti o trendovima među ljudima kojima je književnost struka, čija ekspertiza često stoji nasuprot općih trendova? Logično je da osoba koja nešto zna o književnosti (ili glazbi, slikarstvu, kiparstvu) ne percipira umjetnički objekt/produkt isto kao netko tko konzumira, uvjetno rečeno, laički. Samim time recepcija onih koji su adekvatno obrazovani da kritički procijene može poprimiti, možda, elitističku notu.

Od knjige do teatra, svakodnevno se u medijima može vidjeti kako doživljaji kritike i doživljaji publike mogu biti u ogromnom raskoraku za bilo koju vrstu umjetničkog djela. Isto se događa i u književnosti, a u vrijeme društvenih mreža događa se vidljivije nego ikad. Danas je vrijeme u kojem svatko kritizira iza svoje tipkovnice, često i anonimnošću ograđen od eventualnih posljedica, čime se stvara s jedne strane hiperinflacija bezvrijedne kritike – a s druge platforma/aplikacija Goodreads. Koristeći složene algoritme među knjigama, ocjenama i svima koji je koriste, Goodreads se oslanja na preporučene knjige, sličnosti, tematske liste, potičući da svi koji je koriste i sami izrađuju te popise i sudjeluju u forumima.

Čitateljski trendovi i navike

Čitateljske navike suvremenih američkih čitateljica i čitatelja

U članku iz 2017. godine, autori Swift i Ander navode kako, usprkos velikom broju različitih digitalnih distrakcija, 73% američkih ispitanica i ispitanika više voli čitati fizičke knjige od onih digitalnih te preferiraju čitanje u odnosu na slušanje audioknjiga. Američka analitička tvrtka Gallup od 1978. godine provodi istraživanje postavljanjem otvorenih pitanja kako bi se dobio uvid u čitateljske navike stanovnica i stanovnika Sjedinjenih Američkih Država. Istraživanje se provodi telefonskim anketiranjem uzorka od nešto više od 1000 ispitanih osoba iz svih 50 američkih država, a koje ne smiju biti mlađe od 18 godina. U istraživanju koje je Gallup proveo 2016. godine, 16 % ispitanih osoba u zadnjih godinu dana nije pročitao nijednu knjigu. U odnosu na prvo istraživanje iz 1978. godine, bilježi se porast od 100 %, budući da tada 8 % ispitanih osoba u razdoblju od godine dana nije pročitao niti jednu knjigu. (Swift i Ander, 2017)

Gallupovi su najrecentniji podaci o čitateljskim navikama Amerikanki i Amerikanaca oni iz 2021. godine. (Jones, 2022) Tada je 17 % ispitanih osoba izjavilo kako unatrag godine dana uopće nisu čitali knjige. Zanimljivo je kako se u istraživanju *pročitanoj knjigom* smatra cjelovita ili tek *djelomično* pročitana tiskana, digitalna ili *djelomično* poslušana audioknjiga (Jones, 2022), što nije slučaj u većini znanstvenih/komercijalnih istraživanja na prostoru Republike Hrvatske. Istraživanjem se također utvrđuje koliko je ispitanih osoba u posljednjih godinu dana pročitao 1 – 10 knjiga te 11 i više knjiga. Swift i Ander u svom članku prenose Gallupove statističke podatke o postotku pročitanih knjiga prema dobnim skupinama 2002. i 2016. godine.

Koliko knjiga Amerikanke i Amerikanci pročitaju, prema dobnim skupinama

Koliko ste knjiga, u cijelosti ili djelomično, pročitali u zadnjih godinu dana?

nijednu	1 do 5	6 do 10	11 do 50	51 ili više
----------------	---------------	----------------	-----------------	--------------------

	nijednu	1 do 5	6 do 10	11 do 50	51 ili više
--	----------------	---------------	----------------	-----------------	--------------------

2016.

18 – 29 godina	9	32	21	34	4
30 – 49 godina	19	34	13	26	8
50 – 64 godine	20	39	10	25	6
65+ godina	14	35	13	25	12

2002.

18 – 29 godina	13	35	13	32	7
30 – 49 godina	16	34	16	27	6
50 – 64 godine	15	29	21	28	7
65+ godina	29	26	9	22	11

Najznačajnije su razlike zabilježene u istraživanju iz 2002. i 2016. godine u skupini ispitanih osoba starijih od 65 godina. Čak je 16 % ispitanih osoba više u navedenoj dobnoj skupini 2016. godine pročitao barem jednu knjigu u zadnjih godinu dana u odnosu na istu dobnu skupinu koja je u istraživanju sudjelovala 2002. godine. Postotak onih koji su u godinu dana pročitali barem jednu knjigu, 2016. je porastao sa 68 % na 85 %. U istraživanju provedenom 2016. godine zabilježen je i porast od 4 % u odnosu na 2002. godinu u kategoriji *11 i više pročitanih knjiga*. Ovi statistički podaci apsolutno nisu zanemarivi: pri eventualnoj usporedbi s navikama hrvatske čitateljske publike treba uzeti u obzir razlike u pitanjima i preciznoj definiciji (koja u mnogim istraživanjima nedostaje) pročitane knjige (s obzirom na navedenu *djelomičnost*), zbog koje domaće statistike izgledaju lošije od američkih na papiru, a u stvarnosti možda jao i ne bi bio toliki koliki djeluje zbog različitosti mjerenja i definiranja u samim istraživanjima.

Dolaskom elektroničkih uređaja za čitanje na tržište, futurolozi su predviđali gotovo sigurnu propast tiskanih izdanja knjiga. Mislilo se kako će mogućnost pohrane velikog broja digitalnih izdanja na različite elektroničke uređaje, zbog svoje praktičnosti i dostupnosti, uvelike smanjiti potražnju za tiskanim/klasičnim primjercima knjiga. Čini se kako su takva predviđanja u potpunosti pogrešna, što potvrđuje većina istraživanja na tu temu: klasična knjiga nije ni na sporom odlasku, a kamoli na zalasku. Čak je 73 % ispitanih osoba 2016. godine odgovorilo kako su primjerci knjiga koje su pročitali zadnjih godinu dana bili u tiskanom, a ne digitalnom ili zvučnom formatu. Jedna od pet ispitanih osoba radije čita

digitalne knjige, dok samo 6 % njih svoje knjige više voli slušati nego čitati. (Swift i Ander, 2017) Pokazalo se i da su predviđanja u kojima će ljudi knjige slušati, a ne čitati, sasvim promašena – možda bi bilo interesantno usporediti popularnost audioknjiga i sveprisutnih *podcastova*? Treba se prisjetiti i kako se svojedobno prizivala propast radija u vrijeme dolaska televizije – a dogodilo se raslojavanje i relativno mirna koegzistencija medija, očito put koji se nastavlja i u daljnjem grananju medija na nove kategorije i oblike, pa tako i u svijetu knjiga, čitanja i čitateljskih navika koje se konstantno prate i proučavaju.

Gallupovo istraživanje iz 2021. godine, provedeno prema istom metodološkom principu kao i njegova prethodna istraživanja, uključilo je neke nove podatkovne kategorije kako bi se razjasnile uočene pojave analizirane u prethodnim istraživanjima. Izrađena je komparativna studija čitateljskih navika Amerikanaca i Amerikanki u razdoblju od 2002. do 2016. i 2021. godine. Gallupove statističke podatke prenosi Jones u svom članku:

Promjene u prosječnom broju pročitanih knjiga, po kategorijama, 2002. – 2016. nasuprot 2021.

	2002. – 2016.	2021.	Promjena
Odrasli/e Amerikanci/ke	15,2	12,6	-2,6
Spol			
Muški	10,8	9,5	-1,3
Ženski	19,3	15,7	-3,6
Dob			
18 – 34 godine	13,8	13,0	-0,8
35 – 54 godine	14,2	12,5	-1,7
55+ godina	16,7	12,0	-4,7
Fakultetski obrazovani/e			
Da	21,1	14,6	-6,5
Ne	12,6	11,5	-1,1

Usporedni podaci ukazuju na smanjenje prosječnog broja pročitanih knjiga 2021. godine u odnosu na podatke iz tri provedena istraživanja od 2002. do 2016. godine. Taj je broj pao s

15,2 pročitane knjige godišnje u razdoblju od 2002. do 2016. godine na 12,6 pročitanih knjiga godišnje tijekom 2021. godine. Značajniji se pad bilježi u onim kategorijama koje okupljaju revnije čitateljice i čitatelje. Među fakultetski obrazovanima se 2021. godine pročitao čak šest knjiga manje u odnosu na razdoblje 2002. – 2016. U prošlosti su Amerikanke godišnje pročitale dvostruko više knjiga od Amerikanaca, međutim, ta je razlika postala manje dramatična 2021. Te su godine američke čitateljice u prosjeku pročitale 15,7 knjiga u odnosu na skoro 20 koliko je zabilježeno od 2002. do 2016. godine. Za razliku od američkih čitateljica, američki je čitatelj 2021. godine pročitao prosječno samo 1 knjigu manje u odnosu na razdoblje od 2002. do 2016. godine. Taj se broj smanjio s 10,8 na 9,5 prosječno pročitanih knjiga godišnje.

Jones zaključuje kako čitanje kao omiljena razbibriga Amerikanki i Amerikanaca općenito gubi na popularnosti. Godine 2020., u kojoj je Svjetska zdravstvena organizacija (World Health Organization) proglasila pandemiju uzrokovanu virusom COVID-19 te posljedično globalnu karantenu (*lockdown*) zbog koje ljudi u većini zemalja nisu smjeli napuštati svoje domove ili su ih napuštali kratko, strogo i ograničeno, Gallup je proveo istraživanje o tome smatraju li Amerikanke i Amerikanci čitanje omiljenom večernjom aktivnošću za trajanja izolacije. Samo je 6 % ispitanih osoba odgovorilo potvrdno. Za usporedbu, na isto je pitanje 2016. godine 12 % ispitanih osoba odgovorilo potvrdno. Gallup je ovo pitanje prvi put postavio 1960. godine. Istraživanje iz 2020. prvo je u kojem je broj onih kojima je čitanje omiljena razbibriga pao ispod 10 %. Jones nadalje tvrdi kako je pad popularnosti čitanja među Amerikankama i Amerikancima u uzlaznom trendu.

Ne radi se, navodi Jones, o porastu udjela ljudi koji *uopće* ne čitaju (broj se stabilizirao na 17 %), već je problem u tome što one skupine koje čitaju, čitaju znatno manji broj knjiga nego prije. Gallupova istraživanja, nažalost, ne nude konkretne podatke o razlozima pada popularnosti čitanja među američkom populacijom – tek propituju činjenice koje su zasigurno rezultat nečega: manjka volje, slobodnog vremena, i jednog i drugog? Jones zaključuje kako su neki od mogućih razloga pad interesa za knjige, i općenito za čitanje, definitivno manjak vremena koje se posvećuje čitanju i/ili promjene u načinu života i životnoj dinamici te dostupnosti knjiga uzrokovane pandemijom. (Jones, 2022)

Čitanje u doba lockdowna: navike građanki i građana Republike Hrvatske tijekom pandemije

Baš kao što Jones u svom tumačenju pada popularnosti čitanja u SAD-u uzima u obzir pojavu pandemije uzrokovane virusom COVID-19, tako su i autorica Petr Balog i autori Lukačević i Radmilović (s Filozofskog fakulteta u Osijeku te Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek) odlučili istražiti što se mijenjalo u čitateljskim navikama hrvatskih čitatelja/ica za vrijeme pandemije. Autori_{ca} su od 15. veljače do 1. ožujka 2021. proveli *online* anketu s 29 pitanja višestrukog izbora i otvorenog tipa na uzorku od 2147 ispitanih osoba koji su bili stariji od 15 godina. Ispitanici/e su bili s područja cijele Republike Hrvatske.

Osim demografskih, upitnik je sadržavao pitanja koja se ponajviše odnose na čitateljske navike i interese ispitanih osoba, preferirane oblike čitanja i utjecaj pandemije na interes ispitanih osoba za čitanjem. Dio je pitanja tražio da ispitane osobe naznače razliku u svojim čitateljskim navikama u 2020. godini u odnosu na prethodnu godinu. (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021)

Pojavom pandemije i posljedičnim potpunim ili djelomičnim zatvaranjem fizičkih lokacija knjižnica i primjenom smjernica o fizičkoj udaljenosti, knjižnice širom svijeta počele su mijenjati model poslovanja ne bi li ublažile/zaobišle dotad neviđena ograničenja u komunikaciji s osobama koje koriste knjižnične usluge. Zbog naglašavanja i širenja dostupnosti usluga u digitalnom formatu, knjižnice u tom periodu uglavnom bilježe porast interesa za e-knjige. Knjižnice u Ujedinjenom Kraljevstvu zabilježile su porast posuđenih e-knjiga na 3,5 milijuna do sredine kolovoza 2020., a u Singapuru su zabilježile porast od 70 % u odnosu na godinu ranije. U Singapuru, ako se uspoređuje samo vrijeme *lockdowna* za godine 2019. i 2020., uočljiv je dotad neviđen porast – čak 150 %. Od onih koji su u pandemiji posuđivali e-knjige, 67 % je posuđivalo e-knjige i prije novonastale situacija, dok su ostali tek tad počeli koristiti tu uslugu. Od tih 33 % novih, 56 % su bili postojeći članovi/članice knjižnice koji su se prešli na e-knjige zbog trenutne situacije i ograničenja, a u 44 % slučajeva radi o novim članovima/članicama.

Slično je bilo i u SAD-u, tamo je porast od 29,2 % posuđenih e-knjiga zabilježen u prvom periodu pandemije. Tek manji broj hrvatskih narodnih knjižnica ima uslugu posudbe e-knjiga, a vode Knjižnice grada Zagreba (KGZ) koje su svoj ZaKi Book uvele 2019. godine. Pojedine su knjižnice uslugu posudbe e-knjiga uvele uoči (ili čak zbog) zatvaranja u 2020.

Tijekom zatvaranja, potpunog ili djelomičnog, fizičkih lokacija knjižnice, posuđivanje e-knjiga u KGZ skočilo je 75 % u odnosu na period prije lockdowna (s otprilike 40 na 70 naslova po danu). Za uočiti je da je knjižnica vrlo brzo reagirala na dotad nepoznatu situaciju i, po uzoru na uspješni model knjižnica u drugim zemljama u tom izazovnom periodu, radila na povećanju broja e-knjiga koje su se mogle posuditi. Gradska knjižnica Rijeka stavila je u pojačano korištenje aplikacije ZaKi Book, premda su je već ponudili korisnicima i korisnicima i prije pandemije. Zanimljivo je uočiti da je mogućnost posudbe e-knjiga privukla i nova učlanjenja osoba koje joj po lokaciji ne gravitiraju.

Tijekom 2020., u Ujedinjenom Kraljevstvu broj članova skočio je za 32 %, bez sumnje zbog navedene situacije (prije toga nikad nije zabilježen sličan porast u broju članova/ica). I druge su knjižnične usluge – uvjetno rečeno – premještene online: aktivnosti poput promocije knjiga, pričaonica, raznih radionica i slično, a koristile su se društvenim mrežama za bržu i lakšu dostupnost korisnicima i korisnicima knjižničnih usluga. (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021)

Iako je u hrvatskim knjižnicama tijekom vremena zatvorenosti (prostorne, kad su aktivnosti ograničene ili sasvim premještene online) rasla posudba e-knjiga, te je općenito prošireno korištenje knjižničnih digitalnih usluga, to – iznenađujuće – na kraju nije imalo utjecaja na rast broja posuđivanih knjiga. Knjižnična je statistika pokazala je da je u gotovo svim hrvatskim knjižnicama općenito pao broj posuđene građe u 2020. u usporedbi s prethodnom godinom. Ured za kreativnu analizu (Kvaka) proveo je 2020. istraživanje tržišta knjiga u Hrvatskoj, zabilježivši 7 % porasta među osobama koje su u toj godini pročitale bar jednu knjigu (49 %) u odnosu na prethodnu godinu (42 %). Godine 2018. čitalo se najviše, tad je 56 % ispitanih pročitale barem jednu knjigu. (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021) Broj osoba koje su pročitale minimalno jednu knjigu u 2021. očito je, barem malo, rastao. S druge strane, manje se intenzivno čita u skupini onih koji čitaju više od jedne knjige godišnje i koji željenu građu nalaze i posuđuju u knjižnicama. (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021)

Zanimljivo je da je za vrijeme trajanja pandemije čitateljska publika reagirala drugačije u različitim dijelovima svijeta. Negdje su zabilježeni podaci o porastu broja pročitanih knjiga za vrijeme izolacije (primjerice, u Nigeriji, Kanadi i Sjedinjenim Američkim Državama), dok su negdje ti podaci upravo suprotni i govore u prilog tomu da su ljudi za vrijeme pandemijske izolacije čitali – manje. Uzroke takvog ponašanja, prema pojašnjenjima, među ostalim, stručnjaka specijaliziranih za mentalno zdravlje, može se naći u dugotrajnoj neizvjesnosti koja je kod brojnih ljudi uzrokovala anksioznost i onemogućila usredotočenost

na čitanje knjiga. Pri tome se ne govori o internetskim tekstovima u koje se ne udubljuje, već se preleti/skenira pogledom. (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021)

Lukačević, Petr Balog i Radmilović svoje su istraživanje temeljili na sljedećim istraživačkim pitanjima: je li čitanost u Hrvatskoj porasla tijekom pandemije bolesti COVID-19 2020. u odnosu na 2019. godinu u smislu broja pročitanih knjiga i vremena provedenog čitajući? Kakve su čitateljske navike u uzorku? Ima li razlika u čitateljskim navikama i interesima u odnosu na spol? Je li došlo do porasta čitanosti i interesa za elektroničku knjigu? Jesu li anketirani članovi/članice hrvatskih knjižnica upoznati s njihovim uslugama (posebice mogućnošću posudbe elektroničkih knjiga)?

Istraživanjem se došlo do sljedećih zaključaka o čitateljskim navikama u Republici Hrvatskoj za vrijeme pandemije uzrokovane virusom COVID-19.

Uočen je blaži porast u čitanju, kako u broju pročitanih knjiga, tako i u provedenom vremenu na tjednoj bazi u odnosu na vrijeme prije pandemije. Nisu uočene veće promjene samo kod onih koji su prije pandemije dosta čitali (preko 12 sati tjedno) – većina, 93,2 %, istim je tempom čitala i u 2020. godini. Ostali koji čitaju manje od 12 sati tjedno imali su veće odmaka u odnosu na prethodnu godinu, a najuočljivija je kod onih koji su u 2019. godini čitali ispod dva sata tjedno – za tu je kategoriju vrijeme čitanja duže u čak 43,8 % ispitanih slučajeva. Nije za čuditi se podatak da su najčešći razlozi za (povećano) čitanje u vrijeme pandemije bili odmak od vijesti (43,4 %) i očuvanje mentalnog zdravlja (38,4 %), porivi koji je u tom periodu vjerojatno osjetila svaka osoba. Promatrajući čitateljske navike ispitanih osoba, većina ih je najčešće čitala povremeno tijekom tjedna i svakodnevno (66,4 %), no ima ih i koji su se izjasnili da preko tjedna ne čitaju (3,5 %). Nadalje, istraživanje je pokazalo da su žanrovski najveću popularnost zadržali i inače omiljenu trileri i kriminalistički romani, kao i djela suvremene književnosti, što je djelomično u skladu s čitateljskim trendovima zabilježenima u razdoblju prije pandemije. Knjige koje su se čitale najčešće su se posuđivale u knjižnicama (68,3 %) ili su se čitale knjige koje osobe posjeduju (58,2 %), što je u skladu sa spomenutim istraživanjem Kvae. Također, najveću čitanost u uzorku imale su tiskane knjige (87,0 %), a slijede ih društvenomrežne objave (71,4 %). Gotovo su sve ispitanice osobe (90,9 %) radije posezale za tiskanim knjigama, a tek je manji broj korisnika, prvenstveno muškarci, radije uzimao e-knjige (e-knjige radije čita samo 8,8 %, ukupno 188 ispitanih osoba). Ako se pažljivije promotre godine unutar ispitanice skupine, najzainteresiraniji su za e-knjige oni najmlađi u (po godinama 15 – 20: 10,9 %; i 21 – 35: 9,2 %), a od elektroničkih se formata najviše koristi PDF (44,7 %). Samo je 16,3 % ispitanih osoba izjavilo je da su za vrijeme pandemije bili zainteresiraniji za e-knjige. Većina ispitanih osoba, čak 83,7 %, navela je da ili

nije došlo do promjene u interesu za e-knjigu u odnosu na vrijeme prije pandemije (37,4 %) ili nemaju nikakav interes za e-knjigom (46,3 %). (Lukačević, Petr Balog, Radmilović, 2021)

Istraživanjem se zaključilo da je na većinu ispitanika pandemija nije imala utjecaja po pitanju navika vezanih za čitanje. Najviše ih je nastavilo konzumirati knjige unutar istog obima i jednako intenzivno kao i prije pandemije, a ima ih koji ni u tim uvjetima nisu počeli čitati. E-knjiga, unatoč *lockdownu* i radu na daljinu kod mnogih zaposlenih ljudi, kao i ograničenjima kretanja koja su *de facto* ukinula mnoge druge hobije i razbibrige u navedenom periodu, nije postala popularnija (a otprilike je svaka druga osoba koja koristi usluge knjižnice upoznata s uslugama koje se nude).

Prikazano je istraživanje ukazalo da će biti potrebe za temeljitijim i opsežnijim istraživanjima u budućnosti. O dugoročnim promjenama čitateljskih skupina koje su u tom periodu odrastale i formirale se u buduće odrasle čitatelje/ice, djece i mladih, nemoguće je nagađati – vrijeme će pokazati (a neke posljedice već i jesu vidljive) koliko ih je *lockdown* promijenio nabolje ili nagore po pitanju čitanja i čitateljskih navika formiranih ili zanemarenih u tom periodu.

Navike, emocije i čitanje

Navike su dio osobe, zajednice, društva; kao takve mijenjaju ponašanje i ciljeve ne samo na individualnoj, već i kolektivnoj razini. Wohn, Velasquez, Bjornrud i Lampe (2012) pišu o navikama kao nesvjesnom ponašanju koje nije nevezano uz svjesno: *Premda je navika tip nesvjesnog ponašanja, navike nisu nevezane uz svjesno ponašanje poput (postizanja, op. prev.) ciljeva; drugim riječima, ponašanje pojedine osobe može biti odraz navike čak i kad postoji temeljna motivacija da se izvrši zadatak²*. Ciljevi, dakle, mogu voditi i do stvaranja navika koje postupno postaju sve više nesvjesne, ali nastavljaju voditi prema cilju.

Navike čitanja vezane uz cilj, poput Goodreads čitateljskog izazova, o kojima će biti riječi u ovom radu, životan su primjer toga. Ako osoba ima naviku otvoriti knjigu kad navečer legne, u miru i tišini, ne povezuje nužno tu naviku (koja je možda postojala i ranije) s postizanjem nekog određenog cilja. Ipak, ta navika itekako vodi cilju: od onih malih (Goodreads čitateljski izazov) do onih ogromnih (učenje i vježbanje nekog jezika na najvišem stupnju). Mnogi su primjeri korisnosti navika u svakodnevnom životu, ali su osobito važne za čitanje – i nisu odvojene od karakteristika čitateljica i čitatelja: Rhee i Scales (2001) potvrđuju

² Prevela autorica.

da su navike i uzorci u procesu čitanja (ali i prije i poslije čitanja) vezani uz više faktora, a primarno uz spol, rasu i najvišu postignutu razinu obrazovanja. Interesantno je da su u svom istraživanju uočili i znanstveno potvrđenu (relativnu) konstantu čitateljskih navika od kasnih sedamdesetih do 2001., a da su mnoge mjerljive komponente navika ostale nepromijenjene i dvadeset godina kasnije (barem za Sjedinjene Američke Države). Navedenoj bi se konstanti mogla možda preispitati aktualnost, ali praksa i dalje pokazuje da su ta istraživanja, i navike njima zabilježene, vrlo dobar pokazatelj i nakon 2000. – drugim riječima, vrijede i u eri e-čitača i mobitela koji su prestali biti pokretni telefoni, a postali minijaturna računala. Evolucija knjige i čitanja brza je, kao i svi drugi procesi (potencijalno) vezani uz tehnologiju i tehnološke napretke, ali ne i sasvim nepredvidljiva: ljudi i dalje čitaju, a medij se mijenja. Drugim riječima, opći se proces da predvidjeti, a detalji su često iznenađujući i nepredvidljivi, osobito po pitanju društvenog dijela: *shareanja*, preporuka, komentara i sličnog.

Dijeliti svoje mišljenje o knjizi, glazbi, filmu, umjetnosti općenito – zašto je važno? Ljudi dijele svoje dojmove na razne načine: u razgovoru s bliskim osobama, u formalnom okruženju svih razina obrazovanja, u tisku, na internetskim portalima, na privatnim Instagram/TikTok profilima... Odakle potreba podijeliti svoj (ne)ukus? U zapadnoj je civilizaciji nemoguće komunicirati ne odajući pritom dio sebe, svoje osobnosti, sklonosti, ukusa, bez referiranja na neki oblik umjetnosti i/ili medija. Biti dio zajednice neminovno uključuje dijeljenje intime, navika, rituala i stavova. Pritom se, dakako, prenose i osobne emocije na kolektivnu razinu i/ili razinu zajednice. Hustedde i King (2002) pišu o emocionalnom životu zajednice kao zanemarenom dijelu njezinog razvoja, govoreći o osjećajima kao pokretačkoj sili motivacije i djelovanja – nazivajući pritom pojam duše jednim od najnejasnijih u jeziku, što bi se moglo primijeniti na sve jezike.

Emocije i duša vode nas u izboru prijatelja i prijateljica, partnera i partnerica, zanimanja, interesa, ukratko: svega, pa tako i knjiga koje čitamo i trendova koje svjesno ili podsvjesno pratimo. Među osnovne emocije spada i strah, pa ni strah od tehnologije kao čitateljskog alata ne treba zanemariti – osobito kad se u priču uvede pitanje etičkog korištenja umjetne inteligencije, o kojoj Ćirić i Kovačević (2007), među više tehnofobijskih teza, navode i za književnost najinteresantniju: da umjetna inteligencija ima imanentnu patologiju koja se potencijalno manifestira homicidalnim ponašanjem – čest motiv mnogih (još uvijek) fiktivnih narativa. Takve priče jamačno ne bi bili popularne koliko jesu da u ljudima ne postoji urođen strah od kontakta s nečim neljudskim, neživotinjskim, a inteligentnim. Od Cthulhua i Frankensteinovog čudovišta/sina do Samanthe u Jonzeovom filmu *Ona*, inteligencija nečeg što nije biološki rođeno izgleda božanski/čudovišno, pa makar i bila maskirana čistim bijelim

sučeljem aplikacije naizgled metaforičkim miljama udaljene od ratovanja dronovima i Kosinskijevog filma *Oblivion*.

Sva navedena promišljanja dodatna su potvrda da je proces čitanja (i alata kojima se u odabiru i samom čitanju služimo) opsežan, slojevit, intiman i samo djelomično predvidljiv: od glinene pločice do e-knjige, odnos između čitateljice ili čitatelja, čitanja i knjige može se smatrati mikrosvemirom u kojem je uvijek moguće otkriti novu pojavu, nov proces, nove zakonitosti, novo zvijezde.

Platforma/aplikacija Goodreads

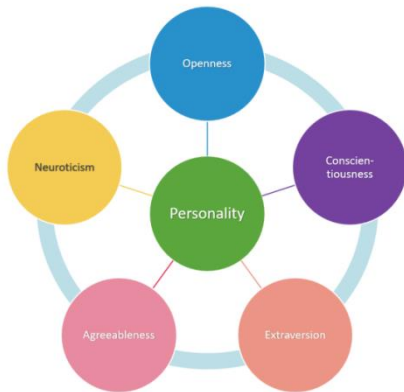
Virtualne police Goodreads kao zrcalo osobnosti, navika i ukusa čitateljske publike

Pri vizualnoj Google pretrazi pojma „knjižnica“ na hrvatskom, engleskom, španjolskom, talijanskom... uočljiv je isti dominantni motiv: police pune knjiga. Redovi polica prepuni knjiga vrlo su vjerojatno i maloj djeci prva asocijacija na knjižnice, te ne čudi da su upravo police izabrane kao logičan način sortiranja na platformi Goodreads. Premda nema opcija vizualizacije dizajniranih prema stvarnim policama kakve je svojedobno nudio Shelfari (visina i širina polica, boja drva i slično), ipak su pregledne i daju mogućnost personalizacije tako da korisnica odabere određeno izdanje koje želi prikazano na svojoj polici (ta je opcija povremeno nestajala u redizajnu korisničkog sučelja).

Kad pročita knjigu, korisnica može odabrati naslovnicu omiljenog izdanja (ili učitati vlastitu, ako već nije ponuđena – premda je ta opcija od 2022. bitno otežana i treba proći ručno odobrenje nekog sa statusom Librarian) i ta će se naslovnica prikazivati na osobnoj virtualnoj polici. Ljudi prikazuju svoje čitateljske navike kao odraz svoje osobnosti pročitanim/izloženim knjigama – njima govore o sebi samima, svom ukusu, svom odgoju i obrazovanju, o svojoj kulturološkoj pozadini, o svojoj inteligenciji... Presjek knjiga koje netko čita nesumnjivo dodaje aspekt osobnosti koji je vidljiv na polici. Kao ekvivalent stvarne police koja stoji puna knjiga u nečijoj sobi, virtualna polica biva izlogom osobnosti onoga tko ju je složio.

Treba napomenuti da personalizacija inače gotovo sasvim izostaje s većine funkcija stranice, nema raskošnih opcija za vizualno uređivanje profila ni dodavanje sadržaja kakvo nude popularne društvene mreže; nema statusa osim onih vezanih uz knjige, mogućnosti uploada fotografija ograničene su... Sve je orijentirano više knjizi i bazičnoj komunikaciji s drugim korisnicama, a manje kreiranju ostalih sadržaja. Navedene značajke zapravo ostavljaju

dojam da se korisnice potiče na to da personalizaciju, izražavanje osobnosti, postižu upravo – knjigama koje čitaju. Ako promatramo ukus kroz konzumaciju kulturnih sadržaja, moglo bi se reći da Goodreads zapravo postiže *bolju* personalizaciju takvim pristupom. Još je Francis Bacon pisao kako književni ukus određuje ljude, a u moderno je vrijeme dokazano da se uz pomoć karakteristika knjiga koje netko čita može predvidjeti čak i crte osobnosti – Ng, Bos, Sigal i Li (2017) snaže navedenu ideju, među ostalim, koristeći tzv. model Big Five u vezi s korisničkim interakcijama.



Slika 1: Vizualni prikaz modela OCEAN

Prikazani model ima pet širokih faktora (poznat i pod engl. kraticom OCEAN): otvorenost prema iskustvu, ugodnost, savjesnost, ekstroverzija, i neuroticizam³. Ng i suradnici dokazali su da su navedeni faktori, koji u kombinaciji čine osobnost, itekako u korelaciji s vrstama/žanrovima književnosti koje su ispitane osobe čitale.

Logično je da sadržaj koji se konzumira određuje onoga tko

konzumira u svim poljima ljudskog djelovanja i potrošnje, umjetnost od toga nije izuzeta. Kao što ljude određuje ukus u hrani, odjeći, vozilima i stambenim prostorima, određuje ih i ukus u umjetnosti (ili umjetnostima) koju konzumiraju. Moglo bi se reći da je potonje čak i jače pri definiranju osobnosti i bitnih životnih stavova i navika.

Kad se uzme u obzir sve navedeno, ne čini li se da je upravo puna (virtualna ili fizička) polica knjiga itekako personal(izira)na? Ne čini li se da svaki korak korištenja biva korak dalje u smjeru potpune personalizacije? Slažući knjige, korisnica govori o sebi, možda čak i iskrenije i intimnije otvarajući sebe nego što bi to učinila filtriranim *selfiejem* na nekoj drugoj društvenoj mreži. Polica postaje više od načina/alata praćenja pročitanih knjiga, knjiga koje se čitaju, knjiga koje će se čitati – nadilazi to, postajući izlog osobnosti i ukusa. Međutim, za razliku od fizičke police privatne knjižnice, virtualna polica dopušta tagove koji funkcioniraju kao odvojene police i javni su.

Ulazeći u nečiji profil, možemo vidjeti police koje ta osoba odabire pokazati, ali i sve ostale. Primjerice, osnovne tri police koje su zadane svima su:

1. *Read*
2. *Reading/Currently Reading*
3. *To Read/Want To Read*

³Prijevod nije najvjestiji ni najtočniji, ali se u navedenom obliku udomaćio u hrvatskoj psihologiji.

Vremenski određene (redom: pročitane u prošlosti, u tijeku čitanja i za čitanje u budućnosti), odvojene su i međusobno su djelomično isključive (ali u trenutnoj knjizi na polici *Reading/Currently Reading* mogu biti i datumi prošlih čitanja ako je čitana više puta). Za razliku od tri osnovne, osobne police nisu apsolutno ničim ograničene. Mogu se slagati jezično, tematski, po favoritima... Mogućnosti su nepregledne i potpuno prilagodljive. Premda ih puno korisnica rabi kao *tagove*, Goodreads nudi opciju *tagganja* i unutar svake knjige, kao i citata. (Na području citata je inače stroga kontrola *Librarians* zanimljivo zakazala – Marilyn Monroe i Albert Einstein pogrešno su zastupljeni s toliko citata da je nemoguće ući u trag citatima koji stvarno jesu njihovi.) Valja napomenuti da je mobilna verzija (kako u raznim preglednicima, tako i u samoj Goodreads aplikaciji) znatno nepreglednija od verzije za laptose i stolna računala i ima manje funkcija. Teže se dolazi do mnogih opcija, a neke su i sasvim nedostupne. Usprkos tome, s više od deset milijuna skidanja godinama drži visoko 12. mjesto u *Books & Reference* kategoriji za Android (Google Play 2024). (Vrijedi uočiti da je od jedanaest aplikacija iznad nje osam vezano za Bibliju i proučavanje Biblije, ostale su Audible, Libby i Kindle.) Usprkos manjoj preglednosti, police su dostupne za svaku korisnicu koja ima javni profil ili je označena kao prijateljica. (Naravno, s iznimkom blokiranih.) Svaka se polica može pregledati i unutar nje se može sortirati knjige po autorici, datumu izdanja, ocjeni i mnogim drugim elementima. U praksi je to vrlo iskoristivo: primjerice, na profilu prijateljice može se ući u policu naziva *American Modern* i sortirati po prosječnoj ocjeni knjige i po broju ocjena, te komparacijom liste dobiti najbolje ocijenjena i najpopularnija djela tog perioda, odnosno knjiga koje je dodala na policu tog imena/*taga*. Navedena je metoda prilično jednostavna, ali postoje i mnogi složeniji načini da se tuđe police/*tagovi* filtriraju i sortiraju ne bi li se došlo do kvalitetnijih i točnijih preporuka za buduće čitanje.

Premda miješanje pojmova police i *taga* na papiru može djelovati zbunjujuće, u praksi je vrlo jednostavno i logično. Ne može se reći da su istoznačni, ali se u velikom dijelu preklapaju – ovisno o tome kako ih se koristi. Primjerice, netko može odlučiti da koristi police sasvim kao fizičke police, a *tagove* koristi za pobliže određivanje (općenito, primjenjivo za sve); netko može uopće ne koristiti police/*tagove* osim tri osnovne zadane kategorije; netko može koristiti *tagove* umjesto polica... Kombinacije su brojne i ne postoje nikakve smjernice za njih, te ih svatko može skrojiti kako želi. Praksa je pokazala da korisnice često koriste *tagove* i u potpunosti ih personaliziraju, koristeći ih i za sebe i za druge.

Čitateljski izazov

Zašto ljudi toliko vole aktivnosti natjecateljskog tipa? Usprkos relevantnosti na gotovo svim poljima života, natjecateljska su ponašanja dugo bila nedovoljno istražena (Smither i Houston 1992) u psihologiji i drugim granama. O natjecanju na tržištu rada lako je naći studiju, ali natjecanje na dnevnoj razini – s drugima, sa sobom – nedovoljno je proučena grana osim u odgoju (i to je najčešće pedagogija vezana za mlađu djecu, predškolske i školske dobi). Ipak, poplava zatupljujućih i sve popularnijih domaćih i stranih *realityja*, pub-kvizova na kojima se svatko može razmetati vrstom znanja koju je Ray Bradbury briljantno nazvao nezapaljivim znanjem, raznih regionalnih/lokalnih derivata američkog kviza Jeopardy... govore isto: ljudi se vole natjecati i vole gledati kako se drugi natječu. Unijeti kompetitivnost u bilo koju ljudsku aktivnost znači automatski je učiniti dinamičnijom, atraktivnijom za promatranje, lakše unovčivom: tko bi radije gledao jednog trkača nego borbu za olimpijsko zlato? (Forrest je Gump iznimka koja potvrđuje pravilo.) Tko bi radije gledao utrku čovjeka sa samim sobom nego pretjecanja dužinom zloglasne Mulsanne? (*Ford vs Ferrari* iznimka je koja potvrđuje pravilo.) Natjecanje osobe sa sobom samom zanimljivo je samo – toj osobi.

U tom je svjetlu lako shvatiti kako Goodreads, po svojoj prilici najnedruštvenija među društvenim mrežama, uspješno primjenjuje tu ideju na čitateljicama i čitateljima: čitanje je intimna aktivnost, i na platformi posvećenoj intimnoj aktivnosti vjerojatno se ne bi dobro primila natjecanja nalik igricama. Stoga je *gejmifikacija* natjecanja uglavnom izostala: cilj znači da utipkate jednu, dvije, tri znamenke broja knjiga kao cilj i onda sustav automatski uvrštava pročitane knjige kao korake prema (samo)zadanom cilju.

Čitateljica se na Goodreadsu uspoređuje sama sa sobom. Jedna od najpopularnijih i najčešće korištenih značajki stranice je *Reading Challenge* (čitateljski izazov), koji se odvija svake godine i traje od 1. siječnja do 31. prosinca. Koncept je jednostavan: svaka čitateljica može (ali ne mora, nema nikakvih pritisaka u vidu notifikacija – samo diskretan *banner* koji stoji dio siječnja i *newsletter*, ako je korisnica pretplaćena na njega) postaviti sebi neki objektivno mjerljiv izazov za tu godinu: broj pročitanih knjiga ili broj pročitanih stranica. Cilj je vrlo nezastrašujuće mekan: može ga se mijenjati cijele godine bez ikakvih ograničenja. Primjerice, ako netko ambiciozno postavi sebi cilj od 60 knjiga i tijekom godine vidi da nema šanse da ga ispuni – bez problema može smanjiti broj i tako postići (korigirani) cilj. Prethodnih je godina postojala diskretna oznaka *1 book behind*, *3 books behind* itd. da bi se 2021. to zamijenilo obaviješću o ciljanom tempu čitanja, primjerice: *Great going! Read 2.5 books per month for the rest of the year to complete your challenge*. Jasno je da se potpuno

uklanja natjecateljski duh, a ide se prema motivaciji čitateljice da prilagodi tempo čitanja (bez obavijesti o zaostacima ili usporenom tempu).

Po završetku kalendarske godine u kojoj je sebi zadala izazov, čitateljica dobije automatski generiranu djeljivu infografiku (*My Year in Books*) o svojim navikama te godine: koliko je knjiga pročitala, koja je najkraća/najdulja, najpopularnija/najmanje popularna i slično. Taj je format pregleda godine vizualan, s atraktivnim dizajnom, i uključuje link za dijeljenje na drugim društvenim mrežama. Sve u svemu, čitateljski bi se izazovi dali opisati kao nekompetitivni i nenametljivi, s tendencijom da takvi i ostanu.

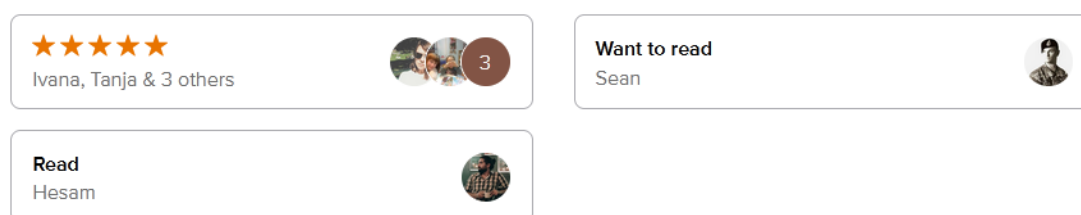


Slika 2: Infografika: Snimka zaslona *My Year in Books*⁴ (autoričin pregled godine i čitanja)

⁴ Ovaj i ostali *screenshots* (snimke zaslona) u radu preuzeti su s privatnog profila [goodreads.com/MarijaDukic](https://www.goodreads.com/MarijaDukic)

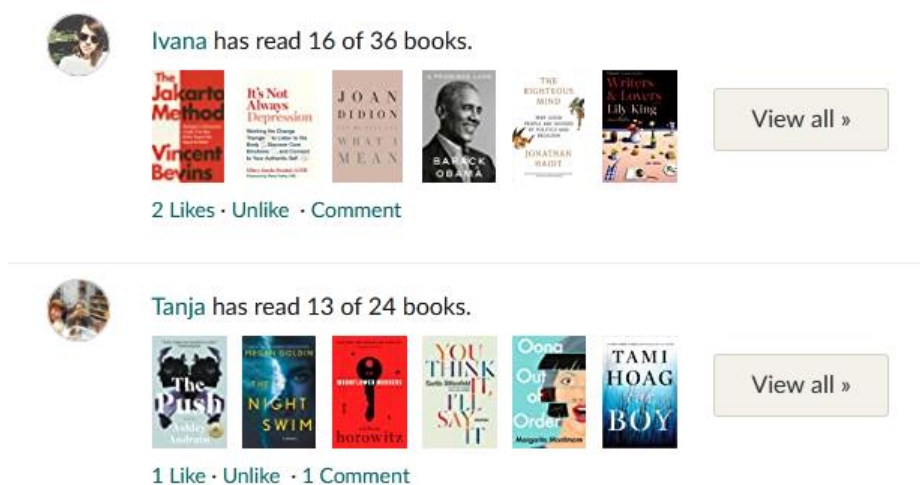
Na navedenom se primjeru vidi dio infografike, a bitno je napomenuti da je svaka knjiga ujedno i link (kojim se može dodati/*taggati* knjigu na jednu od tri glavne police), te da prijateljice vide jedne drugima sve, ali da na javnim profilima bilo tko može pogledati ove podatke. Također, postoji sustav preporuka u kojima se knjigu pri označavanju pročitano može preporučiti prijateljici, kao i navesti po čijoj je preporuci pročitana. Ova je opcija povremeno ukidana ili skrivana, od 2023. opet je funkcionalna i vidljiva. Ispod osnovnih podataka o svakoj knjizi stoji tekst, primjerice: *No one you know has read this book. Recommend it to a friend!* – uz link za preporuku korisnicama. Ako je netko od poznatih pročitao tu knjigu ili je namjerava pročitati, stoji obavijest:

Friends & Following (7)



Slika 3: Snimka zaslona: autoričine prijateljice i praćene osobe

Osim navedenih polja, postoji i polje za privatne bilješke, koje uvijek ostaje privatno. Broj knjiga i ciljevi mogu se usporediti, ali bez sortiranja i/ili poticanja natjecanja: u obliku su abecedno poredane liste prijateljica (postoje i druge opcije) uz označen progres, te se nude jednostavne opcije *lajkanja* i komentiranja, bez dodatne interakcije osim dodavanja knjiga na vlastite police/označavanja svojim *tagovima*. Svima se mogu pogledati ciljevi izazova u obliku dijela liste s linkovima na pojedine naslove, a *View all* vodi na kompletnu listu s puno više detalja:



Slika 4: Snimka zaslona: autoričina mreža prijateljica, njihove pročitane knjige i napredak u čitateljskom izazovu

Društvenost Goodreadsa

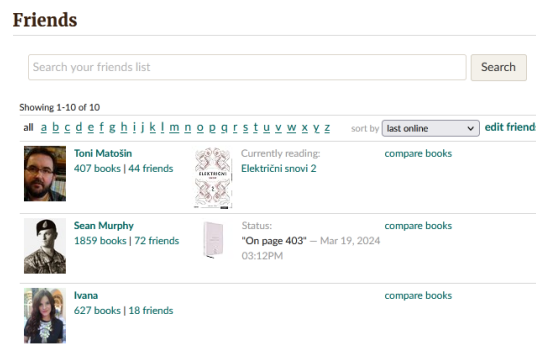
Društvene su mreže dio svakidašnjeg života većine ljudi toliko dugo da je znanstveno potkrijepljeno da njihovo korištenje doslovno mijenja ljudske mozgove, počevši od korelacije širine društvenih mreža do učestalosti korištenja. Gustoća sive tvari amigdale povezana je s veličinom društvenih mreža, online i stvarnih, i odražava ne samo navike, već i genetske predispozicije za njihovo stvaranje. (Kanai, Bahrami, Roylance i Rees, 2012) Uzrokuje li genetska predispozicija ekstrovertiranosti ili introvertiranosti želju za većim/manjim brojem kontakata i u virtualnom svijetu kako to radi u stvarnom? Teško je definitivno odgovoriti na to pitanje bez kvake 22, ali korelacija stanja mozga i virtualnog umrežavanja/socijalizacije svakako postoji. Logično je da kontinuirana izloženost rapidnoj, blještavoj, nasilnoj izmjeni sve većeg broja sve šokantnijih informacija mora ostaviti traga na osobi koja im je izložena. Također je logično da ta izloženost ne može ne promijeniti i način na koji percipiramo stvarnost – bilo kakva stimulacija dovoljna da promijeni mozak, da promijeni veze među neuronima, mijenja i funkcioniranje tog mozga za sve ostale stvari.

Mozak ljudi nije alat koji se da odložiti: on shvaća sam sebe uplićući sve što vidi u neraskidivu – mrežu. Matrix virtualnosti i stvarni svijet toliko su se isprepleli da se gotovo i ne da zamisliti svijet u kojem se, primjerice, opet snalazimo u prostoru kombinacijom fizičkih mapa i pitanja za smjer umjesto utipkavanja lokacije u Maps i slijeđenja uputa koje ne traže razmišljanje niti dva koraka unaprijed, a kamoli tri. Skrenite desno – i turisti skrenu iznajmljenim autom u pješačku zonu. Koliko god takvi incidenti djelovali smiješni na ulicama Zadra ili Splita, transferirani u stvarnost, kako ne primijetiti da je bezglavo praćenje robotskih smjernica u virtualnom svijetu (za razliku od stvarnog) pravilo, a ne iznimka? Od oglasa do *clickbaita*, na internetu čovjek rijetko aktivno bira smjer u kojem će ići, a često dopušta da ga se vodi bez prevelike potrebe za svjesnim razmišljanjem i donošenjem odluka. Klik na klik, tzv. *doom scroll*, klinike za odvikavanje od ovisnosti o internetu... Sve vrišti istu činjenicu: internet i društvene mreže nisu „samo“ okidači za ovisnost, već su smišljeno, ciljano i precizno dizajnirani tako da tu ovisnost stvaraju i jačaju.

Iz svega se navedenog da zaključiti da je Goodreads, premda ima velik broj društvenih funkcija, drugačiji od većine najpopularnijih društvenih mreža. Naime, neke društveno orijentirane funkcije nudi u ograničenom opsegu, a k tome se može sasvim glatko koristiti bez opcije *friendinga/followinga* – što teško da se može reći za stranice kojima je primarna namjena neki oblik *networkinga*. Kako bi izgledao Twitter, tumblr ili Instagram da osoba posta sama za sebe, koja bi bila funkcija? Tehnički je moguće, naravno, ali nejasno je kako bi

se mogla naći namjena koja bi opravdala baš taj vid korištenja – nameće se, možda, zbirka aforizama (Twitter), dnevnik (tumblr) ili fotoalbum (Instagram), ali mnogi *cloud* servisi nude skladištenje teksta i slika u znatno intuitivnijem i kvalitetnijem obliku. Goodreads, s druge strane, toliko savršeno funkcionira kao kombinacija kataloga pročitanih knjiga, liste knjiga koje se trenutno čitaju i lista knjiga za čitanje u budućnosti da nema nikakvog razloga da itko doda ijednu osobu u svoju mrežu ako to ne želi; nema razloga ni poticaja za socijalizaciju ako osoba nema potrebu za njom. Također je otvoren za izvoz (eksport) podataka koji se mogu učitavati u srodne aplikacije ili koristiti za osobni katalog neovisan o platformi.

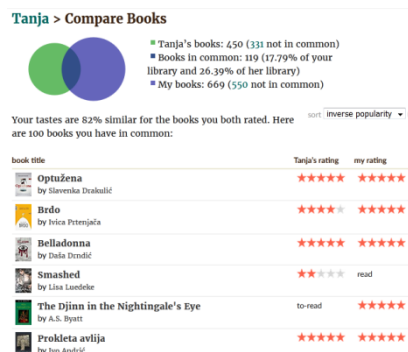
U povezivanju s drugim osobama napravljena je distinkcija između *friending* i *following*, pri čemu se nameće logika da se slavne/poznate prati (može se pratiti bilo koga), a *friending* je obostran i najčešće privatn (druga osoba mora potvrditi). Nakon potvrde, interakcija je drugačije usmjerena nego kod praćenja. Primjerice, link *Friends* vodi na ovakvu listu:



Slika 5: Popis prijateljica i prijatelja autorice (početni zaslon)

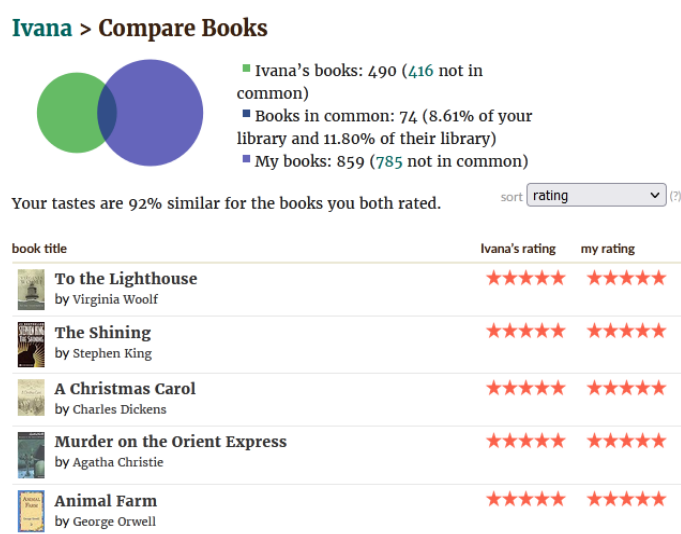
Pored svake prijateljice stoji knjiga koju trenutno čita (zadnja koja je *updateana*) sa zadnjim postavljenim statusom (ako ga ima). Naravno, svaka naslovnica ujedno je i link na stranicu posebno određenu za tu knjigu, u obliku trajne poveznice, a poveznica *compare books* (uspoređi knjige) vodi na Vennov dijagram podudarnosti uz pojedinačne ocjene za zajedničke

knjige.



Slika 6: Snimka zaslona: usporedba pročitanih/dodanih knjiga

Vide se podaci u postocima (koliko je pročitanih/*tagganih* knjiga zajedničko, a koliko nije), kao i postotak sličnosti u ukusima, koji se određuje prema pročitanim i ocijenjenim knjigama. U praksi je ovaj algoritam vrlo iskoristiv, i znatno je precizniji u usporedbi sa stanjem 2011. godine, kad se često događalo da se nesrodne i po apsolutno svemu nevezane knjige preporučuju/svrstavaju zajedno na temelju jedne jedine (čak ne nužno ključne!) riječi iz opisa i/ili naslova (poteškoća poznata svakome tko je ikad pokušao koristiti najpopularnije torrent stranice). U *updateu* oko 2016. uvedeni su kompleksniji mehanizmi preporuka, čime je nalaženje srodnih knjiga postalo bitno kvalitetnije i znatno olakšano.



Slika 6: Snimka zaslona: usporedba pročitanih/dodanih knjiga

Jedini su kriteriji za sortiranje *inverse popularity* i *rating*, a kad se sortira po ratingu, jednako i obostrano visoko ocijenjene knjige pomiču se na vrh liste. Algoritam preporuke knjiga može se poboljšati tako da se pri dnu stranice ocijeni ponuđene knjige koju je korisnica pročitala (kao i prijateljica u usporedbi), ali ih je ostavila neocijenjenima. Ukratko: što je više interakcije sa stranicom, ali i s listama/policama praćenih osoba, to su algoritmi preporuke finije baždareni i precizniji.

Povezati se s drugima na Goodreadsu lako je kao i na drugim društvenim mrežama, ali ne odvija se baš intuitivno. Premda svaka društvena mreža radi na otprilike isti način (obostrano/jednostrano povezivanje u obliku *friend/follow* i rafiniranje interesa kroz aktivno korištenje stranice), moglo bi se reći da se Goodreads najmanje oslanja na društveni dio koji može i ne mora zanimati sve. Primjerice, na TikToku i Instagramu hranimo algoritam/AI tako

da bi on učio da nas nešto više/manje zanima, ali zajednički nazivnik može se smatrati labavim: videa/slike (primarno) + tekst i opcionalni tagovi (sekundarno), koji tematski mogu biti vezani za bilo što (dakako, ne za sadržaje koji su zabranjeni uvjetima korištenja). Goodreads, s druge strane, ima očit zajednički nazivnik: knjige. One se razvrstavaju po raznim elementima, ali ostaje činjenica da je sva interakcija usmjerena na knjige i čitanje i vrti se oko toga. Teško je uopće zamisliti da bi netko tko ne čita teoretski mogao koristiti Goodreads kao društvenu mrežu, a u praksi to sasvim otpada.

Nema statusa, nema postova, slike su profilne i uopće nisu u prvom planu – sva se interakcija usmjerava u knjige i oko njih. Primjerice, komentari na knjige ograničeni su na svega 12 000 znakova i dopuštaju nešto HTML-a – ali mora se unositi ručno čak i za najobičniji bold ili kurziv. Umetanja slika nema kao vidljive oni lako dostupne opcije. Drugim riječima, obeshrabruje se sve što nije rasprava, a za raspravu je dopušteno preko šest kartica teksta. (Za usporedbu: komentar na TikToku ograničen je na 150 slovnih mjesta, manje čak i od prvih SMS-ova i *tweetova*.) Obične se *emojije* može umetati tipkovnicom ili *copy-pasteom*, nema opcije unutar polja unosa kakve nude gotovo sve aplikacije kojima se nešto piše; nema ni *gifova*, linkova na YouTube ni mnogih drugih slikovitih značajki na koje su u 21. stoljeću svi već navikli. Sve je navedeno samo dopuna u nizu dokaza da Goodreads ne nudi opciju socijalizacije na kakvu su navikle osobe koje koriste najpopularnije društvene mreže.

Može li se to nijekanje dijela sredstava izražavanja promatrati kroz prizmu intelektualnog snobizma, načina da se odvrati „neozbiljno“ korištenje platforme? Korištenje *emojija* može implicitno ostaviti dojam da se ozbiljne teme ne tretiraju s dovoljno poštovanja, pošto je njihovo korištenje najčešće rezervirano za obitelj i prijatelje (Völker i Mannheim 2021). Ipak, doba je u kojem se *emojijima* (i to obilato) izražava i Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske u službenoj komunikaciji o prometnim nesrećama (2020. su ih liberalnije koristili, malo su manje *emojionalni* 2023.), pa se može postaviti pitanje: je li moguće da je rasprava o knjigama ozbiljnija od rasprave o zločinu? Rasprava se zašareni slikom, *gifom*, linkom – zašto bi to imalo za rezultat da je počnemo smatrati manje ozbiljnom? Odakle percepcija na većini interneta da je „goli“ tekst ozbiljniji od onog nakićenog sličicama koje daju ton nekoj raspravi ili komentarima? (S druge strane, kaos je reddita dokaz za suprotno.)

Među mnogim autoricama i autorima koji su više ili manje uspjeli u svojim definicijama toga što su *emojiji* i čemu uopće služe, originalnošću se svakako izdvajaju Stark i Crawford (2015), tvrdeći da se *emojiji* mogu promatrati kao „neka vrsta napetosti natjecanja

između kreativne snage afektivnog rada i njegovih ograničenja unutar digitalne sfere zarobljene tržišnom logikom“. Bi li navedeno moglo značiti da oduzimajući mogućnost izražavanja bogatog tim sličicama – biva oduzeta i kreativna snaga afektivnog rada, čime su emocije i njihovo izražavanje potencijalno gurnuti u drugi plan?

Emojiji – definitivno ne baš lišeni afekta/emocije ni konzervativni u izražavanju, ali što je s drugim odlikama tekstualnog izražavanja, uvjetno rečeno, obogaćenog slikama? Kakve osobe koriste emojije, a koliko se izostanak njihovog korištenja (bilo dobrovoljno ili zbog ograničenja aplikacije) može tumačiti kao suprotnost svega na što asociraju osobu koja tekst čita? Vezano na ranije spomenuti Big Five/OCEAN model, Li, Chen, Hu i Luo (2018) govore, među ostalim, o otvorenosti (znaku sklonosti novome općenito) kao aspektu osobnosti koji nema očite veze s korištenjem emojija. Oni drže da emoji, sam po sebi kao "unaprijed dizajnirani oblik neverbalnog komunikacijskog alata", može sugerirati malo informacija o nečijoj otvorenosti. Njihovi rezultati istraživanja ukazuju na važnost i moć osobnosti u razlikovanju različitih obrazaca upotrebe emojija. Zaključuju time da se optimalni učinak predviđanja postiže spajanjem svih pet elemenata u klasifikaciji korištenja.

Drugim riječima, sve navedeno vodi do zaključka da primarno tekstualna komunikacija lišena dodatnog izražavanja emocija i stavova ipak šalje drugačiju poruku od neformalnog šarenila na kakvo su većinu ljudi navikle raznovrsne društvene mreže i aplikacije za *chat*.

U upotrebi se na Goodreadsu, čak i iz letimičnog pregledavanja interakcije na profilima i u grupama, vidi da se može pregledati stotine postova i ne naići čak ni na klasični (sad već i retro) smajličić od dvotočke i zagrade, a kamoli što šarenije i složenije, pomično i svjetlucavo, što odvlači oko od golog teksta. Komunikacija je tekstualna, a rijetkost je vidjeti kršenje pravopisnih i gramatičkih pravila (inače prilično normalnu pojavu u neformalnoj/forumskoj komunikaciji). Opći je dojam grupa da se komunicira na razini neuobičajeno formalnoj, pismenoj i pristojnoj za internetski forum (grupe u svojoj srži jesu forumi). Kad se tako gleda, manjak neformalnosti i šarenila postaje očekivaniji.

Knjige se po čitanju ne moraju ocijeniti, ali mogu, i postoji prostor za komentar koji je po zadanim postavkama javno vidljiv svima. (Već spomenuto polje za privatni komentar zadovoljava potrebu da se doda napomena koja je vidljiva samo korisnici, a poruke i *tagovi* zadovoljavaju potrebu za dijeljenjem specifičnim korisnicama – uz uvjet uzajamnog praćenja.) Na stranici knjige postoji i opcija postavljanja pitanja i davanja odgovora na njih, a vidljivi su svim korisnicama. Primjerice, pitanje može biti poticaj na raspravu ili traženje razjašnjenja detalja u knjizi (dva najčešća tipa, što je uočljivo pregledom sekcije pitanja), a

kod popularnih i/ili kontroverznih knjiga sekcija zna imati i stotine pitanja, komentara i nadovezivanja na tuđe ocjene i komentare.

Ovakav oblik interakcije omogućuje kraću, konkretniju komunikaciju u odnosu na grupe. Neka knjiga teoretski može imati svoju grupu, ali u praksi se grupe pretežno orijentiraju na žanrove i autorice, a rijetko na pojedine knjige – osim u sekciji *Librarians* posvećenoj dodavanju novih knjiga, opciji koja je ranije bila dostupna svim korisnicama, ali je u tom obliku ukinuta. Ukratko, vrlo bitna za vidljivost, popularnost pitanja i odgovora određuje se brojem *likeova* i/ili odgovora, te se popularna stavljaju na vrh liste. *Like* postaje primarni alat koji kroji vidljivost, te bi se po tome moglo reći da je Goodreads nalik ostalim društvenim mrežama.

Prosječna osoba vjerojatno ne razmišlja previše o *lajkanju* kao nekom ozbiljnijem davanju informacija o sebi, ali mnoga istraživanja pokazuju da to i nije baš opravdan stav. Kosinski, Stillwell i Thore (2013) govore o točnosti *likea* kao alata korisnog za predvidjeti niz vrlo osobnih atributa: seksualnu orijentaciju, etničku pripadnost, vjerska i politička stajališta, osobine ličnosti... Model analize koji su izradili dokazano ispravno može razlikovati homoseksualne od heteroseksualnih muškaraca u 88% slučajeva, Afroamerikance od bijelaca u čak 95 % slučajeva, te može točno utvrditi razliku između demokrata i republikanaca u 85 % slučajeva. Rezultati se mogu smatrati uistinu impresivnima kad se ima na umu da se radi samo o lajku, ni o kakvim drugim podacima, a zastrašujućima kad se ima na umu koliko često ljudi koriste tu funkciju ne dajući joj ni pola važnosti koliko daju, primjerice, tekstualnim i vizualnim statusima i objavama. Predviđanje algoritama tu ne staje biti gotovo nevjerojatno precizno: primjerice, za ranije spomenutu osobinu ličnosti otvorenost – točnost predviđanja je blizu točnosti standardnih testova osobnosti kakvi se provode u znanstvenim istraživanjima o osobnosti i emocijama.

Grupe/forumi na Goodreadsu i njihov/njegov konzumentski aspekt

Grupe/forumi Goodreadsa daleko su od blještavila Weba 2.0, struktura im je jednostavna i vizualno asocira na 1990-e, zlatno doba internetskih foruma. Korisnice se mogu pridruživati grupama i te su grupe oblikovane na klasičnim načelima foruma: nadgrupe, podgrupe, linkovi na slične teme... Format nije orijentiran na *mindless scrolling*, orijentiran je konkretnoj upotrebi: ljubavni romani, kriminalistički romani, traženje knjiških preporuka, rasprave – opći

je dojam vrlo utilitaran, bez osobitog prostora za kreativnost i emocionalno izražavanje kakve većina društvenih mreža svojim dizajnom i načinom rada potiče.

Većina je postova tekstualna; iako se gdje gdje nude mogućnosti umetanja linkova i slika, rijetko se koriste u praksi. Ukratko, Goodreads je orijentiran na tekstualni sadržaj i ne nudi puno mogućnosti za besciljno gubljenje vremena kakvo većina društvenih aplikacija potiče.

Najpopularnije grupe/forumi Goodreadsa 2022. i 2023. bili su sljedeći (kao i prethodnih par godina):

1. *Goodreads Librarians Group* (upute i sve vezano za administratorice stranice i poboljšanje kataloga, ne sudjeluju samo *Librarians*, već bilo tko može predložiti izmjene, kao i zatražiti dodavanje nove knjige)
2. *Our Shared Shelf* (Emma Watson pokrenula je ovu grupu u okviru rada za UN Women, pa napustila, kao i njen tim)
3. *Oprah's Book Club* (virtualna verzija legendarnog čitateljskog kluba Oprah Winfrey)
4. *Goodreads Authors/Readers*

Uočljivo je da su dvije kategorije (prva i zadnja navedena) vezane za samu stranicu i njeno funkcioniranje, a dvije podržavaju slavne osobe (*celebrity-endorsed*). Ne bi bilo objektivno ne napomenuti da je stranica koju vodi Oprah Winfrey, premda četiri puta manja (preko 76000 članica i članova 2024. (Goodreads 2024), 25000 rasta u odnosu na 2021. (Goodreads 2021) već godinama aktivna, stručno i pregledno administrirana, sa stabilnim rastom broja članica i članova, a da je stranica koju je vodila Emma Watson daleko od te razine. K tome je *Our Shared Shelf* napuštena u roku od par godina pod izlikom da je ionako zajednička (nije se toliko isticalo činjenicu u vrijeme kad se Watson eksponirala i dogurala do 200+ tisuća članica i članova, što ju je učinilo brojčano nadmoćnom ostalima), ali na zaglavlju još (2024.) stoji velikim slovima da je grupa u mirovanju i da njome više ne upravlja tim slavne glumice.

Bespredmetno je ispitivati zašto su baš grupe koje su vezane uz slavne osobe toliko uspješne i/ili aktivne: otkad je Hollywooda, slavna lica bolje prodaju proizvode. Kupujući proizvod označen nečijim licem, konzumentica kupuje i dio glamura, imidža i magije koje uz njih vezuje. Od Mae West na cigaretama, preko Marilyn Monroe čije je lice krasilo reklame za puder i motorno ulje, preko Eve Green koja se ljulja nad gomilom uz zvuke Musea reklamirajući francuski parfem do svjetlucave naljepnice Oprah's Book Club na koricama

knjige – poznata imena (uglavnom pod uvjetom da nisu delinkventni) već preko stotinu godina podižu profite svemu što se prodati da.

Premda Goodreads ne nudi kupovinu knjiga, ipak postoji opcija linkova za kupovinu na svakoj knjizi (s iznimkom vrlo starih knjiga). Za razliku od većine stranica koje nude oglase tog tipa (preusmjeravanje na neku drugu stranicu radi kupovine), nije potrebno blokirati oglase da bi se opcija isključila: dovoljno je naći u postavkama linkove koji se nude, preurediti im redoslijed, izbrisati ih sasvim – a nudi se i link traženja knjige u knjižnicama (koji, nažalost, ne funkcionira za hrvatske knjižnice osim za Gradsku knjižnicu u Rijeci, knjižnicu riječkog Filozofskog fakulteta i Sveučilišnu knjižnicu u Rijeci).

Popular Links	
Sort by: popularity	Country: HR
Showing 1-11 of 11 Links from Croatia	
Profil (522)	added
Algoritam (452)	added
Superknjižara (388)	added
Ljevak (300)	add
VBZ (210)	add
Antikvarijat Mali Neboder (84)	added
GKRI- Gradska knjižnica Rijeka (77)	add
SVKRI - Sveučilišna Knjižnica Rijeka (59)	add
InTechOpen (47)	add
FFRI knjižnica (45)	add
S2 (45)	add

Slika 7: Snimka zaslona: popis knjižnica i knjižara u kojima je dostupna određena knjiga, sortirano po popularnosti s filterom

Iznenadujuće je da linkove ne nude samo veći izdavači/trgovine; primjerice, nude se i linkovi na Mali Neboder (indikativno da je također riječ o riječkom trgovcu, i to sa šezdesetdvođodišnjom tradicijom), koji je opsegom ponude daleko od npr. Superknjižare.⁵

Drugim riječima, čim čitateljicu zainteresira knjiga, može je odmah naći ako je želi kupiti ili (u nekim zemljama) posuditi, ne mora tražiti izvan sustava Goodreads, jer je knjiga udaljena svega jedan klik. U praksi, za hrvatske je stranice bolje ni ne koristiti ovu opciju jer često rezultira greškom ili nemogućnošću nalaženja knjige, dok je kod američkih

stranica integracija gotovo besprijekorna. Popularna internetska knjižara BookDepository, prije nego je ugašena 2023., imala je istinski besprijekornu integraciju i olakšavala je kupovinu knjige, čak i nudeći link na agregator antikvarijata AbeBooks ako knjiga nije bila dostupna za kupovinu (primjerice stara, izašla iz tiska ili rasprodana) na samom BookDepositoryju.

Sve navedeno ipak ne čini Goodreads primarno komercijalnom stranicom; u svakom je trenu korištenja jasno da je ona prvenstveno katalog knjiga (s društvenom opcijom) i da se može koristiti besplatno, te da je opcija uređivanja, nekoć dostupna svima, danas u rukama onih kojima je dodijeljena funkcija *Librarians*, za koju treba polagati neki oblik ispita u kojem se provjeravaju osnovna znanja o katalogizaciji kakva se traži za potrebe stranice.

⁵ Propale se tvrtke, nažalost, i ne uklanjaju previše ažurno, pa link na nekadašnju popularnu i bogatu knjižaru Algoritam danas vodi na stranicu – casina.

Valja napomenuti da funkcija *Librarian* ima ulogu tehničke podrške i kontrole, ali ne i klasičnu knjižničarsku funkciju preporuka – koju su preuzeli algoritmi i *user-generated* sadržaj (skraćeno UGC) koji ih hrani.

Zbog svega je navedenog besmisleno uspoređivati funkciju Goodreads kritike s npr. kritikama na Amazonu, koji je ipak usmjeren prodaji i profitu. Poveznica postoji, i to snažna, jer i jedna i druga stranica mogu biti indikatori čitateljskih trendova: dok Amazon pokazuje što se *kupuje*, Goodreads pokazuje što se *konzumira* (ne nužno i kupuje). Osoba može kupiti knjigu i ne pročitati je ili je darovati nekome tko je neće pročitati, može i nešto označiti pročitanim ako nije pročitala; ipak, taj postotak ne bi trebao biti toliki da brojčano naruši logičnu pretpostavku da se knjiga koja se puno kupuje/dodaje na virtualne police ujedno i puno čita.

Bilo bi zanimljivo znanstveno usporediti korelaciju popularnosti knjiga na Goodreadsu s popularnim knjigama na Amazonu, možda čak i društvenim mrežama poput TikToka. U 2024. godini može se istaknuti #booktok jedna od najaktivnijih zajednica s najbrže rastućim brojem članica i članova, a trenutno broji preko 12,6 milijardi (!) pregleda, pri čemu, od osoba koji prate #booktok, 24,2 % ih čita knjige zbog preporuka koje su dobili upravo na TikToku (Lindner 2024), bilo korištenjem FYP (*For You Page*, polazna stranica/ekran aplikacije koji preporučuje sadržaje na temelju ranije iskazanih interesa i/ili popularnosti općenito) ili praćenjem preporuka preko *taga* (nije napravljena distinkcija).

U moru spomenutih društvenih mreža koje vuku za rukav da dobiju interakciju i nešto prodaju, Goodreads djeluje prilično bezazleno. Nije dizajniran za preveliko gubljenje vremena, čak ni u aplikaciji nema napadnih notifikacija ni poticaja na aktivno korištenje kakvima bombardira, primjerice, TikTok. Po tome Goodreads više pripada aplikacijama koje su usmjerene na edukativne sadržaje (već spomenuta *Books & Reference* kategorija Google Playa), uvjetno rečeno intelektualnom polju – s iznimkom sad već poslovično agresivnog Duolinga.

Goodreads progresivno sve manje traži interakciju s drugima, a sve više nešto što bi se moglo sažeti na zajednički nazivnik: hranjenje umjetne inteligencije koja mu je pogonska sila. Ne pita za prijatelje, ne traži interakciju s drugim ljudskim bićem, traži druge stvari: ocjenjivanje knjiga, javne recenzije, tijek čitanja knjiga (broj pročitanih stranica)... Itekako traži podatke, koliko god suptilan i nenapadan u tom procesu bio, i po tome nije ništa bolji ni gori od bilo koje druge aplikacije. Podaci su u informacijskom dobu već odavno postali novac, potrošačko ponašanje nadzire se i prati detaljno, kontinuirano i često bez prave zakonske regulative. Ipak, Goodreads tu potrebu za podacima drži u pozadini ne ometajući

njima osnovno korisničko iskustvo čitateljica koje su došle samo – zabilježiti što čitaju, što su čitale i što žele pročitati.

Choi i Joo (2016) pišu o tome kako se zapravo vrlo malo zna o tome koji čimbenici utječu na daljnju upotrebu društveno orijentiranih stranica za katalogizaciju. U svom su istraživanju ispitivali utjecaje ključnih čimbenika iz teorija uspjeha informacijskih sustava (IS) i osjećaja zajedništva (SOC – sense of community) na namjeru korisnica i korisnika da nastave u kontekstu društvene katalogizacije. Prikupili su podatke online anketom od 323 korisnice i korisnika društvene katalogizacije. Njihovi su rezultati nedvojbeno pokazali da su i kvaliteta informacija (označena kraticom IQ) i kvaliteta sustava (označena kraticom SQ) značajni prediktori zadovoljstva i osjećaja zajedništva, što zauzvrat dovodi do namjere da nastave koristiti te stranice. Osim toga, utvrdili su je da osjećaj zajedništva utječe na namjeru nastavka ne samo izravno, već i neizravno – kroz zadovoljstvo.

Njihov je rad samo još jedan u nizu sve većeg broja radova koji skreću pozornost na još uvijek uglavnom neistraženo, ali bitno istraživačko područje društvene katalogizacije. Oni su pružili moguću osnovu za razumijevanje odrednica kontinuirane upotrebe društvene katalogizacije. Iz rezultata se da iščitati i sugestija pružateljima usluga društvene katalogizacije da stalno usmjeravaju svoje napore na kontrolu kvalitete sadržaja i sustava i na poboljšanje osjećaja zajedništva među onima koji njihove usluge koriste.

Drugim riječima, zadovoljstvo osobu koja koristi stranicu potiče na daljnje korištenje, emocionalno osnažujući vezu s ritualima i procesima koji se uz nešto (u ovom slučaju knjigu) vežu, a sve intenzivnijim korištenjem stranica postaje sve bolja i sve više prilagođena korisničkom iskustvu. U slučaju aplikacije/platforme Goodreads, može se reći da je (usprkos pokušajima i promašajima tijekom niza godina) korisničko sučelje i općenito korisničko iskustvo znatno poboljšano u odnosu na njene početke, a komercijalizacija ostaje nenametljiva i sasvim u drugom planu u odnosu na knjige, koje su fokus svega i to je vidljivo u svakom koraku korištenja.

Metodologija

Sve navedeno vodi do pitanja istraživanja koje slijedi: tko su uopće ti čitatelji i čitateljice koji koriste knjižnice, knjižnične usluge, Goodreads...? Kojeg su spola, kojih godina, kojeg obrazovanja, koje su im čitateljske navike? Koliko knjižničarke i knjižničari imaju utjecaja na te navike i sam proces odabira knjige? Pošto je Goodreads, kao što je već ustanovljeno, primarno orijentiran osobnom praćenju/katalogiziranju pročitanih knjiga, kakvim se sistemima služe svi koji nisu upoznati s Goodreadsom, a imaju poriv držati neki oblik – od primitivnog do složenog – arhiva pročitanih knjiga ili knjiga koje namjeravaju pročitati u budućnosti?

Istraživanje u ovom diplomskom radu provedeno je unutar domaćih granica. Ispitane su osobe iz Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije, a zajednički je nazivnik bio jednostavan: čitaju knjige.

Cilj istraživanja može se postaviti kao skupljanje podataka o čitateljicama i čitateljima dviju hrvatskih županija od kojih neki svoje aktivnosti objavljuju i na društvenoj mreži Goodreads. Istraživanje je eksplorativne naravi, pa specifične hipoteze nisu navedene.

U statističkoj analizi dobivenih rezultata niz je nalaza potencijalno interesantnih za buduća istraživanja. Pri promatranju uzorka treba imati na umu neke otklone od prosjeka:

- relativno visok postotak visokoobrazovanih ispitanih osoba (79 % visokoobrazovanih)
- visok postotak žena (83 %)
- sve su čitateljice i čitatelji (100 %).

Ova pristranost u uzorku onemogućuje zaključivanje o učinku stupnja obrazovanja i spola na uočene statističke razlike u rezultatima. Kako je istraživanje većinom zamišljeno kao eksploratorno, to i nije toliki metodološki nedostatak.

Treća je istaknuta točka logična za ovo istraživanje, a i mnoga druga već provedena, osobito kad se uzme u obzir da je fizičko mjesto provođenja istraživanja o čitanju najčešće – knjižnica. Ulaze li u knjižnicu i ljudi koji ne čitaju knjižničnu građu, koriste li se nekim drugim uslugama? Naravno, ali da se pretpostaviti da je njihov postotak zanemariv.

Premda je istraživanje čija analiza slijedi provedeno online, s obzirom na istraživačka pitanja – nije bilo prevelikog smisla u anketiranju nečitatelja i nečitateljica samo da bi se ustvrdio njihov postotak u općem uzorku; zbog toga su anketirani samo čitatelji i čitateljice. Pri oblikovanju upitnika trebalo je uzeti u obzir mnoge faktore interesantne za istraživanje s

obzirom na pretpostavljenu relativno slabu popularnost platforme/aplikacije Goodreads u Hrvatskoj.

U skladu s recentnim istraživanjima, anketni je upitnik pokazao veći odziv korisnica nego korisnika (ponuđena je opcija i za nebinarne osobe, ali nije nijednom odabrana), što je još jedna u nizu potvrda da „žene više čitaju“ nije stereotip, već činjenično stanje. Jesu li biološke razlike, zrcalni neuroni (NPR, 2007) i njihova uloga u psihopatologiji uopće relevantni kad se citira sad već poznata/notorna izjava Iana McEwana (nakon što je dijelio knjige u londonskom parku) o disparitetu među spolovima na polju čitanja? (*Kad žene prestanu čitati, roman je mrtav.*) Vezanost navedenog za empatiju, emocionalnu vještinu kojoj društvo češće posvećuje pažnju odgajajući žensku djecu nego mušku, neupitna je. Keen (2013) piše o empatiji kao o ljudskoj odlici koja uzrokuje viši stupanj brige za druge i akcije usmjerene na pomoć nekome; navodeći da empatija za fiktivne likove može voditi do intenzivne identifikacije i dijeljenja osjećaja – a ultimativno i do stvarnog altruizma.

Iz rezultata prijašnjih istraživanja (Thelwall 2016) da se iščitati da su oko tri četvrtine članova s javnim profilom žene – uz male razlike između korisnica i korisnika u obrascima ponašanja. Naime, osim što žene ukupno dodaju/registiraju više knjiga, manje ih pozitivno ocjenjuju. Bilo bi, možda, zanimljivo istražiti razloge tako visokog broja javnih, tj. otvorenih profila žena, znajući općenita iskustva žena na društvenim mrežama s otključanim profilima. Osim ženski, problem traženja privatnosti u svijetu bombardiranom informacijama je i opći problem već godinama, otkad se ranih dvijetisućitih počelo govoriti o povećanju privatnosti na društvenim mrežama (Dey, Jelveh, i Ross 2012) i skidanju s društvenih mreža kao stvarnom problemu i stvarnoj ovisnosti. Tu mnoge statistike potvrđuju ono što se svaki dan vidi na ulici: i žene i muškarce, i djevojčice i dječake koji satima ne ispuštaju svoje mobitele iz ruku.

Nažalost, istraživanja djece školske dobi pokazuju i manjak empatije kod dječaka općenito, i identifikaciju s njima. Zanimljivo je uočiti da je proučavanje tog nesklada u čitateljskom aspektu, sudeći po broju znanstvenih članaka, prilično vruća tema u edukaciji – razlike između djevojčica i dječaka (školska dob) temeljito se proučavaju desetljećima. Interes za to pitanje, nažalost, opada s dobi (odrasla i starija dob), i izazov je naći znanstvene radove kojima je upravo ovakva tematika centralna, a ne tek usputna točka.

Rezultati i rasprava

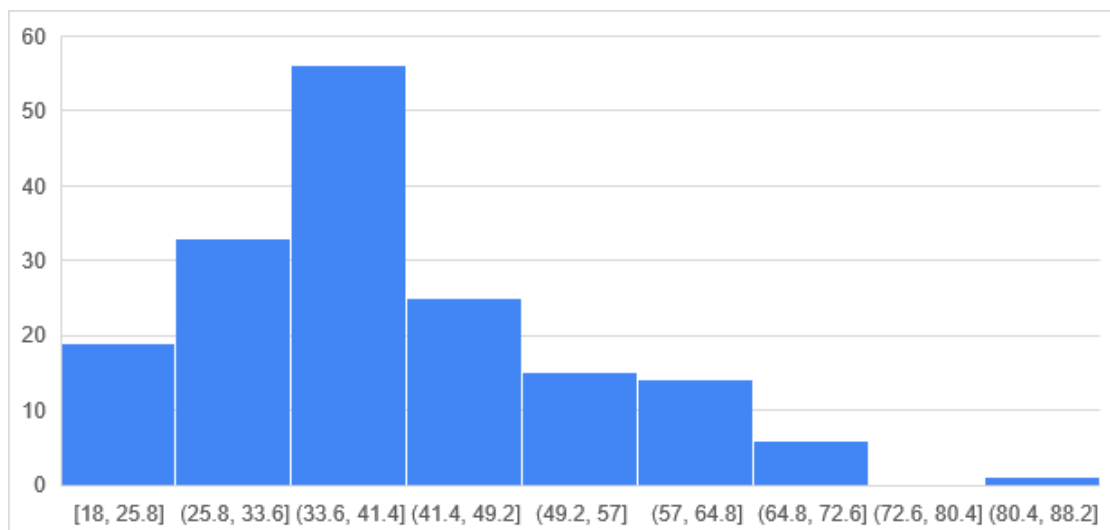
Istraživanje je provedeno početkom kolovoza 2023., a ispitane su osobe dobile link na Google Forms upitnik putem aplikacije WhatsApp. Prikupljeno je ukupno 169 upitnika i svi su ispunjeni ispravno i u potpunosti.

Anketni je upitnik sadržavao osamnaest pitanja koja su se odnosila na sociodemografske karakteristike ispitanih osoba, njihove čitateljske navike, način odabira knjiga, stavove o izdvajanju knjiga na stalcima, način praćenja knjiga, korištenje aplikacija, te dijeljenje informacija o pročitanim knjigama. Poseban naglasak stavljen je na korištenje aplikacije Goodreads. Ispitano je u kojoj mjeri koriste ovu aplikaciju, prate li autore/autorice, te koliko su osoba dodali u kategoriju *friends* unutar aplikacije. Dodatno, u radu je ispitana povezanost korištenja aplikacije Goodreads s odabranim sociodemografskim obilježjima ispitanih osoba i njihovim čitateljskim navikama.

U radu su korištene metode deskriptivne i inferencijalne statistike. Metode deskriptivne statistike obuhvaćene u ovom radu su grafikoni, tablice te izračun srednjih vrijednosti i mjera raspršenja.

U ovom odjeljku prikazani su rezultati univarijatne analize sociodemografske strukture ispitanih osoba, čitateljskih navika i karakteristika vezanih uz korištenje aplikacije Goodreads. Distribucija dobi ispitanih osoba prikazana je na Slika 8, dok su osnovni pokazatelji deskriptivne statistike dani u

Tablica 1.



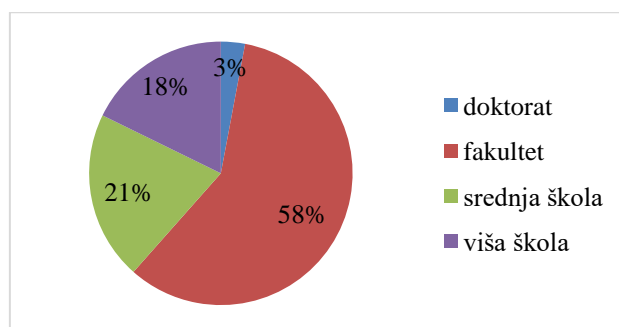
Slika 8: Distribucija dobi ispitanih osoba

Prosječna dob ispitanih osoba iznosi 40,3 godina, dok je medijalna dob ispitanih osoba 39 godina. 25 % ispitanih osoba mlađe je od 32 godine, dok je 25 % ispitanih osoba starije od 47,5 godina.

Prosjek	Standardna devijacija	Prvi kvartil	Medijan	Treći kvartil
40.32	12.25	32	39	47.5

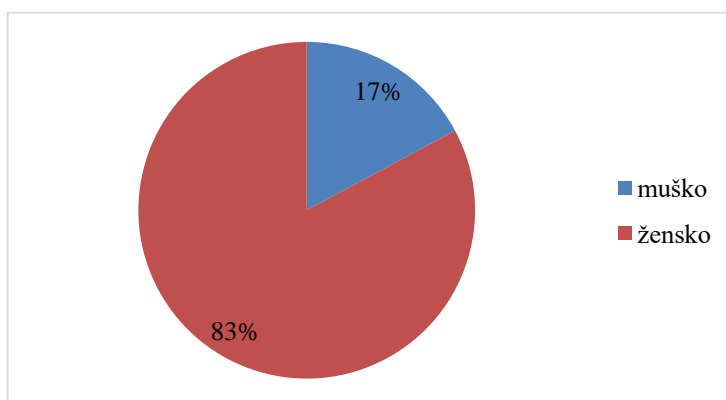
Tablica 1: Dob ispitanih osoba

Na slici Slika 9: prikazana je obrazovna struktura ispitanih osoba. Većina ispitanih osoba, 79 %, je visokoobrazovano. Pri tome 18 % ispitanih osoba ima završenu višu školu, njih 58 % ima završen fakultet, a 3 % doktorat. 21 % ispitanih osoba ima završenu srednju školu.



Slika 9: Obrazovna struktura ispitanih osoba

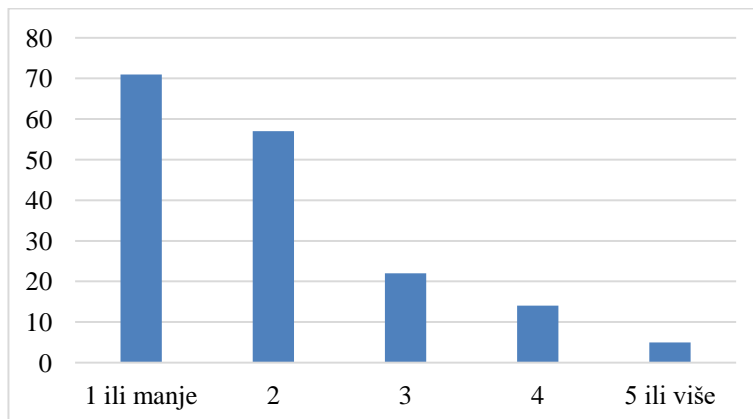
U ovome istraživanju u značajno većoj mjeri zastupljene su žene, i to udjelom 83 %, kao što je prikazano na Slika 10:.



Slika 10: Spolna struktura ispitanih osoba

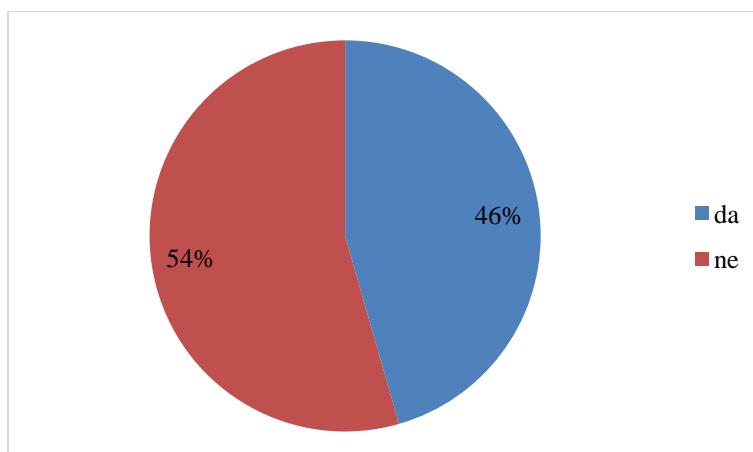
Čitateljske navike ispitanih osoba

Učestalost čitanja knjiga prikazana je na Slika 11.: Najveći udio ispitanih osoba, njih 42 %, čita najviše jednu knjigu mjesečno, dok je 33,7 % ispitanih osoba izjavilo kako u prosjeku čita dvije knjige mjesečno, a 23,7 % ispitanih osoba čita barem tri knjige mjesečno.



Slika 11: Učestalost čitanja

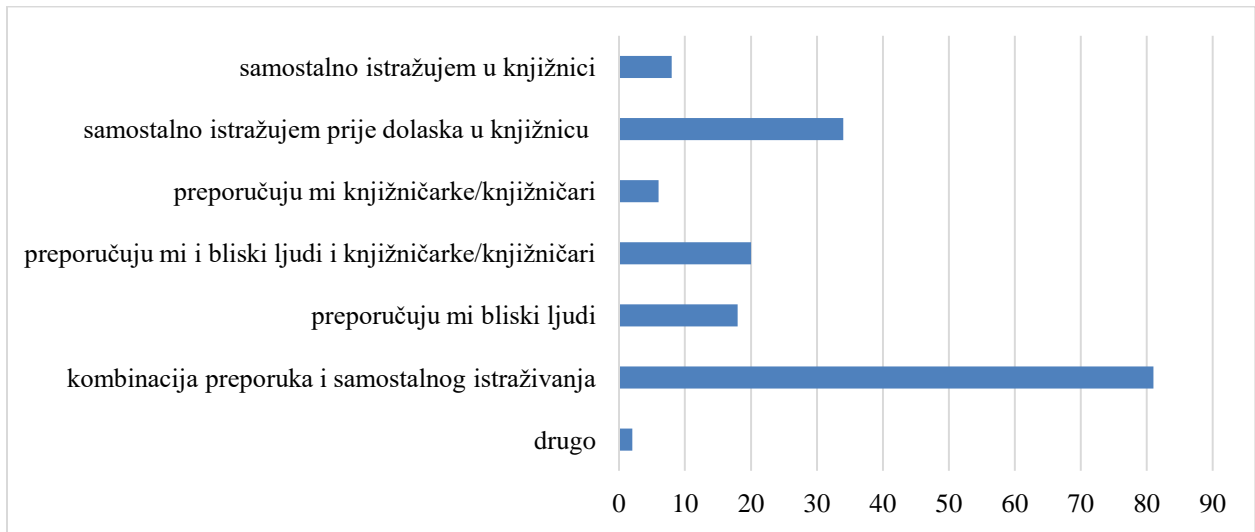
Ispitanici/e su upitani prate li književne trendove. Rezultati su prikazani na slici Slika 12:.. Približno podjednak broj ispitanih osoba prati (46 %) i ne prati (54 %) književne trendove.



Slika 12: Praćenje književnih trendova

Ispitane osobe na različite načine donose odluku o odabiru knjiga, kako je prikazano na grafikonu na Slika 12:.. Najčešće je to kombinacija preporuka i samostalnog istraživanja (48 %). Četvrtina ispitanih osoba izjavila je da odluku o izboru knjige donosi isključivo samostalno, dok se 26 % ispitanih osoba samo oslanja na preporuke. Pri tome 20 % ispitanih osoba odluku o izboru knjige donosi tako da samostalno istražuju prije dolaska u knjižnicu (na primjer kroz novine, internet, aplikacije, recenzije i slično), dok približno 5 % ispitanih osoba odluku donosi kroz samostalno istraživanje u knjižnici. Na preporuku njima bliskih ljudi oslanja se približno 11 % ispitanih osoba, na preporuku knjižničarki i knjižničara oslanja

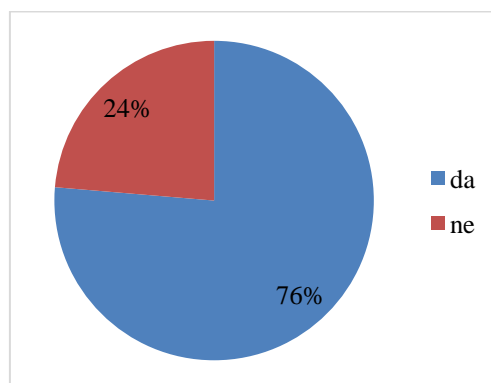
se njih 4 %, dok preporuku i bliskih ljudi i knjižničarki/knjižničara kombinira 12 % ispitanih osoba.



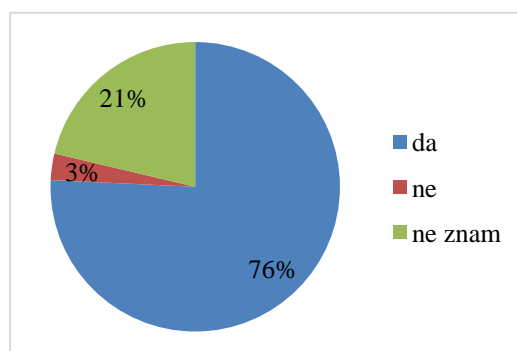
Slika 13: Donošenje odluke o odabiru knjige

Stavovi o izdvajanju knjiga na stalke prikazani su na grafikonima na Slika 14: i

Slika 15: Čak 76 % ispitanih osoba obraća pažnju na knjige izdvojene na stalcima, te je 76 % ispitanih osoba posudilo knjigu nakon što su je uočili na stalku. Nadalje, 76 % ispitanih osoba smatra kako je izdvajanje novih/trажenih knjiga na stalke korisno, 21 % ispitanih osoba je neodlučno, dok 3 % ispitanih osoba ne smatra izdvajanje novih/trажenih knjiga na stalke korisnim.

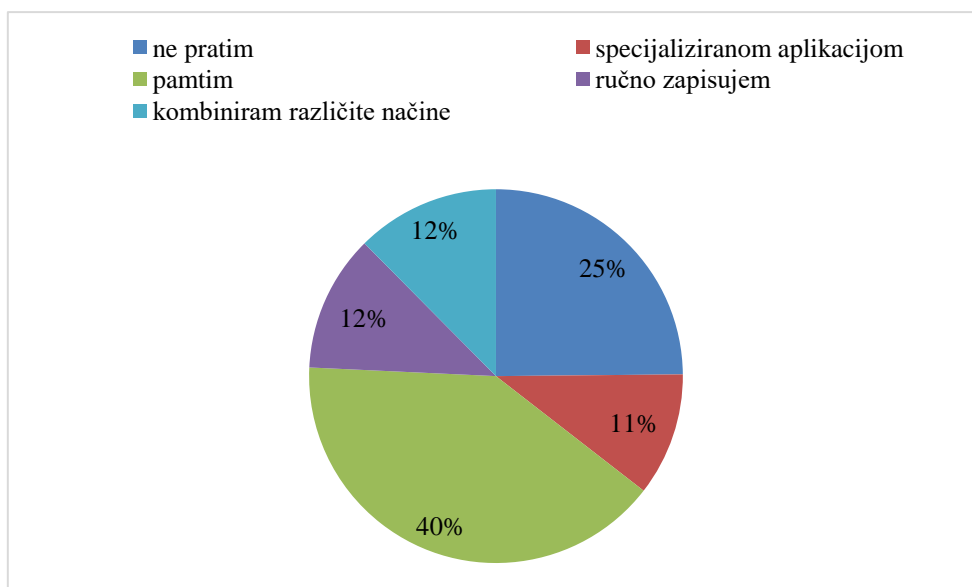


Slika 14: Obračanje pažnje na knjige na stalcima



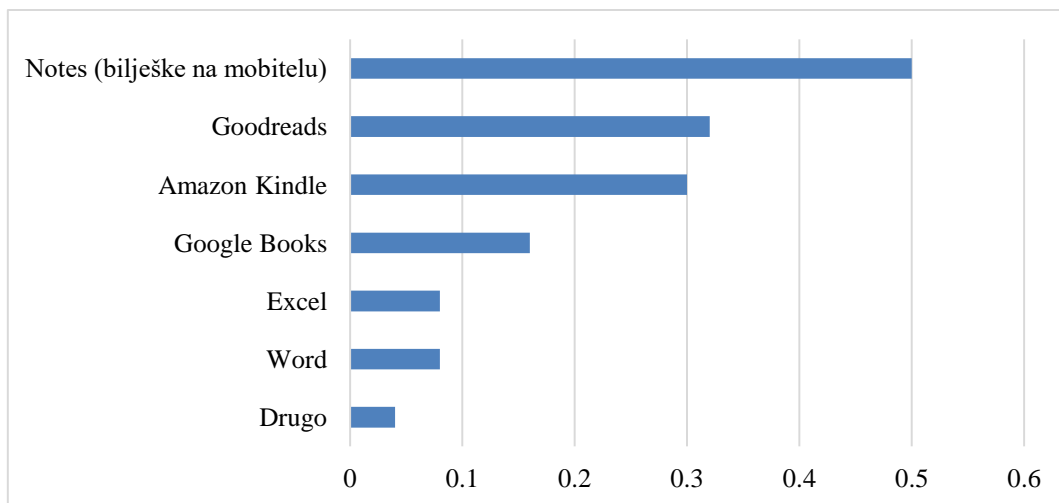
Slika 15: Korisnost izdvajanja knjiga na stalke

Ispitane osobe na različite načine prate knjige koje su pročitale, kako je prikazano na grafikonu na Slika 16.: Najčešće se oslanjaju na pamćenje, njih 40 %, dok se 11 % ispitanih osoba koristi specijaliziranim aplikacijama kao što su Goodreads i Kindle. Njih 12 % ručno zapisuje u bilježnicu, rokovnik, mobitel ili neku nespecijaliziranu računalnu aplikaciju kao što su Word ili Excel, a 12 % ih kombinira različite načine praćenja. Četvrtina ispitanih osoba ne prati knjige koje su pročitali.



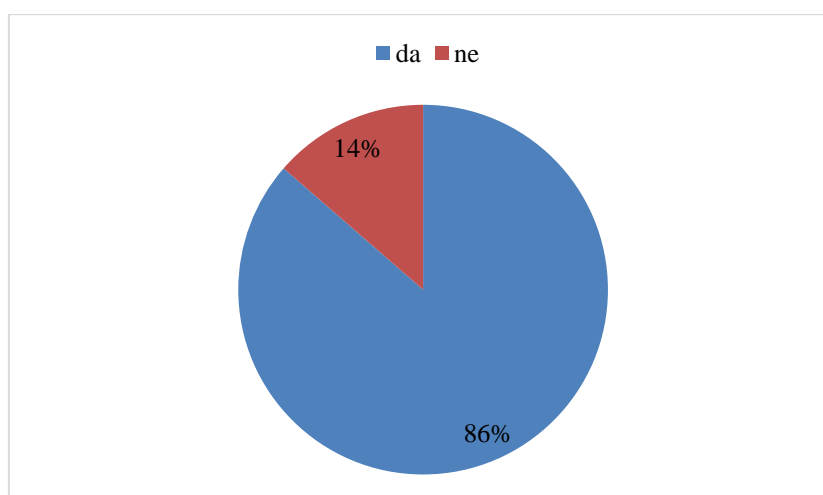
Slika 16: Načini praćenja pročitanih knjiga

Najčešće korištene aplikacije za potrebe praćenja pročitanih knjiga su Notes (vođenje bilježaka na mobitelu), Goodreads i Amazon Kindle. Google Books, te MS Office aplikacije su manjim dijelom zastupljene, kako je prikazano na grafikonu na Slika 17: .



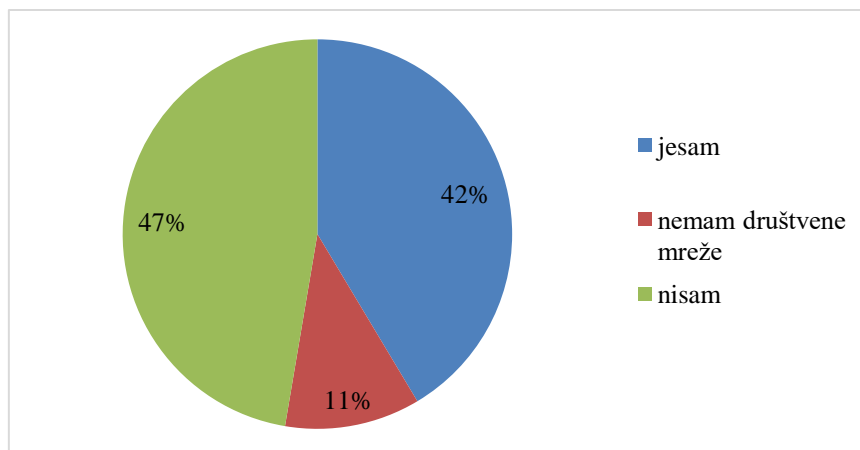
Slika 17: Korištenje aplikacija za praćenje knjiga

Ispitane osobe uglavnom vole dijeliti s drugima informaciju o onome što čitaju, 86 % ih je na pitanje vole li dijeliti s drugima pročitano odgovorilo potvrdno, što je dodatni dokaz da je većini ljudi čitanje i društvena aktivnost, dijelili je na društvenim mrežama ili drugim načinima.



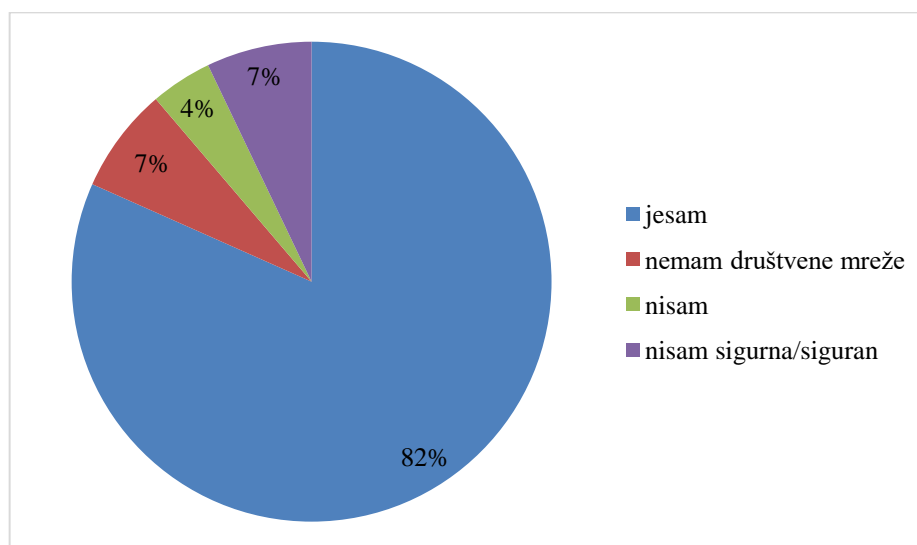
Slika 18: Dijeljenje informacija o pročitanoj

Navike ispitanih osoba o dijeljenju informacija o svojim čitateljskim navikama na društvenim mrežama, kao što su Twitter, TikTok, Instagram i slično, prikazane su na grafikonu na Slici 19. Pri tome je 42 % ispitanih osoba barem jednom podijelilo informacije o svojim čitateljskim navikama na društvenim mrežama (na primjer objavom koju su knjigu čitali ili čitaju, komentiranjem objava izdavačkih kuća ili knjižnica i slično).



Slika 19: Dijeljenje informacija o čitateljskim navikama na društvenim mrežama

Ispitane su osobe upitane jesu li primijetile kako drugi dijele informacije o svojim čitateljskim navikama. Rezultati su prikazani na grafikonu na Slika 20: Čak 82 % ispitanih osoba primijetilo je kako drugi na društvenim mrežama dijele informacije o svojim čitateljskim navikama, dok ih 4 % isto nije uočilo, a po 7 % ispitanih osoba ne može ocijeniti jesu li na društvenim mrežama uočili takav sadržaj ili nemaju društvene mreže.

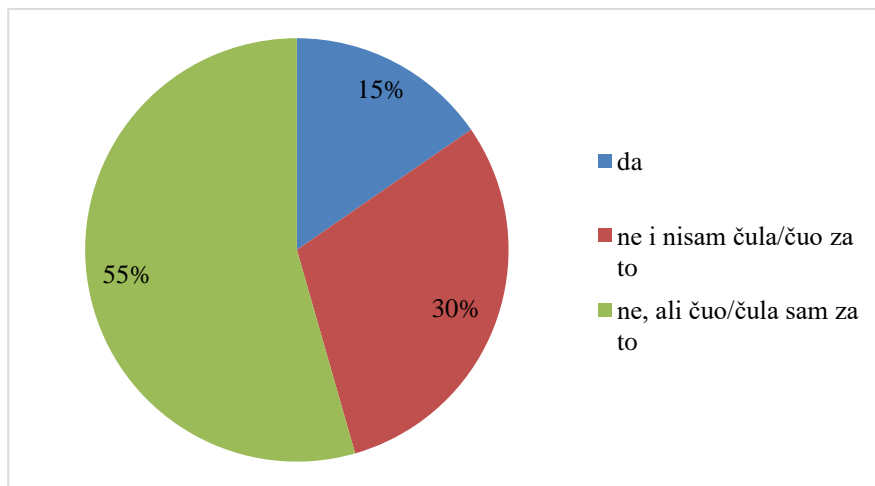


Slika 20: Dijeljenje informacija drugih korisnika i korisnika na društvenim mrežama

Korištenje aplikacije Goodreads

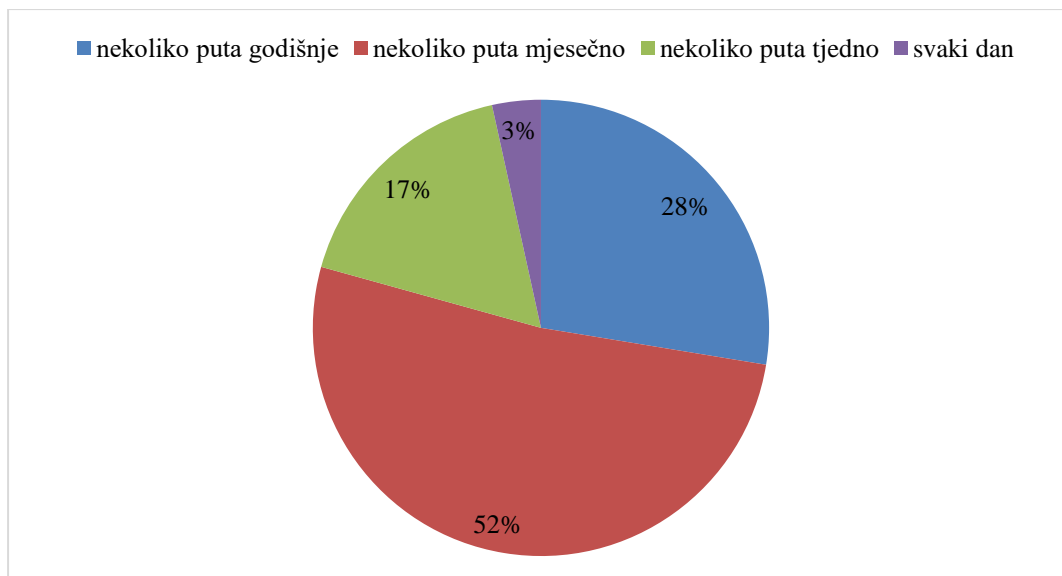
U ovom dijelu prikazani su rezultati istraživanja koji se odnose na korištenje platforme/ aplikacije Goodreads. Istraženo je u kojoj mjeri ispitanice osobe koriste ovu aplikaciju, prate li nekog i koliko su prijatelja/prijateljica dodali unutar aplikacije.

Većina ispitanih osoba, njih 55 %, nije upoznato s platformom/aplikacijom Goodreads. Nadalje, 15 % ispitanih osoba koristi ovu aplikaciju, a 30 % ispitanih osoba ne koristi Goodreads, ali je upoznato s postojanjem ove aplikacije, kako je prikazano na grafikonu na Slika 21:.



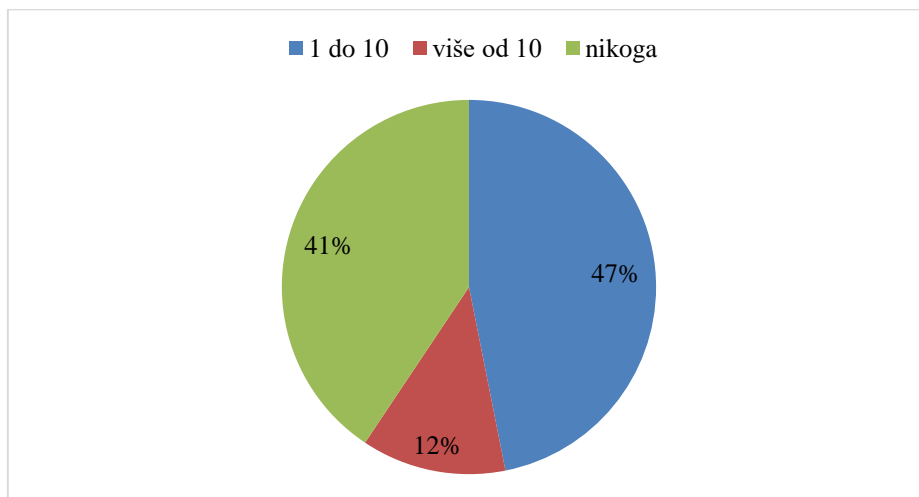
Slika 21: Korištenje aplikacije Goodreads

Učestalost korištenja aplikacije Goodreads prikazana je na Slika 22: Najveći dio ispitanih osoba koje koriste Goodreads, njih 52 %, platformu/aplikaciju koristi nekoliko puta mjesečno, njih 28 % je koristi nekoliko puta mjesečno, a 20 % ispitanih osoba koristi je više puta tjedno.



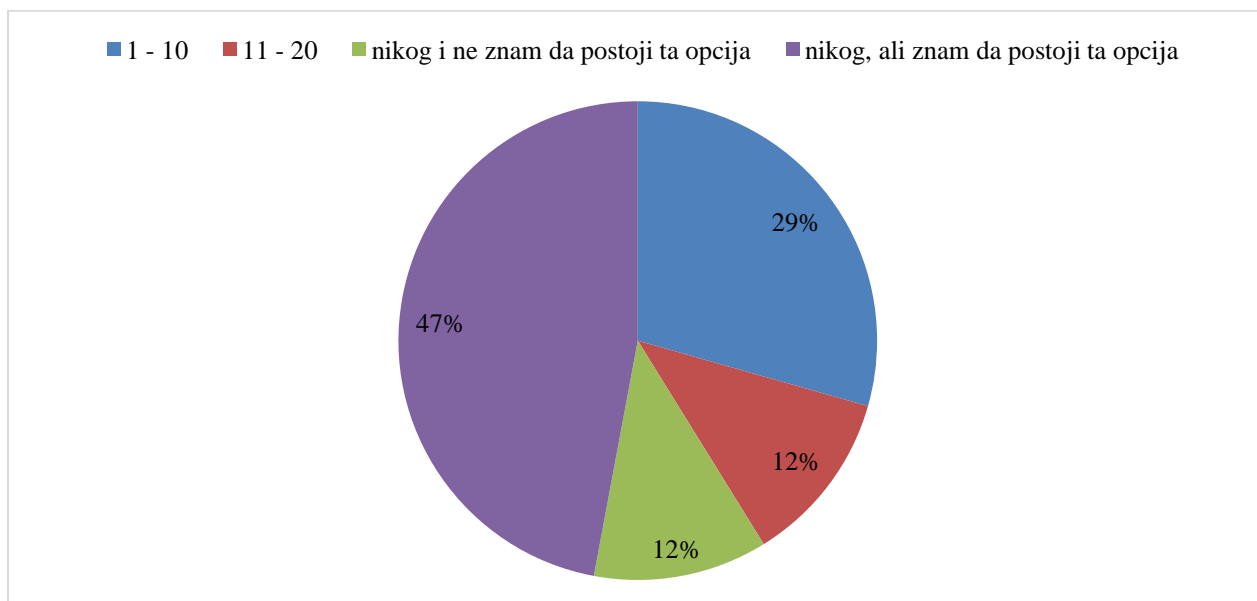
Slika 22: Učestalost korištenja Goodreads

Broj dodanih prijateljica i prijatelja na aplikaciji Goodreads prikazan je na grafikonu na Slika 23:. Ispitane osobe koje koriste Goodreads najčešće dodaju prijatelje/prijateljice, pri tome je 47 % ispitanih osoba dodalo između jedne i 10 prijatelja/prijateljica, a njih 12 % je dodalo više od 10 prijatelja/prijateljica. Čak 41 % ne dodaje nikog, već aplikaciju Goodreads koriste samo za praćenje pročitanih knjiga i/ili vlastitih navika, što potvrđuje teoriju da je Goodreads moguće aktivno koristiti sasvim ignorirajući njegov društvenomrežni aspekt.



Slika 23: Broj dodanih prijatelja/ica na Goodreadsu

Praćenje književnica/književnika na aplikaciji Goodreads prikazano je na grafikonu Slika 24:.. Većina osoba koje koriste Goodreads, njih 59 %, ne prati književnice/književnike. Pri tome, 12 % ih ne koristi opciju praćenja, ali upoznato je s mogućnošću, dok čak 47 % ne prati i nije upoznato s mogućnošću praćenja. Nadalje, 29 % ispitanih osoba prati do 10 književnica/književnika, a 12 % korisnika prati 11 do 20 književnica/književnika.



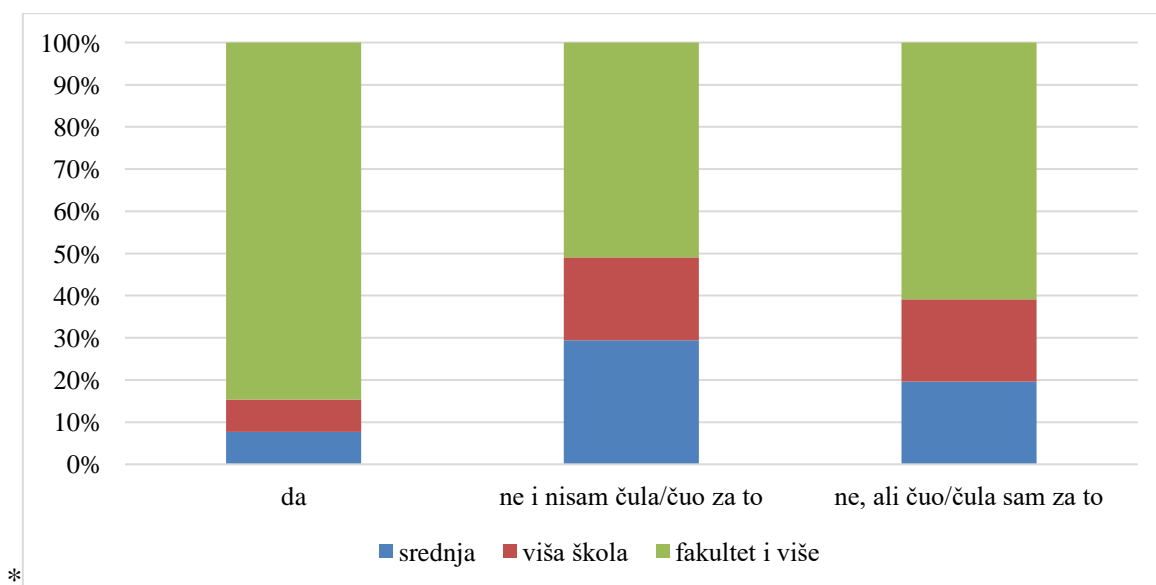
Slika 24: Praćenje književnica/književnika na Goodreadsu

U ovom dijelu uspoređene su odabrane karakteristike ispitanih osoba koji koriste i ne koriste aplikaciju Goodreads. Pri tome su izdvojene tri skupine ispitanih osoba s obzirom na korištenje aplikacije Goodreads: one koji koriste aplikaciju, one koje ju ne koriste, ali su upoznate s postojanjem iste, te one koji ne koriste aplikaciju i nisu upoznate s postojanjem iste.

Usporedba sociodemografskih pokazatelja

Na grafikonu na Slika 25: prikazana je obrazovna struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje aplikacije Goodreads.

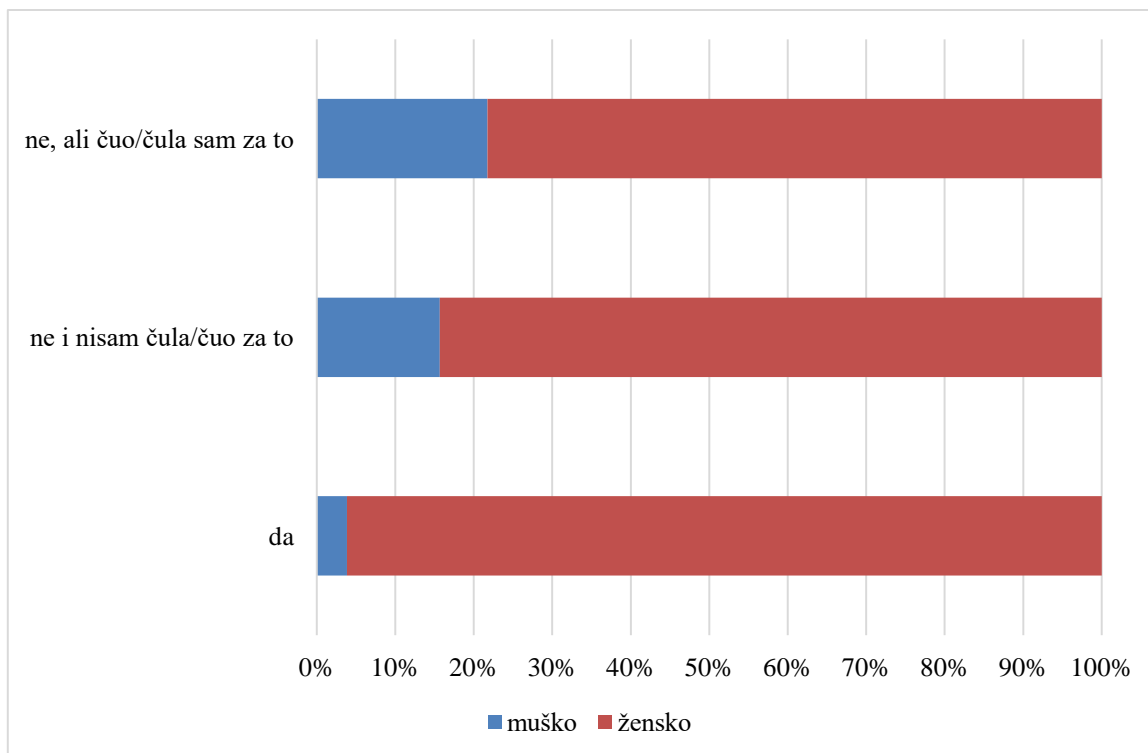
Može se primijetiti kako su osobe koje koriste platformu/aplikaciju Goodreads u većoj mjeri visokoobrazovane (imaju završen fakultet ili više).



Slika 25: Obrazovna struktura ispitanih osoba i korištenje aplikacije Goodreads

Na grafikonu na Slika 26: prikazana je spolna struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje aplikacije Goodreads.

Može se primijetiti kako su među osobama koje koriste Goodreads, u odnosu na ostale skupine, u većoj mjeri zastupljene žene.



Slika 26: Spolna struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje Goodreads

Na donjem grafikonu prikazana je usporedba dobi ispitanih osoba s obzirom na korištenje aplikacije Goodreads, a u Tablica 2 dana je usporedba osnovnih statističkih pokazatelja.



Grafikon 1: Usporedba korištenja aplikacije Goodreads i dobi

Goodreads	<i>Prosjek</i>	<i>Standardna devijacija</i>
da	37,4	9,16
ne i nisam čula/čuo za to	44,7	15,15
ne, ali čuo/čula sam za to	38,7	10,66
Total	40,3	12,29

Tablica 2: Korištenje Goodreads aplikacije i dobi

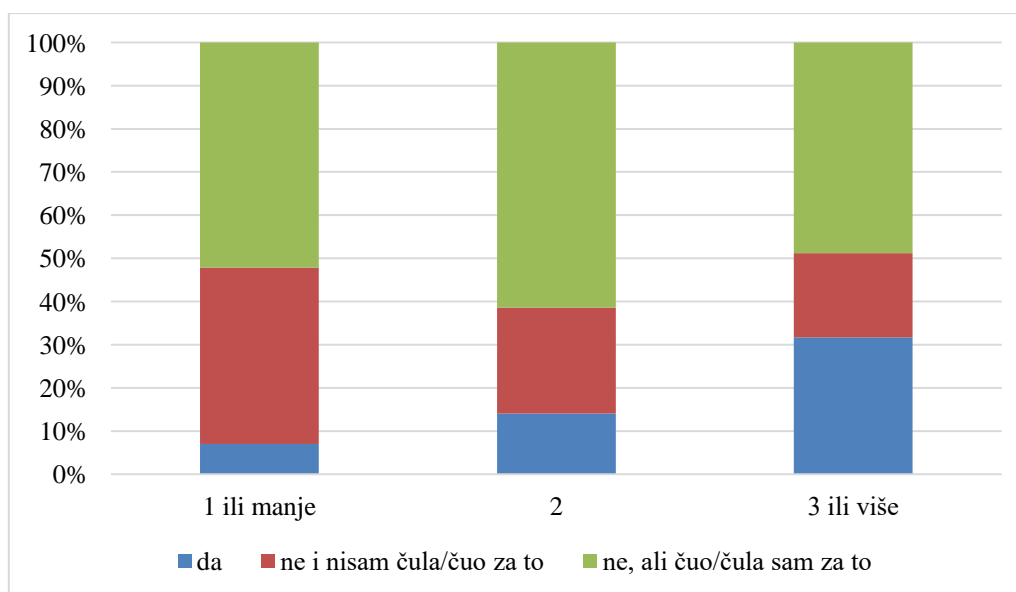
Ispitane osobe koje koriste platformu/aplikaciju Goodreads u prosjeku su mlađe od ispitanih osoba koje ju ne koriste. Prosječna dob ispitanih osoba koji ne koriste aplikaciju Goodreads i nisu upoznate s postojanjem iste je najviša.

Postoji statistički značajna razlika u prosječnoj dobi između ove tri skupine. Ipak, potrebno je naglasiti kako je postojanje statistički značajne razlike rezultat značajnog odstupanja u dobi skupine koja ne koristi platformu/aplikaciju Goodreads i nije upoznata s njenim postojanjem i koja je statistički značajno starija u odnosu na druge dvije skupine.

Usporedba čitateljskih navika

Na grafikonu na Slika 27: prikazana je usporedba učestalosti čitanja ispitanih osoba i korištenja aplikacije Goodreads.

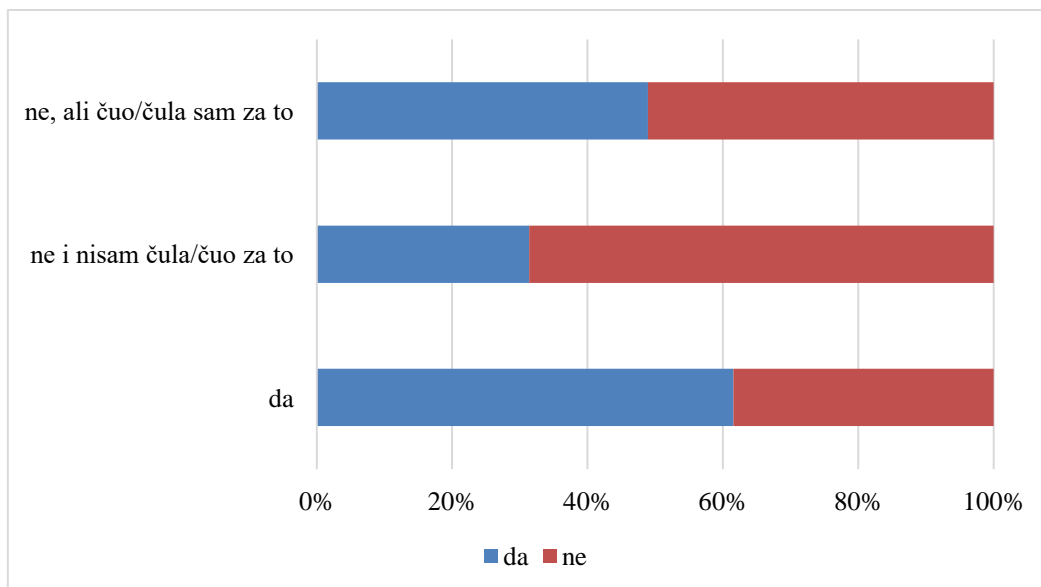
Može se primijetiti kako ispitane osobe koje u prosjeku čitaju veći broj knjiga u većoj mjeri i koriste Goodreads.



Slika 27: Usporedba korištenja Goodreadsa i učestalosti čitanja

Na grafikonu na Slika 28: prikazana je struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje Goodreadsa i praćenje trendova.

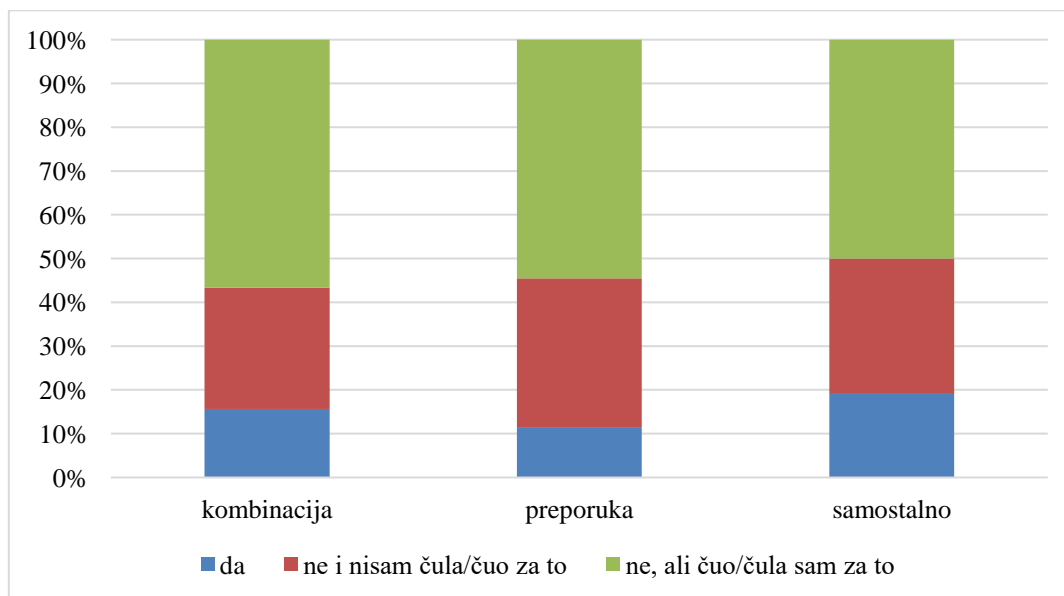
Može se primijetiti kako ispitane osobe koje koriste Goodreads u većoj mjeri prate trendove u odnosu na ostale skupine.



Slika 28: Usporedba praćenja trendova i korištenje aplikacije Goodreads

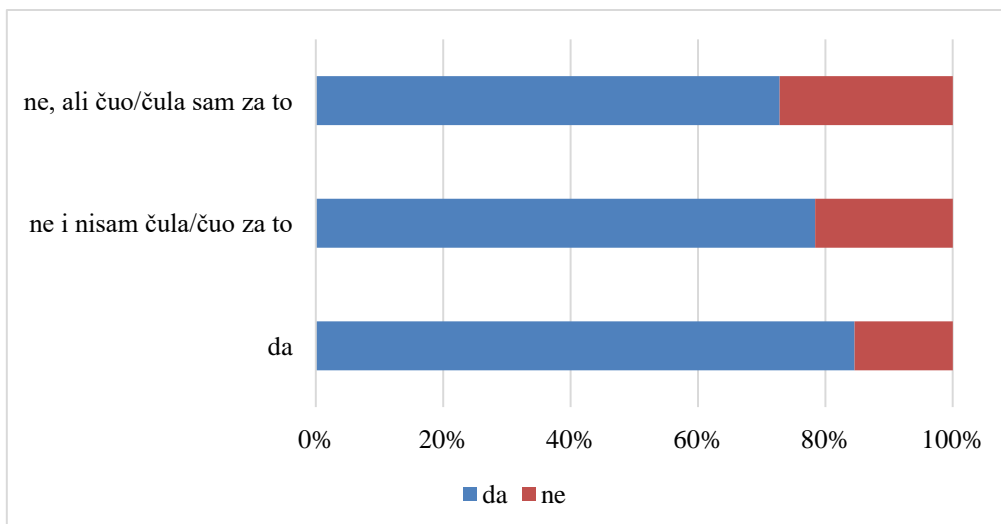
Na grafikonu na

Slika 29: prikazana je struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje platforme/aplikacije Goodreads i načina odabira knjige.



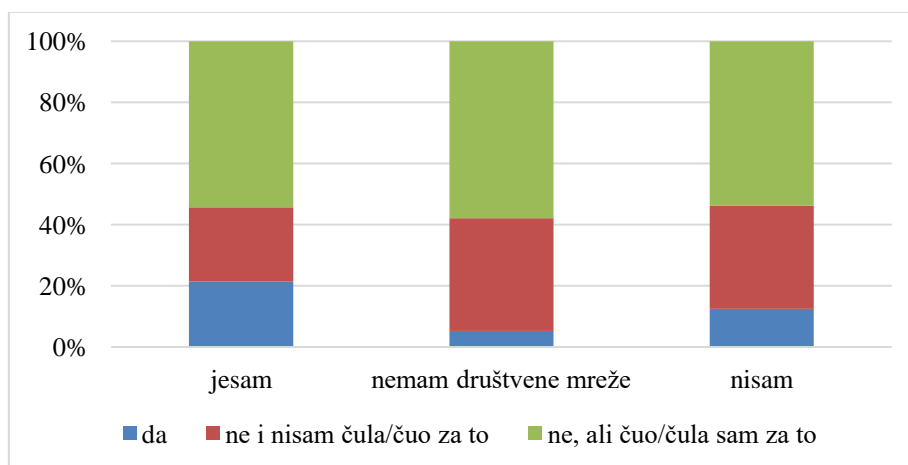
Slika 29: Usporedba korištenja Goodreads i načina donošenja odluke o odabiru knjige

Na grafikonu na Slika 30: prikazana je struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje platforme/aplikacije Goodreads i navike obraćanja pažnje na knjige izdvojene na stalcima.



Slika 30: Usporedba korištenja Goodreads i obraćanja pažnje na knjige na stalcima

Na grafikonu na Slika 31: prikazana je struktura ispitanih osoba s obzirom na korištenje platforme/aplikacije Goodreads i dijeljenja informacija o čitateljskim navikama na društvenim mrežama.



Slika 31: Usporedba korištenja Goodreads i dijeljenja informacija o čitateljskim navikama na društvenim mrežama

Zaključak

U ovom je radu prikazana povijest čitateljskih trendova i navika (s osvrtom na suvremene podatke o navedenom u Hrvatskoj i Sjedinjenim Američkim Državama), evolucija čitanja i čitateljskih navika, te osnovne značajke platforme/aplikacije Goodreads i njihova moguća primjena na buduće praćenje čitateljskih trendova. Postavljene su smjernice za moguća buduća istraživanja koje se mogu svesti na zajednički nazivnik: kako će se čitateljske navike

dalje mijenjati u vremenu digitalizacije, umjetne inteligencije i sve detaljnijeg praćenja čitateljskih navika kroz modernu tehnologiju? Također je prikazan dio istraživanja vezanih uz navike i emocije s naglaskom na komponentu socijalizacije, koja se često očituje kroz dijeljenje i komentiranje putem društvenih mreža. Čovjek kao društveno biće već desetljećima nalazi načine da svoju društvenost širi kroz sve dostupne kanale, a proces je čitanja, kao i sve njemu pripadajuće navike i ponašanja, tek djelić te tehnologijom ojačane/poduprte povezanosti jedinke i društva u kojem ona živi.

Goodreads, platforma/aplikacija posvećena književnosti, knjigama, čitanju i praćenju čitanja, rastući je gigant u skupini edukacijskih aplikacija s milijunima skidanja i ne pokazuje znakove stagnacije u svom rastu. Prikazana je kroz osnovne postavke korištenja, ali i kroz *Reading Challenge*, čitateljski izazov nenatjecateljskog tipa koji potiče korisnice i korisnike da sebi odrede ciljeve u vidu pročitano broj knjiga ili stranica unutar jedne kalendarske godine. Bilo je riječi i o (ne)društvenosti Goodreadsa u odnosu na druge društvene/društvenije mreže, kao i o čitateljskim grupama/forumima na platformi, te konzumentskom aspektu *celebrity-endorsed* (podržale slavne osobe) grupa/foruma i utjecaju zvjezdanog statusa slavnih na njihovu popularnost.

U provedenom je istraživanju napravljeno ispitivanje i prikaz čitateljskih ponašanja i navika ciljane skupine (korisnica i korisnika knjižnice) pri čitanju, praćenju čitanja i korištenju knjižničnih usluga. Pitanja su bila usmjerena na sociodemografske karakteristike ispitanica i ispitanika, njihove čitateljske navike, način odabira knjiga, stavove o izdvajanju knjiga na stalcima, način praćenja knjiga, korištenje aplikacija, te dijeljenje informacija o pročitanim knjigama. Bilo je ukupno osamnaest pitanja o sociodemografskim karakteristikama, stavovima i konkretnim navikama i ponašanjima, a četiri su bila o platformi/aplikaciji Goodreads i njenom korištenju.

Ovaj je rad prikazao brojne elemente povezanosti čitateljskih trendova i samog procesa čitanja navikama u korištenju sve popularnijeg društvenog kataloga knjiga Goodreads, te postavio pitanja za eventualna buduća promišljanja o navedenim temama. Ona mogu biti itekako raznovrsna: sve što će se događati s knjigama i čitanjem u bliskoj i dalekoj budućnosti može biti utopija jeftinog i kvalitetnog izdavaštva dostupnog svakoj autorici i autoru – ali i distopija vladavine umjetne inteligencije koja kljuka nekritičnu publiku kratkog raspona pažnje „književnošću“ koja je blijedi, bezdušni surogat-miks svega već napisanog u ljudskoj povijesti. U kojem će smjeru otići? Sudeći po činjenici da je Amazon bio prisiljen ograničiti digitalni samizdat na tri knjige po osobi *dnevno*, budućnost književnosti u ovom

trenutku i ne djeluje odviše svijetla. Trenutno se najveća umjetnička borba čovjeka protiv stroja odvija na polju vizualnih umjetnosti, osobito ilustracije, i čini se da u ovoj priči David ipak neće pokositi Golijata. Ostaje nadati se da književnost neće snaći ista sudbina: dovoljno je živućih osrednjih i loših autorica i autora (da hrane iste takve čitateljske apetite) i bez pomoći umjetnih inteligencija koje bljuju riječi kao teoremski majmuni na beskonačnom broju pisaaćih mašina.

Pitanje osobnosti i navika ukratko je dotaknuto u radu, ali ostavlja mnoga pitanja otvorenima. Koliko je polica, digitalna ili stvarna, odraz osobe? Koliko je čitanje privatan proces i može li se uopće odvojiti od zajednice i javnog? Imaju li smisla pobune američkih knjižničarki i knjižničara zbog crnih lista zabranjenih i/ili navodno praćenih knjiga i narušavanja prava na privatnost koje je donekle olakšao (čak i omogućio u još opasnijem aspektu po pitanju narušavanja građanskih sloboda) zloglasni Patriot Act? Treba se zapitati postoji li stvarna čitateljska i osobna privatnost u svijetu u kojem se otiskom prsta potvrđuje kupovinu knjige na internetu. Antikvarijati se gase, plaćanje gotovinom se polako iskorjenjuje i ulice su prekrivene kamerama; gotovo da je nemoguće zamisliti kupnju (a kamoli posuđivanje) knjige bez ostavljanja temeljitog digitalnog traga o vlastitom identitetu, navikama i ukusu. Uplašeni zbog eventualnog curenja poruka ili privatnih slika, prosječni ljudi zaboravljaju da je na globalnoj razini trgovine informacijama puno važnije da je žena od četrdeset godina platila kopiju *Majstora i Margarite* Visom, a potom kupila komplet donjeg rublja u Yamamayu prije nego je otišla na ručak s dvije prijateljice istih godina i sličnih navika – to je vrsta podataka koja je danas na cijeni. Čak i samoprozvani neoludisti posjeduju barem jedan uređaj koji se da pratiti, ako ničim drugim, potrošnjom električne energije ili triangulacijom signala. Privatnost polako prestaje postojati u svijetu umreženosti – ako nema posta na društvenoj mreži, nije se dogodilo. Upravo zato Goodreads (p)ostaje interesantan, nenametljiv i – relativno nedruštven. Opstaje držeći čvrstu mrežu u koju ljudi unose podatke koji su u svojoj srži vrlo intimni: stavove prema umjetnosti, u ovom slučaju književnosti; emocije i reakcije izazvane pisanom riječju i njenom konzumacijom. Istodobno javan i intiman, Goodreads egzistira kao knjižničarski i arhivski entitet individue, otvoren ili zatvoren po želji osobe – u čemu vjerojatno i leži njegova atraktivnost i popularnost kojoj se, barem zasad, ne nazire kraja ni opadanja.

Osobito je zanimljiv za proučavanje konzumeristički aspekt svega navedenog, jer je već odavno osoba koja čita postala i osoba koja konzumira. Sve što se pije, jede, nosi, kupuje, doživljava, čita, sluša... Već je dugo unovčivo i unovčeno, prodano i kupljeno. Teško je naći išta u životu prosječne osobe što ne nosi profit nekoj korporaciji – čitanje nije toga pošteđeno.

Još uvijek se čitateljice i čitatelje poštuje u smislu nezasipanja reklamama kakve su u konzumaciji ostalih umjetnosti neizbježne, ali nigdje se ne da pobjeći od marketinga. Makar i na zadnjim stranicama kataloga ostalih izdanja izdavača pročitane knjige, makar i na brendiranim popratnim sadržajima knjiga/autora/ica (dovoljno je sjetiti se histerije *Twilight* brandinga za primjer), makar i samo na *point-of-sale* oglašavanju unutar knjižara u koje se još uvijek može ući starinski, s gotovinom u ruci, i izići s tvrdo ukoričenom knjigom u ruci – nema bijega od reklama. Nitko ne trči dovoljno brzo da izmakne lovu potrošnje i zapadnjačkom božanstvu novca i profita. Svako je polje ljudskog života u sjeni potrošačke kulture i velikih korporacija i od toga – osim waldenovski doslovnog – nema i ne može biti potpunog odmaka.

Zahtjevno je uhvatiti i zauzdati teme koje su u svojoj srži neuhvatljive i promjenjive: trendove, individualne i kolektivne čitateljske navike, čitateljice i čitatelje kao individue u okviru društva u kojem žive i konzumiraju u skladu sa svime što čini njihove osobnosti... Sve je navedeno u stalnoj mijeni, što čini promatranje trenutka bez konteksta gotovo nemogućim. Stoga je kontekstualno promatranje prikaz više desetljeća u nadi da se nekakva nit ipak može uočiti i da je njeno buduće mjesto u društvenom predivu relativno predvidljivo.

Pokazalo se da se samo jedno može s priličnom sigurnošću predvidjeti: knjigama ni čitanju ne prijete izumiranja. Proces čitanja i oblici knjiga koje se čitaju već desetljećima rapidno i uspješno evoluiraju na svim razinama, a evolucija je u društvu – kao i u prirodi – znak da nešto preživljava.

Knjige ne umiru.

Update

Goodreads je u periodu prijelaza od 2022. u 2023. godinu doživio mnoge temeljite promjene. Službeno objašnjenje nije čak ni kurtoazno „poboljšanje korisničkog iskustva“ na kakva su svi već navikli kad im se aplikacije mijenjaju, naprosto ga – nema. Stoji štura obavijest o ukidanju opcije i ništa više. Mnoge su uvedene promjene dovele do smanjenja upravo društvenih aspekata ove (polu)društvene mreže, kao i do manjka personalizacije iskustva korištenja. Ukidajući opcije preporuke knjiga gotovo da je obeshrabrio ikakvu komunikaciju, svodeći je na *reviews* nalik onima u virtualnim trgovinama. Nakon pobune korisnika i korisnica, opcija je ipak vraćena.

Literatura

- Alice M. Scales, Ock Rhee (2001) Adult Reading Habits and Patterns, *Reading Psychology*, 22:3, 175 – 203, DOI: 10.1080/027027101753170610
- Anne-Mette Bech Albrechtslund (2020) Amazon, Kindle, and Goodreads: implications for literary consumption in the digital age, *Consumption Markets & Culture*, 23:6, 553 – 568, DOI: 10.1080/10253866.2019.1640216
- Bloome, David. "Reading as a social process." *Language Arts* 62, no. Interaction in the Classroom (1985): 134 – 142
- Bowen, Glenn A. Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal* 9, 2 (2009), 27 – 40
- Bučević-Sanvincenti, Lorenka. "Čitanje kao ključni čimbenik razvoja hrvatskog društva." *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 49, br. 2 (2006): 62 – 69. <https://hrcak.srce.hr/165681>
- Buretić Tomljanović, Alena; Frančišković, Tanja; Krajina, Robert; Pernar, Mirjana; Prpić, Igor. *Psihološki razvoj čovjeka*, 2008.
https://portal.uniri.hr/system/publications/attachments/000/033/827/original/Psiholoski_razvoj_covjeka.pdf?1385986249. Pristupljeno: 10. siječnja 2019.
- Burke, Susan K.; Strothmann, Molly. Adult Readers' Advisory Services through Public Library Websites. *Reference & User Services Quarterly* 55, 2 (2015), 132 – 143
- Choi, Namjoo, and Soohyung Joo. "Booklovers' world: An examination of factors affecting continued usage of social cataloging sites." *Journal of the Association for Information Science and Technology* 67, no. 12 (2016): 3022 – 3035
- Computers in Human Behavior Reports*, Volume 3, 2021, 100062, ISSN 2451-9588, <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100062>, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958821000105>
- Dey, R., Jelveh, Z. and Ross, K., "Facebook users have become much more private: A large-scale study," *2012 IEEE International Conference on Pervasive Computing and Communications Workshops*, Lugano, Switzerland, 2012, pp. 346-352, doi: 10.1109/PerComW.2012.6197508
- Dimitrov, Stefan, Zamal, Faiyaz, Piper, Andrew, AND Ruths, Derek. "Goodreads Versus Amazon: The Effect of Decoupling Book Reviewing And Book Selling" *International AAAI Conference on Web and Social Media* (2015): Pristupljeno: 10. kolovoza 2021.

Fister, Barbara. 'Reading as a Contact Sport': Online Book Groups and the Social Dimensions of Reading. *Reference & User Services Quarterly* 44, 4 (2005), 303 – 309

Grosman, Meta, U obranu čitanja: Čitatelj i književnost u 21. stoljeću. Zagreb: Algoritam, 2010.

Gruning, Jane. "Displaying invisible objects: Why people rarely re-read e-books." In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1 – 12 *Journal of the Association for Information Science and Technology* 68, 4 (2017), 972 – 983

Juliane Völker, Carolin Mannheim, Kanai R., Bahrami B., Roylance R. and Rees G. "Online social network size is reflected in human brain structure" (2012)
<https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rspb.2011.1959>

Keen, S. Empathy in Reading: Considerations of Gender and Ethnicity, *Anglistik*, Volume 24, Issue 2 (2013), 49 – 65

Kosinski, Michal, David Stillwell, i Thore Graepel. 2013. „Private Traits and Attributes Are Predictable from Digital Records of Human Behavior“. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. *Proceedings of the National Academy of Sciences*.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>

Li, Weijian, Yuxiao Chen, Tianran Hu, and Jiebo Luo. 2018. “Mining the Relationship Between Emoji Usage Patterns and Personality”. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 12 (1). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.15054>

Lindner, Jannik. 2023. "Must-Know Amazon Book Sales Statistics [Current Data]" *Gitnux.org*. Pristupljeno: 2. siječnja 2024., <https://gitnux.org/amazon-book-sales-statistics/>

Lindner, Jannik. 2024. "Statistics About The Most Popular Booktok Books" *Gitnux.org*. Pristupljeno: 14. travnja 2024., <https://gitnux.org/most-popular-booktok-books/>

Maity, Suman Kalyan, Abhishek Panigrahi, and Animesh Mukherjee. "Book reading behavior on Goodreads can predict the Amazon best sellers." In *Proceedings of the 2017 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2017*, 451 – 454

Mazurkiewicz, Albert J. "Social-cultural influences and reading." *Journal of Developmental Reading* 3, no. 4 (1960): 254 – 263

Merga, Margaret K. Are Avid Adolescent Readers Social Networking About Books?. *New Review of Children's Literature and Librarianship* 21, 1 (2015), 1 – 16

N1. "Mizerne brojke: Hrvati sve manje čitaju" Pristupljeno: 19. studenog 2023., <https://n1info.hr/magazin/kultura/hrvati-sve-manje-citaju/>

Nethersole, Reingard. (2007). On the significance of capitalization: The value of literature with capital L. *Neohelicon*. 34. 79 – 91. [10.1007/s11059-007-1008-8](https://doi.org/10.1007/s11059-007-1008-8).

Novak, Helena. "Narodne knjižnice i recesija – ili depresija?" *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 54, br. 4 (2011): 225 – 252. <https://hrcak.srce.hr/80086>. Pristupljeno: 3. lipnja 2020.

Putro, Nur Hidayanto Pancoro Setyo, and Jihyun Lee. "Reading interest in a digital age." *Reading Psychology* 38, no. 8 (2017): 778 – 807

Rapp, David. "Crowdsourcing RA: with algorithms crunching numbers behind the scenes, sites like LibraryThing, Shelfari, and Goodreads are helping librarians with readers' advisory." *Library Journal* 136, no. 10 (2011): 56 – 58

Rhee, Alice M. Scales, Ock. "Adult reading habits and patterns." *Reading psychology* 22, no. 3 (2001): 175 – 203

Smither, Robert D., and John M. Houston. "The Nature of Competitiveness: The Development and Validation of the Competitiveness Index." *Educational and Psychological Measurement* 52, no. 2 (June 1992): 407 – 418
<https://doi.org/10.1177/0013164492052002016>.

Stark, L., & Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>

Stranisci, Marco Antonio, Viviana Patti, and Rossana Damiano. "User-Generated World Literatures: a Comparison between Two Social Networks of Readers." In *IRCDL*, 38 – 46

Thelwall, Mike. "Reader and author gender and genre in Goodreads." *Journal of Librarianship and Information Science* 51, no. 2 (2019): 403 – 430

Thelwall, Mike; Kousha, Kayvan. Goodreads: A Social Network Site for Book Readers. Tuned in on senders' self-revelation: Emojis and emotional intelligence influence interpretation of WhatsApp messages. Pristupljeno: 19. travnja 2021.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958821000105>

Wang, Kai, Xiaojuan Liu, and Yutong Han. "Exploring Goodreads reviews for book impact assessment." *Journal of Informetrics* 13, no. 3 (2019): 874 – 886.

Wiener, Eric. 2007. "Why Women Read More Than Men", NPR, Pristupljeno: 14. veljače 2024.
<https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=14175229>

Wohn, D., Velasquez, A., Bjornrud, T., & Lampe, C. (2012). Habit as an explanation of participation in an online peer-production community. Proceedings of the 2012 ACM Annual Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '12.
[doi:10.1145/2207676.2208697](https://doi.org/10.1145/2207676.2208697)