

Fodor János

Megosztás vagy szerkesztés?

A könyvtár változó szerepe a közösségi médiában

„Szabad-e komolyan venni, tájékoztatási célokra munkaterületünk szerves részévé tenni a közösségi médiát, érdemes-e komoly energiákat fektetni meglévő, rendszerezett médiafelületeink mellett e második, párhuzamos hálózati jelenlétbe is?” – e kérdéssel kezdtük a 2013 során végzett kutatások eredményét 2014-ben közreadó beszámolóunkat[1], utalva a Facebook közönségének nemzedéki súlyponteltolódásával kapcsolatos aggályokra, az oldal népszerűségvesztésének hírére, majd annak részleges cáfolatára hivatkozva, s nem utolsósorban riasztó trendként említve a „lájkvadász” oldalak és „mémgyárak” szaporodását.

A 2014 tavaszán lezárult felmérés óta a felhasználók körében nem vesztett népszerűségéből a Facebook, azonban minden eddiginél több kétség fogalmazódik meg hatásáról. Univerzális tájékoztató eszközként, a közösségi média legfontosabb felületeként szerepe egyre meghatározóbb, de működésével kapcsolatban publicisztikák[2] és tudományos kutatások[3] egyaránt felvetnek a könyvtári jelenlét szempontjából is fontos problémákat.

A kutatás folytatásáról most beszámolva a könyvtári jelenlét jelentős változásairól nem tudósíthatunk, de friss felmérésünk és a közösségi média helyzetének változása tükrében a korábban megkíséreltnél világosabb képet rajzolhatunk a könyvtár előtt álló szereplehetőségekről. Meggyőződésünk, hogy a természetes hálózati tudásmegosztás és a tudatos tartalomszerkesztés határvonalának megismerése, érzékelése a könyvtáros hivatás és könyvtári szolgáltatások jövője szempontjából is stratégiai fontosságú.

Tárgyszavak: közösségfejlesztés; médiakutatás; könyvtár;
kulturális szolgáltatás

Visszatekintés, kutatási háttér

A Web 2.0 könyvtártudományi recepcióját az ezredforduló utáni első évtized közepén a Könyvtár 2.0 "mozgalom" lelkesedése határozta meg. Az évtized végére azonban nyilvánvalóvá vált, hogy a technológiai változásokra reagálva nem elegendő beépíteni a meglévő szolgáltatások közé a blogot, közösségi könyvjelzőzést és kollaborálásra hívó interaktív felületeket. A közösségi web és a közösségi média átformálta olvasóink, kutatóink tájékoztató rutinját, a könyvtáraknak tartalomszolgáltatóként kellett megjeleníteniük a Facebookon, Twitteren. A könyvtártudományi képzésen tanuló fiatalok ma már a mobil hálózati eszközök spontán felhasználói, s komoly képzési kihívás lépést tartani igényeikkel, a szakma és tudomány hagyományait megtartva összeegyeztetni a folyamatosan változó hálózati ismeretek és könyvtártudományi, történelmi háttérrel.[4]

2013-ban, az ELTE Egyetemi Könyvtár felkérésére, a felsőoktatási tájékoztatás és a kutatástámogatás szempontjait fókuszba helyezve vizsgáltuk meg a hazai könyvtárak közösségi-média-jelenlétét. Az ELTE BTK Könyvtár- és Információtudományi Intézetében zajló tartalomszolgáltatás-kutatási projektek[5] részeként hallgatóimmal kialakított szempontrendszer alapján, összesen 126 Facebook-oldal több mint 4500 posztját vizsgáltuk meg a 2013-as év tavaszi és őszi félévében, majd 2014 tavaszán, az eredmények értékelése mellett szűrőpróbaszerűen ellenőriztük a tendenciák esetleges változását, s a megelőző időszak kiugró értékeit felmutató szereplők további működését.

A kutatás folytatásaként 2016 tavaszán újabb 2200 aktuális bejegyzést elemeztünk 90 könyvtár közösségi jelenlétét vizsgálva. A megfigyelt oldalak egy havi poszttermését, vagy (ritkán posztoló oldalak esetén tágabb időkeretet engedve) legalább 20 bejegyzését, (gyakran posztoló oldal esetén szű-

kebb időkeretben) legfeljebb 30 egymást követő posztját vizsgáltuk meg. Mértük az egyes posztok *sikerét*, az oldalak hatékonyságát „lájkolóik” és intézményük hatókörének arányában, posztolási gyakorlatuk jellemzőit (periodicitás, tipikus posztolási gesztusok, posztösszetevők) és a posztok tartalmának viszonyát a posztoló intézmény működési köréhez. Kutatásunk alapja, a posztok hatásának számszerűsítése nem támaszkodhatott másra, mint a kedvelések és a továbbosztások posztok alatt feltüntetett publikus adataira. A korábbi kutatás óta bevezetett együtt érző, dühös stb. kedveléseket egyenértékűnek vettük a korábbi, „sima lájkolással”. Mérőszámunk meghatározásában ugyanakkor figyelembe vettük a posztolástól a mintavétel időpontjáig eltelt időt (egy munkahétig fokozatosan csökkenő arányú hatásvövedésként feltételezve), valamint a poszt által generált kommunikáció további azonosítható nyomait, így a kommentek számát, a kommentekben kialakuló párbeszédet, a posztoló bekapcsolódását a párbeszédbe, s az esetleges kommentelői tartalommegosztások megjelenését a poszthoz kapcsolódva kialakult diskurzusokon belül.

Újabb felmérésünk részleteit, adatait kutatásunk weboldalán elérhetővé tettük[6], de a 2014-es publikáció részletes elemzéseit, az adatok grafikus ábrázolásának megismétlését nem tartjuk indokoltnak, mert a friss adatok nem mutatnak jelentős eltérést, s korábban közölt ábráink érvényesek maradtak. A felmérés alapvető eredményeinek áttekintése mellett érdemesnek tartjuk viszont kiemelni a kutatás folytatása során megformálódott új szempontokat és összegezni az eltelt három évben bekövetkezett változásokhoz kapcsolódó tanulságokat.[7]

Digitális gyűjtemények jelenléte a közösségi médiában

Kutatásunk folytatásának háttéréhez tartozik, hogy 2016-os felméréseinkben kiemelt figyelmet fordítottunk a digitális táruk, digitalizált gyűjtemények megjelenésére, mind önálló, mind fenntartói Facebook-identitás formájában. Tartalomszolgáltatást kutató egyetemi műhelyünkben 2015-től építjük nyilvántartásunkat a magyar nyelvű szövegtárak, digitális könyvtárak vizsgálataiból[8]. Az időről időre egységes kritériumok szerint tesztelt több, mint hetven digitális gyűjtemény elemzése, ha nem is ad teljes képet a hazai digitalizációról, szignifikáns mintaként már használható nemzetközi összehasonlításra, kutatások kezdőpontjaként is.

Vizsgálataink szempontrendszerét is annak megfelelően alakítottuk ki, hogy a legkülönbözőbb kivitelezésű digitális táruk elemzésére, értékelésére legyen alkalmas, elfogadva a különböző színvonalú, fejlettségű technológiák létjogosultságát, de a közösségi médiamegjelenés lehetőségeit kimutassa a most Facebookon keresett és elemzett gyűjtemények esetében is.

A vizsgált gyűjtemények jelentős (technikailag korszerűbb, újabban létrehozott) részénél megtaláljuk a tételek megosztását segítő kialakítást, olykor ikonok, gombok szerepeltetését is. A közösségi médiajelenlét felmérési mintájának összeállítása során mégis egyértelművé vált, hogy a natív digitális gyűjtemények jelenléte elhanyagolható a közösségi médiatartalommal. Néhány, már korábban is aktív szereplőtől eltekintve az újabban létesült (pl. az Arcanum által létrehozott) vagy nagyobb könyvtáraink gondozásában működő, önállóan és elkülöníthetőnek tekinthető gyűjtemények nem jelennek meg önállóan a Facebookon, így jóformán tudomást sem szerezhet róluk az, aki a közösségi médiából tájékozódik érdekes tartalmakról. Így továbbra is néhány, a közösségi weben beágyazottabb, vagy tágabb médiamegjelenéssel támogatott gyűjtemény (Fortepan, Mai Manó Ház) aratja le – a sikerükkel bizonyíthatóan meglévő – közösségi érdeklődést a digitalizált tartalmak iránt.

Az idő- és kapacitáshiány mellett figyelembe kell vennünk azt is, hogy könyvtáraink digitális gyűjteményei, az Arcanum dokumentumtárai és az egyetemi repozitóriumai napjainkra kettős helyzetet teremtettek: az átlagfelhasználóban egyre inkább tudatosul, hogy – ha nem is teszik gyakran, de – van hova fordulniuk otthonról, vagy telefonjuk képernyőjén keresztül: léteznek a nagyszabású digitalizálási projektek a magyar kultúra és tudomány örökségének hozzáférhetővé tételére. A könyvtárosok pedig a fejlődés eredményeként elfogadják, hogy a dokumentumok közzétételére e digitális dokumentumtárak kínálják a korszerű, hatékony, hosszú távon fejleszthető gyakorlatot. Számolnunk kell azonban azzal is, hogy a hagyományosan sokszintű tájékoztatás könyvtári feladatkörét mindkét szemszög megkérdőjelezheti: az olvasók kevésbé igénylik a könyvtártól, hiszen személyes, virtuális eszköztárak részeként létező, jól kereshető, elérhető archívumokat tételveznek, a létrejött befogadó digitális táruk pedig előre tervezett automatizmusuk okán nem is számol(hat)nak azzal a közvetlen, rugalmas és személyes tájékoztató kapcsolattal, amely egy-egy gyűjteményrész és szakértő könyvtárosai között korábban működött.

Idei kutatásunk is azt igazolta, hogy a kreatív könyvtáros munkára, jelenlétre, tájékoztató munkára a digitalizált gyűjtemények, adattárak gondozásában éppen úgy szükség volna, mint a szolgáltatástervezés szakmai és tartalmi előkészítésében, a létrejött vagy készen felhasználható tartalomszolgáltató eszközök testreszabásában. A fejlesztésekhez nélkülözhetetlen informatikai kompetenciák mellett az elkészült eszközök hatékony használata könyvtáros-kompetencia marad, s az informatikus-könyvtáros-képzés komplex, önmagában is interdiszciplináris részterülete.

Alapvető jellemzők

Tér, idő, kötődések – a közös kontextusról

A 2200 poszt részletező tartalmi elemzésére nem vállalkozhatunk, de alapvető, témamegjelölő feljegyzést az adatrögzítés során gyakran készítünk, hogy a kiugróan sikeres, vagy sikertelen megosztások tartalmi vonatkozásait könnyen áttekinthessük, utólag könnyen felidézhesük. A feljegyzéseket áttekintve egyértelmű tanulság, hogy a siker tartalmi vonatkozásának legfontosabb összetevője változatlanul a közös és átfogó kontextus megléte.

A mémként kategorizálható megosztások sikeréhez ritkán mérhető a könyvtári tartalommegosztások terjedése, tetszésindexe, visszhangja, hiszen a közösségi médiát szórakoztató "műsorfolyamként" élvező és megosztó felhasználók elérhető teljességén belül értelemszerűen csak akkora hatást érhetnek el, amekkora hányadukat az adott könyvtár gyűjtőköre megéri, foglalkoztatja, s akik ismerőseikkel is osztani vélik vonzódásukat, érdeklődésüket.

Tartalmi gyorselemzésünk megerősítette, hogy a megosztástételek sikeresebb felében változatlanul dominálnak az idősíkokhoz, évfordulókhoz, térhez vagy közösen ismert közeghez köthető kreatív bejegyzések és ajánlók – a megosztások sikertelenebb részében pedig dominálnak a praktikus értesítések, az intézmény működésével kapcsolatos (pl. nyitvatartásról szóló) hírek, bejegyzések.

A kohézió vizsgálata

Bár a tartalmi leírások mélyelemzése, a megosztások helyi kontextusának értelmezése, s így az eseti tartalmi közléseknek a népszerűsége gyakorolt hatása is nagyobb léptékű kutatás keretében

vizsgálható, a gyűjtés során következetesen besoroltuk a megosztott bejegyzéseket tartalmuk különböző jellemzőit leíró kategóriákba.

A posztok tartalmának viszonyát a posztoló intézmény működési köréhez nyolc kategóriába sorolva tipizáltuk az egészen tág, kizárólag a hálózati jelenléttel és identitással összefüggő "nincs kapcsolat"-tól a személyes viszonyok megjelenítését biztosító felhasználói és munkatársi kapcsolódásokig:

Mi kapcsolja össze a mintában megosztott posztokat és az oldalak tulajdonosait?

- 870 megosztás: 41% – a gyűjtemény (tartalmi megosztások, ízelítők, gyarapodási hírek, összefüggő események),
- 561 megosztás: 26% – tágabb szakma/kultúra/lokáltság,
- 363 megosztás: 17% – gyűjtőkör, gyűjtőköri aszociáció,
- 163 megosztás: 8% – felhasználók/látogatók személye (pl. könyvtárhoz kötődő eredmény, él-mény, kezdeményezés),
- 130 megosztás: 6% – nincs kapcsolat (pl. vírusfigyelmeztetés),
- 37 megosztás: 2% – munkatárs személye (pl. egyéni kutatás, eredmény, bemutatkozás, vélemény, ajánlás).

A kategóriarendszert abban a reményben állítottuk fel, hogy kutatásunk igazolja majd előfeltevésünket, mely szerint a könyvtárak, tudástárak fő vonzereje, közösségi médiapalettában egyedi vonása a közösségi térként is létező, személyes kapcsolódásra is alkalmas, látogatható, hitelesen rendezett gyűjtemény és a gyűjtőkörre nyitott, szakértő munkatársak valós személye. Míg a felhasználók/olvasók és munkatársak szignifikáns megjelenése továbbra is túlzott elvárásnak tűnik, a gyűjtőkörrel kapcsolatos "külvilágra" nyitott bejegyzések és megosztások alulreprezentáltsága továbbra is figyelemre méltó annak ellenére is, hogy a vizsgált könyves-könyvtáros oldalak jelentős része általános gyűjtőkörű. A saját gyűjteménnyel kapcsolatos megosztások is főként vannak a tágabb szakmához, kulturális kapcsolódási területekhez kötő megosztásokhoz képest, s a gyűjteménnyel kapcsolatos híreken belül is jelentős az intézmény képviselőjével, működésével kapcsolatos – kevésbé népszerű – információközlések száma.

A vizsgált mintában legsikeresebb hazai gyűjteményi poszt egy Mai Manó Ház által áprilisban közzétett, biciklikereken át fényképezett 1935-ös

felvétel lett, 79 továbbosztással és 1100 tetszésnyilvánítással.

A munkatársakhoz kapcsolódó könyvtári bejegyzések fontosságát nem kell indokolnunk. A személyes megismerhetőség és a szakmai elkötelezettség minden példája a könyvtár identitását erősíti, de a közvetlenség adekvát keretet ad oldottsághoz, humorhoz is. A minta e kategóriába sorolt tételei közül kétségtelenül kiemelkedett a *Toty az Egyetemi Könyvtárban* címmel megosztott videofelvétel. A négy lábú kolléga bemutatása „Totyi, új, önkéntes munkatársunk asszimilálódik. Totyi, our new doggy volunter is being assimilated” képaláírással 73 tetszésnyilvánítást hozott könyvtárának.

A megosztó gesztus vizsgálata

A jelenlét a közösségi weben különösen hangsúlyossá teszi a közreadás, publikálás apropóját, gesztusát. Míg egy honlap vagy blog egységes felülete, rovatrendszer, felépítése keretek közé foglalja és értelmezi a különböző megjelentetett dokumentumokat, a közösségi hálón különböző jellegű bejegyzéseink elkülönítésére nincsenek testre szabható eszközeink.

Az identitásunkat a közösségi hálón összefoglaló oldal vagy profil ráadásul csak másodlagos hordozója helyi jelenlétünknek, gyakorlatilag olyan archívumnak kell tekintenünk, amely élő aktivitásunk ritkán látogatott, retrospektív áttekintést biztosító nézete.

A hangsúly a szinte tervezhetetlen betagozódáson van: megosztásaink megjelenéseiben reprezentálódunk olvasóink, követőink, ismerőseink egyedi összetételű hírfolyamaiban, versengve ismeretlen versenytársaink bejegyzéseivel.

Ha tehát nincs jelen a komplex honlap, vagy a rovatokra tagolt, címkézett blog, mely mondanivalónk és megnyilvánulásaink sokféleségét egészként fölmutatná, a megosztási gesztusok jelentősége kiemelten fontossá válik, hiszen azok egymásutánisága, változatossága, jellege határozza meg, hordozza a viselkedésünkről, szokásainkról kialakuló képet – reprezentációinkat a közösségi média nézőkre szabott műsorfolyamában.

A megosztó gesztus tipizálására az alábbi kategóriákat használtuk:

- 633 megosztás: 30% – Lásd! Olvasd! Hallgasd! itt (érdekes tartalom ajánlása),

- 577 megosztás: 27% – értesítés/informálás (tudnivalók, praktikus),
- 459 megosztás: 22% – aktivizálás/bevonás (mozgósítás-közönségtoborzás),
- 235 megosztás: 11% – életjel/naplóbejegyzés/beszámoló (a gyűjtemény élete / munkatársak működése),
- 220 megosztás: 10% – hangulatkeltés (karácsony, húsvét, olvasni jó, a könyvtárak szép helyek).

A legsikeresebb oldalak stratégiáját vizsgálva megállapítható, hogy a figyelmet megtartó közösségi jelenlétet továbbra is az ajánló és szórakoztató bejegyzések szolgálják, mellettük azonos arányban megjelenhetnek az értesítések, események és naplószerű bejelentkezések is. Korábbi kutatásunk eredményeit megerősítve továbbra is úgy látjuk, nem érdemes túlzásba vinni a képviselt intézmény ügyes-bajos információinak hírlevélszerű forgalmazását. A kevésbé sikeres könyvtári Facebook-oldalakra a tartalomajánlás gépies, kulturális műsorajánló jellegűt ölt, mert nem ad neki kontextust, személyes hitelt az adott könyvtár jelenléte, mindennapjainak érzékeltetése. A *KSH Könyvtár* 2016 február 20-án közzétett nagy munkatársi csoportképe („Könyvtárosok a házban – mi várjuk Önöket nap mint nap.” képaláírással) egyszerű gesztus, mégis lelkes kommenteket és 112 tetszésnyilvánítást eredményezett. Kreatívabb és személyesebb ötlet a *Békés Megyei Könyvtár* könyvajánló képgalériája, amely 13 munkatársat ábrázol egy-egy általa ajánlott olvasmánnyal kezében (73 tetszésnyilvánítás, közzététele: 2016. április 1.).

Előzetes elvárásainkat érzékelhetően inkább támasztja alá a gesztustipizálás eredménye, mint az előző kohézióelemzés. Míg ott az elvárások, intézményi kötelezettségek és a közönségnek megfelelni vágyás meghatározóbb, addig a megosztások mindennapos gesztusaiban pontosabban és nyíltabban érvényesül a közeg hatása és a Facebookot vélhetően magánemberként is használó, munkahelyük nevében posztoló munkatárs(ak) személyisége.

A gyűjteményével, rendezettségével és szakemberei hitelével valóságos közösségi térként ismerhető könyvtár felmérésünk eredménye szerint továbbra is akkor sikeres, ha ezeket a jellemzőket identitásoffsetevőként, az intézményi honlap hangvételénél személyesebben vállalja megosztásaiban.

A könyvtári jelenlét ideális esetben tehát

- reprezentálja és propagálja a követők-olvasók által ismert valós közösségi teret (saját és egyéb ajánlott események),
- belátást enged munkájába, mint egy kolléga,
- biztos általános műveltséggel és széles körű információs műveltséggel, jó tippekkel szolgál weben elérhető olvasmányokról, szolgáltatásokról, médiatartalmakról,
- kedves ismerősünként vidám képekkel dobja fel hangulatunkat,
- bennfentesként értesít közös gyűjteményünkkel kapcsolatos praktikus tudnivalókról, hírekről is.

Az ideális arányokról természetesen lehet vitatkozni – a hangulatkeltő képmegosztások levelezőlistás hagyományú közösségi gesztusok, melyek kevés munkával, a posztolót legalább annyira szórakoztatva, mint a befogadót, emlékeztethetik az ismerősöket kapcsolatuk meglétére. Népszerűségüket, az igényt e vizuális „integetésre” meggyőzően igazolja, hogy forrásuként tömérdek gyűjtő oldal – köztük számos kifejezetten könyves/könyvtáros orientációjú – sorakozott fel az elmúlt években a Facebookon belül is. Könyvtárak, képgyűjtemények esetében a hozzáadott információ minősége, mélysége, a képválasztás apropója, a megformálás kreativitása biztosíthatja, hogy e gesztus a minimális kapcsolattartáson túl mutasson.

Mit posztolunk? Az összetevők vizsgálata

A Facebook erőssége a képek és képközpontú, gyorsan beazonosítható információs blokkok közzététele, terjesztése. A grafikus kezelői felület ikonjaitól a képgalériákon és avatárokon, profilképeken át ívelő bélyegképcentrikus információ karrierje napjaink érintőképernyős mobil eszközein univerzálisan kompatibilis üzenetegységgé vált, mely éppúgy reprezentálhat fájlként feltöltött dokumentumot, mint komplett adatbázist, webes szolgáltatást, vagy telefonnal frissen készített instagramszelfit.

A megismételt kutatás eredményei változatlanul bizonyítják a kép nélkül publikált, pusztán szöveges megosztások kudarcát mind a helyben megírt, mind a külső webcímről belinkelt dokumentumok esetében.

Csekély mértékben, de emelkedett a Facebook használata videómegosztóként, a videókészítés mindennaposává válásával a Google Drive tárhelyére és főként a Youtube-ra feltöltött mobilvideók

száma emelkedik. Elvértve használnak tartalomforrásként csatolt applikációkat (pl. Tumblr).

A Facebookra feltöltött képek és körük szerkesztett üzenetek, információk túlnyomó aránya továbbra is arra enged következtetni, hogy az esetek többségében a szöveges információ a klaviatúráról, vagy a vágólapról kerül egy-egy számítógépről feltöltött kép, plakát, meghívó köré.

Megosztások alaptartalma a 2016 tavaszán felvett mintában:

- 749 megosztás: 35% – csak egy kép (vagy animált gif) vagy begépelte szöveg,
- 640 megosztás: 30% – weboldal (weben publikált cikk, blogbejegyzés, webgyűjtemény tétele),
- 440 megosztás: 21% – Facebook-poszt (másé, vagy saját, pl. esemény megosztása),
- 167 megosztás: 8% – képgaléria,
- 104 megosztás: 5% – videó / hangfájl,
- 24 megosztás: 1% – szövegfájl, nem képdokumentum (doc, gdoc, prezi, pdf).

Ez egyben azt is jelenti, hogy a képként gondosan elkészített, a Facebook-oldalt kezelő munkatársnak elküldött s általa közreadott meghívók, eseménymeghirdetések önmagukban teljesekek, viszont az őket kísérő bejegyzés már nem tartalmaz linket, továbblépési lehetőséget, automatikusan hozzárendelődő beágyazást, s így nem kapcsolja a közösségi hálón publikált tartalmat az azon kívül eső webterületekhez, például a könyvtár honlapjához, blogjához, gyűjteményi tételéhez.

Mivel a megosztott tartalmat, képet vagy külső weboldalt kísérő információk a könyvtár tájékoztató funkciójának természetes megnyilvánulásai, hiányuk sok esetben olyan érzést kelt, mintha a könyvtárba lépő olvasó kezébe kérdés, sőt szó nélkül nyomnának könyvet a könyvtárosok. Az arányok azt mutatják, hogy a megosztások felében nincs, vagy alig jut idő a publikációs platform sajátosságai szerint köríteni a továbbított tartalmat. A Facebook kínálta közreadási lehetőségeket teljesen kiaknázó megosztások aránya alig haladja meg a teljes minta tizedét.

A megosztások kontextusának kidolgozottsága:

- 520 megosztás: 24% – nincs kísérő bejegyzés, a megosztott tartalom önmagában áll,
- 452 megosztás: 21% – minimális levezetőszöveg, vagy utólagos komment, lehetne több,
- 906 megosztás: 43% – adekvát kísérőinformációval,
- 246 megosztás: 12% – kidolgozott, információban gazdag, önmagában is olvasható írással.

Szinte valamennyi vizsgált könyvtárunk szerepel egy-egy poszttal a legtöbb hozzáadott értékkel megjelenő bejegyzések szerzői között, de a webes jelenlétben otthonosabb gyűjteményekhez (pl. Mai Manó Ház, Fortpán) mérhető rendszerességgel csak kevés intézmény képes időt és energiát fordítani a magas színvonalú kivitelezésre. Néhány visszatérő szerző (betűrendben) mintánk legszebben kidolgozott Facebook-bejegyzései között:

Árpád Gimnázium – Tudásközpont
Békés Megyei Könyvtár
ELTE Egyetemi Könyvtár
Eötvös Károly Megyei Könyvtár
FSZEK – Budapest Gyűjtemény
FSZEK – Kortárs és kedvelt
FSZEK Füredi Könyvtár
József Attila Megyei Könyvtár
Katona József Könyvtár, Kecskemét
KSH Könyvtár
Miskolci Városi Könyvtár és Információs Központ
MOME Könyvtára
Országos Műszaki Információs Központ és Könyvtár
Országgyűlési Könyvtár
Petőfi Irodalmi Múzeum
PTE Egyetemi Könyvtár és Tudásközpont – Pécs
Somogyi Károly Városi és Megyei Könyvtár

A minimális kísérszöveg illetve annak teljes elmaradása (21+24%) csaknem a bejegyzések felét jellemzi. A vizsgált minta nagyobbik felében (1495 megosztásban) kizárólag a megosztott tartalomra lehet kattintani (kép esetében ez a nagyobb méretben megtekintést biztosítja) – nincs további link, bővebb információhoz, forráshoz, gyűjteményhez vezető webkapcsolat.

Szerzőség és eredetelemzés

A párhuzamos jelenlét egyik legfontosabb kérdése, hogy mennyire legyen az valóban párhuzamos, s mit jelent egyáltalán a párhuzamosság. A könyvtárak, kiadók, könyves oldalak honlapjainak tartalmát nem volt módunk összevetni Facebook-oldalaikon sorakozó bejegyzéseikkel.

Megvizsgálhattuk ugyanakkor a megosztások felismerhető forrásait. Az URL-megosztásokat beazonosítottuk saját honlapról származóként vagy idegen, külső webtartalomkén. Észleltük a más facebookos oldaltól átvett (továbbosztott) tartalmakat, ha csak annak nyomait nem leplezték (töröl-

ték, amire mód van), s regisztráltuk a mások által a vizsgált intézmény falán megosztott tartalmakat is (ez beállításoktól függően engedélyezett, vagy korlátozott lehetőség).

A 2016. tavaszán rögzített minta szerzőségét az alábbiak szerint regisztráltuk:

- 1080 megosztás: 51% – saját, natív fb-poszt (fb-ra feltöltött kép, galéria, videó, begépelte szöveg),
- 394 megosztás: 19% – saját külső webtartalom (honlapoldal, blogoldal, gyűjteménytétel) megosztása a fb-on,
- 369 megosztás: 17% – külső webtartalom (pl. cikk, youtubevideó, kép, gyűjteményi tétel) megosztása,
- 252 megosztás: 12% – más fb-posztját, eseményét osztja meg a gyűjtemény,
- 29 megosztás: 1% – más valaki osztotta meg, posztolta erre az oldalra.

A vizsgálat eredményeként kimondható, hogy a sikeres posztok túlnyomó többsége saját, egyedi megosztás, vagy annak látszik, kevés az átvétel, még kevesebb az oldalra engedett külső megosztás.

A sikeres könyves/könyvtári Facebook-oldalak jobbára független identitást építenek már meglévő weboldalaiktól, online felületeiktől is.

A sikeres jelenlét sem eredményezi feltétlenül a saját, már online, digitalizált tartalmak rendszeres megosztását, szerves bekapcsolását a közösségi médiába, noha sok esetben bizonyára megfeleltethető volna a közösségi oldalra bejegyzett megosztásoknak a saját, épített honlap egy-egy híre, tartalmi egysége vagy részgyűjteményi oldala is.

A párhuzamos jelenlét felé húzó tendenciára nyilvánvaló példával élve, egy program, felolvasóest vagy konferencia meghirdetésére a natív facebookos eseményoldal gyakran alkalmasabb és adekvátabb volna (résztevők jelezhetnék szándékukat), mint a honlap vonatkozó oldalának megosztása.

Posztgyakoriság és siker összefüggésének vizsgálata

A közösségi háló marketingesei szerint 3 óránál gyakrabban nem tanácsos posztolni, igaz, két óra leteltével már nincs is mit várni a bejegyzéstől, az addigra kifulladás, kifejtés a tőle elvárható hatás nagy részét. Könyvtárak, kulturális intézmények eseté-

ben vélhetően túlzás volna naponta féltucat jelentkezés, s a bejegyzések élettartama is hosszabb lehet.

Kutatási mintánkban a posztolás mért gyakorisága átlagosan 3–4 nap között alakult, bár figyelembe kell venni, hogy számos olyan oldalt találtunk választottjaink között, amely a pár hetes megfigyelési idő alatt ritkán, vagy alig is posztolt. Az összevetésre alkalmas minta (legalább 20 bejegyzés) begyűjtése ezekben az esetekben retrospektíven történt, s az időtényezőt a bejegyzések hatását, sikerét összegző értékben érvényesítettük. Méréseink során a bejegyzéseket befogadó periódusokat (megelőző és következő bejegyzés között eltelt napok) vetettük össze a bejegyzések sikerességével.

Méréseink szerint a teljes mintára vetített siker, azaz olvasói figyelem nagy részét az egynapos periódusokban érkező bejegyzések könyvelhetik el. A táguló időintervallumokat követő megosztások fokozatosan csökkenő hatásúak, az 5 napnál hosszabb szüneteket megtörő jelentkezések mindössze a teljes hatás 5%-át hordozzák.

A megosztások egymást erősítő hatása jól megfigyelhető, ha a megosztási periódusokon belül megvizsgáljuk az egyes posztok ütemezését. A sikeresebb bejegyzések között jelentős a fokozás hatása, az összhatás több, mint felét az előző bejegyzés által felkeltett érdeklődés megragadása, kihasználása generálja. Általánosságban kimutatható az igény az oldal jelenlétének szabályoshoz közelítő ritmusára, jelentkezéseinek egyenletességére.

Változások a közösségi médiajelenlét stratégiájában

A két felmérés között eltelt időszakban a Facebook használata több nagy könyvtár munkafolyamatának részévé, felvállalt, támogatott tevékenységévé vált, a közösségi médiajelenlét biztosítását külön munkatárs kapta feladatául. Kiemelhető a vizsgált mintából a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár közösségi médiaaktivitása. A vizsgált tagkönyvtárak gyakran mindennapi aktivitása és önálló jelenléte mellett alkalmi projekteknek is külön Facebook-oldalt hoztak létre – például „Kortárs és kedvelt”. A felsőoktatási könyvtárak közül különösen aktív a

Corvinus és a *CEU*, rengeteg hírt osztanak meg magas színvonalú bejegyzésekben, a nemzetközi hallgatóságára figyelő *SOTE* pedig minden bejegyzést angolul duplikálva, olykor németül is megoszt.

A korábban is megvizsgált oldalak megosztási gyakorlatában sokszor tapasztaltunk pozitív elmozdulást, törekvést a bejegyzések optimálisabb közzétételére, de gyakran talákoztunk az időhiány érzékelhető jeleivel: a gazdagabb kísérfő információk ára a ritkább jelentkezés.

Láttunk példát a hálózati tartalommegosztás megkérdőjelezhető eredményű felhasználására is: egy megyei könyvtár közösségi hálózati jelenléte – a vizsgált húsz bejegyzés mintájában – nem állt másból, mint tagkönyvtárai posztjainak megosztásából.

A komolyan vett közösségi médiajelenlét mind gyakoribb következménye, hogy az intézmény részeként működő könyvtárak (így több, felsőoktatási könyvtár illetve részgyűjteményként önállóan tekinthető digitális tár) csak az intézmény Facebook-oldalának „beszállítójaként” jelenhet meg. Az egységes arculat igénye egy honlap esetében érthető, de a közösségi média eleve egységes felületén fontosabb volna a gazdag, sokszínű tartalom.

Az önálló identitású, gyűjtőkörű algyűjtemények, a sajátos hangulatú és tevékenységű egységek életszerű megjelenése gyakran szerencsésebb volna, s a közvetlenebb kapcsolattartás, megnyilvánulás lehetősége inspirálóbb lehetne a munkatársak számára is. A külső szempontok, az arculati egységesség igényének tükrözése a közösségi média felületén csak akkor védhető, ha az egységes megjelenés biztosítása magas színvonalú, a részegységek hírei gazdagon, aktivitásuk valós súlyánnak megfelelő arányban jelennek meg a közös Facebook-oldalon.

A hálózati automatizmus kihasználása is az időhiány jele lehet: találkozunk például Tumblr posztokat automatikusan a Facebookra posztoló könyvtárral. A megoldás technikailag jó ötlet, de a kísérfő információk nem érik el az egyedi, „kézműves” Facebook-megosztások tartalmi gazdagságát, a gépiesség érzete érdektelenné teszi a még oly érdekes tartalmakat is, a kapcsolati hálón joggal igényelt személyesség elvész.

Csak egy lépés a forrás

A könyvtári megosztások hitelességének felértékelődése a közösségi médiában

A közösségi média hitelességének megkérdőjelezése, torzító, véleménybuborékokba záró hatásának felismerése nem újdonság. Az amerikai elnökválasztási kampány mediakontextusában kimutatott negatív hatások elemzése közben hajlamosak vagyunk feledni, hogy pár évvel ezelőtt, például a *Könyvtár 2.0* címkével jelzett gondolatmenetekben éppen a közösségi címkézés hatékony hitelességét ünnepeltük, a marketingszakemberek ajánlatai helyett a valós felhasználói tapasztalatokra támaszkodás lehetőségeit fogadtuk örömmel a termékekről, kiadványokról vagy akár utazási célokról tájékoztató webhelyeken és szolgáltatásokban.

A párhuzamos, egymást gerjesztő folyamatok bonyolult kölcsönhatására példa a jelenlegi helyzet, amelyben a hagyományos struktúrák – köztük a professzionálisan szerkesztett média – meggyengültek és kiszolgáltatottá válva hitelüket veszítették, a rovásukra népszerűvé váló közösségi média viszont így nem is tud honnét hiteles információkat meríteni.

A közösségi tartalomfogyasztás figyelem- és ingerküszöbe emelkedik, az olvasóközönség háttér-elemző igénye csökken, s a szükségszerűen kialakuló véleménybuborékok által szegmentált információtömeg biztosításában egyre nagyobb szerepet töltenek be bombasztikus, felszínes, hatásvadász eljárásokkal generált vagy manipulatíván megformált információk és forrásaik.

A gyűjtemények, könyvtárak szerepe e tekintetben is fontossá válhat. Nem csak a lokális közösségek fizikai terében működhetnek tudás- és információközpontú agóraként, találkozó helyeként, esemény- és rendezvényközpontként, de digitalizált tartalmaikkal a közösségi médiában megbízható, megosztásra, vitára érdemes információk szolgáltatójaként a hagyományos szerkesztőségek professzionális tartalmait pótolhatják, átvehetik az elfogultsággal gyanúsított hagyományos tartalomipar feladott pozícióit.

A szakmai hitellel kezelt és megosztott, vagy megosztásra kínált könyvtári és memóriaintézményi tartalmakra mutató igény a személyes továbbosztástól az amatőr publikálók, bloggerek és ismeretterjesztő portálok témakeresésén keresztül a

kutató-tudós felhasználóig egyértelműen megfigyelhető.

Könyvtári tartalom a személyes megosztás alapanyagaként

Ahogy a közösségi média tartalmának hitelessége megkérdőjeleződik, a megosztási aktivitás mozgatórugói között egyre hangsúlyosabb a személyes hitel megtartása. Ha a közösségi háló szerepét a megosztói aktivitás irányából akarjuk megérteni, akkor azokat a legbensőbb motivációkat kell értelmeznünk, amelyek odaláncolják hozzá a felhasználókat, gyakran függőségi tüneteket okozva, vagy éppen ellenkezőleg, a közösségi média elkerülésére[9] készítetik. Ahogy az interperszonális kommunikáció közvetlen formáit, úgy a „lájkolást”, megosztást és kommentelést, e gyakran teljes munkaidőt kitölteni képes tevékenységet sem tekinthetjük pusztán időpazarló szórakozásnak, s látnunk kell, hogy a közösségi médiában komoly szerkesztő, publikáló munkát végezve, akarva-akaratlanul, saját magunk kiadóivá, publikálóivá váltunk. Az erőfeszítés értelme, tehát a profit, amiért e munkát elvégezzük, végső soron nem más, mint saját identitásunk formálása, megőrzése, fenntartása.

A „cyberbullying” avagy online zaklatás nem csak tizenéveseket érintő, de a korosztály kapcsán ismertté váló esetei a szélsőséges példák arra, milyen könnyű lerombolni, s milyen nehéz megőrizni a magunkról kialakított virtuális képet. A megosztások, az ízlést vagy állásfoglalást tükröző „lájkolások” és kommentek sorával magunkból írjuk a Facebook tartalmát, vagy legalábbis, annak ismeretségi hálónk számára elolvasható részét. A „csak olvasás”-tól a szelektált nyilvánosságú publikáláson át a szuperaktivitásig, folyamatosan döntési helyzetben vagyunk: mit és kinek tegyünk láthatóvá személyiségünk vonásaiból.

A veszélyek mérlegelése és az identitás épségét óvó megfontolások pontosan tükröződnek a megosztott tartalmak összetételében, gyakoriságában. Többé-kevésbé biztonsággal oszthatók meg ismerőseinkkel az „itt jártam, ezt láttam, ezt ettem” típusú tartalmak, a „szelfik” és „gasztrofotók”, hiszen mindenki jár itt és ott, a digitális fotózás korában pedig elfogadottá vált önmagunk és élményeink lépten-nyomon megörökítése. Ugyanígy közös nevező a mémek továbbosztása, a részvétel a humor azonos hullámhosszán kialakuló információterjesztésben.

Csoportképző, elhatároló hatása miatt kompromisszumokkal, de a többség számára még „beválalhatóak” a nagyobb közösségekhez kapcsolódó elköteleződések: megosztások, „lájkok” például rajongott zenészek, réteggkulturák, hobbi, életmód, netán politikai hovatartozás mentén. A magabiztos felhasználót nem rettent el a veszély, hogy néhány ismerőse esetleg elfordul tőle, vagy ellenérzéseit fejezi ki.

Sokkal „kockázatosabb” azonban a mélyebb ismeretek, szaktudás, szűk réteggérdeklődés megosztása. Ha vannak ismerőseink között szakértők, akkor nyilvánosan kiderülhet relatív tájékozatlanságunk, lelepleződhetnek bizonytalan forrásaink. Olyan ismerőseinktől, akiket a téma nem érdekel, vagy nem értenek hozzá, elválaszthat érthetetlen, érdektelen megosztásaink sorjázása. Beskatulyázódhatunk, elfordulhatnak tőlünk. A műveltség és elmélyült érdeklődés szükségszerűen szűrő. Speciális csoportokban találhatunk hozzá partnereket, de saját, gyerekkorunk óta életünk részévé fejlesztett ismeretségi hálónkon belül magánügynek számít.

Ha a közösségi hálón ismerősökkel bátran megosztott és általuk szívesen „lájkolt” tartalmak tudományos „mélységigényét” végigkövetjük, saját fotóktól és szöveges közlésektől a blogokról, weblapokról megosztott cikkek és hírek tömegén át szinte csak egyetlen, bár tágan értelmezett témában, a hely- és kortörténeti információk megosztásaiban juthatunk el a könyvtári tudáskincshez mélységig, az ahhoz szervesen kapcsolódó tartalmakig. A közösen megélt idő előzményei, a közösen ismert tér múltja mindenkit érdekel, a webhálózatos információhalmaza mögül hiányzó kronológiai rétegzettség pedig mindenkiben hiányérzetet kelt.

E „retródivatként” is konstatált jelenség hátterében fedésbe kerül a közösségi weben önmagát képviselő író-olvasó biztonságérzete és az archivált tudás forrásához közvetlenül hozzáférő könyvtár érdeke. A kockázatmentes megoszthatóság igényét kielégítheti a hiteles, tudományos szakszerűséggel rendezett információegyüttes, s lehetőséget teremt arra, hogy a könyvtárak, történeti fotógyűjtemények, képparchívumok kimeríthetetlen forrásai válgjanak a képpárok, visszapillantó múltidézősek közös rácsodálkozást kínáló megosztási szokásának.

A könyvtári szereplehetőség pedig nem pusztán a gyűjtemény elemeinek felkínálásában áll, de je-

lentheti a kutathatóság, a tudományos összefüggésrendszer tágabb felmutatását is.

A hely- és kortörténeti példa

Az identitás közös pontjainak biztonságára alapozva, a hely- és kortörténet senkitől sem idegen témájában a legkönnyebb olyan megosztásokkal példát mutatni, amelyek történettel, hozzáadott, tudományos háttérinformációkkal, linkekkel kedvet teremtenek az elmélyülésre, továbbkutatásra, hasonló gyűjteménytételek önálló megtalálására. Amint jeleztük, a kutatási mintában talált legnépszerűbb, legsikeresebb bejegyzések többségükben térrel, idővel kapcsolatos, továbbgondolható, továbbolvasható, gondosan kidolgozott információegyüttesek voltak.

A könyvtári szférából mintaként hozható a *Budapest Gyűjtemény* máig is működtetett megosztás-sorozata, amely a könyvtári tudáskincs közzétételének jó gyakorlatát példázza a közösségi médiában. A gyűjtemény vezetője, *Sándor Tibor* így ír vállalkozásukról: „2014 utolsó száz napján Budapest napról-napra címmel indítottunk saját oldalt. Minden nap közzétettünk egy összeállítást, amivel egyszerre szerettük volna felkelteni a várostörténet iránti kíváncsiságot és a gyűjteményben fellelhető források változatosságára is ráirányítani a figyelmet. Rövid kommentárok voltak hivatva eligazítani az aznapi kínálatban, de munkatársainkat elragadta a hév: a közléseket egyre igényesebb eseti kutatások előzték meg, a magyarázatok egyre hosszabbak lettek, magunk közül választott lektorunknak pedig kíméletlenül kellett csatogtatnia szerkesztői ollóját. A közlemények megírásában mindenki részt vett, beleértve raktárost, közmunkást és szerződéses önkénteseinket is.”[10]

Elvárható-e hasonlóan lelkes csapatmunka minden könyvtártól, s más gyűjtőkörök esetén is? A példamutatás erejéig feltétlenül. Egy-egy rendezvényhez, részgyűjteményi kiállításához vagy új szolgáltatáshoz kapcsolódó bejegyzésre készülve fontos átgondolnunk azt, hogy a közösségi médiában minden egyes bejegyzésünk identitásunkat képviseli. Ideális, ha jelenlétünk összességében is hűen, arányosan tükrözi intézményünk tevékenységeit és funkcióit, de ennél a nagyszabású vállalkozásnál előrébb való, hogy bejegyzéseink, megosztott tartalmaink önmagukban példázni tudják szakértő, segítő közösségünk jelenlétét a könyvtárban, az ismeretszerzéshez optimális tudástárban.

A könyvtári megosztás jelentősége a félamatőr és ismeretterjesztő webtartalom alapanyagaként

A figyelmet, érdeklődést felkeltő, olvasót – jó értelemben véve – behálózó aktivitást, az immár digitális tartalmakra hivatkozó ismeretterjesztés feladat körét személytelenebbül, rétegérdeklődéseket megcélözva vitte tovább a digitális korszakba a hagyományos folyóiratokat felváltó hálózati közeg: portálok, magazinok, bloggerek, félamatőr kutatók és szakemberek közösségi-médiaaktivitása.

Korunk átlagos, interneten tájékozódó olvasóira így a korábbinál gyakrabban, de váratlanul és esetlegesen záporoznak például történelmi, kronológiai információk, évfordulás emlékeztetések, műveltségi közös nevezőkbe kapaszkodó érdekes adalékok. Csoportok, látásmódok „véleménybuborékjaikban” egyfelé tájékozódók látóterébe így jórészt csak véletlenszerűen időzithető bármiféle tudatos, aktív tájékoztatás. A mindennapi hírfogyasztási útvonalra más síkokból szemerkélő tudás felszívódik, országos események, nemzeti történelmi évfordulók idején összeállhat tükröző vízfelszínre – érdeklődésre készíthető, termékenyíthető, hajtást nevelhet –, rossz esetben politikai sárdobáláshoz alkalmas matériává válhat. Az allegóriát kiteljesítve: hétköznapi praktikus tájékozódásunk nyomvonalai fölött, a felettes közeg, ahonnan szerkesztők, publicisták, bloggerek és Facebook-oldalak önjelölt posztolói egyaránt meríthetnek, a biztos, már hitelesített tudás horizontja. A könyvtár a létező szerkezet a fellegekben, s mint a természetesen megtisztult emberi tudás karban tartott, formázott halmaza, múltunk és jövőnk éltető információinak valódi felhőtárhelye.

A könyvtár szereplehetőségei között a web 2.0 kezdetektől nyilvánvaló a közösségi tartalmak alapanyagául szolgáló információgyűjtések tudatos szolgáltatása. Azok felkínálása, előrendezése valójában az utolsó emberi intellektus által meghatározott mozzanatként szerkesztést jelent, amennyiben a közösségi média további működését gépezetként, egyéni érdeklődéseket becsatornázó szolgáltatásként tekintjük. Ennek a szerkesztő szerepnek az aktívabb jelenlétét helyenként érzékelhetjük a kutatás mintájában, kiemelkedően megformált bejegyzések, példamutató gyűjtemény-ízelítők megosztásában, de általánossá és tudatossá válása nyilvánvalóan függ a munkaerő és források rendelkezésre állásától csakúgy, mint a digitalizálás további eredményeitől. A jövő könyvtárosainak szakmai és közösségi identitása szem-

pontjából kiemelten fontos lehet az információs műveltség letéteményeseként újradefiniálódó könyvtáros hivatástudat[11] úgy a hazai, változó társadalmi környezetben, mint a nemzetközi könyvtártudományi ajánlások fényében.

Könyvtári közösségi médiajelenlét és tudományos kutatás

A tudományos felfedezések, eredmények történelmünket formáló hatására gondolva leginkább a kapcsolatok, összefüggések, az egymásra ható, inspiráló ötletek jutnak eszünkbe, s tán kevésbé a kutatással töltött idő, a tudománynak szentelt sorok, a dokumentumokban rögzített szakirodalom, vagy a könyvtárak által biztosított alapzat, melyre minden kor kutatója, tudós elméje támaszkodott, amikor saját látásmódját kialakította, majd önálló véleményét megformálta.

A tudományos kutatás jövőjét a kapcsolatokat, folyamatokat, adatok áramlását kiszolgáló infrastruktúra formálja, s nem lehet kétségünk abban, hogy a hagyományos könyvtárak, mint tudástárak tovább veszíthetnek jelentőségükből. Felértékelődik azonban a könyvtáros tudása, közvetítő szerepe a felhasználó kutatók és a felhasznált – változatos formájú – információforrások, így könyvtárak, tudásbázisok, adattárak és közösségi média között. Hivatkozhatunk egy, a közelmúltban megjelent, s a *Kutatás 2.0* fogalmát könyvtáros-informatikus szempontból vizsgáló kötetre[12], melynek gondolatmenetében hangsúlyos motívum a kutatók, a tudományos szféra ambivalens viszonya a közösségi médiával.

A személyes hitelrontás kockázatával szemben a tudományosság hitelének romlása áll, a megoldás kulcsa éppen a közvetítő szakemberek képzése és felelős munkája lehet. A tudás hagyományos, hitelesített rendszere és a közösségi média, hálózati tudásstruktúrák ismerőjeként a könyvtáros közvetíthet akkor is, amikor a tudományos kutatást támogatja, s akkor is, amikor nyilvános könyvtári szolgáltatást nyújtva a, közösségi médiából is tájékozódva segíti olvasóit.

A közösségi médiában a könyvtár

- az információs műveltséget jelképező intézményként kompetenciát közvetíthet,
- mint szükséges és hiányt pótló, igényt keltő közösségi tér élő, eleven helyszíniként jelenhet meg,

- s mint hatékony eszköztár, a munkafolyamatok, a dolgozók és felhasználók együttműködésének eredményeivel, mindennapjaival, pillanatképeivel érzékeltetheti jelenlétét, bekapcsolódásra és megtapasztalásra érdemes hangulatát.

A jövő könyvtárának, mint közösségi kutatóhelynek jó példát szolgáltató közösségi munka- és kutatóhelyek (pl. Kaptár[13]) vagy lendületes webtechnológiai startupok, cégek, (pl. LogMeIn[14]) közösségi média jelenlétét tanulmányozva nyilvánvaló, hogy a közösségi tartalomszolgáltatás elsősorban a jó szakmai közösség és az étellel teli munkakörnyezet hiteles hangulatát megjelenítő promóció, személyes hitelű ízelítő a céltudatos, hatékony tevékenységből és a napra kész szemléletből. A könyvtár hatékony működése és a tudásközvetítés korszerű szemlélete a gyűjtemény ízelítőivel, annak szakszerű, tényszerű, pontos prezentálásával maradéktalanul teljesíthető, a helyszín és az olvasói, munkatársi közösség eseményeken és mindennapokban megörökíthető hangulata pedig némi kreativitással és a személyiségi jogok figyelembe vételével szintén kivitelezhető.

Összefoglalás

Korábbi kutatásunkhoz képest változatlanok tűnik, hogy a Facebookon megjelenő gyűjtemények többsége változatlanul bízik saját felügyeletű weboldalaiban, abban, hogy az online identitás alapjaként hosszú távon is népszerű marad honlapja, s szeretné annak célra szabott, ízelítővé redukált reklámjaként használni a közösségi médiajelenlét eszközeit.

Vizsgálatunk továbbra is azt mutatja, hogy ez a tartalomszolgáltató attitűd önmagában kevésbé hatékony. A faliújsággként, nyitvatartási és gyarapodási híreket közlő, vagy akár területi, gyűjtőköri programajánlóként használt könyvtári Facebook-oldalak sikertelenek, bejegyzéseiket alig is veszik észre. A személyes hangvételű, saját gyűjtemény-tételeket komoly hozzáadott értékkel körítő, érdekes háttérinformációkkal megosztó bejegyzések ellenben kifejezetten sikeresek lehetnek.

Sokszor érzékelhető kényszermegoldás az is, hogy a közösségi médiajelenléttel megbízott munkatárs magánemberként, intézménye mögé bújva, saját érdeklődése, ízlése szerint "posztolgat" számára fontos kulturális vagy tudományos híreket, így pótolva a személyesség átértzett hiányát. Ez a gyakorlat valójában azt eredményezi, hogy a

könyvtár jelenléte helyett egy identitását nem vállaló, anonim személy férkőzik ismerőseink közé, az intézményi és gyűjteményi identitástól is eltávolodva.

A legsikeresebb könyvtárak jelenlétét kiegyensúlyozottság, a személyes és szakmai hitelesség, az önmagában érdekes és egyedi információk arányossága jellemzi. A közösségi média interaktív virtuális közegében – jelentős munkával – valóban mutathatunk teljes, vonzóan korszerű képet magunkról, s fenntarthatjuk azt kincseink rendszeres megosztásával, közvetlen, étellel teli közösségi üzenetekkel, értékes, információban gazdag bejegyzések véget nem érő sorozatával. Kevés könyvtár, tudástár, memóriaintézmény képes azonban erre tartósan forrást, állandó munkaerőt biztosítani, hiszen a feladat gyakorlatilag a hálózati jelenlét duplikálását jelenti két, egymástól alapvetően eltérő reprezentációs területen.

Az általunk vizsgált közösségi háló olyan felületet jelent a könyvtár számára, melyen keresztül az író-olvasó felhasználók megoszthatják a gyűjteményekre épülő, vagy abból származó ismereteiket, biztosak lehetnek a hitelességükben, felhasználhatják őket a tudásmegosztás web 2.0-es eszközeivel, vagy kutatás kezdőpontjaként felhasználva kiteljesíthetik érdeklődésüket a gyűjtemények felkeresésével és saját kompetenciáik fejlesztésével.

Ezt az aktivitást elősegíteni, a kutató-tájékozódó érdeklődést gyűjteményünk és szolgáltatásaink felé irányítani csak példamutatással lehet. Fontos átgondolnunk, mit vár a közösségi média átlagfelhasználója? Mi a legfontosabb számára, mire van ebben a közegben igazán szüksége, s kínálhatja-e azt éppen a könyvtárunk? Ha kínálhatja, akkor – forrás- és munkaerőhiány szorításában – fontos lenne ezekre a területekre, ilyen információk adekvát megosztására koncentrálni. Egy-egy széles körű érdeklődésre számot tartó, szakértelemmel és elkötelezett hivatástudattal megosztott gyűjteményi tétel többet segíthet ebben, mint az, ha teljes blog- vagy honlaptartalmunkat gépies kötelességtudattal, folyamatosan konvertáljuk át bejegyzésekké a Facebookon.

Intézetünk az utóbbi években aktív szakmai, gyakorlati együttműködési kapcsolatokat alakított ki[15] a legfontosabb budapesti könyvtárakkal, s magángyűjtemények rendezésében is mind gyakrabban vállal szerepet. A kisebb részgyűjtemények webes megjelenítését is fölkarolva, tartalomszolgáltatást kutató műhelye a következő időszakban a

közösségi médiajelenlét intenzívebb tesztelésére vállalkozhat. Szakmai együttműködési kapcsolatainkat kihasználva elsősorban hely- és kortörténeti fotógyűjtemények közreadásával építünk megosztható tételegyütteseket, amelyeken a szerkesztő közreadás módozatait, a tudatos gyűjteményi jelenlét stratégiáit is gyakorlat közben kutathatjuk. A Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Budapest Gyűjteményével együttműködésben létrehozott *Könyvek holokausztja*[16] illetve a készülő *Miniszterek gatyában* című fotógyűjtemény közösségi média-recepcióját, valamint a *Prusinszki Istvánnal* közösen készített *Neonvasárat Budapesten* projekt megjelenítését a közösségi médiában – terveink szerint – 2017. során elemezhetjük.

Irodalom

- [1] FODOR János: *A megosztó hivatás. Könyvtári jelenlét a Facebook közösségi oldalon 2013/2014-ben.* = Tudományos és Műszaki Tájékoztatás, 61. évf. 2014. 7-8. 275-294. p.
- [2] Például:
WOOLF, Nicky: *How to solve Facebook's fake news problem: experts pitch their ideas.* = The Guardian, 2016. november 29.
<https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/29/facebook-fake-news-problem-experts-pitch-ideas-algorithms>
de a magyar webes publicisztikában is születtek átfogó, tartalmas összefoglalások, például:
BEDE Márton: *A Facebook mint morális pánik.* = 444.hu, 2016. november 22.
<http://444.hu/2016/11/22/a-facebook-mint-moralis-panik>
- [3] SILVERMAN, Craig – SINGER-VINE, Jeremy: *Most Americans Who See Fake News Believe It, New Survey Says.* Dec. 7, 2016.
https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/fake-news-survey?bftwnews&utm_term=.twm8rOoyE#.doAzZ1YxX
a hivatkozott cikkben ismertetett felmérés:
Ipsos/BuzzFeed Poll - Fake News.
<http://ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=7497>
- [4] KISZL Péter: *Tudományos örökség és gyorsuló fejlődés – könyvtárosképzés az Eötvös Loránd Tudományegyetemen.* = Könyvtári Figyelő, 25. évf. 2015. 4. sz. 443-462. p.
- [5] FODOR János: *Kollaboratív tartalomfejlesztési projektek az ELTE BTK Könyvtár- és Információtudományi Intézetében.* = Tudományos és Műszaki Tájékoztatás, 62. évf. 2015. 11-12. sz.
http://tmt.omikk.bme.hu/issue.html?issue_id=575
- [6] *Digitális gyűjtemények a közösségi médiában - felmérés, 2016.* = Kutatási Napló,
<https://kutasinaplo.blogspot.hu/p/digitalis-gyujtemenyek-kozossegi.html>
- [7] A kutatás első szakaszáról közölt részletes elemzés óta eltelt időszakban két résztémát gondoltam tovább: a helytörténeti megosztások hatását vizsgáltam az MKE Vándorgyűlésének helytörténeti szekciójában (2015. július 17.) elhangzott előadásomban (szerkesztett változat: *Könyvtári szereplehetőségek a közösségi médiában.* = Könyvtári Figyelő, 61. évf. 2014. 4. sz. 481-485. p.), majd a kortörténeti és történelmi információk megosztási kérdéseit elemeztem *Történeti gyűjteményrészek hálózati bemutatása* című írásomban (Könyv, könyvtár, könyvtáros, 25. évf. 2016. 11. sz. 23-32. p.) A kutatás folytatásáról beszámolva e két cikk eredményeit is a korábbi gondolatmenet kontextusába helyezem jelen írásban.
- [8] *Digitális Gyűjtemények.* = Kutatási Napló
<http://kutasinaplo.blogspot.hu/p/digitalibrary.html>
- [9] UJHELYI Adrienn – DOMONKOS Katalin: *Hogy-hogy nem vagy a Facebookon? A Facebookot nem használók percepciójának és motivációinak vizsgálata.* = JEL-KÉP – Kommunikáció, közvélemény, média, 2016. 2. sz.
http://communicatio.hu/jelkep/2016/2/JelKep_2016_2_Ujhelyi_Adrienn_Domonkos_Katalin.pdf
- [10] SÁNDOR Tibor: *Helyismeret változó felhasználói környezetben. A százéves Budapest Gyűjtemény mai törekvései.* = Könyvtári Figyelő, 61. évf. 2015. 2. sz. 157-167. p.
- [11] BARÁTNÉ HAJDU Ágnes: *Könyvtárosok identitásának meghatározó elemei: A könyvtárosok szerepe a változó társadalmi környezetben.* In: Szirmai Éva, Újvári Edit (szerk.) *A csoportidentitás szemiotikája.* Konferencia helye, ideje: Szeged, Magyarország, 2013.11.15 Szeged: SZEK JGYF Kiadó, 2015. 19-33. p. ISBN 978-615-5455-17-9
- [12] KOLTAY Tibor – ŠPIRANEC, Sonja – Z. KARVALICS László: *Research 2.0 and the future of information literacy.* Chandos Publishing, 2015.
- [13] Kaptár. Honlap: <http://kaptarbudapest.hu/>
Facebook profil:
<https://www.facebook.com/kaptarbudapest>
- [14] LogMeIn. Honlap: <http://www.logmein.hu/>
Facebook profil:
<https://www.facebook.com/LogMeInRDCenters>
- [15] KISZL Péter: *Könyvtártudomány elméletben és gyakorlatban - intézményi együttműködés az Eötvös Loránd Tudományegyetemen.* = Tudományos és Műszaki Tájékoztatás, 61. évf. 2014. 7-8. sz. 251-266. p.

[16] FODOR János: *Történeti gyűjteményrészek hálózati bemutatása.* = Könyv, könyvtár, könyvtáros, 25. évf. 2016. 11. 23-32. p.

Beérkezett: 2016. XII. 12-én.



Fodor János

az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Könyvtár- és Információtudományi Intézet Információtudományi Tanszék adjunktusa.

E-mail:

fodor.janos.konyvtud@btk.elte.hu