
Média és könyvtár

Egervári Dóra

KÖNYVTÁRAK A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Absztrakt

A különböző közösségi média platformokat számos közgyűjteményi intézmény használja Magyarországon, Európában és világszerte. A közgyűjteményi intézmények közül a könyvtárak hamar rájöttek arra, hogy az olvasóikat, felhasználóikat, látogatóikat ezen a csatornán rendkívül hamar és hatékonyan el tudják érni, illetve a látens használókhoz is könnyebben, gyorsabban juttathatnak el tartalmakat. Ezáltal olyan társadalmi rétegekhez is eljuttathatunk fontos üzeneteket, akiket eddig nem sikerült bevonni a könyvtárba, így semmilyen interakciójuk nem volt. De vajon Magyarországon a vármegyei hatókörű könyvtárak mely közösségi médiaplatformokat használják? Milyen tartalmakat tesznek közzé? Ezzel milyen aktivitást váltanak ki a követőikből? Jól, illetve hatékonyan használják-e ezeket az eszközöket? Ezekre a kérdésekre is keressük a válaszokat jelen tanulmányunkban.

Kulcsszavak: média; könyvtár; statisztika

Bevezetés

Az internet elterjedése és a web 2.0 technológia megjelenése óta egymás után születnek és terjednek el a különböző közösségi média platformok. Ezekről elmondható, hogy folyamatosan jelennek meg az újdonságok, ezzel párhuzamosan pedig öregszenek ki vagy halnak el a régebbiek. Magyarországi viszonylatban 2002-ben az IWIW volt az első közösségi média, amelyet nagy érdeklődés és népszerűség övezett, ám pár év aktív működés után felszámolásra került (Tófalvy, 2017). A 2000-es évek elején Amerikából indult hódítóútjára a Facebook, amely mára szinte az egész világon piacvezető a közösségi médiaplatformok között. Magyarországon az elmúlt években ugyan hanyatlásnak indult a népszerűsége, de ez csupán pár százalékos differenciát mutat az elmúlt években mért számokhoz képest. És így is vitathatatlan és megkérdőjelezhetetlen a piacvezető pozíciója a közösségi médiaplatformok között, hiszen az internethasználók 95%-a Facebookozik. Így elmondható, hogy Magyarországon a Facebook számít a legfőbb közösségi médiának, mellette az Instagram 51%-on, a TikTok 47 %-on áll. (National Media and Infocommunications Authority, 2023)

Az újonnan megjelenő közösségi médiaplatformoknak az előzőkhöz képest mindig kell mutatni valami újat. A Twitter meghatározott hosszúságú szövegekkel, az Instagram a vizuális tartalmakkal, a TikTok a rövid audiovizuális tartalmaival robbant be a köztudatba, kielégítve ezzel egy artikulált vagy látens felhasználói igényt. Ezzel az újdonsággal és újtással rövid idő alatt meghódította az internethasználókat.

Könyvtárak megjelenése és lehetőségei a közösségi médiában

A könyvtáraknak ma már elengedhetetlenül fontos a XXI. századi eszközök és platformok aktív használata a közönségük elérése és szolgáltatásaik népszerűsítése érdekében. A különböző közösségi médiaplatformok olyan hatékony eszközök, amelyek lehetővé teszik a könyvtárak számára, hogy könnyen és gyorsan széles körben ériék el a közönségüket, kommunikáljanak velük és alakítsanak ki vagy építsenek ki online vagy offline közösségeket. Számos oka van, hogy miért éri meg a könyvtáraknak a közösségi médiát használni. Egyrészt a közösségi média megteremti a kapcsolattartás lehetőségét. A könyvtárak számára elengedhetetlen, hogy folyamatosan kommunikáljanak az olvasóikkal és felhasználóikkal. A közösségi média platformokon keresztül könnyen elérhetővé válik számukra az azonnali visszajelzés, tetszésnyilvánítás és a kétirányú kommunikáció. Ez lehetővé teszi, hogy gyorsan és hatékonyan tudjanak válaszolni az olvasók megkereséseire, kérdéseire, észrevételeire és igényeire, valamint kapcsolatot építsenek velük. Másodszor a közösségi média lehetőséget kínál a könyvtáraknak a különböző tartalmak megosztására, a szolgáltatásaik és programjaik, eseményeik promóciójára. A posztok, képek, videók és egyéb tartalmak segítségével könnyen tájékoztathatják az olvasókat az aktuális eseményekről, programokról, új kiadványokról és szolgáltatásokról. Ezáltal növelhetik a látogatottságot és az érdeklődést a könyvtár iránt, valamint segíthetnek az olvasóknak abban, hogy felfedezzék és kihasználják a könyvtár által kínált szolgáltatásokat és lehetőségeket. Harmadszor a közösségi média segítségével a könyvtárak könnyen megoszthatják az értékes tartalmakat és információkat az olvasóikkal. Lehetővé teszi számukra, hogy könyvajánlókat, olvasási tippeket, kulturális és történelmi információkat osszanak meg, amelyek segítenek az olvasóknak abban, hogy felfedezzék és megértsék a világot. Emellett a közösségi média lehetőséget ad arra is, hogy a könyvtárak támogassák az olvasást és az információhoz való hozzáférést, felhívják a figyelmet az olvasás fontosságára és az olvasás örömére. Negyedszer a közösségi média segítségével a könyvtárak könnyen követhetik az olvasók érdeklődéne alakulását, változását. Az analitikai eszközök segítségével nyomon követhetik, hogy melyik tartalom keltette fel jobban a figyelmüket, melyik posztok kapják a legtöbb reakciót, megosztást és kommentet. Ez lehetővé teszi számukra, hogy finomítsák és optimalizálják a közösségi média stratégiájukat, és jobban megértsék a közönségük igényeit és preferenciáit. Végül, a közösségi média lehetőséget kínál a könyvtáraknak arra, hogy szorosabb kapcsolatot építsenek a helyi közösséggel. A közösségi média platformokon keresztül könnyen elérhetik és bevonhatják azokat a helyi lakosokat, akiket eddig nem értek el, ezáltal több olyan közösségi eseményt, programot és kezdeményezést tervezhetnek és alakíthatnak ki, amely ténylegesen a helyiek érdekeit szolgálja. Ez lehetővé teszi a könyvtárak számára, hogy aktív szereplővé váljanak a közösség életében, és hozzájáruljanak annak fejlődéséhez és jólétéhez. (Fodor, 2014; Jacobson, 2011)

A módszer

Kutatásunkban a magyarországi vármegyei hatókörű könyvtárak (19 könyvtár) közösségi médiamegjelenését vizsgáltuk. Az adatok felvétele 2024 március 15-28 között zajlott. A kutatásban három közösségi médiafelületen vizsgáltuk a könyvtárak regisztráltságának

tényét, a posztok, a követők és a lájkok számát. A vizsgált közösségi médiafelületek a Facebook, az Instagram és a TikTok volt. A közösségi médiafelületeken elért publikus adatokat elemeztük, hasonlítottuk össze és vontunk le belőle következtetéseket. A felhasználók számára is elérhető publikus adatok a különböző felületeken mások, ezért az intézmények különböző közösségi médiafelületein produkált eredményei nem minden esetben vethetők össze egymással. Ezek mellett szoros összefüggés figyelhető meg az egyes közösségi médiafelületeken való regisztrálás dátuma és a bejegyzések száma között.

A bevezető gondolatok fényében egyértelmű, hogy a XXI. században egy könyvtár már nem teheti meg azt, hogy nem rendelkezik intézményi oldallal az egyes közösségi médiafelületeken, ám ennek megléte még nem elég. Tisztában kell lennünk az adott alkalmazás lehetőségeivel és korlátaival, a felhasználók körével, a bejegyzésszerkesztés elméleti és gyakorlati irányjaival.

A vármegye hatókörű könyvtárak a közösségi médiában

A kutatásban a magyarországi vármegyei hatókörű könyvtárakat vizsgáltuk, jelesül:

1. Katona József Könyvtár (Bács-Kiskun)
2. Csorba Győző Könyvtár (Baranya)
3. Békés Megyei Könyvtár (Békés)
4. II. Rákóczi Ferenc Könyvtár (Borsod-Abaúj-Zemplén)
5. Somogyi Károly Városi és Megyei Könyvtár (Csongrád-Csanád)
6. Vörösmarty Mihály Könyvtár (Fejér)
7. Dr. Kovács Pál Könyvtár és Közösségi Tér (Győr-Moson-Sopron)
8. Méliusz Juhász Péter Könyvtár (Hajdú-Bihar)
9. Bródy Sándor Könyvtár (Heves)
10. Versey Ferenc Könyvtár és Közművelődési Intézmény (Jász-Nagykun-Szolnok)
11. Tatabánya Megyei Jogú Város József Attila Könyvtár (Komárom-Esztergom)
12. Balassi Bálint Könyvtár (Nógrád)
13. Hamvas Béla Pest Megyei Könyvtár (Pest)
14. Takáts Gyula Vármegyei Hatókörű Városi Könyvtár (Somogy)
15. Móricz Zsigmond Megyei és Városi Könyvtár (Szabolcs-Szatmár-Bereg)
16. Illyés Gyula Könyvtár (Tolna)
17. Berzsenyi Dániel Könyvtár (Vas)
18. Eötvös Károly Megyei Könyvtár (Veszprém)
19. Deák Ferenc Megyei és Városi Könyvtár (Zala)

A kutatásból kiderült, hogy a vármegyei hatókörű könyvtárak mindegyike rendelkezik intézményi Facebook profillal, Instagrammal 16, míg TikTokkal csupán 5 könyvtár, ezek a baranyai Csorba Győző Könyvtár, a bács-kiskun vármegyei Katona József Könyvtár, a győri Dr. Kovács Pál Könyvtár és Közösségi Tér, valamint a tolna vármegyei Illyés Gyula Könyvtár. Már ebből a tendenciából is egyértelműen látszik, hogy a könyvtárak inkább a

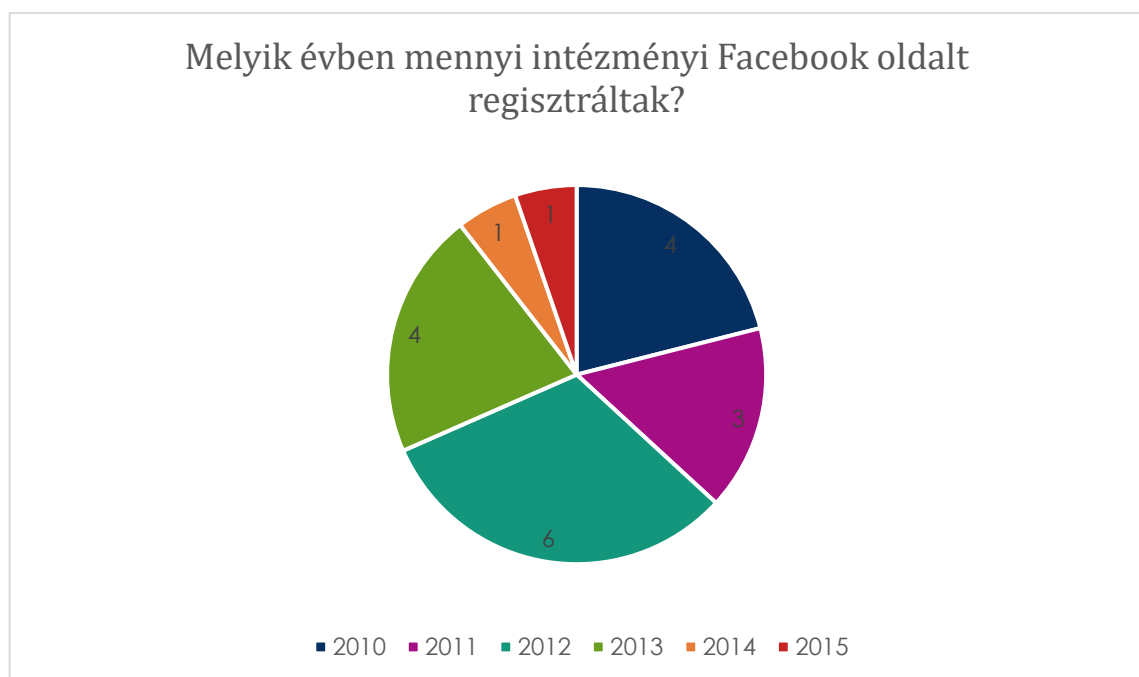
„régimotorosnak” számító közösségi médiafelületeket használják, és csak kivárás, valamint a kezdeti tapasztalatok mérlegelése után vágnak bele egy új közösségi médiafelület megismerésébe és használatába.

A Facebookhoz képest az Instagram is egy merőben más közösségi médiafelület, hiszen a használat során kötve vagyunk a vizuális elemek megjelenítéséhez, amelyet másodlagosan egészíthetünk ki szöveges tartalommal, amennyiben egyáltalán ezt szükségesnek látjuk. A TikTok felülete pedig kizárólag audiovizuális tartalmak megjelenítésére szolgál. Így azoknak a könyvtáraknak, amelyek párhuzamosan több közösségi média felületet is használnak, különösen figyelniük kell arra, hogy a különböző felületeken milyen típusú és kiknek szóló tartalmat osztanak meg

A zászlóshajó, a Facebook

Az első vizsgált közösségi médiafelület a Facebook volt. A 19 vármegyei hatókörű könyvtár mindegyike rendelkezik intézményi Facebook oldallal, amelyet bármelyik regisztrált Facebook felhasználó követhet vagy kedvelhet. Az intézmények közül a legtöbben 2010 és 2013 között regisztráltak, 1-1 példa van arra, hogy a 2014-es vagy 2015-ös évben történt volna a regisztrálás. Eszerint a magyarországi vármegyei hatókörű könyvtárak többsége több mint 10 éves tapasztalattal rendelkezik a közösségi média (illetve a Facebook) használatát illetően (1. sz. ábra).

1. ábra: Melyik évben mennyi intézményi Facebook oldalt regisztráltak?

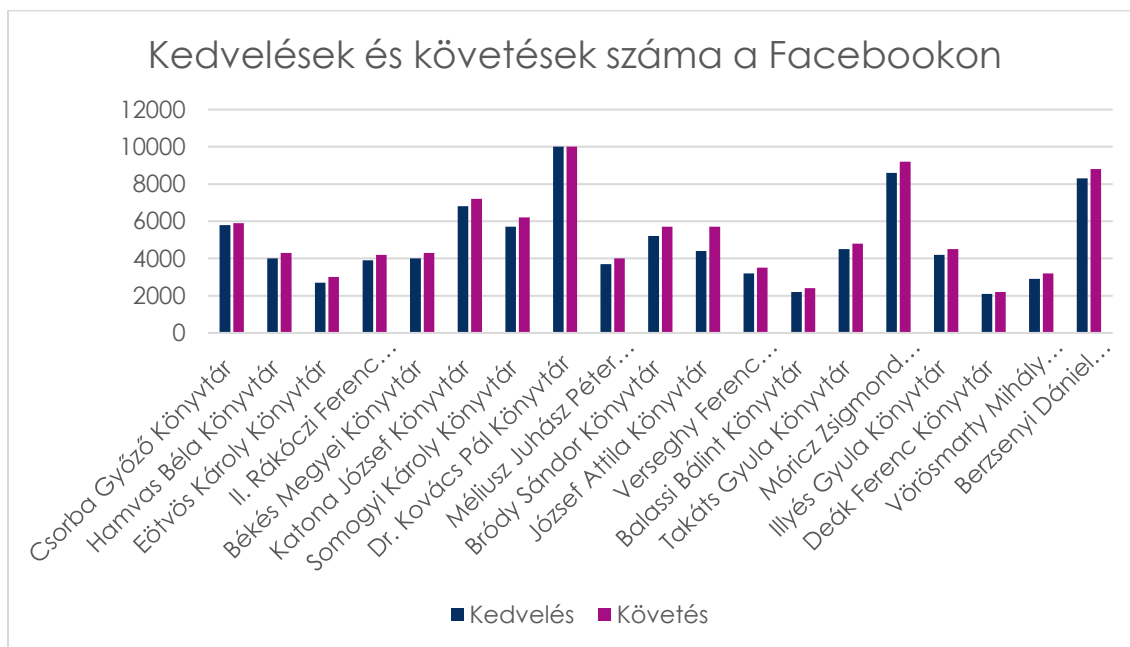


Forrás: szerző saját szerkesztése

A Facebook közösségi médiaplatformon megvizsgáltuk az intézményi oldalak követési és kedvelési statisztikáit. Különbség figyelhető meg a kedvelt és a követett oldalak között, a követések száma természetesen minden esetben magasabb, mint a kedvelések száma, ám ez egy esetben sem jelent szignifikáns különbséget. A legnagyobb differencia a tatabányai József Attila Könyvtár esetében figyelhető meg, ahol a követések és a kedvelések között

mintegy 1300 fős eltérést tapasztaltunk. 3 könyvtárnak kiugróan jó eredményei vannak a kedvelések/követések számában, ezek a Dr. Kovács Pál Könyvtár (10.000+ követés és kedvelés), a Móricz Zsigmond Könyvtár (9200 követés, 8600 kedvelés) és a Berzsényi Dániel Könyvtár (8800 követés, 8300 kedvelés). Ám ez semmilyen összefüggést nem mutat a Facebookon történő regisztráció dátumával, hiszen a 3 legtöbb követővel rendelkező könyvtárak mindegyike más évben regisztrált: Dr. Kovács Pál Könyvtár 2013-ban, a Móricz Zsigmond Könyvtár 2010-ben, míg a Berzsényi Dániel Könyvtár 2012-ben. Érdeemes megvizsgálni a legkevesebb kedveléssel/követéssel rendelkező könyvtárak statisztikáit is. A 3000 kedvelés/követés vagy az annál rosszabbul teljesítő könyvtárak a Deák Ferenc Könyvtár (2100/2200), a Balassi Bálint Könyvtár (2200/2400), az Eötvös Károly Könyvtár (2700/3000) és a Vörösmarty Mihály Könyvtár (2900/3200) (2. sz. ábra). Ezeket az adatokat, ha összevetjük a regisztrálás dátumával akkor átlagosan 215 követést értek el évente.

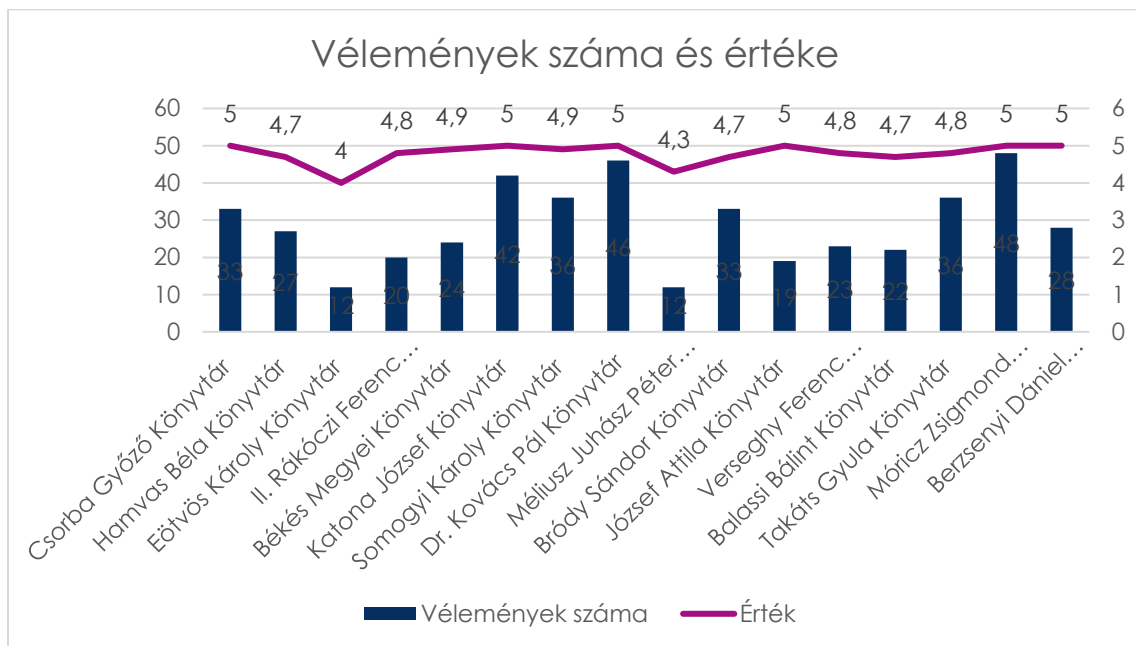
2. ábra: Kedvelések és követések száma a Facebookon



Forrás: szerző saját szerkesztése

A Facebook oldalunkhoz rendelhetünk egy véleményezésre alkalmas opciót, ahol felhasználóink egy 5 fokozatú skálán és szövegben is hangot adhatnak nézeteiknek. Az előző diagramon olvasható adatok mellett az intézményi Facebook oldalon megjelenő vélemények száma elenyésző, hiszen a legtöbb véleménnyel rendelkező oldalon sincs 50 osztályzat. A legtöbb véleménnyel - amelynek átlagértéke 5,00 - rendelkező könyvtárak a Móricz Zsigmond Könyvtár, a Dr. Kovács Pál Könyvtár és a Katona József Könyvtár (3. sz. ábra). Ezzel párhuzamosan ki kell emelni, hogy a 19 vármegyei hatókörű könyvtár közül 3-an nem adnak lehetőséget Facebook oldalukon, hogy a felhasználóik véleményezzék őket: az Illyés Gyula Könyvtár, a Deák Ferenc Könyvtár és a Vörösmarty Mihály Könyvtár.

3. ábra: Vélemények száma és értéke



Forrás: szerző saját szerkesztése

Két intézmény esetében talákoztunk olyan Facebook oldalra beemelt funkciókkal, amelyeket egy másik intézmény sem használ. Az egyik az online időpontfoglalás lehetősége az „általános szolgáltatás” igénybevételére a Békés Megyei Könyvtárnál. Ezen kívül a Dr. Kovács Pál Könyvtár Facebook oldalán találkozunk egy 2200 főt számláló privát csoporttal, melynek létrehozása igen újszerűnek és követendőnek számít.

Kijelenthetjük, hogy a Facebook a termékéletrajz alapján a telítődés fázisában van, hiszen elmondható, hogy az internethasználók többsége használja ezt a közösségi médiafelületet (is). Nincsenek ezzel máshogy a könyvtárak sem, a 19 vármegyei hatókörű könyvtár mindegyike rendelkezik Facebook profillal, ám aktivitásuk és a követők tekintetében mutatnak eltéréseket. Míg a legtöbb intézmény 2010-2013 között regisztrálta a saját intézményét a Facebookra, tehát több mint 10 éves közösségi médiahasználati tapasztalattal rendelkeznek, addig a kedvelések és követők számában markáns eltérések tapasztalhatók.

A feltörekvő, az Instagram

Az Instagram felhasználóinak száma a 2010-es megjelenése óta folyamatosan növekszik, bár a csúcstamadástól még messze van, biztosította magát a vezető közösségi médiaplatformok között. Az Instagram újítása abban áll, hogy alapvetően képi tartalmakat lehet közzétenni az oldalon kiegészítve szöveges információkkal. Talán pont ezért sem figyeltek fel hamar a könyvtárak erre a közösségi oldalra. Vizsgálatunkból kiderült, hogy a 19 vármegyei hatókörű könyvtárból 16-an már rendelkeznek Instagram profillal.

Nem regisztráltak az oldalon: a József Attila Könyvtár – Tatabánya, Verseghy Ferenc Könyvtár – Szolnok és a Takáts Gyula Könyvtár – Kaposvár. Az Instagram oldallal rendelkező könyvtárak többsége a 2017-es vagy 2018-as évben regisztrált erre a közösségi mé-

diafelületre. Náluk csak egy könyvtár, a Hamvas Béla Pest Megyei Könyvtár regisztrált hamarabb az oldalra, mégpedig 2015-ben. A könyvtárak így átlagban 6-7 éves tapasztalattal rendelkeznek az Instagram kezelését illetően, bár sok intézmény a mai napig tanulja ennek az új típusú közösségi médiának a használatát (4. sz. ábra).

4. ábra: Melyik évben mennyi intézményi Instagram oldalt regisztráltak?



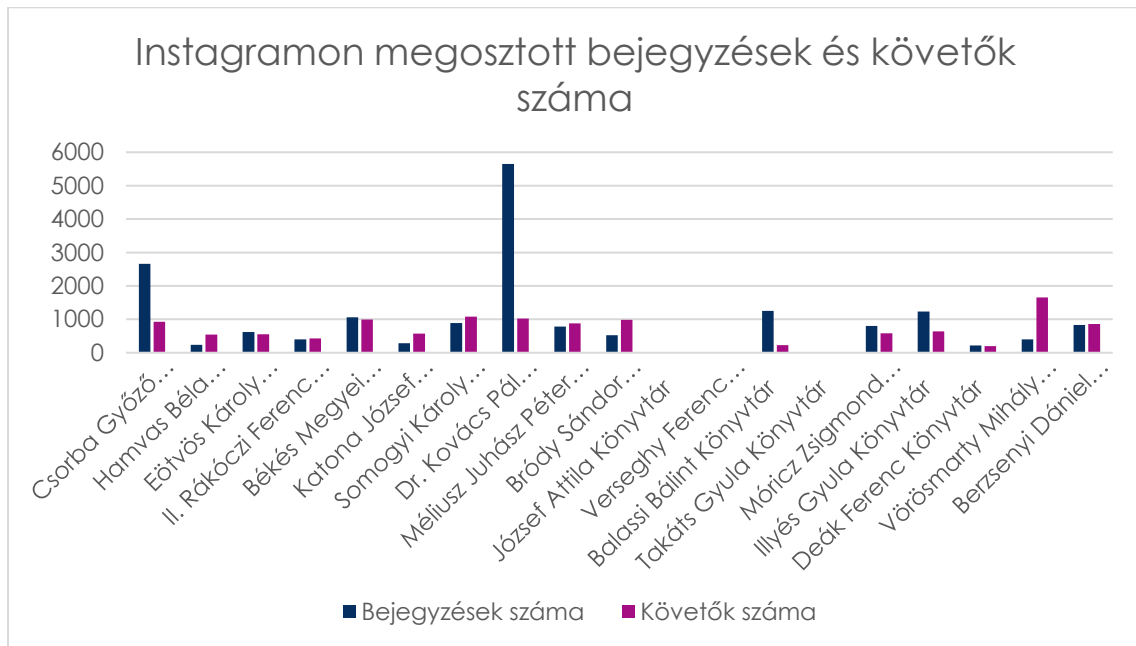
Forrás: szerző saját szerkesztése

Az Instagramon elérhető publikus adatok vizsgálata közben csupán pár kiugró adattal szembesültünk. A követők számát a legtöbb könyvtár esetében 500-1000 között állapítottuk meg, ez alól pozitív irányba egy kiugró eltérés van, a Vörösmarty Mihály Könyvtár, amelynek 1651 követője van az Instagramon. Negatív irányban az 500-nál kevesebb követővel rendelkező könyvtárak csoportjába tartozik a II. Rákóczy Ferenc Könyvtár, a Balassi Bálint Könyvtár és a Deák Ferenc Könyvtár.

Az Instagramos bejegyzések számában sokkal nagyobb szórással találkozhatunk. Míg a legkevésbé aktív könyvtáraknak 200-400 bejegyzése van az oldalukon, addig a legmagasabb bejegyzésszámmal rendelkező Dr. Kovács Pál Könyvtár posztjainak a száma meghaladja az 5600-at. Ezt a könyvtárat követi a Csorba Győző Könyvtár több mint 2600, valamint a Balassi Bálint és az Illyés Gyula Könyvtár több mint 1200-1200 poszttal.

A bejegyzések és a követők számának összehasonlításában 4 könyvtár esetében figyelhető meg nagy arányú eltérés, a Csorba Győző Könyvtár esetében háromszor, a Dr. Kovács Pál és a Balassi Bálint Könyvtár esetében hatszor annyi bejegyzés született, mint ahány követővel rendelkezik az oldal. A Vörösmarty Mihály Könyvtár esetében viszont pont fordított arányt tapasztalunk 403 bejegyzésre 1651 követő jut, ami a 16 Instagram oldallal rendelkező könyvtár közül a legmagasabb (5. sz. ábra).

5. ábra: Instagramon megosztott bejegyzések és követők száma



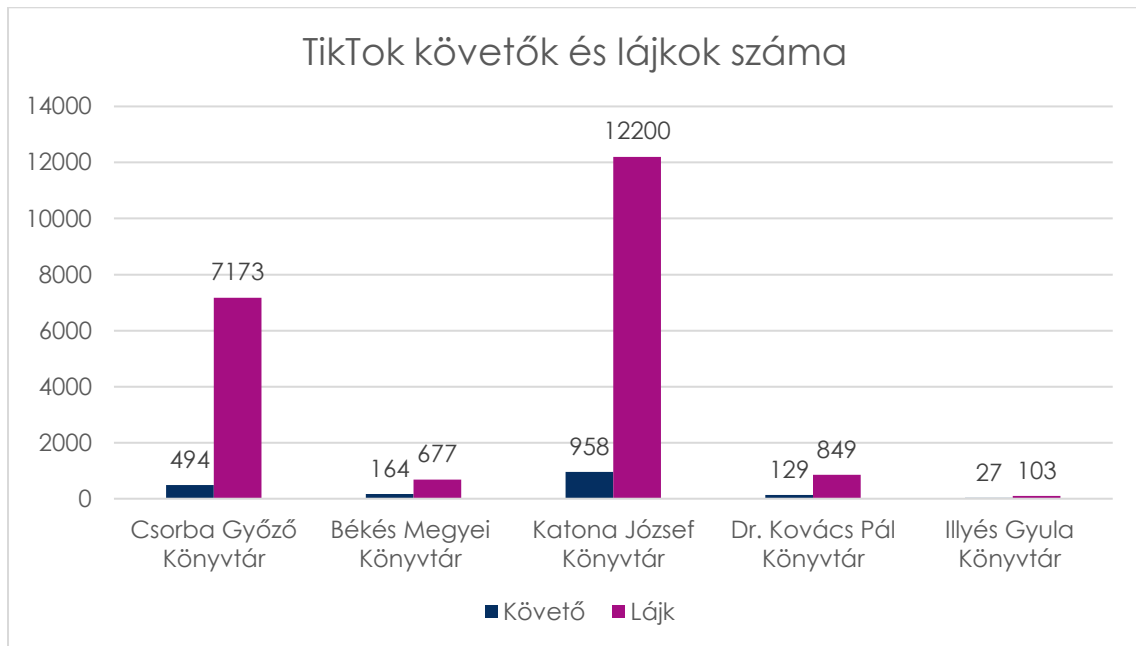
Forrás: szerző saját szerkesztése

Az Instagram használatot tekintve levonhatjuk azt a következtetést, hogy még van mit tanulnia és hova fejlődnie a könyvtáros társadalomnak, ám minden esetre követendő a Dr. Kovács Pál és a Csorba Győző Könyvtár példája, amellyel bizonyították, hogy aktívan és hatékonyan is lehet használni az Instagram oldalt.

A berobbanó, a TikTok

A 2018-ban megjelenő TikTok rövid időn belül tett szert óriási népszerűsége, újítása a Youtube-hoz és más videómegosztó oldalakhoz képest abban rejlik, hogy itt csupán rövid (1 percnél rövidebb) audiovizuális tartalmakat lehet publikálni. A TikTok elsősorban a fiatalok (a Z és Alfa generáció) körében népszerű. A kizárólag videós tartalmak megosztása sokaktól, így a könyvtárosoktól is távol áll, számukra kevésbé ismert a műfaj. Ezért érthető, hogy a 19 vármegyei hatókörű könyvtár közül csupán 5 rendelkezik TikTok fiókkal és közülük kettő emelkedik ki a követők és a lájkok számát tekintve, a Katona József Könyvtár 958, a Csorba Győző Könyvtár pedig 494 követővel rendelkezik. A lájkok számát tekintve a Katona József Könyvtár több, mint 12.000, a Csorba Győző Könyvtár pedig 7000 lájkot kapott már videós tartalmaira összesen (6. sz. ábra).

6. ábra: TikTok követők és lájkok száma



Forrás: szerző saját szerkesztése

A Katona József Könyvtár egy éves TikTok pályafutása alatt 44 videót töltött fel a közösségi oldalra, amelyek közül egy elérte a 37.000-es megtekintést, és ez az a tartalom, amely önmagában 2000 lájkkal rendelkezik, tehát az összes kedvelés 17%-ával. Tartalmát tekintve ez a videó a szakdolgozatok bekötéséről szól, így különösen érdekesnek mondható, hogy nem egy szorosan könyvtári témájú tartalommal érték el a legnagyobb nézettséget. A Csorba Győző Könyvtár legtöbbször, 17.000-szer megtekintett videója az Egy olvasószolgálatos könyvtáros napja címet viseli, tehát egyértelműen könyvtár fókuszú tartalom.

A másik három könyvtárról elmondható, hogy újnak számítanak ezen a közösségi oldalon, ezért tőlük felesleges is lenne hasonló számokat várni. Az Illyés Gyula könyvtár például mintegy két hónapja regisztrált a TikTokra, de azóta hetente oszt meg új videókat. Ennek ellenére rendelkezik egy 5000 megtekintéssel rendelkező videóval, amelyben a könyvtár a költészet napját népszerűsíti és Szekszárd városában felbukkanó verseskötekről számol be.

A közösségi média „sztárjai”

Az elemzésben olvasható adatok összesítése során három könyvtár teljesítménye egyértelműen kiemelkedik. Kiemelhetjük, hogy a közösségi médiában a Dr. Kovács Pál Könyvtár, mellette a Katona József Könyvtár és a Csorba Győző Könyvtár is rendkívül aktívak. A fejlődés szakaszába hat könyvtár sorolható, akik ugyan nem feltétlen használnak ki minden közösségi média adta lehetőséget, ám a próbálkozásaik előremutatóak, ezek a Móricz Zsigmond, a Békés Megyei, az Illyés Gyula, a Berzsényi Dániel, a Balassi Bálint és a Vörösmarty Mihály Könyvtár.

Elmondhatjuk, hogy valamennyi vármegyei hatókörű könyvtár próbálkozik népszerűsíteni az intézményét, a szolgáltatásait, programjait és magát az olvasást is a különböző közösségi médiaplatformokon, de sokszor egyértelműen látszik, hogy ez a feladat több

könyvtár esetében egyetlen aktív kolléga munkáján áll vagy bukik. Sokszor nincs tervezőmunka, egységes arculat a posztok mögött, illetve több alkalommal tapasztalható, hogy több hét esetleg hónap passzivitás után az intézmények rövid idő alatt próbálják behozni a lemaradást és 1-2 nap alatt több posztot is megjeleníteni.

Összegzés

A könyvtárak és a közösségi média kapcsolatáról kijelenthetjük, hogy a tartós építkezés fázisába léptek. Egyértelmű és megkérdőjelezhetetlen, hogy Magyarországon a közkönyvtáraknak, így a vármegyei hatókörű könyvtáraknak is használniuk kell bizonyos közösségi oldalakat. Most már csak a miért és hogyan kérdésekre kell jó választ találnunk. Világos, hogy nem az a cél, hogy mindegyik könyvtárnak legyen regisztrált fiókja valamennyi közösségi médiaplatformon, hiszen vannak olyan felületek (Reddit, Tinder stb.), amelyek teljesen más célt szolgálnak, mint amelyet a könyvtárak fókuszba akarnak állítani. Mégis intenzívebben és hatékonyabban kell közösségi médiaszereplővé válni, hiszen az elemzésben megjelenített statisztikák azt igazolják, hogy az internethasználók szívesen követnek könyvtári oldalakat a közösségi médiában és kedvelnek általuk megosztott tartalmakat.

A könyvtárak közösségi médiában történő megjelenéskor egy elemre hangsúlyosan figyelemmel kell lennünk, nem minden áron kell mindenhol regisztrálnunk és tartalmakat megosztanunk, viszont amit használunk, azt hatékonyan kell használnunk. Tisztában kell lennünk a közösségi oldal szabályaival (hashtag használat), terminusaival (link a bioban), a célközönséggel (TikTokon pl. inkább a fiatalokat érjük el). Arra is vigyáznunk kell, ha bár a Facebook és az Instagram között van átjárás a posztok megosztását illetően, elképzelhető, hogy a posztunknak más kinézete lesz az egyik közösségi oldalon, mint a másikon (pl. Instagramon az élő videó megosztása a Facebookon más képarányokkal fog rendelkezni, így eltűnhetnek a videóról fontos képi részleteket).

Jelen kutatásunkban a vármegyei hatókörű könyvtárak közösségi médiamegjelenését vizsgáltuk, ezt a jövőben szeretnénk kiterjeszteni városi könyvtárakra, valamint tartalom-elemzéssel szeretnénk majd megvizsgálni a közösségi médiafelületeken megjelenő posztokat. Mindezzel szeretnénk majd választ kapni, hogy mely tartalmak váltják ki a legnagyobb aktivitást (like, megosztás) a következőkből.

Irodalomjegyzék

Jacobson, T. B. (2011). Facebook as a Library Tool: Perceived vs. Actual Use. *College and Research Libraries*, 72(1), 79–90. <https://doi.org/10.5860/crl-88r1>

János, F. (2014, May 28). A megosztó hivatás. Könyvtári jelenlét a Facebook közösségi oldalon 2013/2014-ben. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 61(7-8), 275-294. <https://journals.bme.hu/tmt/article/view/34279>

National Media and Infocommunications Authority (Hungary). (March 28, 2023). Social media usage frequency in Hungary in 2022, by platform [Graph]. In *Statista*. Retrieved April 08, 2024. <https://www.statista.com/statistics/1401610/hungary-social-media-usage-frequency-by-platform/>

Tófalvy, T.(2017). „Nem tudtuk, hogy az internet következő 10 éve arról fog szólni, amit akkor csináltunk”: Az iWiW története, *In medias res: folyóirat a sajtószabadságról és a médiaszabályozásról*, 6(2) 372-385. <https://real.mtak.hu/108381/1/inmediasres-2017-02-b-for4-08.pdf>