

Kiss Krisztina: Közösségi tartalomszolgáltatás a Pécsi Tudományegyetem Benedek Ferenc Jogtudományi és Közgazdaságtudományi Szakkönyvtárában

Az előadás röviden áttekinti a közösségi média elemeit, jellemzőit, speciális megjelenési formáit. Bemutatja az online közösségi hálók és az online marketing eszközök meghonosítását a magyarországi könyvtárakban és; kitér a webergonómia, a usability, a webszövegírás, a tartalom marketing, a linkhálózat építés fontosságára.

Az előadásban gyakorlati példákon keresztül mutatjuk be a Pécsi Tudományegyetem könyvtárában használatos WEB 2.0 alkalmazások lehetőségeit és a webes funkciók részletezésével betekintést nyújtunk a közösségi marketing eszközrendszerébe (megjelenés az interneten, virtuális közösségek, a kommunikáció új eszközei, technológiák, látogatóink számának növelése). Ugyancsak a saját gyakorlatunkon keresztül áttekintjük az online közösségi médiumok hatékonyságát, költséggazdaságosságát, különös tekintettel a blog marketing, a Facebook marketing, az E-mail marketing, stb. adta lehetőségekre, és rövid összehasonlítjuk más egyetemi könyvtárak közösségi tartalomszolgáltató tevékenységét.

A Time, az első amerikai heti hírmagazin, mely 1927 óta minden évben megválasztja „az év emberét”. 2006-ban a címlapján egy számítógép monitor képét és a következő feliratot jelentette meg: „Te. Igen, Te, aki az információs korszakot irányítod. Isten hozott a világodban.” Ez volt az új korszak nyitánya és ez a szemlélet alapja az előadásomnak, melyben arra a kérdésre keresem a választ, hogy mi, könyvtárak, könyvtárosok képesek vagyunk e lépést tartani a virtuális kor kihívásaival, képesek vagyunk e megújulni és élni az internet adta lehetőségekkel, azokat beépíteni mindennapjainkba, szolgáltatásainkba, ezáltal olcsóbbá tenni működésünket és gyorsabban hatékonyabban kommunikálni.

Az internet nyilvános elterjedését két szakaszra bonthatjuk. A WEB 1.0-t tekinthetjük a net hőskorának (1990es évek), amelynek középpontjában az online jelenlét állt, vagyis a korábbi papír alapú világ egyfajta virtuális leképezése volt a cél. A WEB 2.0 azonban az emberek és a szolgáltatások köré szerveződik, a tartalom középpontjában a közösség maga áll. Vagyis a felhasználók online készítik és osztják meg a tartalmakat és kommunikálnak egymással. A korábbi statikus site-okat felváltják a megosztásra, közösségre, dinamikus tartalmakra hangsúlyt helyezőik. Ezeket az új szolgáltatásokat szeretném bemutatni a Pécsi Tudományegyetem Benedek Ferenc Jogtudományi és Közgazdaságtudományi Szakkönyvtár példáján keresztül.

Mára a könyvtárak is belátták, hogy nehéz meggyőzni a célcsoportunkat arról, hogy rendszeresen látogasson el a weboldalunkra és ők keressenek minket. Míg korábban az egyes intézmények saját honlapjukat hozták létre, ahol a fontosnak tartott információkat osztották meg, ma már a legfontosabb közösségi oldalakon jelenünk meg és pontosan tudjuk, melyek azok az információk, amit a közönségünk hasznosnak tart. Ebben a folyamatban szükség van egy újabb típusú kommunikációs csatorna használatára és beépítésére a mindennapi életünkbe. Ez a közösségi média, amelyet eleve arra terveztek, hogy benne egymás közt meg lehessen osztani a tartalmakat. Ez egy rendkívül szerteágazó és dinamikusan fejlődő online tér, amely többféle szolgáltatásból áll (pl.: közösségi oldalak, közösségi terek, blogok, mikroblogok, internetes fórumok, wikik, linkadatbázisok, hírgyűjtő oldalak, stb), a könyvtárnak az a feladata, hogy kiválassza ezekből a lehetőségekből azt, amelynek segítségével a legtöbbet profitálhat. A közösségi médiában megjelenő online közösségi hálónak köszönhetően a XXI. század könyvtára új, modern hangnemben szólíthatja meg olvasóit. Az állandó visszacsatolás révén pedig igazodhat a felhasználókhoz, hiszen minden megmozdulása mérhető, kedveltsége nyomon követhető. A könyvtárak hagyományos face to face látogatottsága, használata átalakulóban van. Előadásomban azt szeretném bemutatni, hogy a mi könyvtárunk a WEB 2.0 szolgáltatások alapján virtuálisan is meg tudja szólítani közönségét, és velük a közösségi háló segítségével napi kapcsolatban tudunk maradni. Az elsődleges közösségi rendszer Magyarországon a Facebook, mely egyben a legjobban célozható hirdetési rendszer és hazánkban a legnagyobb hálózata van. (Szemben pl. a Twitterrel, amely nemzetközileg nagyon erős marketing eszköz, de itthon kevés a felhasználója.)

Ez vezette a Pécsi Tudományegyetem Benedek Ferenc Jogtudományi és Közgazdaságtudományi Szakkönyvtárát arra, hogy 2012-ben megjelenjen a Facebook-on. Nem titkolt célunk az oktatóinkkal, hallgatóinkkal és minden, a gazdaság és a jog iránt érdeklődő emberrel a kapcsolat fenntartása. Híreinkkel, posztjainkkal is ennek a célközönségnek az igényeit kívánjuk kielégíteni.

A közösségi média az egyik legmodernebb csatorna az online marketing keretén belül. Hajlamosak vagyunk azt gondolni róla, mindenre tökéletesen használható és helyettesíti a már jól bevált eszközöket. Ez a műfaj emberekről szól, emberi kapcsolatokról, interakciókról és legfőképpen emberek közötti kommunikációról. Azok a könyvtárak, akik a kommunikációs csatornájukba megfelelő módon be tudják illeszteni a közösségi médiának ezt a formáját, azok növelhetik az olvasók számát és egy közelebbi, szorosabb viszonyt alakíthatnak ki felhasználóikkal.

A regisztrációkor nemcsak a szokásos intézményi adatfelvételt vettük figyelembe, hanem a könnyű megtalálás fontosságára is hangsúlyt helyeztünk. Egy könnyen megjegyezhető nicknév – a benelib - beírásával regisztráltuk saját oldalunkat, <http://www.facebook.com/benelib>

Célunk - összhangban a honlapon felvázolt küldetésünkkel - az oktatás- kutatás információs infrastruktúrája segítségével, szakmai tevékenységünk által a fenntartó két kar (a PTE Állam- és Jogtudományi és a Közgazdaságtudományi Kar) munkájának támogatása. Kiemelt feladatunknak tekintjük a

szoros kapcsolat fenntartását velük: az őket érintő kérdésekről, megjelenésekről, jeles eseményekről, érdekes személyek látogatásáról, vagy a karok életét befolyásoló egyéb történetekről, újságcikkekről naprakészen tudósítunk. Figyelemmel kísérjük a kari eseményeket pl.: Tudományos Diákköri ülések, Szakkollégiumok, Konferenciák, habilitációk. Nem hagyjuk ki az UNIV egyetemi újságnak, a közgazdasági kari havilapnak, a Fészeknek, a jogi kar kiadványának az Expressis Verbisnek a megosztását sem. Jómagam szerkesztek egy a közgazdasági kar számára megjelenő Hírlevelet, kolleganóm Bittner Mónika pedig a Tabella Iuridica, egy jogi témájú hírlevél szerkesztője, melyeknek tartalmát szintén megosztjuk a minket követőkkel. (A hírlevél marketing tevékenységünket később taglalom.)

Tevékenységünk további részletezésében fontosnak tartjuk kiemelni a releváns folyóiratainkban - melyeket a könyvtár olvasói gyakran fognak a kezükbe - (Harvard Business Review, Magyar Jog, Magyar közlöny, Piac & Profit, Pénzügyi Szemle, Ügyvédek Lapja) megjelenő egy-egy érdekesebb cikk megosztását. Felhívjuk követőink figyelmét a WTO/Kereskedelmi Világszervezet, az OECD/Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet, World Bank vagy az Európai Unió kiemelkedő eseményeire, statisztikáira, esetleg a könyvtárügyre vonatkozó publikációra. Ezen oldalak kimagasló látogatottságot mutatnak.

Mindezek mellett hangsúlyt fektetünk a Központi Könyvtárral, a kari könyvtárakkal, és a Tudásközpontban működő más egységekkel való szoros kapcsolat fenntartására. Hírt adunk egymás rendezvényeiről, különleges események, könyvbemutatók szervezéséről. Odafigyelünk a fenntartó két kar hallgatói önkormányzatára és a profilunkba vágó események (pl.: könyvbörzék, könyvárusítások, hallgatói rendezvények) terjesztésére.

Szakkönyvtárunk állományának pontos leírásával körvonalaztuk szolgáltatásainkat. Ügyeltünk a földrajzi megközelíthetőség pontos leírására. Kitértünk a nyitva tartás pontos megjelölésére. A laphoz tartozó fényképalbumba töltöttünk fel az épület külső és belső megjelenéséről különlegesen jó felvételeket. A virtuális látogató meggyőződhet az autóparkoló és külön kerékpártároló lehetőségekről.

A közösségi média nem csupán a kapcsolat kialakításáról szól, hanem arról, hogy a költségek lejjebb szorítása mellett népszerűsítse az adott intézményt. A szolgáltatásainkat, híreinket nyomtatott formában házon belül is meg lehet találni. Mi azonban a honlapon túl a közösségi oldalon is terjesztjük a költséghatékonyság jegyében. Könyvtárunk a több könyvtárnak helyet adó Tudásközpont épületében található, így kézenfekvőnek gondoltuk rögzíteni a könyvtárhasználatra vonatkozó általános információkat, az integrált szolgáltatásokat magyar és angol nyelven. Ezen kívül praktikus információkkal látjuk el a belenlib-re látogatókat: nemcsak a WiFi hálózat hozzáférési lehetőségeit osztjuk meg, hanem pl. az éves látogatójegy feltételeit is. Hirdetjük az Egyetemi Könyvtár kötészetének általános tevékenységét és pl. karácsonyi szolgáltatásait. A papír alapon megjelenő kiadványok beszkenelt változata megtalálható a fényképalbum „Szórolapok” mappában is.

Utoljára hagytam azt a WEB 2.0 alapú szolgáltatást, ami az online kapcsolatokra épít és hiszem, hogy ennek professzionális kialakításában a PTE Egyetemi Könyvtára is az élen járó könyvtárak közé tartozik. Mindenek előtt egy rendkívül népszerű szolgáltatásunkat a „KÉRDEZZE A KÖNYVTÁROST!” mutatnám be, melynek keretében akár otthonról vagy munkahelyről is lehet könyvtári tájékoztatást kérni. Az érdeklődők a következő linkre kattintva érik el <http://www.lib.pte.hu/tajekoztatas> és három lehetőséget kínálunk.

Az egyszerűbb kérdésekre a „Gyorstájékoztató” keretében egy online chat program segítségével minden hétköznapi 8-16 óra közt azonnal válaszolunk. A beiratkozott olvasóinknak ajánljuk a „Részletes tájékoztató” menüpont alatt szereplő online űrlapot. Ezt kitöltve 8 munkanapon belül kap egy részleteiben kidolgozott szaktájékoztatót az érdeklődő. Harmadrészt pedig a szaktájékoztatóink közt böngészve közvetlenül is fel lehet venni a kapcsolatot az illetékes kollegával e-mailen vagy telefonon. Természetesen ez a szolgáltatás aktív a Facebook-on is, mivel oda is kapjuk a tájékoztató kérdéseket.

A PTE Benedek Ferenc Könyvtára hírlevéllel keresi fel olvasóit. Most a teljesség igénye nélkül a Közgazdasági Kar oktatói számára rendszeresen kiküldött szöveg alapú hírlevelünket mutatnám be. A rövid beköszönő sorok után az aktuális híreinkről, eseményeinkről értekezünk pl.: adatbázis-bemutatók, online tréningek, pályázati sikereink, hivatkozáskeresési eredmények, kiállításaink. Ezeket a rövid, figyelemfelkeltő híreket „kattints ide” típusú linkek követik, melyek elnavigálnak az eredeti oldalra, mi csak kiszűrjük a célközönség számára fontos információkat.

A második részben az új beszerzéseinkből szemezgetünk. Elsősorban azt az 5-6 könyvet emeljük ki és mutatjuk be, amely az adott témakörben új, kiemelkedő, a kutatók számára innovatív információt tartalmaz. Mindig gondot fordítunk a válogatásnál, hogy ne valamely könyv 'x+1' kiadása legyen, hanem a teljesen új. Gyakran előfordul, hogy a hírlevél kiküldése után az oktató még aznap megjelenik és máris keresi azt a számára érdekesnek vélt könyvet. Ezek a rövid bemutatók automatikusan megjelennek honlapunkon a „könyvajánló” menüpontban és ez generálódik a Facebook oldalra is.

A következő részben egy táblázatban szedjük össze a megelőző hírlevél óta beszerzett és feldolgozott új könyveinket, melyek a szabadpolcra rögtön kölcsönözhetőek. Természetesen a könyv szerzője és címe mellett a kiadót, kiadási helyet és évet is közöljük. A folyóiratainkról sem feledkezünk meg. Minden új hetilap és folyóirat címlapját és tartalomjegyzékét beszkenyeljük és ezek egy-egy külön linken elérhetőek. Ezeket a linkeket gyűjtjük össze és ajánljuk a tisztelt olvasónak. A visszajelzésekből tudjuk: ezek az összegyűjtött, célra törő, új információk nagyon népszerűek.

Az előadásom utolsó részében egy összehasonlítás keretében javaslatot teszek egy ideális könyvtári Facebook megjelenésre. A facebook.com -on megjelenő számtalan könyvtár közül kiválasztottam a hazai legnagyobb egyetemi könyvtárakat, melyek rendszeresen foglalkoznak közösségi oldaluk karbantartásával, az ő professzionalizmusuk képezi a best practice-t. A PTE Egyetemi Könyvtár- Tudásközpont, a Szegedi Tudományegyetem Egyetemi Könyvtár, az ELTE Egyetemi Könyvtár, a Corvinus Könyvtár, a Debreceni Egyetemi és Nemzeti Könyvtár oldala az, melyeket a következőekben szemügyre veszek.

A közösségi háló olyan virtuális közösség, amelyet a hasonló érdeklődési körrel rendelkező emberek alkotnak és online lépnek egymással kapcsolatba. Az internet marketing, vagy online marketing egy teljesen más megközelítést és szemléletmódot követel: minőségi tartalmakat kell írni és olyan releváns linkeket kell megosztani, amire a felhasználónak szüksége van. Ez a csatorna elsődlegesen a hatékonyságra és az eredményre koncentrál. Ennek szellemében vizsgáltam meg a fent említett intézmények Facebook oldalát és az alábbi kérdéseket tettem fel. Milyen a hatékony weboldal? Milyen a megjelenés formája? Milyen információkat közöl és azt milyen stílusban teszi? Melyik hoz több látogatót? Hogyan növelhető a feliratkozók száma?

A Facebook oldalnak egyszerűnek, egyértelműnek és könnyen felismerhetőnek kell lennie. Kulcsfogalom a 'usability'; mely azt jelenti, hogy egy oldal mennyire felhasználóbarát, mennyire tudja eltalálni a célközönségének információigényét. A másik kulcsfogalom a vizsgálatomban a webszövegírás, amely az átlagos szövegírástól sok pontban eltér, hiszen a webes tartalmak olvasása sokkal nehezebb, mint egy könyv olvasása: hiszen a látogatónak kevés ideje van, ezért átlátható, lényegre törő, gyors információt szeretne. A tartalom marketing tehát nem új dolog, régebben is használtunk brosúrákat, faliújságokat, szórólapokat. A digitális kor azonban ezt is felújította és ma könnyebb és olcsóbb mint valaha. A tartalom a legfontosabb! Content is king! Ez az, ami megragadja a látogatót vagy olvasót. A szerethető és emberközelű, érdekes intézményhez jobb tartozni és ez vonzza a felhasználókat. Ráadásul olcsóbb is annál, mintha az információinkat nyomtatott formátumban közölnénk. A közösségi marketing tehát olyan megoldások összessége, melyekkel tömegesen elérhetjük a potenciális ügyfeleket. Azok az intézmények, vállalatok, cégek, akik nincsenek fent a Facebook-on, hatalmas lépéshátrányba kerülnek, mert ez olyan, mint egy igazi baráti klub, ahova az emberek lejárnak és társalognak. Ez egy nagyon forgalmas klub, ahol az átlag felhasználó napi 4-5 órát tölt el aktívan. Ezt az időt kell megragadnunk és felhasználni arra, hírt adjunk magunkról, felkeltsük az érdeklődést és az olvasóban erősítsük a közösségi érzést irányunkban. A közösségi oldalak elsődleges szerepe tehát az értékes és releváns tartalmak megosztása a tömegekkel és az ismertségünk növelése.

Vizsgálatomat az említett intézmények Facebook oldalának az általános információival kezdtem, melyben természetesen mindegyik könyvtár a pontos elérhetőségén túl a küldetését, állományleírását osztja meg. Ezen felül csak a szegedi közli a könyvtárhasználat szabályzatát. A debreceni könyvtár és az ELTE könyvtára mutatkozik be ennél jóval részletesebben: az előbbi a könyvtár épületének történetéről értekezik röviden, évszámokkal, képekkel kronológiában. Az ELTE Egyetemi Könyvtára azonban ezen is túlmegegy és egy rendkívül részletes könyvtártörténeti bemutatót ír az alapítástól kezdve, kitér részleteiben az egyes főigazgatók tevékenységére (mindezt képekkel gazdagon illusztrálva).

A vizsgálat másik aspektusa kapcsolattartás: ebben az egyes könyvtárak jelentős eltérést mutatnak. Egy részük (ELTE és Corvinus) rendkívül szerteágazó kapcsolatot ápol és ezáltal továbbít információkat. A két pesti könyvtár a saját egyetemén kívül a hallgatói önkormányzatokkal, releváns magyar és külföldi szakfolyóiratokkal, kulturális intézményekkel, nemzetközi szervezetekkel van kapcsolatban és ez

természetesen megjelenik az idővonalukon publikált információk minőségében is. Képekkel illusztrált, modern hangvételű, figyelemfelkeltő híreket, eseményeket közvetítenek követőik számára. Híreik közt nemcsak magát az adott könyvtárat érintő saját információk találhatók meg (pl.: könyvtártörténeti érdekességek, nyitvatartási változás, könyvajánló, bibliofil szaktanácsadás, könyvtári tréning, stb.), hanem a médiában megjelent hírek, videók, vagy a hallgatóikkal kapcsolatos érdekes események, kiemelkedő részvételek is. Oldalaikon természetesen konferenciákról, populáris hírekről, pályázatokról, ösztöndíjakról, egyéb eseményekről is olvashatunk. Az ELTE Könyvtára külön hangsúlyt fektet egy, a szakma számára fontos program népszerűsítésére, a „MENTSEN MEG EGY KÖNYVET – FOGADJA ÖRÖKBE!”. A Corvinus Könyvtára ugyanezen a vonalon található, csak náluk az aktuális, szakmába vágó posztok a dominánsak. Összességében a két pesti egyetemi könyvtár Facebook marketingje rendkívül aktuális, érdekes, figyelemfelkeltő és rendszeres.

A másik véglet a Debreceni Egyetemi és Nemzeti Könyvtár Facebook oldala. Idővonala szinte kizárólag könyvajánlókat tartalmaz végeláthatatlan folyamban tematikus csoportosítás nélkül. Kapcsolataiban is ez a monotonitás jellemző, hiszen kizárólag saját anyaintézményére utal, anélkül hogy bármilyen aktuális hírt, média megjelenést bemutatna. Magára a könyvtárra vonatkozó hírekről sem tudósít.

A Facebook marketing két szélsőséges esete közötti átmenetet a pécsi Tudásközpont és a Szegedi Tudományegyetem Egyetemi Könyvtára képezi. A szegedi könyvtár blogszerű, közvetlen hangvétele szembetűnő. Magáról a könyvtárról – a vizsgálatom alá vetek közül - ezen az oldalon tudunk meg a legtöbbet: a könyvtári eseményekről (pl.: nyílt napok, könyvtári éjszakák, fotópályázatok, Renoir kvíz, magukról a könyvtárosokról, Kaffka kvíz, Csajkovszkij kvíz, IKSZ kitüntetés, stb.), illetve a róluk szóló sajtó megjelenésekről pontosan tudósít. Életszerű, szerethető, közvetlen benyomást kelt az oldal a látogatóban. Nem hiányoznak a releváns információk (bár ezek száma kevesebb, mint a Corvinus vagy az ELTE esetében), vagy a sajtóban megjelent hírek sem. Változatos, képekkel gazdagon illusztrált, figyelemfelkeltő oldalra kerül a kíváncsi olvasó.

A Tudásközpont oldaláról elmondható, hogy informatív. Az idővonalon megjelenő postok többségében az egyetemi eseményekre, kiállításokra, könyvbemutatókra, konferenciákra invitálnak; az egyetem pezsgő kulturális életét propagálja. Rendszeresen értesít a könyvtárszakmai érdekességekről, technikai újításokról, informatikai újdonságokról, felmérésekről. Rendszeresen megosztja az új beszerzések, könyvek leírását. Az Egyetemi Könyvtár keretei közt működő Történeti Gyűjtemények Osztálya, a Klimotéka és az Egyetemtörténeti Múzeum híreit, újdonságait, programjait is közvetíti. Az intézmény hangsúlyt fektet egy fontos könyvtár-pedagógiai elvre: játékosan érdemes megszerettetni a könyveket, az olvasást és ezáltal a könyvtárat. Több játékos kvízt, felhívást indított útjára a könyvtár, amit természetesen a facebook-on is hirdet. Külön kiemelném a fényképek közt a „ha a könyvek mesélni tudnának” c albumot. A képek tanulsága szerint egy-egy könyv, ha mesélni tudna, bizonyára érdekes élettörténetről árulkodna. A könyvről készült képeket elérhetővé tettük itt, hogy amennyiben olvasóink kedvet éreznek hozzá „elmesélhessék” nekünk 1-2 oldalban a könyv történetét.

Érdekességként került föl egy mappába magának az épület felépítésének a különböző fázisa az alapköveteltől az átadásig. A képek arról tanúskodnak, ahogy egy könyvtáros látta az új munkahelyének felépülését.

Összegzés:

Az internet robbanásszerű növekedésével az információs társadalom gyökeres változáson ment keresztül. Leszögezhetjük, hogy ma már nem elég, ha csak egy jól felépített, gazdag tartalommal ellátott honlapot üzemeltetünk. A jó honlap szükséges, de rég nem elégséges feltétel ahhoz, hogy kapcsolatba tudjunk kerülni az olvasókkal. Az új trendek megjelenésével a könyvtáraknak teljes attitűdváltásra van szükségük, melynek középpontjában a gyors, rövid, átlátható, célra törő információ áll. Ott kell lennünk az online csatornákon, mert a célközönséget (jelen esetben a hallgatókat/ az y generáció képviselőit) ott találjuk meg, a közönség pedig elvárja, hogy az interneten megfelelő információkhoz jusson. Minél több és jobb szolgáltatást kínál egy közösségi hálózat, annál nagyobb esélye van a sikerre. Legyen játék – szórakozás – tanulás – segítségnyújtás – exkluzív információ szolgáltatása – vagy éppen vevőszolgálat.