



Σύντομος Οδηγός για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Χρήση & Αποτίμηση

Νούλα Αλβανούδη & Παρασκευή Βοζανά



**Σύντομος Οδηγός για τα Μέσα
Κοινωνικής Δικτύωσης: χρήση &
αποτίμηση**

**Νούλα Αλβανούδη & Παρασκευή
Βοζανά**

**Συνοδευτικό υλικό στην
παρουσίαση εργασίας "Social Media
usage and assessment for Greek
Academic Libraries"**

**IFLA WLIC 2019 – SATELLITE MEETING
"STATISTICS AND EVALUATION
SECTION"**

**Βασιζόμενο στο: A Netiquette Guide
for Social Media Interaction, Cambre
Associates, 2014**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ

LINKEDIN



BLOGS

BLOGGER, WORDPRESS, TUMBLR



MICROBLOGGING

TWITTER



ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ VIDEO

YOUTUBE, VIMEO, DAILYMOTION



dailymotion

ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

INSTAGRAM, FLICKR



ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΣΕΛΙΔΟΔΕΙΚΤΕΣ (SOCIAL BOOKMARKING)

REDDIT, DIGG



digg

PINTEREST



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

FACEBOOK



ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ

SLIDESHARE,

PREZI



Prezi

Επαγγελματική Δικτύωση

LinkedIn (<https://www.linkedin.com>)

είναι ένα επαγγελματικό ΜΚΔ, το οποίο ενώνει επαγγελματίες σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιτρέπει τα μέλη του (εργαζόμενους και εργοδότες) να δημιουργήσουν προφίλ και "συνδέσεις" μεταξύ τους, οι οποίες αντικατοπτρίζουν τις πραγματικές επαγγελματικές σχέσεις σε πραγματικό εργασιακό περιβάλλον.

- Έχει πάνω από 610 εκατ. χρήστες σε πάνω από 200 χώρες και περιοχές παγκοσμίως



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Προσθέστε μια εικόνα προφίλ
- Δημιουργήστε ένα σύντομο βιογραφικό ή μια επαγγελματική περιγραφή σας
- Τα καλύτερα προφίλ είναι περισσότερο πληροφοριακά και λιγότερο εταιρικά
- Εισάγετε τις επαφές σας μέσω του λογαριασμού σας email
- Ελέγξτε τις προτάσεις του LinkedIn για επαφές που πιθανόν γνωρίζετε
- Μην αποδέχεστε προσκλήσεις ανθρώπων που δεν γνωρίζετε και δεν έχετε τίποτα κοινό
- Μην στέλνετε πρόσκληση σε ανθρώπους που δεν γνωρίζετε
- Ζητήστε από τις επαφές σας να σας συστήσουν σε ανθρώπους που γνωρίζουν
- Αναζητήστε ενδιαφέροντα γκρουπ και συνδεθείτε μαζί τους. Συμμετέχετε σε συζητήσεις



Blogs

WordPress (<https://worldpress.com>)

είναι ένα σύστημα ανοικτού λογισμικού για τη δημιουργία και δημοσίευση ιστοσελίδων και blog

- 17-20 % του διαδικτύου υποστηρίζεται από το Wordpress
- Οι χρήστες του παράγουν περίπου 69.3 εκατ. νέες αναρτήσεις σε blog, 72.0 εκατ. νέα σχόλια κάθε μήνα

Blogger (<https://www.blogger.com>)

είναι η υπηρεσία blog της Google. Μπορεί κανείς να διαμοιραστεί κείμενα, βίντεο και εικόνες

- είναι το 2ο πιο δημοφιλές μέσο στην κατηγορία των blog

Tumblr (<https://www.tumblr.com>)

είναι μια πλατφόρμα blogging, η οποία επιτρέπει τους χρήστες να αναρτήσουν κείμενο, εικόνες, βίντεο, συνδέσμους, κ.λπ.

- περιλαμβάνει πάνω από 400 εκατ. blogs και πάνω από 165 δισεκατ. αναρτήσεις σε blog
- 0.98% μερίδιο της Ευρωπαϊκής αγοράς



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Δηλώστε ποιος/α είστε όταν σχολιάζετε
- Δώστε τα εύσημα στις πηγές σας (έρευνες, νέα, άλλα blogs)
- Αναρτήστε σχετικό περιεχόμενο και προσφέρετε πολύτιμες πληροφορίες
- Παράσχετε συνδέσμους
- Μην προκαλείτε & εκνευρίζετε τους υπόλοιπους bloggers/αναγνώστες απλά επειδή δεν μοιράζεστε την ίδια άποψη
- Διαμοιραστείτε ενδιαφέρουσες αναρτήσεις μέσω κοινωνικών σελιδοδεικτών

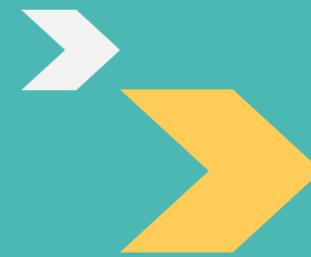


Microblogging

Twitter (<https://twitter.com>)

είναι μια πλατφόρμα microblogging & κοινωνικής δικτύωσης, στην οποία οι χρήστες αναρτούν & αλληλεπιδρούν με μηνύματα γνωστά ως "tweets". Τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αναρτούν περιεχόμενο, να κάνουν like και να αναδημοσιεύουν tweets, ενώ τα μη εγγεγραμμένα μέλη μπορούν μόνο να τα διαβάζουν. Μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός μπορεί να επικοινωνήσει με το κοινό τους ή με τα άτομα που αναρτούν tweets σχετικά με ένα θέμα σε πραγματικό χρόνο. Επίσης, έχει αποδειχθεί ως ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για τη διαχείριση κρίσεων

- 330εκατ. ενεργοί χρήστες
- 6.11% μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Δημιουργήστε ένα avatar για να προσωποποιήσετε το προφίλ σας. Αυτό μπορεί να είναι μια φωτογραφία, μια εικόνα, ένα σχέδιο, κ.λπ.
- Συμπεριλάβετε ένα σύντομο βιογραφικό/παρουσίαση για τον εαυτό σας
- Όσο περισσότερους ακολουθείτε, τόσο περισσότεροι είναι πιθανό να σας ακολουθήσουν
- Μη χρησιμοποιείτε το Twitter μόνο για την αυτοπροβολή σας
- Αν κάποιο tweet σας φαίνεται ενδιαφέρον, κάντε το retweet
- Θυμηθείτε πως όλοι σας "ακούν", οπότε πάντα να σκέφτεστε πριν αναρτήσετε οτιδήποτε



Διαμοιρασμός Video

YouTube

(<https://www.youtube.com>)

είναι ένας ιστότοπος για διαμοιρασμό video. Επιτρέπει στους χρήστες να μεταφορτώνουν video, να τα βλέπουν, αξιολογούν, διαμοιράζονται, αναφέρουν και να τα σχολιάζουν. Επίσης, μπορούν οι χρήστες να γίνονται συνδρομητές σε κανάλια άλλων χρηστών, καθώς και να προσθέτουν τα αγαπημένα τους video σε λίστες. Χρησιμοποιήστε ακριβείς περιγραφές και τίτλους προκειμένου να βελτιώσετε την ορατότητα στις μηχανές αναζήτησης, και να βελτιώσετε την κυκλοφορία της ιστοσελίδας.

- 1900 εκατ. ενεργοί χρήστες/ 4.38% μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς

Dailymotion

(<https://www.dailymotion.com>)

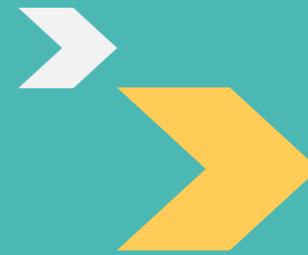
είναι μια πλατφόρμα διαμοιρασμού video. Διατίθεται παγκοσμίως σε 24 γλώσσες και 39 τοπικές εκδόσεις, με χαρακτηριστικά τοπικών ιστοσελίδων και τοπικού περιεχομένου

- * 300 εκατ. χρήστες, οι οποίοι παρακολουθούν 3.5 δισεκατ. videos κάθε μήνα

Vimeo (<https://vimeo.com>)

είναι μια πλατφόρμα ανοιχτού λογισμικού, χωρίς διαφημίσεις, η οποία παρέχει δωρεάν υπηρεσίες παρακολούθησης. Παρέχει στους δημιουργούς την απαραίτητη τεχνολογία και τα εργαλεία για την φιλοξενία, διανομή και νομιματοποίηση των video

- *Φιλοξενεί πάνω από 90 εκατ. δημιουργούς παγκοσμίως



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Μην διαμοιράζετε περιεχόμενο με πνευματικά δικαιώματα, συμπεριλαμβανομένων των video, εικόνων και μουσικής
- Εάν εντοπίσετε ένα ενδιαφέρον video, αφήστε ένα σχόλιο, ή δηλώστε πως σας αρέσει ή διαμοιραστείτε το σε άλλα κοινωνικά δίκτυα
- Μην αναρτάτε υλικό το οποίο μπορεί να προσβάλει τον εαυτό σας



Διαμοιρασμός Φωτογραφιών

Instagram

(<https://www.instagram.com>)

είναι μία υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης η οποία επιτρέπει τον διαμοιρασμό φωτογραφιών, προσωπικών videos, την εισαγωγή στιγμιοτύπων, με τη χρήση φίλτρων. Επίσης μπορεί το μέλος να διαδράσει με άλλους χρήστες, να αναζητήσει άλλους χρήστες, να τους ακολουθήσει και να σχολιάσει στις φωτογραφίες τους. Συνηθίζεται η χρήση hashtag (e.g. #Library)

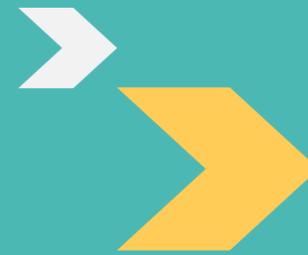
- 1000 εκατ. ενεργοί χρήστες

Flickr

(<https://www.flickr.com>)

είναι μία εφαρμογή διαχείρισης και διαμοιρασμού φωτογραφιών με σύνθετα και δυναμικά χαρακτηριστικά. Υποστηρίζει μια ενεργή και δεσμευμένη κοινότητα, όπου τα μέλη μοιράζονται και εξερευνούν τις φωτογραφίες μεταξύ τους.

- Φιλοξενεί 90 εκατ. χρήστες, δεκάδες δισεκατομμύρια φωτογραφίες και 2 εκατ. groups



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Φροντίστε την ποιότητα των φωτογραφιών
- Οι χρήστες φαίνεται να προτιμούν φωτογραφίες της καθημερινότητας (snapshots)
- Οι Selfies είναι περισσότερο διαδεδομένες στο διαδίκτυο



Social bookmarking

Pinterest (<https://pinterest.com>)

είναι ένα κοινωνικό δίκτυο στο οποίο οι χρήστες μοιράζονται και ανακαλύπτουν νέα ενδιαφέροντα ψηφιακά, αναρτώντας (γνωστό ως 'pinning') εικόνες ή videos στους δικούς τους πίνακες ανακοινώσεων ή στην άλλων (δηλ. μια συλλογή από 'pins,' συνήθως με ένα κοινό θέμα, καθώς επίσης περιηγούνται στα pins άλλων χρηστών

- 250 εκατ. ενεργοί χρήστες/ 13,61% μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς

Reddit (<https://www.reddit.com>)

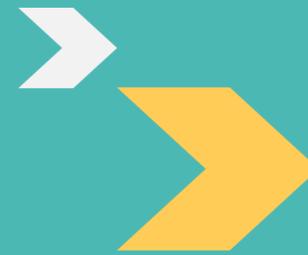
είναι ένας ιστότοπος συσσώρευσης νέων, αξιολόγησης ηλεκτρονικού περιεχομένου και διαλόγου. Τα εγγεγραμμένα μέλη καταθέτουν το περιεχόμενό τους στο site, όπως συνδέσμους, κείμενα και εικόνες, το οποίο ψηφίζεται από τα υπόλοιπα μέλη. Οι αναρτήσεις οργανώνονται θεματικά μέσα στους πίνακες που δημιουργούν οι χρήστες, οι "subreddits", με διάφορη θεματική κάλυψη

- 330 εκατ. ενεργοί χρήστες

Digg (<http://digg.com>)

είναι ένα κοινωνικό δίκτυο και συσσωρευτής νέων, όπου συγκεντρώνονται ιστορίες των χρηστών του (σε μορφή άρθρων, videos, πρωτότυπου περιεχομένου). Οι ιστορίες είτε ψηφίζονται υπέρ (diggged) είτε κατά (buried). Οι πιο δημοφιλείς ιστορίες εμφανίζονται στην πρώτη σελίδα. Οι χρήστες μπορούν να ψάξουν, να διαβάσουν και να μοιραστούν τις πιο ενδιαφέρουσες και πιο πολυσυζητημένες ιστορίες στο internet

- Το χρησιμοποιούν 869,918 ιστοσελίδες



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Αναγνωρίστε πιθανές εικόνες, άρθρα για να δημοσιεύσετε στην σελίδα σας
- Εκμεταλλευτείτε τις ιστοσελίδες που δίνουν τη δυνατότητα να γίνουν σελιδοδείκτες και μοιραστείτε online το περιεχόμενο μέσω των ΜΚΔ
- Μην ξεχνάτε τη δύναμη της χρήσης μιας εικόνας σε μία ανάρτηση στα ΜΚΔ



Δημιουργία Κοινοτήτων

Facebook (<https://www.facebook.com/>)

είναι ένα online μέσο κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι χρήστες δημιουργούν προφίλ, σελίδες εταιριών, εκδηλώσεων, group, κ.λπ. με φωτογραφίες, λίστες ενδιαφερόντων, στοιχεία επικοινωνίας, κ.λπ. Διευκολύνει την επικοινωνία με τους φίλους και τους ακολούθους μέσω δημοσίων και ιδιωτικών μηνυμάτων

- Το πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο παγκοσμίως
- 2320 εκατ. ενεργοί χρήστες
- 69,52% μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς/ 76.3% μερίδιο της ευρωπαϊκής αγοράς



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Ελέγξτε τις ρυθμίσεις απορρήτου και επιλέγετε προσεκτικά τους φίλους που προσθέτετε
- Παρακολουθείτε την σελίδα σας για ασεβή/απρεπή σχόλια
- Μην αναρτάτε προσβλητικές/ εξευτελιστικές φωτογραφίες, ειδικά εάν αυτές μπορούν να παρερμηνευτούν
- Διατηρήστε το ζωντανό - Ανανεώνετε την κατάσταση και τη σελίδα σας σε τακτά χρονικά διαστήματα
- Συμμετέχετε σε groups και αναρτάτε σχετικές πληροφορίες
- Μην το παρακάνετε με τις συζητήσεις - προτιμήστε σύντομους διαλόγους
- Απαντήστε σε όσους διαδρούν μαζί σας
- Εξοικειώστε τον εαυτό σας με προφίλ/group/ "like" σελίδες και τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά



Διαμοιρασμός Online παρουσιάσεων

Prezi (<https://prezi.com>)

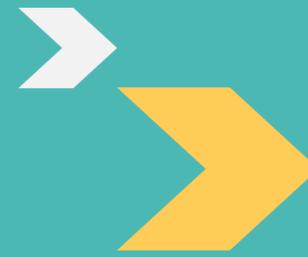
είναι ένα λογισμικό παρουσιάσεων, το οποίο χρησιμοποιεί την κίνηση και το zoom. Αντί για διαφάνειες, χρησιμοποιεί την προσέγγιση του καμβά

- Υποστηρίζει πάνω από 100 εκατ. χρήστες
- Οι χρήστες έχουν δημιουργήσει πάνω από 360 εκατ. prezis—και συνεχίζουν

LinkedIn Slideshare (<https://www.slideshare.net/>)

είναι μια υπηρεσία φιλοξενίας επαγγελματικών παρουσιάσεων με διαφάνειες. Συμπεριλαμβάνει επίσης infographics, έγγραφα και videos. Οι χρήστες μπορούν να μεταφορτώσουν δημόσια ή ιδιωτικά αρχεία σε μορφή PowerPoint, Word, PDF, ή OpenDocument

* 80 εκατ. επαγγελματίες εμπιστεύονται το SlideShare



Κανόνες χρήσης/δέσμευσης

- Ποτέ μη δημοσιεύετε ευαίσθητες πληροφορίες
- Δημιουργήστε ευανάγνωστες παρουσιάσεις
- Προσθέστε ετικέτα στην παρουσίασή σας για μεγαλύτερη ορατότητα
- Μοιραστείτε την παρουσίασή σας μόνο εάν αξίζει να το κάνετε



1. Για να δημιουργήσετε αναγνωρισιμότητα

Τα ΜΚΔ λειτουργούν σαν “Ηχο-δωμάτια” και δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν διαφορετικό κοινό σε διαφορετικό ρυθμό. Συνεισφέρουν στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας της βιβλιοθήκης σας.

Να θυμάστε: **ότι δημοσιεύεται στο web μένει στο web.**

2. Για να προωθήσετε τη Βιβλιοθήκη σας

Τα ΜΚΔ βοηθούν στην ενίσχυση της εικόνας και του επαγγελματικού προφίλ της Βιβλιοθήκης σας. Χρησιμοποιήστε τα ΜΚΔ για να προωθήσετε εκδηλώσεις, πηγές, συλλογές, υπηρεσίες κι εκπαιδευτικό υλικό.

Σημαντικό! **Επικοινωνήστε τη δουλειά σας - Συναντήστε τους χρήστες σας**

3. Για να έρθετε πιο κοντά με το κοινό σας

Οι σχέσεις στα ΜΚΔ μπορούν να είναι μακρόχρονες, συνεπώς είναι σημαντικό να θεμελιώσετε μια θετική σχέση με το κοινό σας. Αναπτύξτε σχέσεις και αλληλεπιδράσεις εμπιστοσύνης με τους χρήστες. Όταν κάποιος σας γνωρίζει, τους αρέσετε και σας εμπιστεύονται, μπορείτε να προχωρήσετε από τα αρχικά στάδια της σχέσης σας μέχρι τη δέσμευση.

4. Για να βελτιώσετε τη φήμη σας

Βελτιώστε τη φήμη και το brand name σας επικοινωνώντας ποιοτικό και εστιασμένο περιεχόμενο. Να είστε συνεπείς, να παρέχετε χρήσιμες πληροφορίες και πάντα να διατηρείτε τον σεβασμό.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ
ΑΣΧΟΛΗΘΕΙΤΕ
ΜΕ ΤΑ ΜΚΔ

ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΜΕ
ΤΑ ΜΚΔ

5. Για να χτίσετε αξιοπιστία

Οι χρήστες των ΜΚΔ εμπιστεύονται τις απόψεις των υπολοίπων σχετικά με τη βιβλιοθήκη σας. Ότι έχουν να πουν αποτελεί κλειδί για την ανάπτυξη μιας αξιόπιστης ταυτότητας. Η παρακολούθηση των ΜΚΔ είναι ζωτική για την κατάλληλη κι έγκαιρη αντίδραση.

6. Για να αυξήσετε την κίνηση

Μια καλά ενοποιημένη και συνεπής παρουσία στα ΜΚΔ παρέχει τη δυνατότητα να παράγονται σύνδεσμοι και να βελτιώνεται η κατάταξη του καναλιού και του ιστοτόπου σας στις μηχανές αναζήτησης.

7. Για να παρέχετε υπηρεσίες

Χρησιμοποιήστε τα ΜΚΔ για να παρέχετε υπηρεσίες προς τους χρήστες, όπως πληροφοριακές, διαδανεισμού και άλλες. Παρέχετε άμεση και γρήγορη πληροφόρηση και υποστήριξη.

8. Για να βελτιώσετε τις σχέσεις με τρίτους

Συζητήστε με τους χρήστες σας και προσκαλέστε τους να σχολιάσουν, αναρτήστε περιεχόμενο για να καλύψετε τις ανάγκες της κοινότητάς σας (π.χ. ακαδημαϊκής, φοιτητικής) και προσελκύστε νέα μέλη, διευρύνετε τα κανάλια επικοινωνίας με άλλες βιβλιοθήκες και οργανισμού και διαμοιράστε τις αναρτήσεις τους, χτίστε σχέσεις με την ευρύτερη κοινότητα (π.χ. κοινοποιήστε μια ανάρτηση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης), συνδεθείτε με τους απομακρυσμένους χρήστες.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ
ΑΣΧΟΛΗΘΕΙΤΕ
ΜΕ ΤΑ ΜΚΔ

ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΜΕ
ΤΑ ΜΚΔ

9. Για να λαμβάνετε ανατροφοδότηση

Η ανατροφοδότηση από τους χρήστες συμβάλλει στη βελτίωση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης σας.

10. Για να προσελκύσετε πιθανή χρηματοδότηση

Ένα ενεργό και ορατό προφίλ, ένα καλό brand name και μία αξιόπιστη ταυτότητα στα ΜΚΔ μπορούν να προσελκύσουν πιθανούς χρηματοδότες

11. Είναι οικονομικό

Τα περισσότερα ΜΚΔ είναι δωρεάν ή κοστίζουν πολύ λίγο. Αυτό που κοστίζει περισσότερο είναι ο χρόνος σας.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ
ΑΣΧΟΛΗΘΕΙΤΕ
ΜΕ ΤΑ ΜΚΔ

ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΜΕ
ΤΑ ΜΚΔ

Τα 4 βήματα της Στρατηγικής Αλληλεπίδρασης στα ΜΚΔ

1. ΑΚΟΥΣΤΕ

Αυτό είναι ενδεχομένως το πιο σημαντικό βήμα για κάθε διάδραση στα ΜΚΔ. Όσοι επιθυμούν να συμμετέχουν σε μια συζήτηση θα πρέπει πρώτα να αναγνωρίσουν πού πραγματοποιείται, τι λέγεται και ποιος λέει τι. Ακούστε προσεκτικά. **Γνωρίστε τα δίκτυά σας.**

2. ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΤΕ

Μια επιτυχημένη διάδραση στα ΜΚΔ θα πρέπει να σχεδιάζεται προσεκτικά ώστε να διασφαλίζεται η συνεκτικότητα των μηνυμάτων. Θα πρέπει να υπάρχει καθαρή επιχειρηματολογία και τεκμηρίωση προς την υποστήριξή τους. **Σκεφτείτε πριν αναρτήσετε.**

3. ΔΕΣΜΕΥΤΕΙΤΕ

Η συζήτηση στα ΜΚΔ συμβαίνει "τώρα". Η αμεσότητα είναι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά στο σύμπαν των ΜΚΔ. Όταν κάτι δημοσιεύεται, οι αντιδράσεις ακολουθούν μέσα στα επόμενα λεπτά. **Προετοιμαστείτε από νωρίτερα, αλλά να είστε και γρήγοροι.**

4. ΜΕΤΡΗΣΤΕ

Είναι πολύ σημαντικό να παρακολουθείτε την απήχηση των online ενεργειών, έτσι ώστε να βελτιώνετε και να μεταλλάσσετε την στρατηγική σας. **Μάθετε από όσα εσείς ή/και οι υπόλοιποι γύρω σας έχουν κάνει.**

ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ

DO'S & DON'TS

ΣΥΣΤΗΘΕΙΤΕ

Δεν θα πλησιάζατε μια ομάδα ατόμων κατά την διάρκεια ενός συνεδρίου χωρίς να συστηθείτε πρώτα. Μια online συνομιλία δεν διαφέρει. Δώστε το όνομά σας, πού εργάζεστε, για ποιο λόγο συμμετέχετε στη συζήτηση, κ.λπ.

ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΤΕ ΣΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Η συζήτηση θα πραγματοποιηθεί με ή χωρίς εσάς, έτσι εάν επιθυμείτε να επηρεάσετε θετικά την ανάπτυξη του καναλιού σας, πρέπει να συζητάτε ΑΜΕΣΑ. Σχολιάστε στα blogs, στις εικόνες, στα videos, στα tweets και retweet, δημιουργήστε και ενώστε ομάδες και δίκτυα. Διαμοιραστείτε περιεχόμενο.

ΜΗΝ ΨΕΥΔΕΣΤΕ

Μην μπείτε στον πειρασμό της ανωνυμίας που προσφέρει το διαδίκτυο. Το "χτίσιμο" ενός αξιόπιστου προφίλ στα ΜΚΔ είναι ο σωστός τρόπος για μια παραγωγική αλληλεπίδραση σε αυτά.

ΚΑΝΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ

DO'S & DON'TS

ΔΟΥΝΑΙ ΚΑΙ ΛΑΒΕΙΝ

Για να λάβετε προσοχή, θα πρέπει πρώτα να δώσετε και λίγη. Ακολουθήστε άλλους και κατά πάσα πιθανότητα θα σας ακολουθήσουν κι αυτοί. Πράξτε αναλόγως και στα σχόλια, στον διαμοιρασμό, κ.λπ.

ΣΥΝΔΕΘΕΙΤΕ

Η δημιουργία φίλων online είναι πολύ πιο εύκολο από την πραγματική ζωή. Συνδεθείτε, γίνετα μέλη σε ομάδες ατόμων, εγγραφείτε σε RSS feeds. Πείτε στον κόσμο πού θα σας βρουν στο σύμπαν των ΜΚΔ. Διαμοιραστείτε τους λογαριασμούς σας σε αυτά συμπεριλαμβάνοντάς τα στην ιστοσελίδα σας, στο blog σας, στα emails σας, κ.λπ.

ΔΩΣΤΕ ΤΑ ΕΥΣΗΜΑ

Δώστε την πρέπουσα αναγνώριση σε αναρτήσεις από άλλες πηγές. Ακολουθήστε κάποιους βασικούς κανόνες πνευματικών δικαιωμάτων και αντιγράψτε το περιεχόμενο. Οι χρήστες αρέσκονται στην αναγνώριση και στη διασύνδεση μέσω αναφορών σε αυτούς. Εάν βρείτε κάτι άξιο διαμοιρασμού, αναφέρετε τον συγγραφέα ή πού το είδατε.

DO'S & DON'TS

ΜΗΝ "ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΖΕΤΕ"

Μην "κατασκευάζετε" μια εκστρατεία βασιζόμενοι σε ψεύτικους χαρακτήρες ή κατασκευασμένους οργανισμούς. Θα αποκαλυφθείτε και η αξιοπιστία σας θα υποστεί σοβαρές συνέπειες.

ΜΙΛΗΣΤΕ ΣΑΝ ΑΝΘΡΩΠΟΣ

Γράψτε όπως φυσιολογικά θα μιλούσατε, όχι σα να στέλνετε email στον προϊστάμενό σας. Προσπαθήστε να αποφύγετε επαγγελματικές ορολογίες, ακρωνύμια και ανούσιους ευφημισμούς. Ελέγξτε την ορθογραφία σας και μη χρησιμοποιείτε περίπλοκες συντομογραφίες.

ΣΕΒΑΣΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ

Μια κοινότητα στο διαδίκτυο αποτελείται από ένα μείγμα χαρακτήρων. Όταν σχολιάζετε και αναρτάτε αποφύγετε κάθε είδους απρεπούς και προσβλητικής συμπεριφοράς και γλώσσας. Διαφορετικά η κοινότητα θα σας τιμωρήσει και θα σας αγνοήσει. Να είστε υπομονετικοί και επιεικείς.

ΚΑΝΟΝΕΣ

ΤΟΥ

ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ

DO'S & DON'TS

ΑΚΟΥΣΤΕ ΠΡΙΝ ΜΙΛΗΣΕΤΕ

Πάρτε τον χρόνο σας να διαβάσετε προσεκτικά ότι συζητείται και θυμηθείτε να εξασφαλίσετε μια καθαρή σύνδεση αν έχετε κάτι να πείτε. Αντιληφθείτε την προέλευση του καθενός και τους λόγους των λεγόμενων τους, έτσι ώστε να τους προσελκύσετε. Ο κόσμος εκτιμά την εποικοδομητική κριτική, εκτός από τους ξερόλες και όσους μιλούν για άσχετα θέματα.

ΠΡΟΣΘΕΣΤΕ ΑΞΙΑ ΣΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Μπορεί να μην είστε δημοσιογράφος, επαγγελματίας blogger ή ειδικός στην επικοινωνία, αλλά μπορείτε να γράψετε κάτι με ουσία, κάτι πρωτότυπο, κάτι από το οποίο οι υπόλοιποι θα μάθουν, κάτι άξιο προς ανάγνωση.

ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΙ & ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΙ

Οι online συζητήσεις γενικά προσφέρουν μια χαλαρότητα. Η καλή αίσθηση του χιούμορ βοηθάει αρκετά. Το να είστε πνευματώδης, πρόθυμοι και ευχάριστοι συμβάλλει στην εξασφάλιση της επιτυχίας και βοηθάει στο να σας προσεγγίσουν και να νιώσουν.

ΚΑΝΟΝΕΣ

ΤΟΥ

ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ



ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΚΔ



Τι να συμπεριλαμβάνει μια πολιτική ΜΚΔ;

ΟΡΙΣΤΕ ΤΟ ΣΚΟΠΟ
ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ

ΟΡΙΣΤΕ ΤΗ
ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ
/ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ,
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ, ΤΟΝΟΣ

ΘΕΣΤΕ ΤΑ ΟΡΙΑ

ΟΡΙΣΤΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ
ΠΟΥ ΑΦΟΡΑ Η
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΚΔ

Π.Χ. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΣ,
ΧΡΗΣΤΕΣ



ΓΙΑ...

D

O

I

T

- την Προώθηση και διαφήμιση των πηγών και υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης
- την Ενδυνάμωση της εικόνας της Βιβλιοθήκης
- την Παροχή γενικών πληροφοριών σχετικά με τη Βιβλιοθήκη
- την Ανάρτηση ανακοινώσεων, φωτογραφιών, κ.λπ. σχετικών με των δραστηριοτήτων της Βιβλιοθήκης
- την Ανάπτυξη διαλόγου με τους χρήστες για θέματα σχετικά με τη Βιβλιοθήκη
- τις Απαντήσεις σε ερωτήσεις χρηστών
- την Ανάπτυξη αισθήματος εμπιστοσύνης ανάμεσα στη Βιβλιοθήκη και τους χρήστες
- την Προσέλκυση νέων χρηστών διευρύνοντας τα κανάλια επικοινωνίας

ΑΝΑΡΤΗΣΕΤΕ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟ ΟΠΟΙΟ...

**M
H
N**

- είναι άσεμνο, ρατσιστικό, δυσφημιστικό, συκοφαντικό, χειριστικό, προσβλητικό, απειλητικό
- παραβιάζει τα πνευματικά δικαιώματα άλλων
- δεν έχει σχέση με το περιεχόμενο της σελίδας σας
- περιλαμβάνει εμπορικές προωθήσεις και spam
- επιτρέπει πρόσβαση και μεταφορά σε κάθε είδους σεξουαλικό και βίαιο υλικό ή παραβιάζει τους εθνικούς νόμους και νομοθεσίες
- στοχεύει σε οργανωμένες πολιτικές ή θρησκευτικές δραστηριότητες ή προσηλυτισμού
- περιέχει φωτογραφίες, εικόνες ή κάθε τύπου υλικό σχετικό με τις προαναφερθείσες κατηγορίες
- Εάν υπάρχουν όλα τα παραπάνω, τότε ΜΠΛΟΚΑΡΕΤΕ!
Έχετε το δικαίωμα!

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΜΚΔ



1. Για να υπολογίσετε την αλληλεπίδραση

Μετρήστε τον αριθμό των χρηστών των ΜΚΔ, τον αριθμό των κοινοποιήσεων, τον χρόνο παραμονής των χρηστών στα ΜΚΔ.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ
ΑΝΑΛΥΣΕΤΕ ΤΗ
ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ
ΜΚΔ;

2. Για να υπολογίσετε την ορατότητα των καναλιών σας

Μετρήστε τον αριθμό των χρηστών στα ΜΚΔ, τον αριθμό των επισκέψεων στα κανάλια, τον αριθμό των αναφορών των καναλιών ΜΚΔ από τους χρήστες.

ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ
ΜΚΔ

3. Για να υπολογίσετε τη δέσμευση των χρηστών σας

Μετρήστε τη συχνότητα των επισκέψεων, σχολίων, απαντήσεων και περιεχομένου στις αναρτήσεις, τη συχνότητα των διαμοιρασμών και των ετικέτων, τη συχνότητα των πιστών χρηστών. Μπορείτε επίσης να αναλύσετε το περιεχόμενο των σχολίων και τα emoji.

4. Για να αυξήσετε την ανοιχτότητα, την αναγνώριση και την αξιοπιστία των καναλιών σας

Ενδυναμώστε το brand name σας μέσω της χρήσης των ΜΚΔ. Αυξήστε την ανοιχτότητα, την αναγνώριση και την αξιοπιστία σας.

5. Για να αυξήσετε την εμπιστοσύνη προς εσάς

Μέσω της ενεργής συμμετοχής των χρηστών σας μπορεί η Βιβλιοθήκη να επιτύχει την ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους προς εσάς.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ
ΑΝΑΛΥΣΕΤΕ ΤΗ
ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ
ΜΚΔ;

6. Για να εκπληρώσετε την πληροφοριακή & εκπαιδευτική εντολή

Εκπληρώστε την πληροφοριακή & εκπαιδευτική εντολή που τα ΜΚΔ εκπληρώνουν ως φυσική προέκταση ως κανάλια επικοινωνίας.

ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ
ΜΚΔ

7. Για να ενδυναμώσετε την λήψη αποφάσεων

Αναγνωρίστε και αποφασίστε ανάμεσα σε διάφορες πιθανότητες τη λήψη αποφάσεων για την ενδυνάμωση των ΜΚΔ.

8. Για να μετρήσετε την επιστροφή στην προσπάθειά σας

Εάν επιθυμείτε να διατηρήσετε την παρουσία της Βιβλιοθήκης σας στα ΜΚΔ είναι απαραίτητο να μετράτε την επιστροφή στην προσπάθεια.

Αναλύσεις ΜΚΔ

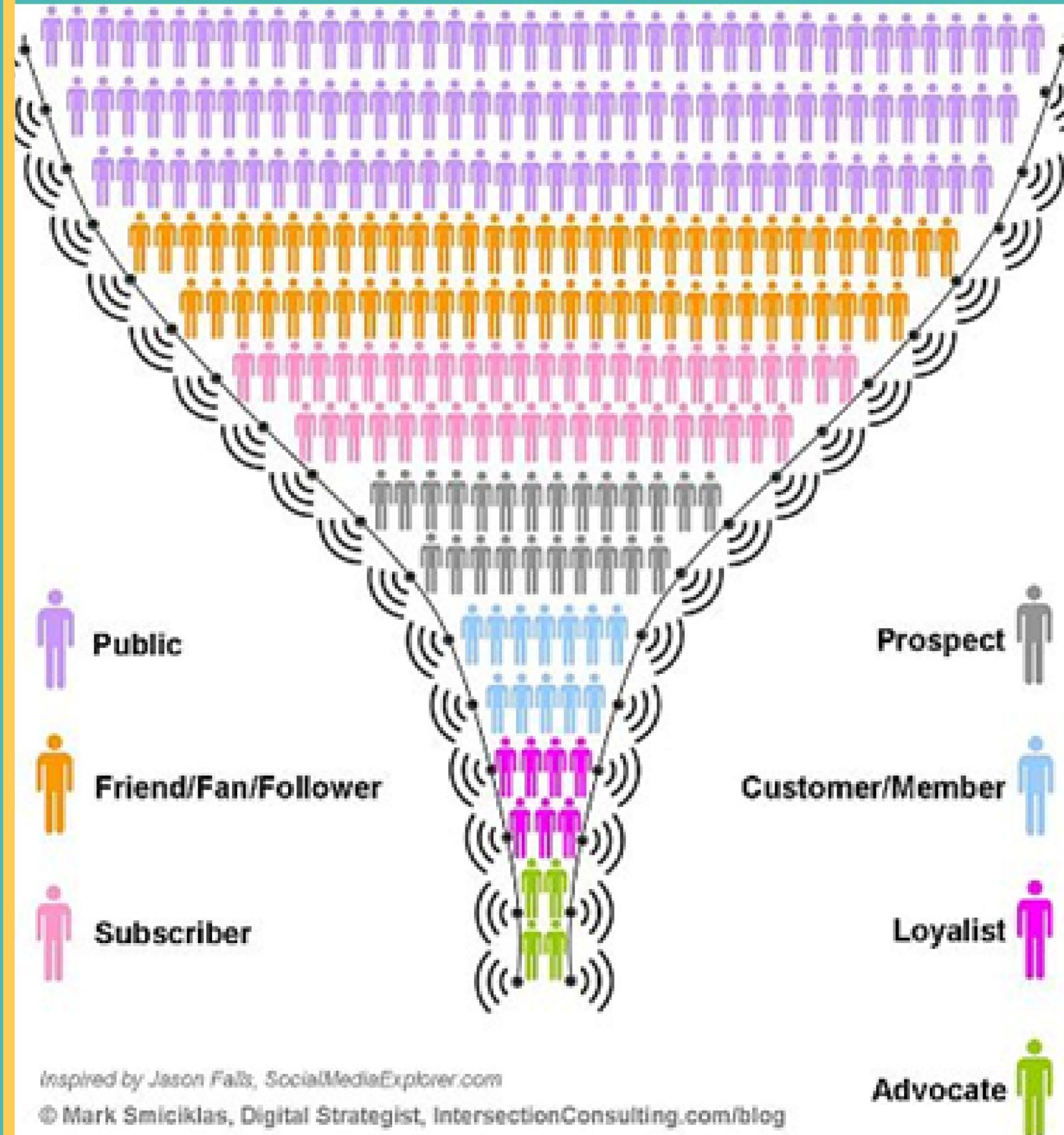
Αποτελεσματικότητα/
Διάχυση



Συμπεριφορές



Συμμετοχή



ΜΚΔ - Χρήσιμα Εργαλεία

Canva

<https://www.canva.com>
(εργαλείο σχεδιασμού και δημοσίευσης)

Bit.ly

<https://bitly.com>
(σύντμηση URL, εργαλείο σελιδοδεικτών και αναλύσεων)

All-Hashtag

<https://www.all-hashtag.com>
(εργαλεία για δημιουργία, παραγωγή και ανάλυση hashtag)

Χρήσιμα Εργαλεία Διαχείρισης & Ανάλυσης των ΜΚΔ

Hootsuite <https://hootsuite.com>

Cyfe <https://www.cyfe.com>

Buffer <https://buffer.com>

Tweetdeck <https://tweetdeck.twitter.com>

Feedly <https://feedly.com>

Awario <https://awario.com>

Talkwalker <https://www.talkwalker.com>

Google Analytics

FB Stats

Twitter Stats

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Burclaff, N., & Johnson, C. (2014). Developing a Social Media Strategy: Tweets, Pins, and Posts with a Purpose. <https://doi.org/10.13016/M2513TX35>
- Burkhardt, A. (2010). Social media: A guide for college and university libraries. *College & Research Libraries News*, 71(1). <https://doi.org/10.5860/crln.71.1.8302>
- Chu, S. K.-W., & Du, H. S. (2013). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1), 64-75. <https://doi.org/10.1177/0961000611434361>
- Garofalo, D. A. (2013). Evaluating the impact of social media in academic libraries. In *Building communities : Social Networking in Academic Libraries* (pp. 161-172). Oxford, UK: Chandos Publishing
- Harrison, A., Burrell, R., Velasquez, S., & Schreiner, L. (2017). Social Media Use in Academic Libraries: A Phenomenological Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 43(3), 248-256. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2017.02.014>
- Kind, D. L. (2015). Managing yours Library's social media channels. *Library Technology Reports*, 51(1), 1-35
- Mergel, I. (2017). Building Holistic Evidence for Social Media Impact. *Public Administration Review*, 77(4), 489-495. <https://doi.org/10.1111/puar.12780>
- Olajide, A. A., & Alao, A. V. (2016). Analysis of Social Media Use among Academic Libraries. *Journal of Balkan Libraries Union*, 4(1), 20-26.
- Taylor & Francis Group. (2014). Use of social media by the Library: current practices and future opportunities [White paper]. Retrieved from <https://librarianresources.taylorandfrancis.com/wp-content/uploads/2017/12/White-Paper-Social-Media-in-the-Library.pdf>

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ

[HTTPS://WWW.STATISTA.COM/TOPICS/1164/SOCIAL-NETWORKS/](https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/)

[HTTPS://WWW.OBERLO.COM/BLOG/SOCIAL-MEDIA-MARKETING-STATISTICS](https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics)

[HTTP://GS.STATCOUNTER.COM/SOCIAL-MEDIA-STATS/ALL/](http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/)

[HTTPS://WWW.SMARTINSIGHTS.COM/SOCIAL-MEDIA-MARKETING/SOCIAL-MEDIA-STRATEGY/NEW-GLOBAL-SOCIAL-MEDIA-RESEARCH/](https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/)

[HTTPS://BLOG.HOOTSUITE.COM/SOCIAL-MEDIA-STATISTICS-FOR-SOCIAL-MEDIA-MANAGERS/](https://blog.hootsuite.com/social-media-statistics-for-social-media-managers/)

[HTTPS://WWW.BRANDWATCH.COM/BLOG/AMAZING-SOCIAL-MEDIA-STATISTICS-AND-FACTS/#SECTION-10](https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/#section-10)