

Jak spravovat facebookovou stránku knihovny



Forma a obsah. Dva naprosto klíčové faktory, které rozhodují o tom, zda budeme na Facebooku úspěšní nebo ne. Ačkoliv můžete na internetu najít obrovské množství návodů a příruček, jak nejlépe spravovat facebookovou stránku,¹ reálná situace je bohužel spíše tristní a stále převažují stránky nudné až vyloženě špatné. Dle mého názoru vše vážne na propojení teorie s praxí. Nejrůznější manuály a poučky četl snad úplně každý, ovšem jejich převedení do reálného facebookového prostředí bývá problém.

Z toho důvodu jsem se rozhodl doplnit jednotlivé oddíly jedním nebo více příklady statusů, jež byly v minulosti realizovány. Čtenář tak získá povědomí o tom, jak se teorie promítá do konkrétních situací.

¹ Z poslední doby mě nejvíce zaujal HAYDON, John. 18 Ways to Improve Your Facebook News Feed Performance. *Social Media Examiner* [online]. 2014-01-28 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/improve-facebook-news-feed-performance/>

Ještě než začneme

Cíle

Ze všeho nejdůležitější je stanovení cílů. Proč je vlastně vaše knihovna na Facebooku? Pokud jste na Facebooku jen proto, že jsou tam všichni ostatní, je to málo.

Když si stanovíte cíle, srovnáte priority a mety, jichž chcete dosáhnout, půjde vše lépe. Základním cílem Knihovny UP² je pochopitelně snaha informovat uživatele o novinkách. Sociální síť však umožňuje mnohem víc. Bavíme se, diskutujeme, ptáme se a odpovídáme. Nikdy dřív nebyl kontakt s uživateli tak snadný. Svou aktivitou na Facebooku budujeme zároveň pověst knihovny a propagujeme její činnost na veřejnosti. Snažíme se, aby knihovna byla slyšet i vidět. Reprezentujeme přitom nejen samotnou knihovnu, ale i zřizovatele (univerzitu) a místo (Olomouc). V dlouhodobém horizontu pak tvoříme komunitu přátel knihovny a utvrzujeme s nimi vzájemný vztah. Chceme, aby se k nám uživatelé rádi vraceli a Facebook je jedním z prostředků, jak toho dosáhnout. A konečně, Facebook je pro nás jakýmsi katalyzátorem změn, působícím také směrem dovnitř. Aktivizuje nás, nutí nás vymýšlet stále něco nového a i díky němu vznikla celá řada úspěšných akcí (výstavy, večerní čtení).

Jakým způsobem vystupovat na Facebooku

Plánování

V praxi se nám velice osvědčilo plánování a psaní statusů dopředu. Aktuality samozřejmě sdílíme okamžitě, ale většinu příspěvků máme nachystaných několik dnů předem. Díky tomu je možné sestavit si „plán týdne“ a podle potřeby zařazovat vážnější nebo vtipnější příspěvky. Delší přípravou eliminujete možnost chyby na minimum³ a zároveň můžete příspěvky upravovat, hledat nejlepší řešení, nechat je dozrát... Odměnou vám bude kvalitnější výsledek.

Jak často a kdy přispívat

Počet statusů za týden záleží na velikosti stránky. Nám se osvědčilo publikovat v pracovní dny maximálně dvakrát za den,⁴ o víkendu maximálně jednou za den, v průměru 7,67 statusů za týden.⁵ Pokud jde o čas publikování, přikláníme se k tvrzení Jeffa Weinerja, že kvalitní status se prosadí kdykoliv.⁶ Příspěvky zveřejňujeme různě, nejčastěji mezi 10. až 15. hodinou, ovšem spíše z pracovních důvodů. Nebojíme se publikovat večer ani o víkendu. Větší důraz klademe na to, aby byla mezi statusy časová mezera alespoň 3 hodiny.⁷

23. ledna 2014 jsme zveřejnili dva statusy, přičemž první status byl natolik úspěšný (4 000 kliknutí), že prakticky pohltil následující status (36 kliknutí). Správně jsme měli ponechat status jen jeden a druhý publikovat nejdříve druhý den.⁸

Statistiky

Současná podoba statistik (*Insights*) přináší správcům stránek výbornou zpětnou vazbu, umožňuje jim sledovat úspěch/neúspěch jednotlivých statusů (*Zobrazit přehledy – Podrobnosti o příspěvku*), jak si stránka vede v krátkodobém i dlouhodobém horizontu apod.⁹ Statistiky určitě sledujte, mohou vás přivést na nové nápady a řešení.¹⁰ Zároveň je ale berte s rezervou, statistiky jsou občas postihovány výpadky.

Propojenost s výpůjčním oddělením

Co se v knihovně opravdu děje? Jací jsou vaši čtenáři? O co se zajímají? V Knihovně UP profitujeme ze skutečnosti, že jeden ze správců facebookových stránek pracuje přímo ve výpůjčním oddělení. Díky tomu jsme v denním kontaktu se čtenáři, což se následně odráží na Facebooku. Pokud je to ve vaší knihovně jinak, přizpůsobte tomu svou práci. Zajímejte se, co se děje ve studovnách, snažte se zapojit kolegy z výpůjčního oddělení, aby vás včas informovali o všem zajímavém.

² Správci facebookové stránky Knihovny Univerzity Palackého v Olomouci jsou Antonín Pokorný a Jindřich Juráš. Stránku najdete na této adrese: <http://www.facebook.com/knihovnaup>

³ Používáme pravidla pravopisu, např. *Internetová jazyková příručka*, <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

⁴ Ne víc než dva příspěvky doporučují i některé výzkumy, viz REZAB, Jan. How often should you post on your Facebook pages? *Socialbakers* [online]. 2011-04-19 [cit. 2014-01-31] Dostupné z: <http://www.socialbakers.com/blog/147-how-often-should-you-post-on-your-facebook-pages>

⁵ Průměrná hodnota statusů za týden (7,67) vychází z analýzy naší facebookové stránky za rok 2013.

⁶ WEINER, Jeff. Don't worry about what time to post on Facebook. *All Facebook: Unofficial Facebook Ressource* [online]. 2011-11-08 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.allfacebook.com/facebook-post-times-2011-11>.

⁷ Colon hovoří o kanibalismu mezi příspěvky, viz COLON, Geoffrey. Facebook Algorithmic Change to Decrease Reach on Brand Page Posts. *Social@Ogilvy* [online]. 2012-09-25 [cit. 2014-01-31] Dostupné z: <https://social.ogilvy.com/facebook-algorithmic-change-to-decrease-reach-on-brand-page-posts/>

⁸ Srovnej Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Mezi kolegy]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-29 11:59 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=748507925166843&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&stream_ref=10 a Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Mrcasil se huje]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-29 15:31 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/605812019468084>

⁹ K čemu všemu lze statistiky využít viz LOOMER, Jon. How to Use the New Facebook Insights. *Social Media Examiner* [online]. 2013-08-28 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/new-facebook-insights/>

¹⁰ VAHL, Andrea. How to Improve Your Facebook Engagement Using Controlled Experiments. *Social Media Examiner* [online]. 2013-11-25 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/how-to-test-your-facebook-posts/>

1. *Humorný výrok čtenáře „Máte tuhle knihu na půjčení? Stojí 400 Kč, to radši propiju...“ přinesl nový status a stovku palců k tomu.¹¹*
2. *Ve výpůjčním oddělení občas narazíte také na vtipné nálezy, např. antikoncepci.¹²*

Osobní přístup

Statusy by neměly působit dojmem, že je píše robot. Buďte osobní.¹³ Nebojte se knihovnu zlidštit, přiblížit čtenářům. Před důležitými svátky a prázdninami píšeme fanouškům přání. Protože jsme univerzitní knihovna, všímáme si také průběhu semestru a před zkuškovým obdobím sdílíme povzbudivé nebo humorné příspěvky.

1. *Jako přání do nového roku jsme použili koláž sestavenou z fotek pracovníků výpůjčních oddělení.¹⁴*
2. *Knihovnu se nám podařilo zlidštit zprávou o úspěchu Jirky Škrobáka na Olomouckém 1/2Maratonu.¹⁵*
3. *Adventní věnec sloužící k výzdobě knihovny jsme využili také na Facebooku a popřáli čtenářům hezkou neděli. Svíčky samozřejmě musely hořet.¹⁶*



Komunikace

Naprosto zásadní! Facebook je na komunikaci založen. Pokud se vás fanoušci na něco ptají, měli by vždy dostat odpověď. V současné době můžete reagovat přímo na konkrétní komentář kliknutím na *Odpovědět*. Výhodné je také označení (*tag*); jednak tím fanouška upozorníte na svou odpověď a zároveň přímým oslovením zvýšíte šanci na jeho další odezvu.¹⁷

V roce 2013 jsme na facebookových stránkách obdrželi 111 referenčních dotazů týkajících se výpůjčních služeb, otevírací doby apod. Díky Facebooku získáváme představu o tom, co se čtenářům líbí, co jim zde chybí... Sociální síť se pro nás stala vynikajícím komunikačním kanálem.

Pro mnohé čtenáře je prostředí Facebooku zcela přirozené a neváhají ho používat místo e-mailu.¹⁸

Buďte přátelštější a pozitivní

Facebook děláte pro fanoušky, proto se snažte být přátelštější a pozitivně naladěni. Aktivita na Facebooku by vás měla bavit. Případné problémy pak řešte s nadhledem! Samozřejmě jsou okamžiky, kdy vás některý uživatel vykoledí, ale pamatujte si, že většina fanoušků vás má ráda. Zachovejte vždy chladnou hlavu. Fanoušky si můžete získat i tím, že obrátíte vážnou věc ve vtip.

1. *Ve studovně jsme narazili na případ čtenáře, který si schovává knihy na různých místech, aby se k nim nedostali jeho kolegové. To byla příležitost, kterou jsme si nemohli nechat ujít.¹⁹*

¹¹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [S některými čtenáři]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-15 5:49 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/744167548934214>

¹² Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Nejnovější nálezy]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-05 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=719870514697251&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

¹³ VAHL, Andrea. 9 Facebook Marketing Tips to Improve Engagement. *Social Media Examiner* [online]. 2012-09-19 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/facebook-engagement-tips/>

¹⁴ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Hodně štěstí, zdraví]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-31 6:48 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=734425683241734&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390570225.&type=3&theater>

¹⁵ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Naše knihovna měla]. In: *Facebook* [online]. 2013-06-24 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=631181306899506&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390239361.&type=3&theater>

¹⁶ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Přejeme vám]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-08 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=721434237874212&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

¹⁷ Označení se provádí pomocí znaku @ před jménem fanouška (např. @jan.novak).

¹⁸ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Dobrý deň, nepamätám si]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-20 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/746533758697593>

¹⁹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Upozornujeme dotyčného studenta]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-08 14:06 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=722058194478483&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

1. *Někdo nám z pánských záchodů ukradl odpadkový koš. Namísto rozezlených stížností jsme se rozhodli věc pojmout humorně a vyhlásili jsme „pátrání“ po nevěstném.²⁰*

Strategie proti trollům

Rozeznat opravdového trolla může být v praxi velmi obtížné.²¹ Někdy jsou komentáře napsány tak nejasně, že nevíte, zda se vám dotyčný vysmívá nebo to myslí upřímně. Proto reagujte na komentáře opatrně a nenechte se vyprovokovat. Mezi našimi fanoušky registrujeme několik jedinců, jejichž komentáře jsou občas hůře pochopitelné. Pokud si s komentářem nevíme rady, volíme vyčkávací taktiku a nereagujeme. Když je kritika opodstatněná, situaci řešíme; jestliže jsou však komentáře jen rýpavé/ironické, spíše nereagujeme. Nejhorší kategorií jsou nenávislní fanoušci uchylující se k vulgárním útokům. V případě opakujících se excesů navrhuje uchovat si printscreens konkrétních komentářů, nahlásit případ na Facebooku a smazat/zablokovat. Můžete případně informovat o celé věci ostatní fanoušky speciálním statusem.

1. *Národní technická knihovna se svého času potýkala s Pavlou Šunkovou (alias Šťastnou).²²*
2. *Za nejelegantnější eliminaci vulgárního fanouška považujeme řešení autora Oprásků, knihovníkům však tuto cestu spíše nedoporučujeme.²³*

Krizové situace

S působením na Facebooku se budete muset smířit s kritikou. Jakmile se totiž vyskytne problém nebo nedostatek, fanoušci většinou okamžitě zareagují. Kritiku však nevnímejte negativně! Berte ji jako příležitost pro další zlepšení. Pokud jde o kritiky, mohou se rekrutovat z vašich skalních příznivců, proto jejich dotazy vždy zodpovídejte a snažte se o zjednaní nápravy. Čestné jednání v krizové situaci vám může přinést plusové body.²⁴ Nikdy si nepomáhejte mazáním statusů nebo komentářů (s výjimkou vulgarismů).

V prosinci 2013 nám zkrácená otevírací doba kolidovala se zápočtovým týdnem, což se okamžitě odrazilo na Facebooku. Žádný komentář jsme nesmazali, vše jsme řešili omluvou a dodatečným prodloužením otevírací doby. Krize dopadla dobře a my si odnesli ponaučení důkladněji sledovat harmonogram roku.²⁵

Vystupujte na Facebooku jako stránka

Nebojte se vystupovat jako stránka a palcovat či komentovat na jiných stránkách. Zviditelňujete se, dáváte o sobě vědět. Vaše komentáře budou sloužit jako reklama, proto pište vždy tak, aby vás cizí fanoušci vnímali kladně. Zároveň respektujte ostatní správce stránek a nesnažte se jim stěžovat obtížnou situaci.

Na otázku Filozofické fakulty UP „Kde jsou večer všichni studenti?“ jsme reagovali jménem knihovny „Jsou u nás“ – 120 palců a řada nových fanoušků.²⁶

Co na Facebooku publikovat

Klíčové informace

Jedním z vašich cílů by mělo být předávání důležitých informací fanouškům. Bohužel tento typ informací je většinou nezábavný až nudný. Snažte se proto podat zprávu kreativně, dejte si na statusu záležet, ozvláštňte ho připojeným obrázkem. Pokud se snaha mine účinkem, neklesajte na mysli, interakce získáte vtipnými příspěvky. Na klíčové informace nikdy nerezignujte.

1. *Den otevřených dveří v Knihovně FTK jsme podpořili upraveným obrázkem Cristiana Ronalda. Komentář fanouška „Jsem netušil, že FTK má knihovnu“ je úsměvný, ale zároveň potvrzuje, že cíl byl splněn!²⁷*

HLEDÁ SE !!!



**Koš na odpadky
CLICK 151**

Značka: CURVER
Stáří: 10 let

Rozměr: 22 x 27 x 43 cm
Barva: bílá
Materiál: polypropylen

Naposledy viděn:
Zbrojnice, WC - páni
2012-12-18

Kontaktovat nás můžete na adrese:
Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci, Biskupské nám. 1, 771 11 Olomouc
E-mail: vypojicka@spol.cz

Telefon: 585 631 749

²⁰ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Tak si představte]. In: *Facebook* [online]. 2012-12-20 9:52 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=538957132788591&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

²¹ Troll (internet). In: *Wikipedia* [online]. 2014-01-31 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Troll_%28Internet%29

²² S největší pravděpodobností se jednalo o falešný profil, viz změna příjmení. NTK – Národní technická knihovna [Petr a Camila]. In: *Facebook* [online]. 2013-08-08 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153103917390114&set=pb.145210280113.2207520000.1390233866.&type=3&theater>

²³ Opráská sčeskí historje [Dnes taková otpočka]. In: *Facebook* [online]. 2013-08-14 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=705173382830386&set=pb.576161309064928.-2207520000.1390811875.&type=3&theater>

²⁴ ZBIEJCZUK, Adam. Výhoda českého Twitteru je ta, že je malý (3/3). *Objevit.cz* [online]. 2014-01-27 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://objevit.cz/adam-zbiejczuk-vyhoda-ceskeho-twitteru-je-ta-ze-je-maly-t48344>

²⁵ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Z důvodu vysoké návštěvnosti]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-16 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/725963807421255>

²⁶ Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci [Jsou u nás]. In: *Facebook* [online]. 2013-11-20 21:38 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: https://www.facebook.com/ffup.cz/posts/667948039892330?comment_id=6962926&offset=0&total_comments=23

²⁷ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Zveme vás]. In: *Facebook* [online]. 2012-11-22 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=525944454089859&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

2. Status propagující nové kurzy angličtiny propadl, přesto na odkaz kliklo 70 fanoušků. Nebojte se cílit i na menší skupiny uživatelů.²⁸

Nové služby

Koupili jste nový skener nebo bibliobox? Pořídili jste do studovny varnou konvici? Prodloužili jste otevírací dobu? Nikdy se nezapomeňte pochlubit a fanoušky na novinku upozornit. Statusy doplňujte kvalitními obrázky, v ideálním případě v kombinaci se studenty.²⁹

1. Statusy s novinkami vám zaručeně přinesou dostatek reakcí.³⁰
2. Zpráva o otevření noční studovny vyvolala na Facebooku hotové šílenství.³¹

Vtipné příspěvky

Mají velký význam, protože slouží k vyvolání aktivity a získání interakcí. Stránka tak bude uživatelsky přitažlivá. Samozřejmě to se sdělením vtipů nepřehánějte a nezapomínejte na hodnotnější informace. Celá vaše aktivita na Facebooku by měla připomínat mix vážných, zajímavých a vtipných statusů. Jen tak si udržíte pozornost fanoušků a zároveň pro ně budete mít přínos.

1. Na internetu koluje velké množství humorných obrázků, stačí si jen vybrat a podpořit vhodným komentářem.³²
2. Úplně nejlepší jsou vtipné statusy šité na míru přímo vašim uživatelům. V tomto případě jsme zkombinovali praveverku z Doby ledové s logem univerzity.³³



Obrázky

Jejich význam je ještě větší než v minulosti. Obrázky sdílejte neustále.³⁴ Máte-li hezkou knihovnu, využijte toho a zapojte kolegy, kteří umí fotografovat. U obrázků z internetu je vhodné přidat jméno autora či odkaz do komentáře. Někdy je to však obtížné.³⁵ Také z toho důvodu se snažíme zvyšovat podíl vlastní tvorby.

1. Zkuste vyfotit knihovnu večer nebo v noci.³⁶
2. Naaranžované zátiší vás bude stát minimum energie a cestu k fanouškům si najde.³⁷

Otázky

Důležitý faktor, jak udržovat komunikaci s uživateli. Počet kliknutí na statusy s otázkami svědčí o tom, že jsou oblíbené i mezi fanoušky, kteří nekomentují ani nepalčují. Dosah bývá obvykle vysoký. Naše dotazy týkající se literatury fungují zároveň jako doporučení oblíbených knih a fanoušci zde tak mohou získat zajímavé tipy. Otázky vždy formulujte tak, aby vybízely k odpovědi. Nebojte se experimentovat, někdy můžete dát fanouškům na výběr ze dvou až čtyř možností.³⁸

²⁸ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Chtěla jsem vám]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-21 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/604846069564679>

²⁹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Jsme rádi]. In: *Facebook* [online]. 2013-06-11 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=625304974153806&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390239361.&type=3&theater>

³⁰ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Nový skener]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-20 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=746768822007420&set=pb.128922780458697.2207520000.1390239360.&type=3&theater>

³¹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Vedení Univerzity Palackého]. In: *Facebook* [online]. 2013-09-10 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=669637406387229&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

³² Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Dobrá rada]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-19 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=727598373924465&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

³³ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Musíme sdílet]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-17 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=745156365501999&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

³⁴ CARTER, Brian. 5 Ways to Improve Your Facebook News Feed Exposure. *Social Media Examiner* [online]. 2012-10-01 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/master-facebook-edgerank/>

³⁵ UNGR, Pavel. 15 webů kde najdete obrázky zdarma pro váš web nebo prezentaci. *Bloxxtter* [online]. 2013-04-14 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://blog.bloxxtter.cz/15-webu-kde-najdete-obrazky-zdarma-pro-vas-web-nebo-prezentaci/>

³⁶ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Ve Zbrojnici]. In: *Facebook* [online]. 2013-11-19 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=710134699004166&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=3&theater>

³⁷ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Není v té knihovně krásně?]. In: *Facebook* [online]. 2013-10-25 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=695949483756021&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390239170.&type=3&theater>

³⁸ ZBIEJCZUK, Adam. Většina firem je na Facebooku je nudná, v tom je problém (2/3). *Objevit.cz* [online]. 2014-01-21 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://objevit.cz/adam-zbiejczuk-vetsina-firem-na-facebooku-je-nudna-v-tom-je-problem-23-t48348>

1. *Kdo je váš oblíbený český spisovatel?*³⁹
2. *Ježíšek mi nadělil knihu.*⁴⁰
3. *Čtete víc v zimě nebo v létě?*⁴¹

Kultura a dění v okolí

Statusy tohoto druhu obvykle nezískají příliš mnoho interakcí, ale zvyšují hodnotu vaší stránky. Nejde jen o hon na palce, stránka by měla k něčemu být. Navíc to souvisí s komunitou kolem vaší stránky – kdo jsou vaší fanoušci? Pokud jsou to studenti, bude je zajímat dění okolo univerzity. Jste-li městská knihovna, fanoušky mohou zajímat kulturní aktivity ve městě.

1. *Informovat můžete o zajímavé výstavě nebo přednášce.*⁴²
2. *Všímejte si také toho, co se děje v okolí.*⁴³

Zajímavé služby a stránky

Tyto statusy patří do kategorie dlouhého chvostu. Okamžitý dopad bude pravděpodobně menší, avšak zvýší se kvalita vaší stránky. Snažte se, aby se fanouškům vyplatilo vás sledovat. Mohou je zajímat konvertory (*Zamzar*), citační generátory (*Citace.com*), zkracovátka (*Jdem.cz*), nástroje, aplikace apod.

Pokud odkazujete na jiné facebookové stránky, používejte označování (*tag*). Díky tomu odkážete na jiné zdroje a zároveň na sebe upozorníte správce jiných stránek. Protože Facebook odkazy vedoucí mimo tuto sociální síť zcela zjevně potlačuje, kombinujte je vhodně s obrázky, které se šíří lépe a přitáhnou pozornost fanoušků.

1. *Inspiraci můžete hledat na stránce <http://nastroje.knihovna.cz/>.*
2. *Článek o poeziomatech jsme sdíleli společně s obrázkem a zasáhli mnohem více lidí.*⁴⁴

Nápady

Můžete ovládat všechny poučky, ale od ostatních vás odliší jen nápady a tvořivost. Využijte svých kreativních kolegů, zkuste se dívat na běžné věci novým způsobem, snažte se vcítit do svých fanoušků. Co by je mohlo zaujmout? Reagujte na nečekané situace, cokoliv se objeví, může být vhodným materiálem. Fanoušci budou aktivní jen tehdy, když je statusy zaujmou nebo pokud jim budou nějakým způsobem užitečné.⁴⁵

Inspirujte se na jiných facebookových stránkách a sledujte, co se daří ostatním. Ze zahraničních knihoven doporučuji sledovat knihovnu v *Seattle*,⁴⁶ o literatuře si leccos přečtete na *Světěch literatury*,⁴⁷ na Slovensku patří k zajímavým *Milujem knihy!*⁴⁸ nebo *Martinus*.⁴⁹

1. *Fronta studentů na validační známky – bez nápadu by nevznikl úspěšný status.*⁵⁰
2. *Když dva dělají totéž, není to totéž. Stejná zpráva sdílená ve stejný čas dvěma stránkami z jedné univerzity. Jeden status propadl, druhý zaujal. Forma je rozhodující.*⁵¹

³⁹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Kdo je váš nejoblíbenější]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-21 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/747452321939070>

⁴⁰ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Ježíšek mi nadělil]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-26 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/731461950204774>

⁴¹ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Přečtete více knih]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-12 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=723731370977832&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&stream_ref=10

⁴² Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Bohdan Pomahač v Olomouci]. In: *Facebook* [online]. 2013-05-28 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=619089194775384&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

⁴³ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Všechny cesty]. In: *Facebook* [online]. 2013-09-09 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=669141859770117&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

⁴⁴ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Čekáte na tramvaj]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-09 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=740660905951545&set=a.219649164719391.66589.128922780458697&type=1&theater>

⁴⁵ HAYDON, John. 18 Ways to Improve Your Facebook News Feed Performance, tamtéž.

⁴⁶ The Seattle Public Library. In: *Facebook* [online]. 2007-2014 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/SeattlePublicLibrary>

⁴⁷ Světy literatury. In: *Facebook* [online]. 2013-2014 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/svetyliteratury>

⁴⁸ Milujem knihy! In: *Facebook* [online]. 2010-2014 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihy>

⁴⁹ Martinus.sk In: *Facebook* [online]. 2008-2014 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/Martinus.sk>

⁵⁰ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Věděli jste, že]. In: *Facebook* [online]. 2013-11-15 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=707529955931307&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390239132.&type=3&theater>

⁵¹ Více než dvacet palců pro Knihovnu Univerzity Palackého v Olomouci [V Olomouci se vyprávěla]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-13 10:10 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/knihovnaUP/posts/600471376668815> a pouhé čtyři palce pro Univerzitu Palackého [Pokud jste o víkend]. In: *Facebook* [online]. 2014-01-13 9:56 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/univerzita.palackeho/posts/10201285171798432>

Vlastní tvorba

Oproti minulosti jsme ještě zvýšili procento vlastní tvorby. Fotografujeme, upravujeme obrázky, vytváříme plakáty, koláže... Za prvé je to lepší z hlediska autorských práv, za druhé se ukazuje, že nej kvalitnější statusy jsme si vytvořili sami. Důvodem je pochopitelně možnost přizpůsobit obrázek konkrétním podmínkám. Pro tvorbu obrázků využíváme programy Gimp a Pixir.

1. *Návody pro připojení k WiFi jsme doprovodili chytlavou koláží.*⁵²
2. *Ze ztrát a nálezů jsme vytvořili humorný komiks.*⁵³
3. *Na konci roku jsme si dovolili rekapitulaci nejdůležitějších novinek.*⁵⁴

Místo závěru

Cílem tohoto článku bylo představení nevhodnější strategie knihovny na Facebooku. Ukázali jsme si, že vše je podřízeno správné volbě obsahu a kvalitní formě. Na několika příkladech jsme doložili, že se neobejdeme bez neustálé aktivity, nápadů a tvořivosti.

Tyto faktory jsou přitom v současné době ještě důležitější než dříve, protože Facebook se stále citelněji stává komerčním prostředím, v němž jsou nevýdělečné projekty vytlačovány na okraj.⁵⁵ S neustálým rozšiřováním důležitosti placené propagace vzrůstá nebezpečí, že situace v určitém bodě přeroste krajní mez, což povede k zneviditelnění a tím faktické likvidaci nekomerčních stránek. Facebook koneckonců už dnes znatelně tlačí na pilu.⁵⁶ Bude to zánik Facebooku? Stane se prostorem pro masivní reklamní kampaně, které vyženou fanoušky? Nebo se zájem uživatelů jen prostě přesune jinam?⁵⁷

Ať už se situace v budoucnu posune jakýmkoliv směrem,⁵⁸ domnívám se, že i přesto je stále výhodné na Facebooku být. Pozitiva pořád ještě převažují nad negativy. A je také pravděpodobné, že v budoucnu – ať už Facebook padne nebo ne – vzniknou projekty na podobné bázi a kompetence získané v tomto prostředí budou knihovny nadále zhodnocovat.

Literatura

- CARTER, Brian. 5 Ways to Improve Your Facebook News Feed Exposure. *Social Media Examiner* [online]. 2012-10-01 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/master-facebook-edgerank/>
- COLON, Geoffrey. Facebook Algorithmic Change to Decrease Reach on Brand Page Posts. *Social@Ogilvy* [online]. 2012-09-25 [cit. 2014-01-31] Dostupné z: <https://social.ogilvy.com/facebook-algorithmic-change-to-decrease-reach-on-brand-page-posts/>
- FÁBORSKÝ, Jindřich. Ekonomická hodnota Facebook stránek klesá. A klesat bude i nadále. *Jindřich Fáborský - blog* [online]. 2014-01-05 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://blog.faborsky.cz/ekonomicka-hodnota-facebook-stranek-klesa-a-klesat-bude-i-nadale/>
- HAYDON, John. 18 Ways to Improve Your Facebook News Feed Performance. *Social Media Examiner* [online]. 2014-01-28 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/improve-facebook-news-feed-performance/>
- KASÍK, Pavel. Facebook ví, kdy se rozejdete. Ale přežije svou masovou popularitu? *Technet.cz* [online]. 2014-01-07 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/budoucnost-a-rizika-facebooku-dkz-/sw_internet.aspx?c=A140106_135831_sw_internet_pka
- LAUSCHMANN, Jindřich. Facebook kontruje satirou: Hrozí, že Princeton do pár let úplně zanikne. *Tyinternety.cz* [online]. 2014-01-24 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2014/01/24/clanek/facebook-kontruje-satirou-hrozi-ze-princeton-do-par-let-uplne-zanikne/>
- LAUSCHMANN, Jindřich. Facebook: Neplacený dosah příspěvků bude klesat. Kupujte reklamu! *Tyinternety.cz* [online]. 2013-12-06 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2013/12/06/clanek/facebook-neplaceny-dosah-prispevku-bude-klesat-kupujte-reklamu/>

⁵² Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Android, Mac, iOS]. In: *Facebook* [online]. 2013-04-04 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=594922497192054&set=pb.128922780458697.2207520000.1390234063.&type=3&theater>

⁵³ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Co se stane]. In: *Facebook* [online]. 2013-05-06 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=608559469161690&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390234063.&type=3&theater>

⁵⁴ Knihovna Univerzity Palackého v Olomouci [Bilancování roku 2013]. In: *Facebook* [online]. 2013-12-16 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=72587487063482&set=pb.128922780458697.-2207520000.1390233960.&type=3&theater>

⁵⁵ LAUSCHMANN, Jindřich. Facebook: Neplacený dosah příspěvků bude klesat. Kupujte reklamu! *Tyinternety.cz* [online]. 2013-12-06 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2013/12/06/clanek/facebook-neplaceny-dosah-prispevku-bude-klesat-kupujte-reklamu/>

⁵⁶ FÁBORSKÝ, Jindřich. Ekonomická hodnota Facebook stránek klesá. A klesat bude i nadále. *Jindřich Fáborský - blog* [online]. 2014-01-05 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://blog.faborsky.cz/ekonomicka-hodnota-facebook-stranek-klesa-a-klesat-bude-i-nadale/>

⁵⁷ Srovnej LAUSCHMANN, Jindřich. Facebook kontruje satirou: Hrozí, že Princeton do pár let úplně zanikne. *Tyinternety.cz* [online]. 2014-01-24 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2014/01/24/clanek/facebook-kontruje-satirou-hrozi-ze-princeton-do-par-let-uplne-zanikne/>

⁵⁸ KASÍK, Pavel. Facebook ví, kdy se rozejdete. Ale přežije svou masovou popularitu? *Technet.cz* [online]. 2014-01-07 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/budoucnost-a-rizika-facebooku-dkz-/sw_internet.aspx?c=A140106_135831_sw_internet_pka

- LOOMER, Jon. How to Use the New Facebook Insights. *Social Media Examiner* [online]. 2013-08-28 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/new-facebook-insights/>
- REZAB, Jan. How often should you post on your Facebook pages? *Socialbakers* [online]. 2011-04-19 [cit. 2014-01-31] Dostupné z: <http://www.socialbakers.com/blog/147-how-often-should-you-post-on-your-facebook-pages>
- UNGR, Pavel. 15 webů, kde najdete obrázky zdarma pro váš web nebo prezentaci. *Bloxxtter* [online]. 2013-04-14 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://blog.bloxxtter.cz/15-webu-kde-najdete-obrazky-zdarma-pro-vas-web-nebo-prezentaci/>
- VAHL, Andrea. 9 Facebook Marketing Tips to Improve Engagement. *Social Media Examiner* [online]. 2012-09-19 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/facebook-engagement-tips/>
- VAHL, Andrea. How to Improve Your Facebook Engagement Using Controlled Experiments. *Social Media Examiner* [online]. 2013-11-25 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.socialmediaexaminer.com/how-to-test-your-facebook-posts/>
- WEINER, Jeff. Don't worry about what time to post on Facebook. *All Facebook: Unofficial Facebook Ressource* [online]. 2011-11-08 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://www.allfacebook.com/facebook-post-times-2011-11>
- ZBIEJCZUK, Adam. Většina firem je na Facebooku je nudná, v tom je problém (2/3). *Objevit.cz* [online]. 2014-01-21 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://objevit.cz/adam-zbiejczuk-vetsina-firem-na-facebooku-je-nudna-v-tom-je-problem-23-t48348>
- ZBIEJCZUK, Adam. Výhoda českého Twitteru je ta, že je malý (3/3). *Objevit.cz* [online]. 2014-01-27 [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <http://objevit.cz/adam-zbiejczuk-vyhoda-ceskeho-twitteru-je-ta-ze-je-maly-t48344>

Jindřich Juráš

jindrich.juras@upol.cz ■

KNIŽNICE NA SOCIÁLNYCH SIETACH



Pripravovaný prieskum našej redakcie

Sociálne siete a ich význam sa stále prehľbuje vďaka veľkému rozmachu informačných technológií a stále vyvíjajúcich sa služieb a nástrojov, ktoré sociálne siete ponúkajú. Knižnice na sociálnych sieťach sú predmetom prieskumu, ktorý redakcia časopisu *ITlib. Informačné technológie a knižnice* organizuje prostredníctvom elektronického dotazníka. Tento dotazník bol zaslaný vybraným knižniciam na Slovensku. Cieľom tohto prieskumu je zistiť, na akých sociálnych sieťach sa knižnice vyskytujú, aký význam a čo im sociálne siete prinášajú. Výsledok prieskumu uverejníme v druhom tohtoročnom čísle časopisu.

Sociálne siete sa stali súčasťou komunikácie nielen jednotlivcov, ale aj organizácií, firiem, spolkov a inštitúcií. Knižnice sa zaradili medzi organizácie, ktoré využívajú sociálne siete a zakladajú si na nich svoje profily, stránky. Pre knižnice majú sociálne siete význam hlavne ako marketingový nástroj, možnosť byť v užšom kontakte so svojim čitateľom, rýchlo a efektívne poskytnúť informácie o knižnici a jej aktivitách.

Pre redakčný prieskum sme použili najpopulárnejšie a najnavštevovanejšie sociálne siete na svete.

Medzi ne patrí **Facebook**, ktorú založil Mark Zuckerberg v roku 2004. Knižniciam umožňuje založiť si stránku, skupinu alebo profil. Prostredníctvom tejto siete môže knižnica uverejňovať na svojich facebookových stránkach rôzne videá, obrázky a zároveň môže zdieľať zaujímavé obsahy iných stránok. Facebook patrí medzi najčastejšie využívané sociálne siete v prostredí knižníc.

Twitter je sociálna sieť zameraná na rýchle získanie a zároveň aj posielanie informácií, ktorá vznikla v roku 2006. Používateľ si na tejto sociálnej sieti nepridáva priateľov, ako je to na Facebooku, ale stáva sa odberateľom obsahu iného klienta (follower). Používateľ nemusí posilať žiadosť o priateľstvo, ale môže si vybrať, ktoré stránky bude sledovať. Používateľ (tweeter) odovzdáva svoje správy (tweets) a informácie, ktoré sú obmedzené na 140 znakov, a zároveň číta tweets vybraných používateľov. Sociálna sieť Twitter pre knižnice predstavuje aktívnejšiu komunikáciu ohľadom posielania správ a komunikácie medzi čitateľmi, ktorí využívajú túto sociálnu sieť.

YouTube predstavuje sociálnu sieť zameranú na zdieľanie videí. Mesačne sa na túto sociálnu sieť pridáva množstvo videí. Používateľ si môže prostredníctvom svojho konta ukladať videá, ktoré ho zaujali alebo ktoré si chce pozrieť neskôr.

MySpace vznikla v roku 2003. Táto sociálna sieť patrila medzi prvé sociálne siete. Pred ňou bola v roku 1997 založená sociálna sieť *sexdress.com*, ktorá však roku 2001 zanikla. Po nej nasledovala *Friendster* sociálna sieť zameraná predovšetkým na hry. Popularita tejto sociálnej siete klesla príchodom Facebooku. Používatelia na tejto sociálnej sieti môžu vytvárať profily a skupiny s rovnakým záujmom. Niektoré knižnice v zahraničí majú vytvorené profily na tejto sieti, no na Slovensku a v Čechách sieť MySpace knižnice nevyužívajú.

Tvorcom a prevádzkovateľom siete **Google+**, ktorá bola spustená roku 2011, je Google Inc. Počet jej používateľov aj vďaka možnosti využívať vyhľadávacie nástroje a služby Gmail alebo Google maps stále rastie.

LinkedIn je sociálna sieť zameraná na rozvoj kariéry a podnikanie. Knižnice sa na tejto sociálnej sieti môžu zaregistrovať ako firmy. Táto sociálna sieť však v knižniciach nie je veľmi rozšírená.

Na úvod sme si dovolili osloviť dve knižnice, ktoré sú podľa nás z hľadiska využívania sociálnych sieťach zaujímavé. Prvou je Slovenská národná knižnica (SNK), ktorá má vytvorené stránky na viacerých sociálnych sieťach. Druhou oslovenou inštitúciou je Centrum vedecko-technických informácií SR, ktorá má na Facebooku vytvorených viac stránok.

Dana Karulová

dkarulova@gmail.com ■