

Informaatiotutkimuksen päivät 2010
21. - 22. lokakuuta, Tampere

ABSTRAKTI

Samppa Rohkimainen & Terttu Kortelainen

Välineitä kirjastojen verkkoyhteisöpalvelujen vaikuttavuuden arvioinnille

*Samppa Rohkimainen, Oulun yliopisto, Humanistinen tiedekunta, informaatiotutkimus, TTS-hanke
samppa.rohkimainen@oulu.fi.*

*Terttu Kortelainen, Oulun yliopisto, Humanistinen tiedekunta, informaatiotutkimus
terttu.kortelainen@oulu.fi*

Sosiaalisia verkkoteknologioita hyödyntävien yhteisöpalvelujen kirjo ja niiden käyttäjäkunta laajenevat jatkuvasti. Niiden käytön arkipäiväistyminen ohjaa yleisiä kirjastoja soveltamaan palveluissaan myös vuorovaikutteisia verkkoteknologioita. (Crosby 2010, Holmerg et al. 2009, Kelly 2010.) Niin yrityksille kuin julkisille organisaatioillekin on tullut epäviralliseksi velvoitteeksi tuottaa verkkoon erilaisten mediasisältöjen ohella aktiivista läsnäoloa ja vuorovaikutteisuutta, joilla pyritään kehittämään esimerkiksi kirjastojen asiakaspalvelua, tapahtumatiedottamista sekä organisaation verkkonäkyvyyttä.

Välineiden nopean kehityksen takia toiminnan kehittämistä ohjaavia laatukäsikirjoja tai ohjeita ei ole ollut saatavilla lukuun ottamatta webometriikan oppaita (Thelwall 2009) sekä markkinoinnin oppaita (esim. Isokangas & Vassinen 2010, Sterne 2010, Lovett & Owyang 2010). Vaikka valtaosa tarjolla olevista seurantavälineistä onkin suunnattu yrityksille, samoja menetelmiä voidaan soveltaa julkisiin verkkopalveluihin. Yleisten kirjastojen kohdalla tämä tarkoittaa esimerkiksi kirjaston uuden verkkopalvelun tai kirjaston Facebook-tapahtumakutsujen tai tiedotteiden aikaansaaman verkkonäkyvyyden sekä vuorovaikutteisen kommentoinnin määrän ja aktiivisuuden, ”pöhinän” arviointia.

Lisäksi voidaan arvioida laadullisesti esimerkiksi kirjaston palveluja koskevien asiakasmielipiteiden kehitystä tai seurata kirjaston verkkopalvelujen linkittyneisyyttä. Linkittyneisyyden arviointi kertoo palvelun asemasta verkkomaailmassa: mitä enemmän kirjaston verkkosivulle tai palveluun johtaa linkkejä, sitä merkittävämmäksi muut sen kokevat ja sitä laajemman potentiaalisen yleisön se voi saavuttaa. Linkkianalyysiä voidaan tehdä joko hakukomennolla linkdomain: *Googlen* tai *Altavistan* hakukoneilla, Webcrawler-ohjelmistoilla kuten *SocSciBot* tai selainpohjaisilla palveluilla kuten, *LinkMajesticSEO* sekä *Search Tempo Incoming Links Analysis Tool*. Toistamalla analyysi ajoittain voidaan seurata palvelun linkittyneisyyden kehitystä aikasarjana.

Verkkonäkyvyyden seurantaan tarkoitettuja sosiaalisen median monitoroinnin välineitä on tällä hetkellä Ken Burbary:n ylläpitämän yhteisöpalveluiden seurantavälineet -wikin (2010) mukaan tarjolla yhteensä 148 vaihtoehtoa, joista 43 on ilmaisvälineitä valtaosan palveluista ollessa maksullisia. Ilmaispalveluista, tai sellaisina markkinoiduista sosiaalisen median arviointivälineistä 10 kpl (*Addictomatic*, *BuzzStream*, *HowSociable*, *Livedash*, *Samepoint*, *Social Mention*, *StatsMix*, *Steprep*, *The Search Monitor* sekä *Trendrr*) ovat yleiskäyttöisiä tai sopivat useimpien yhteisöpalveluiden sisältöjen arviointiin muiden soveltuessa vain tietyn palvelun, kuten esim. blogien (9 kpl), *Twitter* -viestien (17 kpl) tai *Facebookin* (2 kpl) aktiivisuuden seurantaan. Osa palveluista vaatii rekisteröitymistä, ja niiden käyttö on tietyn kokeilujakson jälkeen maksullista.

Sopivimmat välineet kirjaston verkkoläsnäolon seurannalle valitaan niiden yhteisöpalvelujen mukaan, joissa kirjasto on näkyvillä ja joihin se aktiivisimmin tuottaa verkkoläsnäoloa. Kirjastojen henkilökunnan tuottamien sisältöjen ja vuorovaikutteisen viestinnän vastaanottoa asiakaskunnan piirissä voidaan arvioida erilaisin määrällisin mittarein. Tällaisia ovat esimerkiksi kirjaston tapahtumissa kuvattujen videoiden katselukerrat sekä niiden herättämä keskustelu verkkoyhteisössä. Välineiden antamien tulosten perusteella saadaan muodostettua tilannekuva kirjaston toiminnan aktiivisuudesta yhteisöpalveluissa sekä suuntaviivoja sille, mihin suuntaan verkkotoimintojen näkyvyyttä voitaisiin kehittää. On myös mahdollista verrata sosiaalisen median käyttöön liittyvää dataa kirjaston verkkopalvelujen kävijöiden määrään.

Tässä tutkimuksessa tavoitteena on tarkastella selainkäyttöisiä sosiaalisen median monitoroinnin välineitä. Tarkastelun kohteena oli 43 tiedonhaun avulla löytynyttä ilmaisvälinettä. Valintaperusteena lähempään välineen tarkasteluun olivat englanninkielisyys, käytettävyys sekä se, ettei palvelun käyttäminen edellyttänyt rekisteröitymistä. Näillä perusteilla tarkasteluun valittiin viisi välinettä (*Blogpulse*, *Google Blog Search*, *Samepoint*, *HowSociable* sekä *Social Mention*).

Tutkimuksen kohteena oli Kouvolan kaupunginkirjasto-maakuntakirjaston Medianmajan toiminta ja sisällöt sosiaalisen median eri palveluissa. Tutkimus on osa ESR:n rahoittamaa *Tietoyhteiskunnan tilat, ja sisällöt* -hanketta. Mediamajan toimintamuodoissa yhdistyvät nuorille ja maahanmuuttajille suunnattu monikäyttötila, erilaiset tapahtumat, mediakasvatustoiminta sekä monipuolinen sisältöjen tuottaminen yhteisöpalveluihin. Mediamajan (<http://mediamajakouvola.blogspot.com/>) verkkonäkyvyyttä ja sisältöjen synnyttämää vuorovaikutteisuutta tutkittiin sosiaalisen median monitorointivälineiden sekä linkkianalyysin välineiden avulla. Tulokset koottiin taulukkolaskentaohjelmaan sekä vertailtiin eri seurantavälineiden antamia tuloksia ja palvelun käytettävyttä. Mediamaja soveltaa toiminnassaan *Blogspot* -blogia, *Facebook*-, *Twitter*-, *Youtube*- sekä *Flickr* -palveluita. Mediamajan näkyvyyttä niissä tarkasteltiin *HowSociablen* avulla.

HowSociable kerää eri yhteisöpalveluissa esiintyvät maininnat tulostauluun ja on helppokäyttöinen. Sen mukaan Kouvolan Mediamajan sisältöjä oli 164 Facebook-sivulla, 101 Twitter-viestissä sekä 11 merkinässä *MySpace*-sivuilla. *Youtube Channels* -palvelussa löytyi 26 Mediamajaa liittyvää videota, sekä julisteita ja valokuvia *Flickr* ja *Yahoo Images* -palvelusta. *Linked In* -palvelussa Mediamaja mainittiin kahdeksan henkilön profiilissa. Palvelu antaa myös brändin verkkonäkyvyydelle lukuarvon, mutta mittarin laskutapaan liittyvässä keskustelussa palvelun kehittäjät eivät pitäneet sitä luotettavana verkkonäkyvyyden mittarina.

Myös *Samepoint*, *Google Blog Search*, *Social Mention*- ja *Twassup* -palvelujen avulla arvioitiin Mediamajan verkkonäkyvyyttä. *Samepoint* löysi Mediamajaan liittyvistä sisällöistä 135 mainintaa eri palveluissa. *Samepoint* on ilmainen, nopea ja helppokäyttöinen palvelu, mutta se ei jaottele

tuloksia. Blogimerkintöjen analyysiin tarkoitettu *Blogpulse* on helppokäyttöinen ja sen avulla voidaan havainnollistaa blogimerkintöjen aikasarja, mutta sen avulla voi Mediamajasta löytää vain neljä merkintää. *Google Blog Search* löytää tehokkaasti Mediamajasta 60 blogimerkintöjä ja sen käyttöliittymä on kaikille tuttu. Käyttöliittymältään selkeä *Social Mention* löysi 11 mainintaa Mediamajan sisällöistä ja *Twazzup* 9 *Twitter*-viestiä.

Mediamajan verkkoläsnaolo on keskittynyt blogimerkintöihin (121 kpl), *Facebook*-tapahtumailmoituksiin (16 kpl) sekä *Twitter*-merkintöihin (215 kpl). Mediasisällöistä *YouTube*-videot (20) ovat suosituimpia (50-2000 katselukertaa) ja ne onnistuvat keräämään myös eniten kommentteja. Eniten katsojakommenttaja keräsivät Mediamajassa järjestettyjen tapahtumien artistivieraat kuten esim. Jouni Hynysen runonlausuntaesitys. Mediamaja soveltaa *Facebook* – sivujaan tapahtumatiedottamisen sekä mediasisältöjen levittämien välineenä, ja sillä on palvelussa 194 fania. Vuorovaikutteisen keskustelun herättäminen onnistuu lähes ainostaan *Facebook*- ja *Youtube* –palveluissa Mediamajan blogin toimiessa lähinnä tapahtumatiedottamisen välineenä. Huomion herättäminen Mediamajan kohderyhmässä, niin syntyisi aktiivisia verkkokeskusteluja on haastavaa, sillä Mediamajan sisällöt joutuvat kilpailemaan nuorten huomiosta kaiken muuan verkon mediatarjonnan kanssa. Mediamajan blogisivulle johtavien linkkejä on Googlen hakukoneella suoritetun linkdomain-haun mukaan 411 kpl, *SocSciBot*:lla tehdyn analyysin mukaan 198 linkkiä mutta tästäkin määrästä yli puolet on sisäisiä linkkejä. Mediamajan *Facebook*-sivulle johtaa 62 linkkiä.

Yhteisöpalveluiden käytön seurantavälineiden antoisana puolena on niiden käytön helppous ja nopeus. Organisaation profiili yhteisöpalveluiden soveltajana sekä sisältöjen tuottajana saadaan hahmotetuksi nopeammin kuin silmämääräisesti arvioimalla. Sen seuraaminen, mitä Mediamajasta verkkokeskusteluissa sanotaan, ja missä määrin esim. tapahtumavideot herättävät keskustelua on tapa kerätä asiakaspalautetta. Sosiaalisen median monitorointivälineiden heikkoutena taas voidaan pitää sitä, että ne välineet ovat melko vakiintumattomia, kehitysteeltään beta-vaiheessa ja niistä useimmat on kehitetty yritysten tarpeisiin. Selainpohjaisten yhteisöpalveluiden seurantavälineiden määrä kuitenkin kasvaa nopeasti, ja niiden soveltaminen tulee laajenemaan julkisten organisaatioiden puolelle vaikka niitä toistaiseksi on tarjolla ainoastaan englanninkielisinä.

Lähteet

Burbary, Ken (2010) A Wiki on Social Media Monitoring Solutions. URL: <http://wiki.kenburbary.com/administration> (30.9.2010)

Crosby, Claire (2010) Effective blogging for libraries. London: Facet Publishing.

Holmberg; Kim. et al. (2009) Kirjasto 2.0 Muuttuva osallistumisen kulttuuri. Helsinki: BTJ-Kustannus.

Isokangas, Antti. & Riku Vassinen (2010) Digitaalinen jalanjälki. Helsinki: Talentum Media Oy.

Kelly, Brian (2010) A Deployment strategy for maximizing the impact of institutional use of Web 2.0. (toim. Dave Parkes & Geoff Walton) s. 95-123. Oxford: Chandos Publishing.

Lovett J. & L. Owyang (2010) Social Marketing Analytics. Web Analytics Demystified. URL: http://www.webanalyticsdemystified.com/downloads/Web_Analytics_Demystified_Altimeter-Social-Media_Analytics.pdf (30.9.2010)

OKM (2010) Ehdotus kirjastojen laatusuosituksiksi. URL:
http://www.okm.fi/export/sites/default/OPM/Kirjastot/tyoeryhmaet_ja_selvitykset/Liitteet/Yleisten_kirjastojen_laatusuositus.pdf (30.9.2010)

Sterne (2010) Social media metrics : how to measure and optimize your marketing investment.
Hoboken (N.J):Wiley.

Thelwall (2009) Introduction to Webometrics. Quantitative Web Research for the Social Sciences.
San Rafael CA: Morgan & Claypool Publishers.