



Πτυχιακή Εργασία

Αναλυτικά Στοιχεία Κοινωνικών Δικτύων Μουσείων. Μελέτη της Αξιοποίησης των Πλατφορμών Youtube και Twitter

Δανάη Δανάη & Καρανταλή Ξανθή



Επιβλέπων: Δημήτριος Κουής
Τριμελής Επιτροπή: Δημήτριος Κουής,
Ιωάννης Τριανταφύλλου και Σαράντος Καπιδάκης

Αθήνα, Ιούλιος 2022



Τμήμα Αρχειονομίας,
Βιβλιοθηκονομίας & Συστημάτων
Πληροφόρησης

Πτυχιακή Εργασία

Αναλυτικά Στοιχεία Κοινωνικών Δικτύων Μουσείων. Μελέτη της Αξιοποίησης των Πλατφορμών Youtube και Twitter

Δανιά Δανάη & Καρανταλή Ξανθή



Φοιτήτριες:

Δανιά Δανάη - 14023

Καρανταλή Ξανθή - 14102

Επιβλέπων καθηγητής: Δημήτριος Κουής

Αθήνα, Ιούλιος 2022

Υπογραφή Επιβλέποντα Καθηγητή:

Περιεχόμενα Παρουσίασης

I. Εισαγωγή

- Θεωρητικό πλαίσιο – Προγενέστερες μελέτες
- Ερευνητική Προβληματική

II. Μεθοδολογία Έρευνας

- Συλλογή Δεδομένων
- Επεξεργασία Δεδομένων
- Διαδικασία Ανάλυσης

III. Ενδεικτικά Αποτελέσματα Έρευνας

- Περιγραφικά Αποτελέσματα
- Ανάλυση Συσχετίσεων

IV. Συμπεράσματα

- Συνεισφορά Μελέτης
- Επόμενα Βήματα



Εισαγωγή - Θεωρητικό Υπόβαθρο

Κρισιμότητα Παρέμβασης

Σημαντικότητα Κοινωνικών δικτύων για τα Μουσεία

- Ευαισθητοποίηση χρηστών για τα μουσεία και το περιεχόμενο που τους προσφέρει.
- Όλοι οι χρήστες μπορούν να διαχέουν μεταξύ τους την πολιτιστική πληροφορία σε παγκόσμιο επίπεδο δωρεάν.
- Τα κοινωνικά δίκτυα προσφέρουν πλούσιο περιεχόμενο στους χρήστες όπου τους δίνεται η δυνατότητα να το επεξεργαστούν με σχόλια ή αναρτήσεις .
- Δημιουργία σελίδων όπου κρατά ενεργό το ενδιαφέρον των χρηστών γύρω από τις δράσεις των μουσείων.



Εισαγωγή - Θεωρητικό Υπόβαθρο

Κρισιμότητα Παρέμβασης

Αναλυτικά στοιχεία Ιστού για Youtube & Twitter –

Σημαντικές μελέτες έως τώρα

- **Social media analytics and metrics:** Τα social media analytics είναι η διαδικασία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων από τα κοινωνικά δίκτυα. Στην πτυχιακή εργασία ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε με σκοπό τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων για να καταστεί δυνατή η ενημέρωση.
- Υπάρχουν λίγοι συγγραφείς οι οποίοι εξετάζουν τους τρόπους με τους οποίους τα μουσεία χρησιμοποιούν το YouTube για σκοπούς προβολής Attebury (2010).
- Το Twitter είναι μια από τις πλατφόρμες που έχουν μελετηθεί περισσότερο από όλες (Shulman και Tone, 2015; Harisazty, 2018). Εξίσου σημαντική συνεισφορά στην προώθηση των υπηρεσιών σε BAM (Al-Daihani & Al-Awadhi, 2015)



Εισαγωγή - Θεωρητικό Υπόβαθρο

Κρισιμότητα Παρέμβασης

Βιβλιομετρική Ανάλυση – Κινητικότητα Ερευνητικού πεδίου



Πηγή: Scopus (TITLE ("social media analytics") OR TITLE ("social media") AND TITLE ("libraries" OR "archives" OR "museums").

Εισαγωγή

Στόχοι Έρευνας – Ερευνητική Προβληματική

- I. Να εξετάσει την απόδοση των μουσείων πάνω σε συγκριμένες μετρικές κοινωνικών δικτύων ως προς τη χρήση και αξιοποίηση της πλατφόρμας του YouTube
- II. Να εξετάσει την απόδοση των μουσείων πάνω σε συγκριμένες μετρικές κοινωνικών δικτύων ως προς τη χρήση και αξιοποίηση της πλατφόρμας του Twitter
- III. Να διαπιστώσει πιθανές συσχετίσεις ανάμεσα σε πλήθος μετρικών που υιοθετούνται για την εξέταση της απόδοσης του Youtube
- IV. Να διαπιστώσει πιθανές συσχετίσεις ανάμεσα σε πλήθος μετρικών που υιοθετούνται για την εξέταση της απόδοσης του Twitter



Μεθοδολογία Έρευνας

Απεικόνιση Βημάτων

I. Συλλογή δείγματος έρευνας

- Καταγραφή των διευθύνσεων για την πλατφόρμα του YouTube (κανάλια)
- Καταγραφή των διευθύνσεων για τα πλατφόρμα του Twitter (προφίλ)
- Τελικό δείγμα : YouTube - 153 κανάλια | Twitter: - 151 κανάλια

II. Ανάκτηση Αναλυτικών Στοιχείων

- Επιλογή κατάλληλου εργαλείου (FanPageKarma) και εμπλουτισμός της πλατφόρμας με τα αντίστοιχα κανάλια
- Ανάπτυξη δύο διαφορετικών πλατφορμών για καλύτερη διαχείριση των δεδομένων

III. Προ-Επεξεργασία

- Εύρεση και επικύρωση των ορθών συνδέσμων
- Καθαρισμός τιμών
- Καθαρισμός διπλότυπων μετρικών

IV. Ανάλυση Δεδομένων

- Χρήση προγράμματος JASP για την ανάλυση
- Περιγραφική Ανάλυση (Mean, Std. Deviation, Min, Max, Skewness, Shapiro-Wilk)
- Ανάλυση Συσχετίσεων (Spearman Correlation)

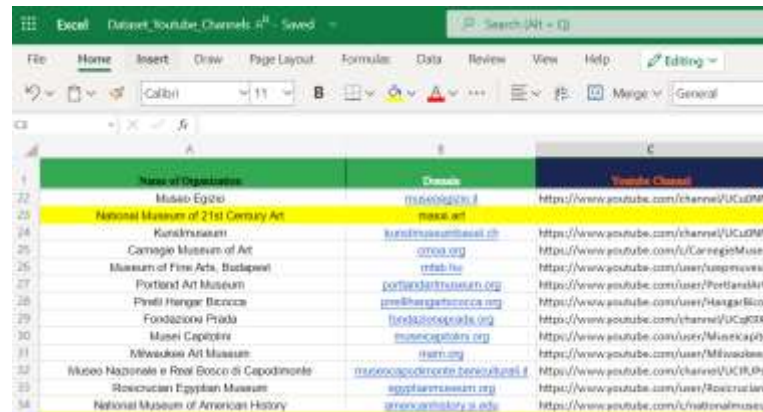
Μεθοδολογία Έρευνας

Συλλογή Δεδομένων Έρευνας

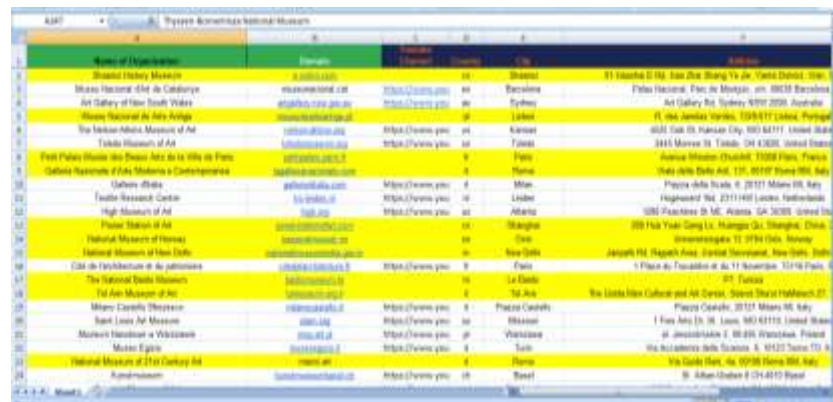
➤ Υιοθέτηση ενός αρχικού δείγματος δεδομένων ονομάτων των μουσείων από το σύνολο δεδομένων του Ερευνητικού Εργαστηρίου Διαχείρισης της Πληροφορίας (<https://iml.alis.uniwa.gr/global-websites-report/>)

➤ Συλλογή των αντίστοιχων διευθύνσεων κοινωνικών δικτύων από τις επίσημες ιστοσελίδες των μουσείων που εξετάσαμε

➤ Συνολικά 153 οργανισμοί για YouTube και 151 για Twitter.



Name of Organization	Channel	YouTube Channel
Museo Egizio	musaeoegizio.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
National Museum of 21st Century Art	musaeo.art	
Kunsthistorisches	kunsthistorisches.at	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Carnegie Museum of Art	cmoa.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Museum of Fine Arts, Budapest	mfab.hu	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Portland Art Museum	portlandartmuseum.org	https://www.youtube.com/user/PortlandArtM...
Pinelli Hangar Biscione	pinellihangarbiscione.org	https://www.youtube.com/user/HangarBiscio...
Fondazione Prada	fondazioneprada.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Musei Capitolini	musaicapitolini.org	https://www.youtube.com/user/MuseiCapito...
Milwaukee Art Museum	artmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Museo Nazionale e Royal Bosco di Capodimonte	musaeoecapodimonte.boscodivapoli.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Rosicrucian Egyptian Museum	egyptianmuseum.org	https://www.youtube.com/user/RosicrucianM...
National Museum of American History	americanhistory.si.edu	https://www.youtube.com/USNationalMuseum



Name of Organization	Location	Website	YouTube Channel
British History Museum	London, UK	britishmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Museo Nacional del de Catalunya	Barcelona, Spain	mnac.cat	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Art Gallery of New South Wales	Sydney, Australia	artgallery.nsw.gov.au	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Museo Nacional de Arte de Lima	Lima, Peru	musaeoartelima.gob.pe	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
The National Museum of Art	Kyoto, Japan	nmn.go.jp	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Tate Modern, London	London, UK	tate.org.uk	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Metropolitan Museum of Art	New York, USA	metmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Uffizi Gallery, Florence	Florence, Italy	uffizi.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
British Museum	London, UK	britishmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Metropolitan Museum of Art	New York, USA	metmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Uffizi Gallery	Florence, Italy	uffizi.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
British Museum	London, UK	britishmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Metropolitan Museum of Art	New York, USA	metmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Uffizi Gallery	Florence, Italy	uffizi.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
British Museum	London, UK	britishmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Metropolitan Museum of Art	New York, USA	metmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Uffizi Gallery	Florence, Italy	uffizi.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
British Museum	London, UK	britishmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Metropolitan Museum of Art	New York, USA	metmuseum.org	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...
Uffizi Gallery	Florence, Italy	uffizi.it	https://www.youtube.com/channel/UCd0MP...

Μεθοδολογία Έρευνας

Διαδικασία Επεξεργασίας Δεδομένων



- 250 οργανισμοί για Twitter και YouTube αναζητώντας την ενεργή κατάσταση καναλιών των μουσείων.
 - Δημιουργία Excel τοποθετώντας το όνομα των μουσείων. (Name of Organization).
 - Δημιουργία στηλών με τον τύπο του κάθε μουσείου, τη διεύθυνση, χώρα, περιοχή, URL, domain κ.ά.
- Δημιουργία προφίλ στο FanPageKarma και συλλογή αναλυτικών στοιχείων για το κάθε κανάλι.
- Προ-επεξεργασία δεδομένων με σκοπό την στατιστική τους ανάλυση μέσω του JASP.
- Διαγράμματα – γραφήματα με στόχο την ανάλυση των αποτελεσμάτων των μουσείων

Μεθοδολογία Έρευνας

Διαδικασία Ανάλυσης Δεδομένων



Descriptives | Μεταβλητής Διόδρασης Χρηστών

Descriptives | Μεταβλητής Διόδρασης Χρηστών

Descriptive Statistics	
	Total Reactions, Comments, Shares
Valid	148
Missing	278 (200)
Obs. Count	9864.480
Skewness	0.790
Obs. Error of Skewness	0.190
Skewness 95%	0.300
P-value of Skewness	< .001
Kurtosis	3.090
Kurtosis 95%	1.904 (3.00)

Count | Number of Priors to 'Total Reactions'

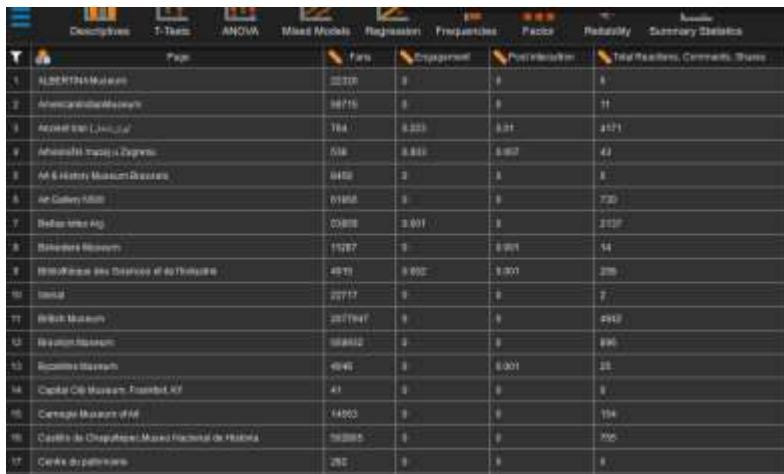
➤ Ανάλυση δεδομένων, μέσω στατιστικού προγράμματος JASP (Jeffreys's Amazing Statistics Program).

➤ Περιγραφική ανάλυση δεδομένων έρευνας

- Μέσοι όροι (Mean), Τυπική Απόκλιση (Std Deviation), Μέγιστες – Ελάχιστες Τιμές (Min Max), Τιμές λοξότητας (Skewness), Τελεστής κανονικής κατανομής Shapiro-Wilk.

➤ Ανάλυση Συσχετίσεων

- Δείκτες Spearman's από .000 έως .999
- $p < 0,001$ υποδηλώνουν ισχυρή στατιστική σημαντικότητα.



	Φαση	Φαση	Στατιστική	Παράμετρος	Total Reactions, Comments, Shares
1	ALBERT281 Μουσική	22729	0	0	0
2	Αποκαθιστάμενη	98716	0	0	11
3	Ακούει τον Λεβιτάιν	184	0.223	0.01	471
4	Αποκαθιστά τον Σαχάρι	538	0.840	0.007	43
5	Με & Μαύρη Μουσική Ομορφιά	9450	0	0	0
6	Με Γαλάζια Μουσική	61868	0	0	720
7	Μέλας είναι κίτρινος	53938	0.001	0	2329
8	Μέλας είναι Μουσική	17287	0	0.001	14
9	Μεγάλο με Σαχάρι & Μαύρη Μουσική	4973	0.002	0.001	208
10	Μουσική	20757	0	0	7
11	Μουσική Μουσική	2071947	0	0	4910
12	Μουσική Μουσική	988412	0	0	490
13	Μουσική Μουσική	4049	0	0.001	10
14	Μουσική Μουσική Μουσική Μουσική	41	0	0	0
15	Μουσική Μουσική & Μουσική	14003	0	0	104
16	Μουσική με Σαχάρι με Μουσική Μουσική με Μουσική	98880	0	0	700
17	Μουσική με Μουσική	280	0	0	0

YouTube Analytics & Metrics

- Για τη συλλογή των μετρικών για τη πλατφόρμα του YouTube χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα FanPageKarma.
- Με τη χρήση του προγράμματος συλλέξαμε τις κατάλληλες μετρικές όπου και τις καταγράψαμε στο Excel.

Metrics report Apr 17, 2022 - May 14, 2022 Page 11/111

App	Viewed	Like	Engagement	Not interested	action	Comment	Number of posts	Performance score (out of 10)	Number of likes	Number of views	Number of shares	Number of comments	Number of replies	Number of retweets	Number of retweets	Number of retweets	Number of retweets
Academy of Arts and Letters	961	-	0.2%	0	1	0	-	0.2%	0	46	-	-	0	0.00%	-	-	-
Ancient Museum - Athens	2490	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeology	9950	-	0.03%	0	2	0	-	0.03%	0	138	-	-	0	0.00%	-	-	-
AS & NC	2750	-	0.07%	4	2	0	-	0.08%	4	117	-	-	0	0.00%	-	-	-
Athenian Museum	6280	-	0.40%	24	1	0	-	0.4%	24	531	-	-	0	0.00%	-	-	-
American Museum of Natural History	34330	-	0.08%	227	0	91	-	0.08%	914	44673	-	-	400	0.00%	-	-	-
Aristotle Museum - Zagreb	195	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Athenian Museum of Modern Art	713	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	2	0.00%	-	-	-
Art & History Museum of Athens	72	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Art Gallery of NSW	26400	-	0.07%	92	1	0	-	0.08%	92	3023	-	-	100	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Chicago	23800	-	0.3%	100	0	0	-	0.3%	100	2163	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	2750	-	0.2%	16	11	0	-	0.40%	16	1011	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	6280	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	40	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	117000	-	0.2%	2029	2	101	-	0.2%	2029	10620	-	-	1000	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	2220	-	0.0%	0	1	0	-	0.0%	0	30	-	-	100	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	2250	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	281	-	0.0%	1	2	0	-	0.0%	1	67	-	-	21	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	2030	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	89	-	0.0%	0	1	0	-	0.0%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	14900	-	0.0%	110	0	1	-	0.0%	110	1000	-	-	400	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	130	-	0.2%	0	0	0	-	0.2%	0	0	-	-	0	0.00%	-	-	-
Archaeological Museum - Athens	2220	-	0.0%	11	2	0	-	0.0%	11	520	-	-	0	0.00%	-	-	-

Δείγμα δεδομένων όπως αυτό εξάγεται από το FanPageKarma για το YouTube

Twitter Analytics & Metrics

- Αντίστοιχα ακολουθήσαμε τον ίδιο τρόπο καταγραφής μετρικών και για τη πλατφόρμα του Twitter.
- Με βάση αυτά τα αποτελέσματα προχωρήσαμε στη σύγκριση των δυο πλατφορμών.

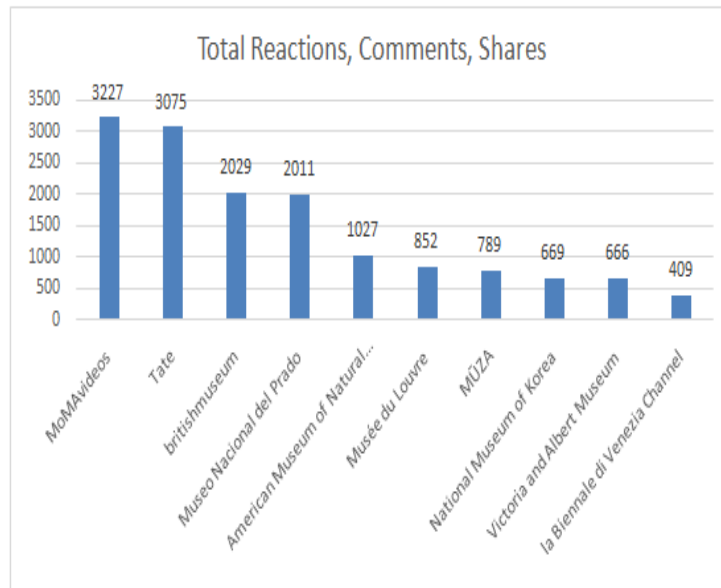
Page	Network	Fols	Engagement	Post interaction actions	Comment	Number of posts	Number of Comments	Performance in growth	Average Win	Number of Likes	Impressions	Impressions per post	Growth (per Growth)
6	ABEYTA Museum	22320	0.0%	0.0%	0	8	-	0.0%	0.14%	0	0	0	125 0.56%
7	AmericanIndianMuseum	58715	0.0%	0.0%	11	4	-	-	-	7	-	0.14267	-
8	AncientIran (پهنای)	764	22.38%	1.01%	4171	617	-	-	-	3927	-	10.0571	-
9	Arheološki muzej Zagreb	538	0.28%	0.67%	43	12	-	-	-	32	-	0.42671	-
10	Art & History Museum Brno	9458	0.0%	0.0%	0	8	-	-	-	0	-	0	-
11	Art Gallery K&M	61866	0.04%	0.02%	730	78	-	7.0%	0.1%	615	-	2.76514	256 0.36%
12	Bellas Artes Arg	53889	0.14%	0.04%	2137	111	-	14.0%	0.11%	1752	-	1.964266	256 0.44%
13	Béla Bartók Museum	11287	0.0%	0.06%	34	2	-	0.0%	0.05%	11	-	0.07429	22 0.2%
14	Bibliothèque des Sciences	4915	0.15%	0.1%	208	48	-	-	-	149	-	1.714266	-
15	bielal	22717	0.0%	0.0%	1	1	-	-	-	2	-	0.05514	-
16	British Museum	207747	0.01%	0.01%	4942	46	-	1.0%	0.01%	3911	-	1.64267	1256 0.06%
17	Brooklyn Museum	658821	0.0%	0.0%	896	105	-	1.0%	0.03%	741	-	3.75	722 0.11%
18	Byzantine Museum	4048	0.02%	0.12%	25	5	-	-	-	21	-	0.17671	-
19	Capitol City Museum, Fran	41	0.0%	0.0%	0	8	-	-	-	0	-	0	-

Δείγμα δεδομένων όπως αυτό εξάγεται από το FanPageKarma για το Twitter

Ενδεικτικά Αποτελέσματα Έρευνας I

Δέκα καλύτεροι οργανισμοί στην πλατφόρμα YouTube

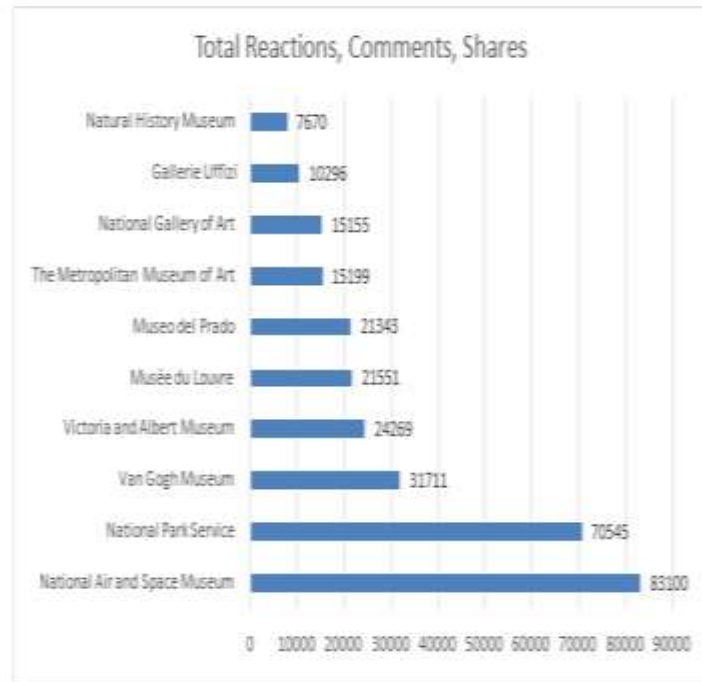
- Σύμφωνα με το διάγραμμα οι αντιδράσεις (total reactions) τα σχόλια (comments) και τις δημοσιεύσεις (shares) τα μουσεία MOMA και Tate έχουν το μεγαλύτερο αριθμό αντιδράσεων σε σχέση με τα υπόλοιπα μουσεία.
- Το κανάλι MoMavideos ανέρχεται στο ποσοστό αντιδράσεων 3227 ενώ το Tate στο 3075 σε περίοδο ενός μήνα.



Ενδεικτικά Αποτελέσματα Έρευνας II

Δέκα καλύτεροι οργανισμοί στην πλατφόρμα Twitter

- Στο παραπάνω διάγραμμα με βάση τις αντιδράσεις (total reactions) τα σχόλια (comments) και τις δημοσιεύσεις (shares) τα μουσεία National Park Service και National Air and Space Museum έχουν το μεγαλύτερο αριθμό αντιδράσεων σε σχέση με τα υπόλοιπα μουσεία.
- Το Μουσείο National Air and Space Museum ανέρχεται στις 83100 αντιδράσεις ενώ, με χαμηλότερο αριθμό αντιδράσεων εμφανίζεται το National History Museum of Scotland με 7670 αντιδράσεις.



Ενδεικτικά Αποτελέσματα Έρευνας III

Συσχέτιση Youtube

- Σχετικά με τις αναλύσεις συσχετίσεων για την πλατφόρμα του Youtube, διακρίνεται ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ του αριθμού των βίντεο που έχουν αναρτηθεί συνολικά στο εκάστοτε κανάλι (NumberOfPosts) με τον συνολικό αριθμό των αντιδράσεων (TotalReactions, Comments, Shares).
- Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ότι όσο αυξάνεται ο αριθμός των βίντεο, τόσο αυξάνονται και οι συνολικές αντιδράσεις. Με βάση αυτή την συσχέτιση υπάρχει παρότρυνση των διαχειριστών των καναλιών να δημοσιεύουν συχνότερα βίντεο στην πλατφόρμα του YouTube.

Spearman's Correlations

<u>Variable</u>	<u>Spearman's rho</u>	<u>Number of posts</u>	<u>TotalReactions, Comments, Shares</u>
1. <u>Number of posts</u>	<u>Spearman's rho</u>	—	
	<u>p-value</u>	—	
2. <u>TotalReactions, Comments, Shares</u>	<u>Spearman's rho</u>	0.907 ***	—
	<u>p-value</u>	<.001	—

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Ενδεικτικά Αποτελέσματα Έρευνας IV

Συσχέτιση Twitter

- Σύμφωνα με το πίνακα εξετάζεται η συσχέτιση που έχουν οι fans σε σχέση με το αυξανόμενο αριθμό αναρτήσεων. Δηλαδή, το πόσο αυξάνονται οι αναρτήσεις (post per day) σε συνάρτηση με την αύξηση των fans. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι όσο αυξάνεται ο αριθμός των αναρτήσεων ανά ημέρα (post per day), τόσο αυξάνονται και οι ακόλουθοι (fans).
- Όπως φαίνεται τα αποτελέσματα έρχονται σε αντίθεση με την αναμενόμενη συμπεριφορά των χρηστών. Δηλαδή θα ανέμενε κανείς ότι όσο αυξάνονται οι δημοσιεύσεις ανά ημέρα, τόσο μπορεί να μειώνεται ο αριθμός των ακολούθων, μιας και η συχνή δημοσίευση περιεχομένου, είναι ικανή να κουράσει το κοινό.

Variable		Posts per day	Fans
1. Posts per day	Spearman's rho	—	
	p-value	—	
2. Fans	Spearman's rho	0.714 ***	—
	p-value	<.001	—

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Συνεισφορά μελέτης



- Η παρούσα μελέτη προσφέρει πλήθος πρακτικών βημάτων που μπορεί εύκολα να αξιοποιηθεί από τους διαχειριστές των κοινωνικών δικτύων με μηδαμινό οικονομικό κόστος.
- Πιο συγκεκριμένα, μπορούν να παρακολουθούν μετρικές οι οποίες εμφανίζονται εντός των πλατφορμών και μπορούν να καταγραφούν μέσα από το σύστημα ανάλυσης συσχετίσεων
- Η μελέτη συμβάλλει στην καλύτερη προώθηση των υπηρεσιών των μουσείων μέσω των δύο πλατφορμών, κατανοώντας τις πιθανές συσχετίσεις ανάμεσα στις μετρικές. Με αυτή την πληροφορία οι διαχειριστές μπορούν να έχουν επίγνωση για τον αντίκτυπο των κινήσεων τους στο YouTube και το Twitter.
- Για πρώτη φορά συλλέγονται δεδομένα για τις δυο πλατφόρμες για περισσότερους από 150 μουσεία για περισσότερες από 30 μετρικές.
- Τέλος, η έρευνα μας χρησιμοποιείται ως σύστημα ανάλυσης προτυποποίησης (benchmarking) όπου μέσα από αυτό οι διαχειριστές μπορούν να ελέγχουν/παρακολουθούν τα αποτελέσματα άλλων οργανισμών

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Επόμενα Βήματα



Information Management Research Lab
Department of Archives, Library & Information
Studies

Ως επόμενα ερευνητικά βήματα θέτουμε τα εξής:

- Αύξηση δείγματος έρευνας για την γενίκευση αποτελεσμάτων.
- Εξέταση μεγαλύτερου αριθμού μετρικών για κάθε κοινωνικό δίκτυο.
- Προσπάθεια εφαρμογής μοντέλου σε άλλους οργανισμούς πέρα των μουσείων, όπως βιβλιοθήκες και αρχαία.



Πηγές Παρουσίασης – Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Aven,T.(2017) Improving the Foundation and Practice of Reliability Engineering. 295–305.
- Al-Daihani, M.S.; Abrahams, A. (2018) Analysis of Academic Libraries’ Facebook Posts: Text and Data Analytics. *J. Acad. Librariansh.*, 44, 216–225.
- Al-Daihani, S. M., & AlAwadhi, S. A. (2015). Exploring academic libraries’ use of Twitter: a content analysis. *The Electronic Library*.
- Brothy, P. (2007). The library in the twenty-first century.
- Bowden, J.L. (2009) The Process of Customer Engagement: A Conceptual Framework. *J.*
- Barnes,I. (2014) Twitter is special libraries: A distributed social media strategy in public Services Quarterly, 62-65
- Bountouri, L.; Giannakopoulos, G. (2014) The Use of Social Media in Archives. *Procedia-Soc. Behav. Sci.*, 147, 510–517
- Barger, V.; Peltier, J.W.; Schultz, D.E. (2016) Social Media and Consumer Engagement: A Review and Research Agenda.*J. Interact. Mark*, 10, 268–2



Σας Ευχαριστούμε Πολύ!

Αναλυτικά Στοιχεία Κοινωνικών Δικτύων Μουσείων. Μελέτη της Αξιοποίησης των Πλατφορμών Youtube και Twitter

Δανάη Δανάη & Καρανταλή Ξανθή



Επιβλέπων: Δημήτριος Κουής
Τριμελής Επιτροπή: Δημήτριος Κουής,
Ιωάννης Τριανταφύλλου και Σαράντος Καπιδάκης

Αθήνα, Ιούλιος 2022