

Rezultati ankete o percepciji uloge
društvenih mreža u znanstvenoj
komunikaciji i povećanju vidljivosti
časopisa

Danijel Namjesnik

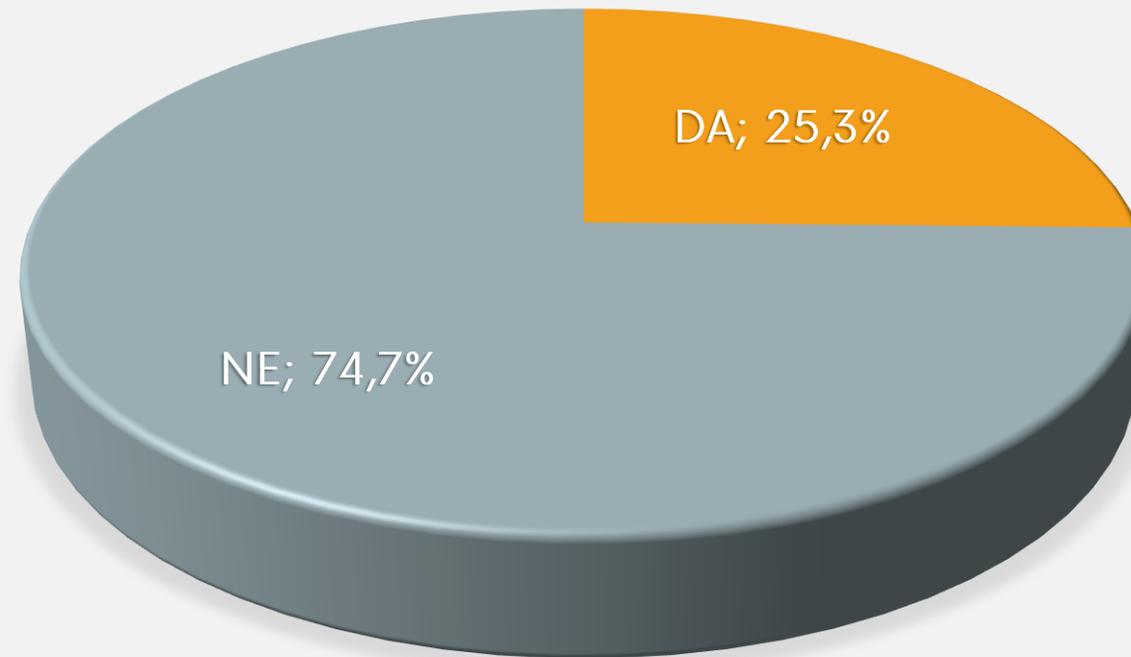
HR EASE - ZNAK sesija

6. srpnja 2022.

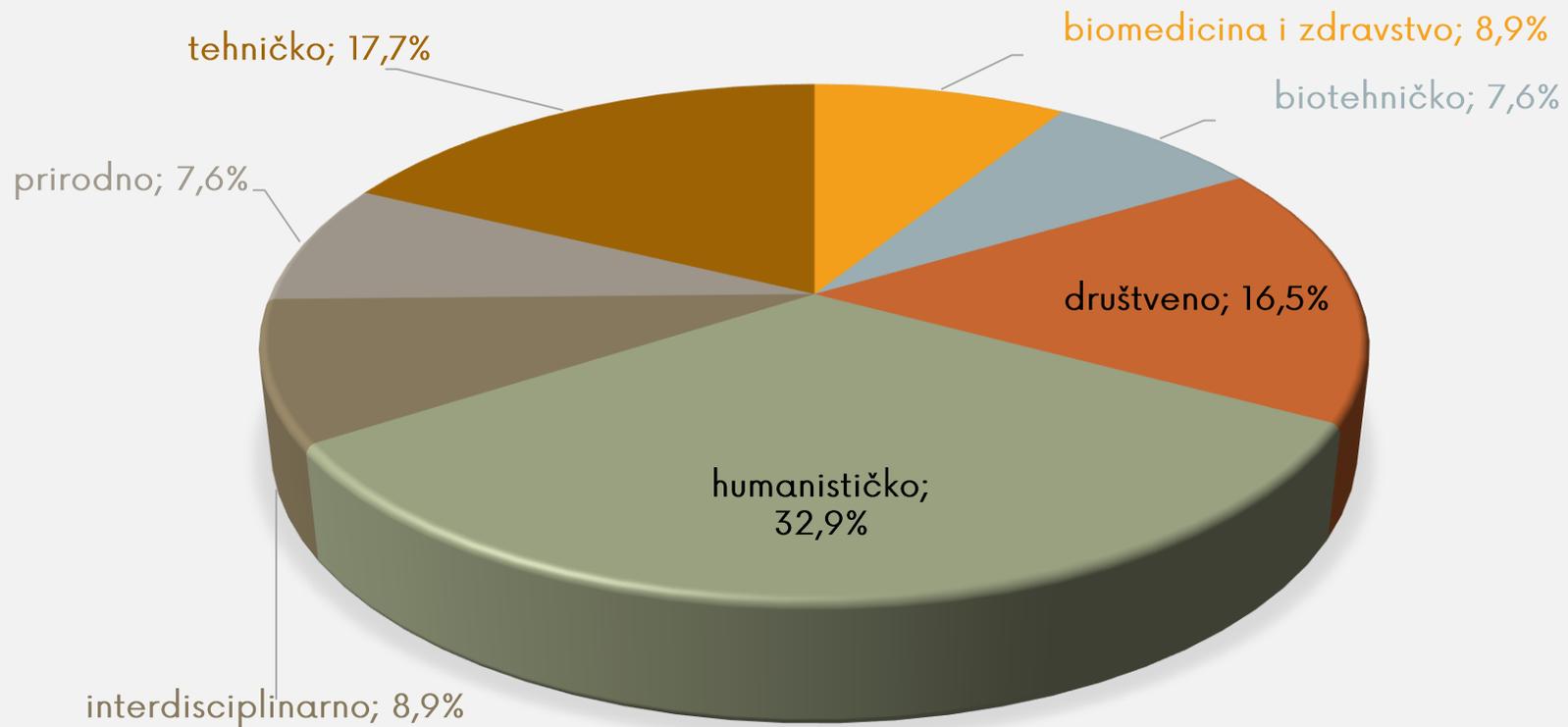
UVOD

- Anketa je provedena anonimno pomoću alata *Limesurvey*, a završena je 30. lipnja 2022.
- Pitanja su grupirana u četiri cjeline:
 - pitanja za časopise koji su aktivni na društvenim mrežama
 - pitanja za časopise koji nisu aktivni na društvenim mrežama
 - pitanja za sve časopise neovisno o aktivnosti na društvenim mrežama
 - pitanja za osobu koja ispunjava upitnik
- **Oblik:** dinamička anketa s uvjetnom logikom
- **Odziv:** putem svojih predstavnika, anketi se odazvalo 79 časopisa
- Cjeloviti rezultati ankete bit će dostupni na web stranici ZNAK

Ima li Vaš časopis profil na društvenim mrežama?



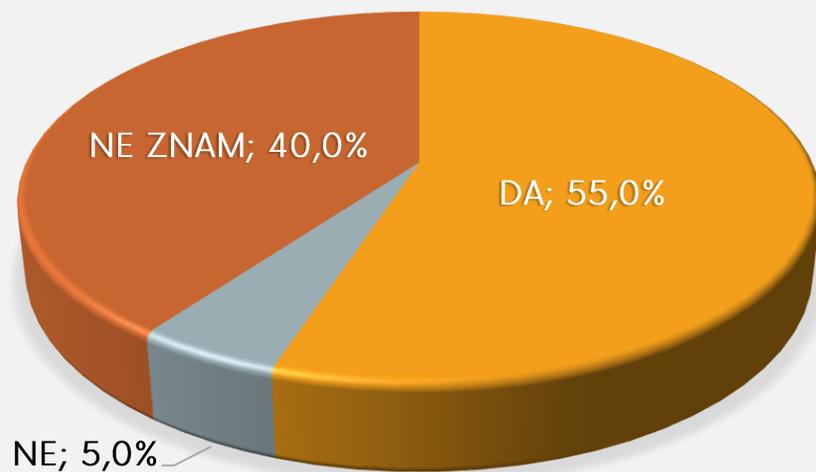
Iz kojeg je područja Vaš časopis?



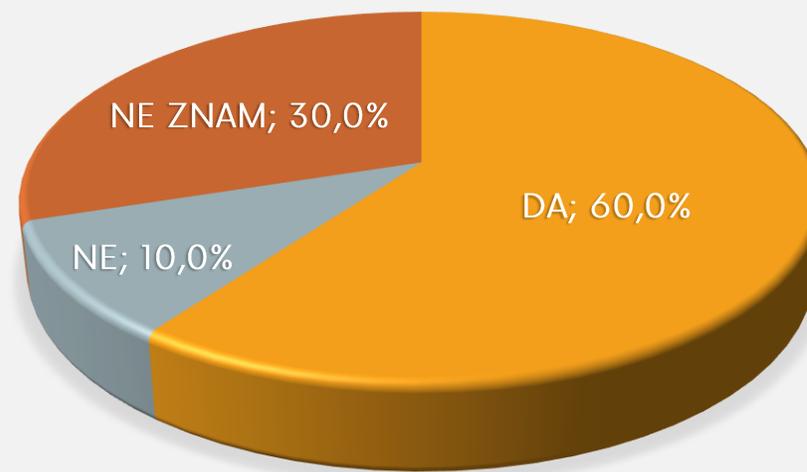
I. Pitanja za časopise koji su aktivni na društvenim mrežama

- Ako Vaš časopis ima profil na društvenim mrežama, naznačite na kojim?
70 % časopisa ima profil na Facebooku, 40 % časopisa ima profil na Twitteru, 20 % na LinkedIn-u.
Ostale mreže su zanemarivo zastupljene.
- Koliko često objavljujete sadržaj na profilu časopisa na društvenim mrežama?
30 % časopisa objavljuje sadržaje na tromjesečnoj bazi, 25 % na mjesečnoj, 15 % na tjednoj bazi, a ostali polugodišnje ili godišnje
- Tko kreira i održava sadržaj Vašeg časopisa na društvenim mrežama?
85 % profila na društvenim mrežama časopisa uređuje urednik ili član uredništva časopisa
- Što najviše utječe na dinamiku objavljivanja na profilu Vašeg časopisa na društvenim mrežama?
 - 70 % časopisa objavljuje sadržaje na društvenim mrežama u ovisnosti o dinamici izlaženja brojeva.
 - Najviše se objavljuju obavijesti o novom broju (95 %) ili o objavljenom radu (55 %)

Je li broj pratitelja profila Vašeg časopisa porastao u posljednje dvije godine?



Je li citiranost i/ili korištenost Vašeg časopisa porasla u posljednje dvije godine?



II. Pitanja za časopise koji nisu aktivni na društvenim mrežama

- Ako Vaš časopis nema profil na društvenim mrežama, navedite razloge
 - nema tko održavati profil časopisa na društvenim mrežama (58 %)
 - nedostatak vremena (49 %)
 - Smatram da to nije relevantno za časopis (19 %)
 - Smatram da društvene mreže nisu prikladna platforma za dijeljenje znanstvenih informacija (17 %)
- Dodatni komentari ispitanika nalaze se u cjelovitom tekstu rezultata ankete.

III. Pitanja za sve časopise neovisno o aktivnosti na društvenim mrežama

- Sljedeće tvrdnje ocjenjivane su ocjenama od 1 do 5, a navedena je prosječna ocjena koju su dali časopisi **koji imaju** i oni **koji nemaju** profile na društvenim mrežama:
 - Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava vidljivost časopisa 4,3 / 3,7
 - Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava broj čitatelja časopisa 3,9 / 3,5
 - Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava citiranost i korištenje sadržaja časopisa 3,7 / 3,3
 - Društvene mreže imaju sve veću ulogu u znanstvenoj komunikaciji 4,3 / 3,7
- **14 %** bolje ocjene dali su časopisi koji **IMAJU** profil na društvenim mrežama

IV. Pitanja za osobu koja ispunjava upitnik

- Pozicija u časopisu:
 - Najviše su zastupljeni **glavni urednik** (48 %) i **izvršni urednik** (23 %).
U prosjeku imaju **7 godina iskustva** na toj poziciji
 - Raspodjela po dobnim grupama nalikuje Gaussovoj:
31-40 godina (22 %); **41-50 godina** (42 %) i **51-60 godina** (27 %)
- **76 % ispitanika ima profil na društvenim mrežama**, a po zastupljenosti vode **Facebook** (92 %) i **LinkedIn** (63 %), za kojima slijede Instagram (53 %), Academia.edu (53 %) i ResearchGate (52 %) – ostale mreže su zanemarivo zastupljene.

Anketa za HR EASE ZNAK sesiju 2022

uloga društvenih mreža u znanstvenoj komunikaciji i povećanje vidljivosti časopisa

Anketa je provedena anonimno pomoću alata *Limesurvey*, a završena je 30. lipnja 2022.

1. Iz kojeg je područja Vaš časopis: (N = 79)

- a) biomedicina i zdravstvo..... 7 (8,9 %)
- b) biotehničko..... 6 (7,6 %)
- c) društveno..... **13 (16,5 %)**
- d) humanističko..... **26 (32,9 %)**
- e) interdisciplinarno..... 7 (8,9 %)
- f) prirodno..... 6 (7,6 %)
- g) tehničko..... **14 (17,7 %)**

2. Ima li Vaš časopis profil na društvenim mrežama? (N = 79)

- a) DA..... 20 (25,3 %)
- b) NE..... **59 (74,7 %)**

I. Pitanja za časopise koji imaju profile na društvenim mrežama:

3. Ako Vaš časopis ima profil na društvenim mrežama, naznačite na kojim: (N = 20)

- a) **Twitter..... 8 (40,0 %)**
- b) **Facebook..... 14 (70,0 %)**
- c) LinkedIn..... 4 (20,0 %)
- d) Instagram..... 2 (10,0 %)
- e) Tik Tok..... 0 (0,0 %)
- f) YouTube..... 0 (0,0 %)
- g) ResearchGate..... 1 (5,0 %)
- h) Academia.edu..... 1 (5,0 %)
- i) Ostalo..... 0 (0,0 %)

4. Koliko često objavljujete sadržaj na profilu časopisa na društvenim mrežama: (N = 20)

- a) na tjednoj bazi..... 3 (15,0 %)
- b) **na mjesečnoj bazi..... 5 (25,0 %)**
- c) **svaka 3 mjeseca..... 6 (30,0 %)**
- d) polugodišnje..... 4 (20,0 %)
- e) godišnje..... 2 (10,0 %)

5. Tko kreira i održava sadržaj Vašeg časopisa na društvenim mrežama: (N = 20)

- a) **Urednik / uredništvo časopisa..... 17 (85,0 %)**
- b) Služba za marketing i odnose s javnošću..... 1 (5,0 %)
- c) Vanjski suradnici - content manager ili agencija..... 1 (5,0 %)
- d) Ostalo[#]..... 1 (5,0 %)

[#] Ostalo: asistentice na volonterskoj bazi, tajnica uredništva.

6. Što najviše utječe na dinamiku objavljivanja na profilu Vašeg časopisa na društvenim mrežama: (N = 20)

- a) dinamika izlaženja brojeva časopisa 14 (70,0 %)
- b) neki događaji koji su vezani uz sadržaj časopisa, ..., raspoloživost i inspiracija administratora, 1 (5,0 %)
- c) objava sadržaja na stranicama koje Vaš časopis prati..... 1 (5,0 %)
- d) organizacija događaja u kojima sudjeluje časopis/uredništvo 3 (15,0 %)
- e) Plan objave je jednom tjedno..... 1 (5,0 %)

7. Koje informacije dijelite na profilu Vašeg časopisa na društvenim mrežama (naznačite sve što je primjenjivo): (N = 20)

- a) Obavijest o novom broju 19 (95,0 %)
- b) Obavijest o objavljenom radu 11 (55,0 %)
- c) Informacija o novom uvodniku 2 (10,0 %)
- d) Informacije o uredničkoj politici..... 2 (10,0 %)
- e) Objava podataka o indeksiranosti i/ili citiranosti..... 4 (20,0 %)
- f) Dijeljenje informacija o inicijativama važnim za znanstveno-izdavačku djelatnost (OPERAS, cOAlition S, Science Europe i sl.) 2 (10,0 %)
- g) Dijeljenje preporuka institucija relevantnih za znanstveno izdavaštvo (MZO, EASE, COPE, MET i sl.)..... 1 (5,0 %)
- h) Informacije iz znanstvenog područja Vašeg časopisa 5 (25,0 %)
- i) Dijeljenje sadržaja ostalih časopisa 1 (5,0 %)

8. Je li broj pratitelja profila Vašeg časopisa porastao u posljednje dvije godine: (N = 20)

- a) DA..... 11 (55,0 %)
- b) NE 1 (5,0 %)
- c) NE ZNAM 8 (40,0 %)

9. Je li citiranost i/ili korištenost (broj posjeta, broj preuzimanja i sl.) Vašeg časopisa porasla u posljednje dvije godine: (N = 20)

- a) DA..... 12 (60,0 %)
- b) NE 2 (10,0 %)
- c) NE ZNAM 6 (30,0 %)

II. Pitanja za časopise koji nemaju profil na društvenim mrežama:

10. Ako Vaš časopis nema profil na društvenim mrežama, navedite razloge (moguće više odgovara): (N = 59)

- a) Smatram da to nije relevantno za časopis 11 (18,6 %)
- b) Smatram da društvene mreže nisu prikladna platforma za dijeljenje znanstvenih informacija..... 10 (16,9 %)
- c) nedostatak vremena..... 29 (49,2 %)
- d) nema tko održavati profil časopisa na društvenim mrežama 34 (57,6 %)
- e) nemam odobrenje izdavača 3 (5,1 %)
- f) Ostalo (niže navedeno)..... 10 (16,9 %)

- Imamo profil katedre i instituta, putem kojeg objavljujemo informacije o časopisu.
- Nema odobrenja znanstvenog vijeća.
- Do sada nismo o tome razmišljali.
- Tek odnedavno uviđamo važnost vidljivost časopisa i članaka na društvenim mrežama, nastojimo krenuti u tom smjeru intenzivno
- Časopis promoviramo na društvenim profilima izdavača.
- Ne znam kako ga promovirati.
- Informacije o časopisima objavljuju se na društvenim mrežama institucije.
- Planira se, no nikako da dođe na red.
- Hrčak.hr
- Profil ima izdavač.

III. Pitanja za sve časopise:

11. Označite sljedeće tvrdnje ocjenom od 1 do 5, s time da ocjena 1 znači da se uopće ne slažete, a ocjena 5 da se u potpunosti slažete s tom tvrdnjom (N = 79, prosječna ocjena)

- A Časopis ima profil na društvenim mrežama
 B Časopis nema profil na društvenim mrežama
 C Svi časopisi

	A	B	C
a) Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava vidljivost časopisa	4,3	3,7	3,8
b) Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava broj čitatelja časopisa	3,9	3,5	3,6
c) Aktivnost časopisa na društvenim mrežama povećava citiranost i korištenje sadržaja časopisa	3,7	3,3	3,4
d) Društvene mreže imaju sve veću ulogu u znanstvenoj komunikaciji	4,3	3,7	3,8



14 % bolje ocjene dali su časopisi koji IMAJU profil na društvenim mrežama

IV. Na kraju nekoliko pitanja o Vama:

12. Vaša pozicija u časopisu: (N = 79)

a) Glavni urednik.....	38 (48,1 %)
b) Izvršni urednik.....	18 (22,8 %)
c) Tehnički urednik	17 (21,5 %)
d) Jezični urednik	1 (1,3 %)
e) Web master	3 (3,8 %)
f) Tajnik	7 (8,9 %)
g) Ostalo#	5 (6,3 %)

Ostalo: pomoćni urednik, mlađi urednik, član savjeta, pomoćnik gl. urednika, član Povjerenstva za odnose s javnošću.

13. Koliko godina radite na toj poziciji:

Prosjek: 7 godina

14. Kojoj dobnoj skupini pripadate:

(N = 79)

- a) < 30 godina 4 (5,1 %)
- b) 31-40 godina 17 (21,5 %)
- c) **41-50 godina** **33 (41,8 %)**
- d) 51-60 godina 21 (26,6 %)
- e) > 61 godina 4 (5,1 %)

15. Imate li osobni profil na društvenim mrežama:

(N = 79)

- a) **Da** **60 (75,9 %)**
- b) **Ne** 19 (24,1 %)

16. Na kojim sve društvenim mrežama imate osobni profil (moguće više odgovara)

(N = 60)

- a) Academia.edu 32 (53,3 %)
- b) **Facebook** **55 (91,7 %)**
- c) Instagram 32 (53,3 %)
- d) **LinkedIn** **38 (63,3 %)**
- e) ResearchGate 31 (51,7 %)
- f) Tik Tok 4 (6,7 %)
- g) Twitter 15 (25,0 %)
- h) YouTube 13 (21,7 %)
- i) Snapchat 1 (1,7 %)

17. Na kojoj ste od tih društvenih mreža najaktivniji:

(N = 60)

- a) Academia.edu 2 (3,3 %)
- b) **Facebook** **36 (60,0 %)**
- c) Instagram 5 (8,3 %)
- d) LinkedIn 3 (5,0 %)
- e) ResearchGate 6 (10,0 %)
- f) Twitter 3 (5,0 %)
- g) Niti jednu ne koristim aktivno 4 (6,7 %)
- h) Ostalo 1 (1,7 %)