

BibliCamp 5 – sotsiaalmeedia raamatukogus

Piret Jõesaar,
Tallinna Ülikooli Akadeemilise
Raamatukogu saalivanem

Maris Nool,
Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogu
teeninduskeskuse raamatukoguhoidja

EESTI RAAMATUKOGUHOIDJATE ÜHING

8.–10. AUGUSTIL 2018 TOIMUS TÜRIL ERÜ NOORTEKLUBI VIIES SUVESEMINAR *BIBLICAMP*. SEEKORDSE *BIBLICAMP* TEEMA OLI JÄTK VEEBRUARIS TARTUS TOIMUNUD TALVESEMINARILE *SOTSIAALMEEDIA TURUNDUS MÄLUASUTUSTES*. KUI TALVEL KESKENDUSIME ROHKEM TEOREETILISELE POOLELE JA KOGEMUSTE VAHETAMISELE, SIIS *BIBLICAMP*IL PANIME RÕHKU PRAKTILISTELE TÖÖDELE. NENDESSE PÄEVADESSE MAHTUS NII PÕNEVAID ETTEKANDEID, RÜHMATÖID, ARUTELUSID, KOGEMUSTE JAGAMISI KUI KA RAAMATUKOGU JA MUUSEUMI KÜLASTUS. SEEKORD OLI ERINEVATEST EESTI PAIKADEST KOKKU KUUSTEIST OSALEJAT: LISAKS TALLINNALE JA TARTULE KA PÄRNUST, MAARITSAST, JÜRIST, LUSTIVEREST NING VIIMSIST. MEIL OLI RÕÕM TUTVUDA NELJA UUE KLUBILIIKMEGA, KES LOODETAVASTI HAKKAVAD AKTIIVSELT KLUBI ÜRITUSTEST OSA VÕTMA!

Noorteklubi rinnamärgid.
Foto: Piret
Jõesaar



*BibliCamp*i esimest päeva alustasime kokkuvõttega talveseminarist, et sealt saadud mõtteid suveseminaril arvesse võtta. Seejärel selgitas **Jaana Tõnisson** teemakohaseid mõisteid, et kõigest ühtmoodi aru saaksime. Meie jaoks oli oluline mõista nii turundust üldisemalt kui ka seda, kuidas see raamatukogu konteksti sobitub, samuti näha sotsiaalmeedia ja sotsiaalvõrgustike vahelisi erinevusi.

Seejärel tutvustas Tallinna Keskraamatukogu infoteeninduse pearaamatukoguhoidja **Sille Dammann** meile erinevaid veebipõhiseid koostöövahendeid, mida me tema eestvedamisel ka analüüsima hakkasime. Otsisime vastuseid järgmistele küsimustele:

- Millised on selle vahendi eelised ja piirangud?
- Millistele vanuserühmadele see vahend sobib?
- Millistes olukordades võiks seda vahendit kasutada?

Küsimustele tuli vastata ajurünnaku meetodil, veebipõhist hääletamisrakendust *Tricider* kasutades.

Veebilehtede loomise tööriistana kiideti *Wix*, mis pakub mitmeid kujundusi erinevatele sihtrühmadele ja laseb neid enda vajadustele sobivalt muuta. Projektitöö korraldamiseks soovitati *Asanat*, mis on väga hea vahend professionaalsel tasemel meeskonnatöök. Väiksemamahuliste planeerimistööde jaoks peeti sobivaks *Wunderlisti*, mille kasutajaliidest mitmel korral kiideti. Ühiste viktoriinide ja küsitluste läbiviimiseks katsetati rakendust *Poll Everywhere*, mis on sobiv abivahend ka üritustel tagasiside saamiseks või konverentsidel esinejatele küsimuste esitamiseks. Kirjutades on võimalik jääda anonüümseks ja kui Ameerikas kasutatakse tihti samal eesmärgil *Twitter*nt, siis Euroopas ja sh Eestis ei ole *Twitter*nii laialdaselt kasutusele võetud, et peaks tingimata seda kasutama.

Esimese päeva lõpetas ekskursioon Eesti Ringhäälingumuuseumisse. Muuseumi direktor **Juhan Sihver** tegi meile väga põhjaliku tagasivaate raadiote ja televiisorite maailma. Kuulsime olulistest inimestest raadiole ajaloos ja nägime kodudes ja stuudios kasutusel olnud raadioid, mis olid toredalt eriilmelised. Praegusaja suures infolevikus, millele meie seminar ka osaliselt keskendus, oli pisut kummaline kuulda tolle aja karmidest reeglitest raadiote omamisel ja kasutamisel. Huvitav oli näha ka esimesi televiisoreid, mille pilt oli imeväike ja mustvalge. Ringkäik muuseumis oli väga meeleolukas ja kaigi oleme kõik küllaltki noored, siis nii mõnigi tundis ära tuttava raadio või televiisori.

Seminari teine päev algas Tallinna Keskraamatukogu laste- ja noorteteeninduse pearaamatukoguhoidja **Maarja Pildre** ettekandega *Sotsiaalmeedia – ajaviide või ajaraisk?*. Kõigepealt tutvustas ta meile

sotsiaalmeedia kasutamise statistikat maailmast ja Eestist. Põnev oli vaadata andmeid interneti- ja sotsiaalmeediakasutusest ja selle muutustest maailmas ning võrrelda seda Eesti andmetega. Näiteks kui *Facebooki* kasutajad üldise statistika järgi on pigem mehed vanuses 18–44, siis Eestis kasutavad *Facebooki* mehed ja naised võrdselt ning nad on vanuses 18–54. Teistes vanuserühmades oli mõlemal juhul kasutus tunduvalt väiksem. Esitatud statistika andis parema arusaamise sotsiaalmeedia rollist meie igapäevaelus.

Lisaks tõi Maarja oma ettekandes välja põhilised vead, mida sotsiaalmeediakanali haldamisel tegema kiputakse:

- negatiivsete kommentaaride ja mainimiste ignoreerimine;
- liigne ametlikkus;
- liigne enesereklaam;
- rämpspostitused (spämmimine);
- vähene suhtlemine;
- mitmekesisuse unustamine;
- postitamine postitamise pärast;
- ei jälgita ega analüüsita postituste sisu ja kasutajate aktiivsust;
- enda ülekoormamine;
- tiimitöö puudumine;
- sotsiaalmeedia kasutamise eeskirja puudumine.

Nägime ka positiivseid ja negatiivseid näiteid sotsiaalmeediapostitustest ja -kampaniatest. Need andsid arusaamise sellest, et postituses tehtud vead ei ole alati halvad, kui need enda kasuks tööle panna. Näiteks postitas McDonalds *Twitter*isse lause, kus oli unustanud sõnad *siia tuleb*

link tegeliku lingiga asendada. Mõned tunnid hiljem lisasid nad, et kindlasti ei tohiks postitada enne, kui oled joonud ühe McCafé. Mõlemad postitused said kokku väga palju positiivset vastukaja ja jagamisi. Samas oli ka mitmeid näiteid, mis panid mõtlema, kui oluline on enne postitamist kontrollida kõiki tekste. Kui oma asutuse sotsiaalmeediakanaleid hallates eelpool nimetatud komistuskive silmas pidada, regulaarselt oma jälgijatega suhelda ja oma sisetunnet usaldada, on eksimisvõimalus minimaalne.

Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogu raamatukoguhoidja **Maris Nool** tegi oma ettekandes *Olla või mitte olla – see ei ole küsimus raamatukogude sotsiaalmeediaturunduses* huvitava ülevaate Facebooki- ja Instagrami-postituste erinevustest ning tõi näiteid hästi ja halvasti välja kukkunud postitustest. Seejärel jaotati meid gruppidesse ning anti ülesandeks koostada Facebooki- ja Instagrami-postitused raamatukogu kontekstis mõneti ebatavaliste objektidega: plastiktool, soolalops, kapsapea ning šampoonipudel. Elutruud postitused pidime koostama fiktiivse ülikooli raamatukoguna ning sealjuures oli oluline mõista, et Facebooki ja Instagrami ei saa täpselt ühesuguseid postitusi teha. Nii valmis näiteks kapsapeast Facebooki jaoks video ning Instagrami jaoks vahva poster.

Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu suhtekorraldaja **Jaana Tõnisson** tegi ettekande *Tulevik on tunni aja pärast*, milles andis näpunäiteid sotsiaalmeediapostituste teemade leidmiseks. Lisaks raamatukogu sündmustele ja teenustele võib ära kasutada näiteks kalendritähtpäevi, näidata n-ö tagatubades tehtavaid töid, jagada kolleegi raamatusoovitus, kajas-

tada huvitavat juhtumist lugemissaalis või lugeja omapäras küsimust. Postitusi tehes tuleb mees pidada, et pildi- ja videomaterjal peab olema kvaliteetne. Järjepidevalt tuleb jälgida statistikat ja mõõdikuid ning neist lähtuvalt teha postitamisel korrigeeringuid. Ka Jaana rõhutas, et jälgijatega peab suhtlema, et nad tunneksid ennast kaasatuna.

Jaana eestvedamisel läbisime *workshopi*, kus tuli etteantud raamatukogule koostada septembrikuu Facebooki-postituste plaan. Rühmadele määratud raamatukogude profiilid olid väga erinevad. Esindatud olid erialaraamatukogudest Eesti Pimedate Raamatukogu ja Tallinna Tervishoiu Kõrgkooli raamatukogu, külaraamatukogu (Tuudi Raamatukogu) ja kooliraamatukogu (Tapa Gümnaasiumi raamatukogu). Iga rühm pidi arvestama talle määratud raamatukogu eripäradega nagu lugejate ja töötajate arv ning kogude suurus. Kõik panid plaani kirja, et postitusi tehakse 1–2 korda nädalas ja muudest erinevustest hoolimata (üks keskendus tähtpäevadele, teine näitustele või projektidele ja kolmas kooliürituste propageerimisele) oli kõigis plaanides välja toodud postitus uute raamatute kohta.

Teise päeva lõpetas külastada Türi Raamatukokku. Meid võttis vastu raamatukogu juhataja **Astrid Karpender**, kes tegi meile ekskursiooni ja rääkis raamatukogu tegemistest ja seal toimunud muudatustest. Viimase paari aasta jooksul on raamatukogu ruumid muudetud kasutajasõbralikumaks, loodud lastele mõnus nurgake ja eraldi ruum näituste ning ürituste korraldamiseks. Astridi sõnul on külastajate arv tõusuteel ja üritustel on alati palju rahvast. Meile andis Türi Raamatukogu

külastamine väga positiivse elamuse ja oli motiveeriv näha, kuidas ise aktiivne olles on kõik võimalik. Soovime Türi raamatukogurahvale jätkuvat energiat ja tegutsemistahet!

Viimasel päeval võtsime kokku ettekanete, rühmatööde ja arutelude käigus jagatud informatsiooni. Rääkisime, mis seminarist kõige paremini meelde jäi ja mida ka oma raamatukogu sotsiaalmeediakanalites kasutada saaksime.

BibliCampi esimesel päeval saime kõik ülesande koostada vabalt valitud sotsiaalmeediakanalisse postitus toimunud seminarist. See võis olla nii video-, piltide kui ka tekstivormis. Üks osa kolmanda päeva kokkuvõtetest oli seega meie loodud postituste üle arutlemine. Mitmed tegid *Instagrami story* või postituse, loodi isegi eraldi *Instagrami* profiil just *BibliCampi* jaoks, samuti valmis äge video ja blogipostitus.

Seminarilt jäi kõlama mõte – edukalt turundamiseks tuleb teada, millised on käesoleva aasta turundustrendid ja millised eeldatavad tulevikusuunad. Aastat 2018 kirjeldavad peamiselt juturobotid (*chatbot*), ühepäevane sisu (24-tunnised lood, *story*), turundus mõjutajate/kõneisikute kaudu (*youtuberid*, blogijad), otseülekanDED, *gif* ja *emoji*. Oluline on mees pidada, et enamik kasutab sotsiaalmeediat nutiseadmes ning tugev visuaal peab olema prioriteet. Järgmiseks aastaks ennustatakse, et ühepäevase sisu ja eestkõneleajate turundus laieneb veelgi, samuti suureneb video- ja *live feed*-reklaamiga turundamine. Paljude ettevõtete sihtrühmaks saab generatsioon Z ehk noored, kes on sündinud pärast 2000. aastat. Ka raamatukogud peavad sellega arvestama.



BibliCamp 5 Türi Raamatukogu trepil. Ülemine rida vasakult: Diana Schmidt, Triin Kodusaar, Kadri Haavandi, Maarja Pildre, Jaanika Tappo ja Kristiina Viks. Keskmine rida vasakult: Piret Jõesaar, Sigrid Teppart, Inger Vaguri, Anneli Erik, Gerli Õunapuu, Elise Rand ja Sille Dammann. Esimene rida vasakult: Heleen Karja, Maris Nool ning Jaana Tõnisson. Foto: Maris Nool