

sõnastamise lähtepunktiks. Väärtused, millest 21. sajandi raamatukogu peaks lähtuma, on usaldusvärsus, kasutajakesksus, mitmekülgus, kättesaadavus, inspiratsioon ja paindlikkus.

Et dokument ei jääks pelgalt kõlavalt vormistatud lausete hulgaks, tuli sellega edasi töötada ja nii sündis rahvaraamatukoguteenuse kvaliteedihindamise mudel. Seejuures oli Siili sõnul tähtis, et eestvedajaiks oleksid erialainimesed, kuna raamatukogudes toimuvate muutuste mõju on väga pikaajaline. Samas aga on viisid, kuidas riik püüab neid muutusi suunata, liiga aeglased, tegeledes sageli tagajärgede likvideerimise, mitte tuleviku suunamisega.

Ragnar Siil tõi esile viis kriteeriumi, mida rahvaraamatukoguteenuse hindamiseks kasutatakse: raamatukogu strateegiline positsioon, pakutavad teenused, kogud, töötajad, füüsiline keskkond.

Siil tutvustas lühidalt kvaliteedihindamise mudeli täitnud kaheteistkümne raamatukogu tulemusi ning juhtis tähelepanu ka mudelis sisalduvatele lisaküsimustele: millised on raamatukogutöötajate koolitusvajadused, peamised ootused riigile, ootused ERÜ-le, ettepanekud kvaliteedihindamise mudeli täiendamiseks.

Mudelisi ei ole eeskujuks võetud Eesti raamatukogude keskmist taset, vaid ideaali, selgitas kõneleja. See võimaldab analüüsida rahvaraamatukogude praegust olukorda ja välja selgitada lahendamist vajavad probleemid ka riigi tasandil – näiteks e-raamatute või auviste komplekteerimine. Kõneleja ergutas kõiki rahvaraamatukogusid enesehindamist teostama märtsikuu lõpuks, et juba aprillis saaks teha üldise ülevaate Eesti rahvaraamatukogude hetkeseisust. Enesehindamise tulemustest on lihtne näha oma raamatukogu arenguvajadusi ja kokku kirjutada arengukava, tõi Ragnar Siil välja enesehindamise kasulikkuse üksikule raamatukogule.

*Kõnekoosoleku korraldamist toetas
Hasartmängumaksu Nõukogu.*

¹ Eesti kultuuripoliitika põhialused aastani 2020. <http://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kultuur2020.pdf>

² Eesti inimarengu aruanne 2016/2017. <https://inimarengu.ee/eesti-kultuurimuutused-avatud-maailmas/>

³ Tarand, Kaarel. Karu nuttu jätkub kauemaks. *Sirp*, 23.03.2018. <http://sirp.ee/s1-artiklid/c9-sotsiaalia/karu-nuttu-jatkub-kauemaks/>

⁴ Karulin, Ott. Et karu ei nutaks. *Sirp*, 09.02.2018. <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/c9-sotsiaalia/et-karu-ei-nutaks/>

Noorteklubi talveseminar Sotsiaalmeedia turundus mäluasutustes

Piret Jõesaar,
Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu
saalivanem, ERÜ noorteklubi liige



12. VEEBRUARIL 2018 TOIMUSTARTUS, EESTI KIRJANDUSMUUSEUMIS KOLMAS EESTI RAAMATUKOGUHOIDJATE ÜHINGU NOORTEKLUBI TALVESEMINAR, MIS KÄSITLES SOTSIAALMEEDIA TURUNDAMIST MÄLUASUTUSTES.

Tänavune talveseminar korraldati nn mittekonverentsi (*unconference*) stiilis, mis eeldas osalejatelt aktiivset kaasrääkimist. See oli mäluasutuste esindajatele ja tudengitele hea võimalus jagada oma kogemusi sotsiaalmeedia haldamise vallas. Teiste seas olid kutsutud oma kogemusi jagama **Klaari Tamm** Tartu Linnaraamatukogust, **Siret Rimmel** Tallinna Tehnikakõrgkooli Raamatukogust (TTKR), **Jaana Tõnisson** Tallinna Ülikooli Akadeemilisest Raamatukogust (TLÜAR) ja **Kärt Rebane** Tartu Linnamuseumist. Seminari modereeris **Maris Nool** Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogust (TTÜR).

Alguses räägiti üldiselt **turundusest** – kus ja mida jagatakse. Mainiti ära kodulehed, pabervoldikud/flaierid, uudiskirjad, kohalik ajaleht, esinemised raadios, Facebook, Instagram, blogid. **TTK raamatukogu (@tallinnatehnikakorgkooli.raamatukogu)** esindaja rääkis, et lisaks sotsiaalmeediakanalitele toimib neil väga hästi QR-koodiga pabervoldik, mida tudengid kasutavad lisainformatsiooni saamiseks või sündmuse/ürituse talletamiseks. Lugejate e-kirjade vastuste allkirjale on TTK raamatukogu lisanud Facebooki lingi ning see tõesti toimib lehe vaadatavuse suurendamisel.

Seminaril oli rõhk **sotsiaalmeediakanalitel**, seega ei ole üllatav, et domineeris Facebooki käsitlev arutelu. Kõigil seminaril esindatud mäluasutustel on olemas Facebooki leht (või jagati aktiivselt infot valla lehel). Suurematel asutustel on lehti lausa mitu, et eri osakonnad saaksid end ise oma äranägemise järgi reklaamida. Arutelul selgus, et vähemalt raamatukogude kogemuste põhjal ei ole Eestis Twitterit nii palju omaks võetud, et selle kaudu sihtgrupini jõuda. Ka Pinteresti kasutamisel ei nähtud mõtet, sest registreerimata kasutajad sealset sisu ei näe. YouTube'i küll rakendatakse, aga pigem materjalide hoidlana kui aktiivse suhtluskanalina.

Kõik osalejad nõustusid, et sotsiaalmeediakanalid annavad kõige paremaid tulemusi, kui nende kasutamiseks on strateegia paika pandud. Strateegia ei saa ega peagi olema liiga põhjalik, on lihtsalt mõned põhimõtted, mida tuleb järgida:

Sotsiaalmeedia-kanalid annavad kõige paremaid tulemusi, kui nende kasutamiseks on olemas strateegia.

Pilt on põhivahend, millega jõutakse inimesteni. Piltidega ei tohi aga liialdada ja need peavad olema hea kvaliteediga.

- Kõik kolleegid annavad infot, aga üks inimene vastutab: kontrollib teksti õige-kirja, sõnumi selgust, teksti pikkust ning tõlke puhul täpsust.
- Pilt on põhivahend, millega jõutakse inimesteni. Piltidega ei tohi aga liialdada ja need peavad olema hea kvaliteediga.
- Postituste tihedus peab olema optimaalne. Liiga vähe – ja sind unustatakse, liiga tihti – ja sind blokeeritakse uudisvoost (väga lihtsalt – ühe hiireklõpsuga).

Postituste tihedus peab olema optimaalne. Liiga vähe – ja sind unustatakse, liiga tihti – ja sind blokeeritakse uudisvoost.

- Postitamise aeg on oluline. Tööpäeva algus ja lõpp on Facebooki külastuste poolest kõige intensiivsemad. Mõne asutuse Facebooki lehel see varieerub, aga lehe administraator saab külastuste sagedust jälgida ja vastavalt sellele postitusi lisada või jagada.

Narva Muuseumi (@narvamuseum) esindaja rääkis, et nemad teevad Facebooki postitusi alati kolmes keeles – eesti, inglise ja vene keeles, et jõuda võimalikult paljude inimesteni. Paratamatult pikendab see aga postituste lisamise aega, sest kõigepealt koostatakse sobiv tekst, mis seejärel tõlgitakse ja läbib keelilise korrektuuri, lõpuks peab see kõik saama eraldi nõusoleku ülemuselt. Teised osalejad olid tõlgete tegemisel tagasihoidlikumad. Kolme eri keelde tõlget naljalt ei tehta, aga kui

ürituse või näituse iseloom seda soosib, siis tegemata ka ei jää. Tavaliselt piirduakse siiski kakskeelsete postitustega vastavalt oma kogukonna keelilisele mitmekesisusele (eesti/inglise, eesti/vene).

Eesti Kirjandusmuuseumi rahvaluule arhiivi Instagrami kontole (@rahvaluule-arhiiv) postitatakse fotokogust pilte kaks korda nädalas ja see saab alati väga tugevat vastukaja. Üldine arvamus seminaril oli, et muuseumite jaoks on Instagram ideaalne, sest neil on palju pildimaterjali, mida jagada, aga raamatukogud peavad natuke rohkem pingutama, et leida sobiv visuaalne väljund.

TTÜ raamatukogu (@ttu_library) on hea näide, kuidas Instagram raamatukogude puhul toimida võib. Facebook on neil pigem info jagamise kanal, Instagramis lugejad reaalselt suhtlevad ja esitavad küsimusi. Instagramis on ainult ingliskeelne tekst, millele lisatakse eestikeelsed teemaviited (#hashtagid).

Tartu Linnamuuseumi (@TartuLinnamuuseum) esindaja rääkis, kuidas ta on üritanud Facebooki ja Instagrami postitusi teha alati nii, et need toetaks üksteist ja oleks visuaalselt seotud ürituse ühtse värvilahendusega, et see kasutajatele meelde jääks.

Kõik nõustused, et pilt on see, millega jõutakse inimesteni. Kollaažireegel, mis kutsub vaatama: **toit + inimene + tegevus.** Facebookis toimib valem: **pilt + 20% teksti + link kodulehele, kus on täpsem teave.** Veel enam tõmbab tähelepanu lühike liikuv pilt/video, mis peaks olema ilma helita. Paljud inimesed sirvivad sotsiaalmeedia voogu avalikus kohas ja neil on heli vaigistatud või nad vaigistavad selle kohe, kui videoga kaasneb heli. Seega on videote puhul subtiitrid väga olulised.

Seminaril viimases osas jagati veelgi konkreetsemaid mõtteid ja ideid, kuidas asutuste sotsiaalmeediaprofile edukamaks muuta. Näiteks julgustati agaramalt vana-

nenud informatsiooni kustutama, sest sotsiaalmeediakanal, mis ei ole aktiivne ja ajakohase infoga, teeb pigem kahju kui kasu.

Fahrenheit 451 raamatutoa (@fahrenheit451raamatutuba) esindaja mainis, et nemad panevad Facebookis ürituse materjalid kokku võimalikult vara ning nädal enne ürituse toimumist hakkavad infot lisama, et sündmus inimestele meelde tuleks ja Facebookis esile tõuseks.

Tartu Linnaraamatukogust (@tartu-linnaraamatukogu) uuriti, kas keegi on Facebooki tasuta reklaamiteenust proovinud. Kuna keegi seda võimalust kasutanud ei olnud, siis jätkus arutelu, mille tulemusena leiti, et mõistlik oleks sinna investeerida 3€ esimesel päeval ja rohkem mitte. Esimesed 24 tundi on olulised ja kindlasti tuleks tellimuses ära märkida, et reklaam ei leviks öösel, kuid esimesed 12 tundi see-eest hästi aktiivselt.

Seminaril jääd eri arvamusele küsimuses, kas ja kui palju jagada teiste postitusi. TLÜ ARI esindaja rääkis, et tihtipeale turundatakse koostöös ülikooli kommunikatsiooniosakonnaga ning ülikooli kirjandusega seotud postitusi ja videoid (nt *1 Minuti Loengud*) jagatakse ka raamatukogu Facebooki lehel, aga muud eriti mitte. See-eest väiksemates asutustes jagatakse postitusi tihtipeale vastamisi, nt noortekekesus jagab kultuurimaja postitust, kultuurimaja jagab noortekekesuse postitust. Ühelt poolt arvati, et see on uudisvoogude topelinfooga risustamine, teised pidasid olulisemaks, et info jõuaks inimesteni. Igaüks peab ise valima, milline lähenemine talle ja tema kogukonnale kõige paremini sobib.

Ja kui muu ei aita, et saada inimestelt reageeringut (*like*, jagamine, kommentaar), siis tuleb kasutusele võtta *räpased võtted* ehk lisada juurde armas kassipilt. See aitab alati!

Kohtumiseni järgmisel talveseminaril!



Noorteklubi talveseminar Eesti Kirjandusmuuseumi saalis. Foto: Piret Jõesaar