

Raamatukoguturundus – Miks? Kuidas? Kellele? (II osa)

Caroline Kiviberg (Filosoofia)

Merje Reismaa (Noorsootöö)

Marit Ivanov (Klassiõpetaja)

Brendt Ventsel (Kehakultuur)

Tõnu Vilu (Ajaloo ja ühiskonnaõpetuse õpetaja)

Harriet Vassiljev (Kultuuriteadus)

Liis Treima (Eesti filoloogia)

Marta Pärn (Eesti filoloogia)

Tambet Kütt (Käsitöötehnoloogiad ja disain)

Daria Mamaeva (Vene filoloogia)

Alina Krasavtseva (Vene filoloogia)

Patricia Talberg (Käsitöötehnoloogiad ja disain)

Juhendajad: Aira Lepik, Kädi Riismaa (Digitehnoloogiaste
instituut)

Sissejuhatus

- Käesolev projekt on jätkuks 2024. a kevadsemestril koostatud ELU projektile "Raamatukoguturundus - Miks? Kuidas?"
 - Digitaalne juhendmaterjal Eesti raamatukogudele "Raamatukoguturunduse kompass"
- Meie (jätku)projekti **eesmärk** on välja selgitada ja analüüsida välismaiseid raamatukoguturunduse käsitlusi, rakendusi ja parimaid praktikaid ning kavandada lahendusi eri tüüpi raamatukogudele tulemuslikuks



turundustegevuseks Eestis.
TALLINNA ÜLIKOOL

Teoreetiline raamistik

- Analüüsitakse kooli- ja ülikooliraamatukogude turundusele iseloomulikke suundumusi ja näpunäiteid lahenduste väljatöötamiseks, et turundada tulemuslikumalt eri tüüpi raamatukogusid.

Sidusrühmad

- **Raamatukogu** - avalikkuse teadlikkus, efektiivsus;
- Raamatukogu **kasutajad** - sihtrühmade ootused, kasutajamugavus;
- Raamatukogu **töötajad** - kogemused, seisukohad;
- **Juhtkond ja administratsioon** - strateegiliste otsuste langetamine;
- **Haridusasutused** - teadustöö, teenuste arendamine;
- **Haridus- ja Teadusministeerium** - töökorraldus, rahastus;
- **Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium** - innovatsiooni ja digilahenduste toetamine;
- **Kogukond ja huvirühmad** - tulevased õpilased ja üliõpilased.



Ekspertintervjuud

Intervjueeritavad:

- Saaremaa Gümnaasiumi raamatukogu koordinaator
- Rakvere Riigigümnaasiumi õpikeskuse koordinaator
- Tallinna Tehnikakõrgkooli Teenusmajanduse instituudi turunduse lektor
- Tallinna Tehnikaülikooli teeninduse peaspetsialist ja teeninduskeskuse juhataja
- Tallinna Tehnikaülikooli erialainfo peaspetsialist
- Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu asjaajamisjuht-suhtekorraldaja
- Eesti Raamatukoguhoidjate Ühingu (ERÜ) juhatuse aseesimees, maakonnaraamatukogu direktor



TALLINNA ÜLIKOOI

Protsess

- **Esimene etapp:** Raamatukoguturunduse seniste praktikate kaardistamine ülikooli- ja kooliraamatukogudes.
Uurimisküsimuste koostamine eelnevalt tehtud uurimuse põhjal.
- **Teine etapp:** Ekspertintervjuude ettevalmistamine, läbiviimine ja analüüs.
- **Kolmas etapp:** Sotsiaalmeedia ja turundusstrateegiate analüüs ning tulemuste esitamine.
- **Neljas etapp:** Nipiraamatu koostamine (sisuanalüüs ja juhised).



Tulemused: Kooliraamatukogud

- Sotsiaalmeedia kasutus ebahühtlane, paljud ei kasuta üldse.
- Saaremaa ja Kohtla-Järve gümnaasiumid: edukad näited.
- Vajadus tõsta teadlikkust raamatukogude võimalustest kooli tasandil.
- Sotsiaalmeedia rakendamine oluline

Tulemused: Ülikooliraamatukogud

- TalTech, TÜ, EMÜ ja TLÜ turunduses aktiivsed
- EKA ja EMTA turunduses passiivsed.
- Üritusturundus vähene.
- Järeldus: Vajadus sihitud strateegiate ja sotsiaalmeedia kanalite kaasamise järele. Platvormid, kus enam turundust tehakse on Instagram ja Facebook.



Tulemus: Nipiraamatu põhjooned

- Praktilised turunduse soovitused kooli- ja ülikooliraamatukogudele;
- Parimad turunduse praktikad sotsiaalmeedia rakendamise ja kogukondade kaasamise strateegiates;
- Ekspertintervjuude tulemuste analüüs ja nendel tuginevad ettepanekud ja soovitused;
- Tasuta kättesaadav digitaalne materjal.

Projekti väärtus ja jätkusuutlikus


- Tugevdab raamatukogude nähtavust ja kasutatavust.
- Toetab raamatukogu personali nende töös.
- ELU projekt tõi välja vajadused ja puudujäägid raamatukoguturunduses.
- Valminud nipiraamat toetab kooli- ja ülikooliraamatukogude turundust.
- Koostöö ja interdistsiplinaarne lähenemine annavad praktilise ja kasutajasõbraliku tulemuse.
- „Raamatukoguturundus III“ – jätkuprojekt võimalike täienduste ja rakendustega.



Nipiraamat

RAAMATUKOGUTURUNDUS - MIKS?

Turundus raamatukogude kontekstis on juba alates 1970-ndatest olnud teemaks rahvusvahelistel enalokatsioonides (nt *Library Marketing and Communications Conference*, infopetsalistide õppekavades (Gupta et al., 2006), see teemal on kirjutatud mitmeid raamatuid (nt Polger, 2019; Anderson, 2020; Villamor & Shroick, 2022) ja arvukalt teadusartikleid - viimastel aastatel on teaduslised temaatilised ajaveevid (nt *Super Library Promotion: Practical Tips and Ideas for Library Promotion*, vt Joonis 1) ning otsest raamatukogu turundusele keskendunud eriaajakirjad (nt *Marketing Libraries Journal*).

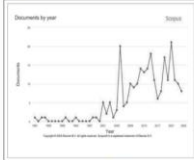


Joonis 1 Ajaveevid ajaveevid *Super Library Promotion: Practical Tips and Ideas for Library Promotion* ajaveevid.

Analüüses teadusartikleid peamisi võrrestiti käesoleval sajandil, on kokkuvõtte tegemiseks abiks nii vastavereemilised uurimiskirjanduse ülevaated (Koonitz et al., 2006; Garoufalou et al., 2013; Bhardwaj & Jain, 2016; Gupta et al., 2018; Choi & Harper, 2020) kui ka nt põhjalik märkimisväärsed enalokatsioonid (Gupta, Saward, 2018). Järgnevalt teeme ühisele raamatukoguturunduse käsitlustele, markerime selle vajaduse ning vaatleme lähemalt raamatukoguturundust sotsiaalmeedias.

Raamatukoguturunduse käsitlusi

Analüüses kirjutuse Elsevieri viitamisinfo andmebaasis Scopus refereeritud raamatukoguturunduse temaatilisi artikleid ajaveehemikus 1981-2024 võib tähele panna kirjutiste kasvu aastal 2006 (vt Joonis 2). Vaadeldes lähemalt sel aastal publikatsioonid 20 artiklit: Irvelli, et nende kasvu on n-õ kaasa aidanud sel aastal ilmunud kogumik "Marketing Library and Information Services: International Perspectives" (Gupta et al., 2006), mis sisaldab kuus raamatukoguturundusele keskendunud peatükki, sealhulgas ka Eesti raamatukoguturunduse hardiduse ja uuringute seisundit kaasis (Lepp, 2006). Kirjutiste arvukusega eristub ka aasta 2021, mil on Scopus referentid 21 raamatukoguturunduse temaatilist artiklit. Analüüses artikleid lähemalt selgub, et sel aastal on enim käsitlimest leidnud sotsiaalmeedia võimalused eri tüüpi raamatukogude turunduses (nt Breeding, 2021; Muhammad & Zivael, 2021) ja raamatukoguturunduse olemist ja rakenduvõimalusi analüüsivad kirjutised (nt Dragon & Letner, 2021; Thaha & Purnamasari, 2021).



Joonis 2 Kirjutuste Elsevieri viitamisinfo andmebaasis Scopus referentid raamatukoguturunduse temaatilisi artikleid ajaveehemikus 1981-2024.

Põhjalliku ülevaate funktsionaalsetest seostest turunduse ja raamatukogude vahel pakub Gupta markerides vajadust liikuda tervikliku raamatukoguturunduse poole, et kasutada aja- ja ajakohaselt nii digiturunduse rakendusi kui ka andmepõhise, sähv- ja emotsionaalse turunduse võimalusi (Gupta, 2016). Huvipakkuvate teemadena keruvad käsitlustes muuhulgas ühismeedia kasutuvõimalused raamatukoguturunduses, mida on oma kirjutistes analüüsinud nt Choi & Joo (2021), raamatukoguhoidja roll ja vastutus raamatukogu turunduses nt Patel & Pradhan (2014), kirjutises, raamatukogude brändisemantika muud Sahli et al. (2023) artiklis.



Raamatukoguturunduse
nipiraamat



Allikas: https://issuu.com/harrietvassiljev/docs/raamatukoguturunduse_nipiraamat_2
TALLINNA ÜLIKOO

Kokkuvõte

Järeldused:

- Kasutada raamatukogude turundamisel rohkem sotsiaalmeediat;
- Kooli- ja ülikooliraamatukogude atraktiivsemaks muutmine - ruumiturundus;
- Koostöö erinevate sihtrühmadega parima praktika leidmiseks.

Kasutatud allikad

Projektis on kasutatud teadusallikaid ning neile on nõuetekohaselt viidatud.

Kasutatud allikate loetelu on “Nipiraamatu” lõpus ning projekti portfoolios.

*TÄNÄME
KUULAMAST!*