

Biblioteket på SoMe

Strategi for bruk av sosiale medier i bibliotek



Innholdsfortegnelse

Strategi for bruk av sosiale medier i bibliotek	2
1. Innledning	2
2. Utfordringer	2
3. Formål og fokus	3
4. Kanaler	4
5. Innholdstyper	5
5.1 Informasjon om bibliotekets tilbud	5
5.2 Litteraturformidling	5
5.3 Relasjonsbyggende innhold	6
6. Produksjon og deling	6
7. Implementering	7
8. Oppfølging	7

Strategi for bruk av sosiale medier i bibliotek

En veileder til hvordan SoMe kan brukes som en plattform for synliggjøring av bibliotekets tilbud, og som et effektivt verktøy for formidling

1. Innledning

Norge er et av verdens mest digitaliserte land. Det går fram av den nasjonale digitaliseringsstrategien (2024-2030), som peker på at digitalisering er et nødvendig verktøy for å realisere muligheter og løse mange av de store utfordringene vi som samfunn står overfor. Som et resultat av denne utviklingen bruker vi stadig mer tid på skjerm, og en brukerundersøkelse utført av Opinion våren 2025 viser at hele 96% av innbyggerne i Rogaland over 15 år er aktive på sosiale medier. Hvordan kan bibliotekene utnytte dette mulighetsrommet?

Brukerundersøkelsen var en del av prosjektet «Samarbeid om produksjon og deling av innhold på nett for bibliotekene i Rogaland» (2024-2025), der målet var å etablere en god digital infrastruktur som sikrer innbyggerne i Rogaland et likeverdig digitalt bibliotektilbud. Med felles nettsideløsning og gode rutiner for samarbeid har bibliotekene i Rogaland utviklet gode digitale tilbud til sine brukere. Likevel viser undersøkelsen at bare 26% bruker bibliotekets digitale tilbud, og hovedårsaken ser ut til å være manglende kjennskap.

Målet med denne strategien er å vise hvordan bibliotekene kan bruke SoMe som en effektiv plattform for formidling og synliggjøring av bibliotekets tilbud og tjenester, uten at det går på bekostning av den høye tilliten undersøkelsen viser at biblioteket har i samfunnet vårt.

2. utfordringer

Å lage en felles strategi for alle fylkets folkebibliotek er ikke uproblematisk. Det er store forskjeller på bibliotektilbudet i store og små kommuner, og det er viktig å ta høyde for at ikke alle bibliotek har ressurser eller kompetanse til å prioritere SoMe. I tillegg kommer praktiske begrensinger som at Nasjonal

sikkerhetsmyndighet (NSM) fraråder bruk av TikTok og Telegram på tjenesteenheter til ansatte i offentlig sektor, og flere kommuner har av den grunn innført forbud mot disse plattformene på kommunale enheter. Bruk av TikTok og Telegram vil derfor ikke bli inkludert i denne strategien.

En annen utfordring er at feltet preges av skiftende trender og raske endringer, og det er derfor viktig at strategien er fleksibel og utformet på et overordnet plan. Sist, men ikke minst, legger det nasjonale lovverket for personvern strenge føringer for hvordan offentlige instanser kan bruke SoMe. KS har derfor laget en veileder tilpasset kommuner, som også ligger til grunn for denne strategien. Her pekes det på ulike etiske dilemmaer som bruk av SoMe kan medføre, og det er viktig at hvert enkelt bibliotek er oppdatert på gjeldende regelverk og veiledninger for bruk av SoMe i egen kommune.

3. Formål og fokus

Hvorfor skal biblioteket være på sosiale medier? På en inspirasjonsdag om SoMe for bibliotek i Rogaland 12. september 2024, svarte deltakerne følgende:



Det var med andre ord stor variasjon i hvorfor og hvordan bibliotekene i Rogaland brukte SoMe-kanalen Instagram, men ordet som gikk igjen flest ganger var "Informere".

Sosiale medier utgjør i dag en stor del av hverdagen vår, og har i stor grad endret måten vi kommuniserer på, Og til tross for at fenomenet har ført med seg store utfordringer, viser en undersøkelse gjennomført av Opinion at hele

96% av innbyggerne i Rogaland over 15 år var aktive på SoMe i 2025. Sosiale medier er med andre ord en viktig arena for bibliotekene til å innfri sin lovfestede plikt om å fremme opplysning og drive aktiv formidling for alle som bor i landet, og gjøre bibliotekenes innhold og tjenester kjent. Altså: "Informere".

Samtidig viser undersøkelsen av biblioteket har høy tillit i befolkningen, og at 79% av innbyggerne i Rogaland stoler på informasjonen fra biblioteket. Det gir biblioteket en viktig rolle i kampen mot desinformasjon, ikke minst i sosiale medier. En felles strategi for bruk av SoMe kan bidra til å sikre at bibliotekenes bruk av sosiale medier ikke går på bekostning av den høye tilliten, og legge til rette for økt samarbeid på tvers av kommunegrenser.

For å nå gjennom på SoMe er det også viktig for bibliotekene å avgrense fokus: Hva er det mest hensiktsmessig for bibliotekene i Rogaland å informere om i SoMe? Og hvem ønsker de å nå ut til med denne informasjonen? Her må hvert enkelt bibliotek gjøre sine lokale prioriteringer ut fra kommunens demografi og personalets kompetanse, men følgende nasjonale føringer må ligge til grunn:

- [Gjeldende nasjonale aldersgrenser for sosiale medier](#)
- [Lov om folkebibliotek](#)
- [Leselyststrategien \(2024 – 2030\): Sammen om lesing](#)
- [Strategi for å styrke motstandskraften mot desinformasjon \(2025 – 2030\)](#)

4. Kanaler

Sosiale medier er et samlebegrep for "nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold og delta i sosiale nettverk" (Store norske leksikon 2026). Brukerundersøkelsen fra Opinion viser at Facebook er den mest brukte plattformen i Rogaland (73%), og ifølge SNL er denne trenden også gjeldende i resten av Norge og internasjonalt. Brukerundersøkelsen fra Rogaland viser imidlertid betydelige forskjeller mellom aldersgruppene. Unge under 30 år bruker først og fremst Snapchat, Instagram, YouTube og TikTok.

Med få ressurser tilgjengelig vil det være hensiktsmessig for bibliotekene i Rogaland å konsentrere seg om en plattform som treffer ulike aldersgrupper. Så selv om Facebook og Snapchat har flere brukere, viser tall fra Ipsos (2023) at Instagram er den kanalen som treffer bredest. Instagram er også en kanal som det er mulig å bruke på kommunale enheter, og som er utformet for formidling av visuelt innhold. Og ifølge Meta er visuelt innhold det som skaper mest engasjement hos brukerne. Instagram er derfor en kanal som egner seg godt til synliggjøring av bibliotekenes tilbud.

5. Innholdstyper

Hva slags innhold bibliotekene deler på SoMe, er avgjørende for hvem de når. Blir innholdet for generelt, treffer det ingen. Bibliotek med få ressurser bør derfor gjøre en prioritering av målgrupper, og løfte fram innhold som treffer dem. Her vil lokale faktorer spille inn, men en generell avgrensning er selvsagt anbefalte aldersgrenser for SoMe (15 år). Og med Instagram som hovedkanal, vil det være naturlig å fokusere på innhold tilpasset dette formatet.

Bibliotekene i Rogaland bør med andre ord prioritere godt visuelt innhold som treffer ungdom og voksne. Og i brukerundersøkelsen utført av Opinion i 2025, svarer både følgere og ikke-følgere av bibliotekene i Rogaland at innholdet de foretrekker er **informasjon om bibliotekets tilbud, og anbefalinger av bøker og medier**. I tillegg viser undersøkelsen at **relasjonsbyggende innhold** skaper mye engasjement.

5.1 Informasjon om bibliotekets tilbud

Det er gratis å låne. Alle kan få lånekort. Bøker du lånte i Sauda kan du levere i Levanger. Biblioteket har lange åpningstider. Mange har selvbetjent ("meråpent") bibliotek utenom betjent åpningstid. Biblioteket kan låne inn bøker til deg fra andre biblioteker dersom de ikke har den i egen samling. Og så videre. Alt dette er velkjent for ansatte i biblioteket, men trolig mindre kjent i befolkningen. SoMe egner seg for å fronte både brede og evige tilbud ("alle kan få lånekort"), og smalere og mer kortvarige tilbud ("sommerbibliotek i idrettshallen"). Eksempel: <https://tinyurl.com/4xs2mrey>

Ressursbruken bør gjenspeile graden av evighet og størrelsen på målgruppen. Det er ingenting i veien for å poste gamle filmer om igjen.

5.2 Formidling av litteratur

Utlån av bøker er antakelig publikums første assosiasjon til bibliotek, og bibliotekarer har høy troverdighet som avsender av dette. Litteraturformidling i SoMe kan gjøres i alle skalaer, fra et enkeltbilde på Instagram til en serie filmer eller podcaster. Eksempel: <https://tinyurl.com/nhbftxk8>

Det avgjørende er å lage et opplegg som er håndterbart for det enkelte bibliotek. Hva er realistisk å klare i jobbhverdagen? Det kan være bildeposter med en ansatt som anbefaler en ny bok hver fredag, en ny bokliste med aktuelle bøker en gang i uka eller en kort anbefalingsfilm en gang i måneden. Det er avgjørende å lage en publiseringsplan med tydelig ansvarsfordeling, slik at ambisjonene ikke blir bare det.

5.3 Relasjonsbyggende innhold

Bøker, bibliotek og lesing har en positiv klang i befolkningen. Innhold som forsterker bibliotekets omdømme bør være del av SoMe-miksen til alle bibliotek. Hvem er de ansatte? Hva er de eksperter på? Hvordan er livet som bibliotekar? Hvordan stemmer bibliotekar-klisjeene med virkeligheten? SoMe er en god arena for å sette ansikt på samfunnsinstitusjonen bibliotek. Humor og historiefortelling er viktige nøkler for å få dette til.

Som for formidling av litteratur på SoMe går arbeidet lettere med faste konsepter. Det skaper gjenkjennelse for brukerne, og det gjør idéfasen enklere. Eksempel: <https://tinyurl.com/5deuhvha>

6. Produksjon og deling

I en travel bibliotekhverdag blir produksjon og deling av innhold i SoMe fort nedprioritert, men brukt på riktig måte kan det digitale rommet være en effektiv måte å utnytte knappe ressurser på. Københavns Biblioteker arrangerer eksempelvis jevnlig innspillingsdager, der de 23 bydelsbibliotekene samproduserer innhold som hovedbiblioteket deler i bydelsbibliotekenes kanaler. Denne metoden ble testet ut av Rogaland fylkesbibliotek høsten 2025, og viste seg å være en effektiv måte å sikre at alle bibliotekene i fylket nå kan tilby sine innbyggere relevant og godt innhold på SoMe – uavhengig av hvor mye ressurser de selv har til å lage digitalt innhold.

Slike produksjonsdager kan organiseres av fylkesbiblioteket, gjerne i samarbeid med et av fylkets folkebibliotek som har kompetanse på innholdsproduksjon. Denne måten å samarbeide på tvers av kommunegrenser gjør at bibliotekene kan dra nytte av hverandres kompetanse, og bidrar til at et større mangfold av formidlere viser igjen bibliotekenes SoMe-kanaler. Ulempen er at innbyggerne ikke alltid møter de samme formidlerne på SoMe som bak skranken, men brukerundersøkelsen fra 2025 viste at ekte engasjement og litterær kompetanse er viktigere enn lokal tilhørighet for bibliotekenes følgere.

For at innspillingsdagene skal bli effektive er det viktig at én person eller gruppe har ansvar for planlegging og gjennomføring av dagen, men alle bibliotekene kan med fordel bidra med ideer og innspill til hva som skal produseres. Følg med på trender og hent inspirasjon fra andre bibliotek, bare husk å kreditere de som ga dere ideen. Da blir SoMe også en arena til å løfte fram andre bibliotek, både nasjonalt og internasjonalt. Som leder for Københavns Digitale Bibliotek Louise L. Mc Henry oppsummerte det i et foredrag høsten 2024: Stjel med stil!

Selve delingen bør skje i regi av fylkesbiblioteket (eller biblioteket som har ansvar for innspillingsdagen), som tagger og legger til aktuelle bibliotek som medarrangører. Slik blir innholdet delt av flere bibliotek samtidig, og kan dermed nå veldig bredt ut. Det er avgjørende at det lages en overordnet publiseringsplan, og det samproduserte innholdet bør lagres i en felles mappe som alle har tilgang på. Verdien av det samproduserte innholdet vil være ulik. For bibliotek med få ressurser kan det bidra til at de får noe å dele på SoMe. For bibliotek som selv er aktive innholdsprodusenter, kan det bidra til nye følgere. Erfaringen fra Rogaland viser uansett at samarbeid om produksjon og deling av innhold er berikende for både store og små bibliotek, og at det bidrar til å utvide bibliotekenes gjennomslagskraft på SoMe.

7. Implementering

For at et interkommunalt samarbeid om produksjon og deling av innhold til SoMe skal fungere, er det avgjørende at bibliotekene anerkjenner det digitale rommet som en egen møteplass, og definerer digital formidling som en kjerneoppgave. Det betyr ikke at bibliotekledere skal være ukritiske i møte med sosiale medier, men at de bør kjenne til hvordan SoMe kan brukes til synliggjøring av bibliotekets tilbud, og som et effektivt verktøy for formidling. I Rogaland vil derfor denne strategien bli en del av opplæringskurset som alle nye biblioteksjefer må gjennom, og satt på dagsorden i biblioteksjefsmøtene med jevne mellomrom.

8. Oppfølging

Like viktig som forankring hos ledelsen, er det å etablere rutiner for oppfølging. Det er enkelt å hente ut brukerstatistikk i sosiale medier. Sjekk jevnlig hvilke poster som gir mest respons, kartlegg hvorfor og bygg videre på det. Og husk at suksess ikke bare måles i antall likerklipp og følgere. Kanskje har et innlegg ført til økt utlån av en bok, mer besøk på et arrangement eller økt bruk av en tjeneste? Og kanskje kan et populært innlegg i SoMe følges opp med en utstilling i det fysiske bibliotekrommet? Uansett er det viktig å være til stede i det digitale rommet, og svare på kommentarer og henvendelser. Eller som Louise McHenry formulerte det: Don't post and ghost!

Rogaland fylkeskommune

Postboks 130 sentrum
4001 Stavanger



Rogaland
fylkeskommune

Besøksadresse

Ankerkvartalet
Haakon VIIIs gate 9
4005 Stavanger

Telefon

51 51 66 00

E-post

firmapost@rogfk.no

www.rogfk.no