



Opinion:

Utviklingsmuligheter for bibliotekets digitale tjenester

Rapport fra en brukerundersøkelse gjennomført av
Opinion for Rogaland fylkesbibliotek

Maria Rosness // maria@opinion.no og Sara Thorvik Andersson // sara@opinion.no

RAPPORTENS INNHOLD

KAPITTEL 1 Introduksjonskapittel

3

KAPITTEL 2 Resultater fra brukerundersøkelsen

8

KAPITTEL 3 Innsikt fra fokusgrupper

34





KAPITTEL 1

INTRODUKSJONSKAPITTEL

BAKGRUNN FOR OPPDRAGET

Rogaland Fylkesbibliotek har til hensikt å utvikle en felles strategi for bruk av sosiale medier for bibliotekene i Rogaland. I arbeidet har Rogaland Fylkesbibliotek hatt behov for mer kunnskap om bibliotekenes omdømme blant egne innbyggere samt hvor vidt det kan være et potensial i deres digitale kanaler for å kommunisere med egne brukere.

Oppdraget Opinion gjennomførte for Rogaland Fylkesbibliotek var todelt, og ble løst med ulike metoder. Først ble det gjennomført en kvantitativ kartleggingsundersøkelse for å avdekke bibliotekenes omdømme og brukernes tilfredshet og behov. Deretter ble det gjennomført to fokusgrupper blant innbyggere i ulike kommuner i Rogaland. Hensikten var her å avdekke deres synspunkter på bibliotekenes potensielle aktiviteter på sosiale medier.

KONTAKTPERSONER

Rogaland Fylkesbibliotek

Siri Risdal // siri.risdal@rogfk.no

Opinion

Maria Rosness // maria@opinion.no

Sara Thorvik Andersson // sara@opinion.no

KVANTITATIV BRUKERUNDERSØKELSE

Respondentene ble rekruttert ved bruk av Norstats befolkningspanel, og undersøkelsen er utført i et befolkningsrepresentativt utvalg blant innbyggerne i Rogaland i alderen 15 år og eldre.

Intervjuene ble gjennomført elektronisk i perioden 17.-28. februar 2025.

Det ble totalt gjennomført 1000 intervjuer.

Resultatene har i etterkant blitt vektet for kjønn og alder i henhold til oppdatert befolkningsstatistikk i Rogaland fylke.

DIGITALE FOKUSGRUPPER

Vi har gjennomført to digitale fokusgrupper med brukere av folkebibliotek i Rogaland. Samtalene ble gjennomført i Teams 12. mars 2025.

Det var 7 deltakere per fokusgruppe, totalt 14 deltakere. Deltakerne var mellom 22 og 55 år. Se mer om utvalget på side 7.

Samtalene ble transkribert ordrett og deretter kategorisert og analysert. Alle direkte sitater er anonymisert.

OM RAPPORTEN

I rapportens introduksjonskapittel presenteres bakgrunnsinformasjon og utvalgsbeskrivelse for både brukerundersøkelsen og fokusgruppene.

Kapittel 2 presenterer resultater fra brukerundersøkelsen. Funnene er delt inn i fem ulike delkapitler, og et siste delkapittel som oppsummerer hovedfunn og innsikter.

Kapittel 3, *Innsikt fra fokusgrupper*, tar for seg funn og innsikt fra fokusgruppene, og er fordelt på tre delkapitler. I likhet med kapittel 2, presenteres hovedinnsikter i et siste og fjerde delkapittel.



NASJONALE NØKKELTALL FOR BRUK AV BIBLIOTEKET

BRUK AV BIBLIOTEKET



44 prosent av befolkningen bruker folkebibliotekene. Bruken er høyere blant kvinner (52 prosent) enn blant menn (36 prosent).

BOKUTLÅN I ROGALAND



I Rogaland er antall **bokutlån per innbygger 2,9**. Dette er høyest av alle fylkene.

BOKUTLÅN NASJONAL



Nasjonalt har utlånet av bøker steget med 5,4 prosent fra 2023 til 2024. I fjor ble det **lånt ut 13 236 163 bøker** i norske folkebibliotek.

BIBLIOTEKSBEØK



Antall besøk i bibliotekene har gått opp. Nasjonalt er antall besøk høyere enn før pandemien. **Rogaland har i snitt flest besøk** per innbygger, med 5,7.

MERÅPENT BIBLIOTEK



186 kommuner har tilbud om **meråpent bibliotek**.

DIGITALT TILBUD



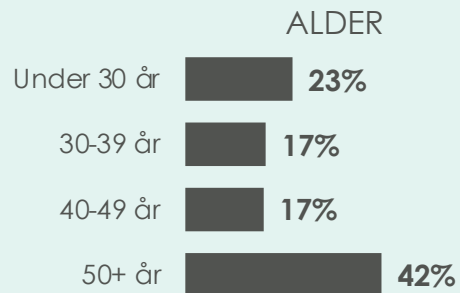
Mange har ikke noen formening om bibliotekenes digitale tilbud. Mer enn 40 prosent svarer at de **ikke vet om biblioteket har et godt digitalt tilbud** eller ikke.



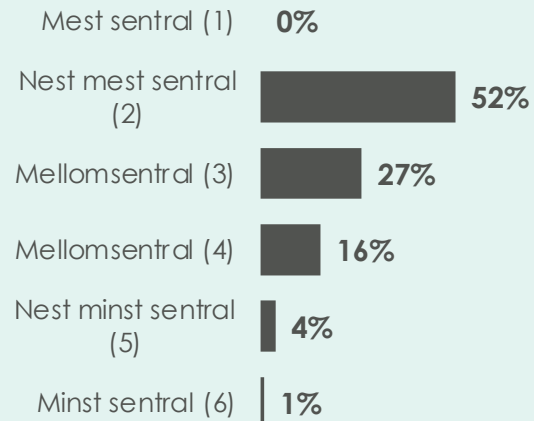
UTVALG - KVANTITATIVE BRUKERUNDERSØKELSEN

Utvalget består av totalt 1000 respondenter, og er vektet for kjønn og alder i henhold til oppdatert offentlig statistikk.

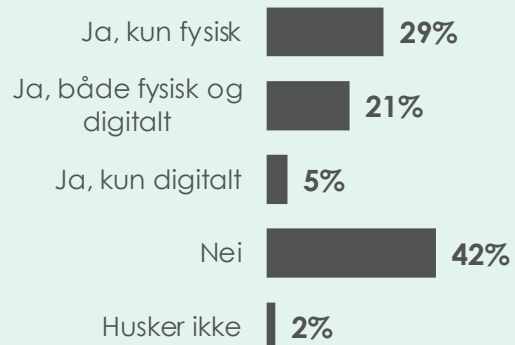
Utvalgets feilmargin varierer mellom +/- 1,4 og 3,1 prosentpoeng, avhengig av prosentfordeling.



SSBs SENTRALITETSINDEKS



BRUK AV BIBLIOTEK SISTE TOLV MÅNEDER



Brorparten av spørsmålene i undersøkelsen er til respondenter som oppgir at de har brukt biblioteket i løpet av de siste tolv månedene. Dette utvalget består av til sammen 551 respondenter.

Dette utvalgets feilmargin varierer mellom +/- 1,9 og 4,4 prosentpoeng, avhengig av prosentfordeling.



UTVALG – FOKUSGRUPPER

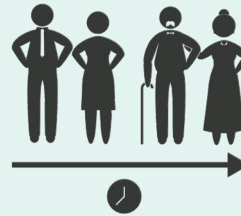
KJØNN



6
menn

8
kvinner

ALDER



22 – 55 år

BOSTED



Deltakerne er fra Haugesund, Stavanger, Sola, Strand, Sandnes, Eigersund, Randaberg og Hå kommune

BARN OG UNGE



5 bruker biblioteket med barn, barnebarn og/eller elever

JOBB OG STUDIER



2 studenter, resten i deltids- eller heltidsjobb

ERFARING MED DIGITALT BIBLIOTEK



7 deltakere bruker digitale tjenester fra biblioteket i dag





KAPITTEL 2

RESULTATER FRA BRUKERUNDERSØKELSEN

An open book is shown from a low angle, with the pages fanning out. The background is a blurred indoor setting with warm, bokeh-style lights. Overlaid on the right side of the image is a graphic consisting of several overlapping circles in various shades of teal and light blue.

OVERORDNET BRUK AV OG HOLDNINGER TIL BIBLIOTEKENE

HVILKET BIBLIOTEK DET ER NATURLIG Å BENYTTET

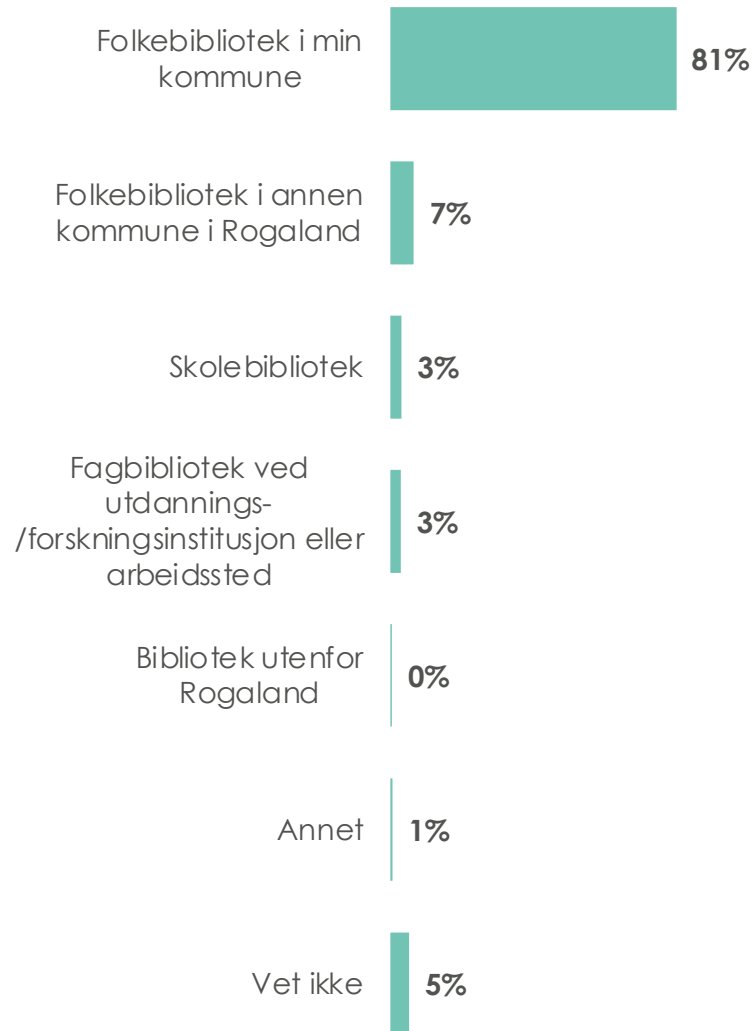
For de absolutt fleste i Rogaland, vil det være naturlig å oppsøke folkebiblioteket i egen kommune dersom de skulle benyttet et bibliotek.

Her finner vi noen signifikante forskjeller mellom aldersgrupper. Blant de under 30 år er det færre som oppgir folkebibliotek i egen kommune (65 prosent), mens 10 prosent oppgir skolebibliotek og 6 prosent oppgir fagbibliotek ved utdannings-/forskningsinstitusjon eller arbeidssted.

For personer bosatt i mindre sentrale kommuner, er det også signifikant flere som oppgir *folkebibliotek i annen kommune i Rogaland* (11 prosent). Dette er i motsetning til 5 prosent blant personer bosatt i mer sentrale kommuner.

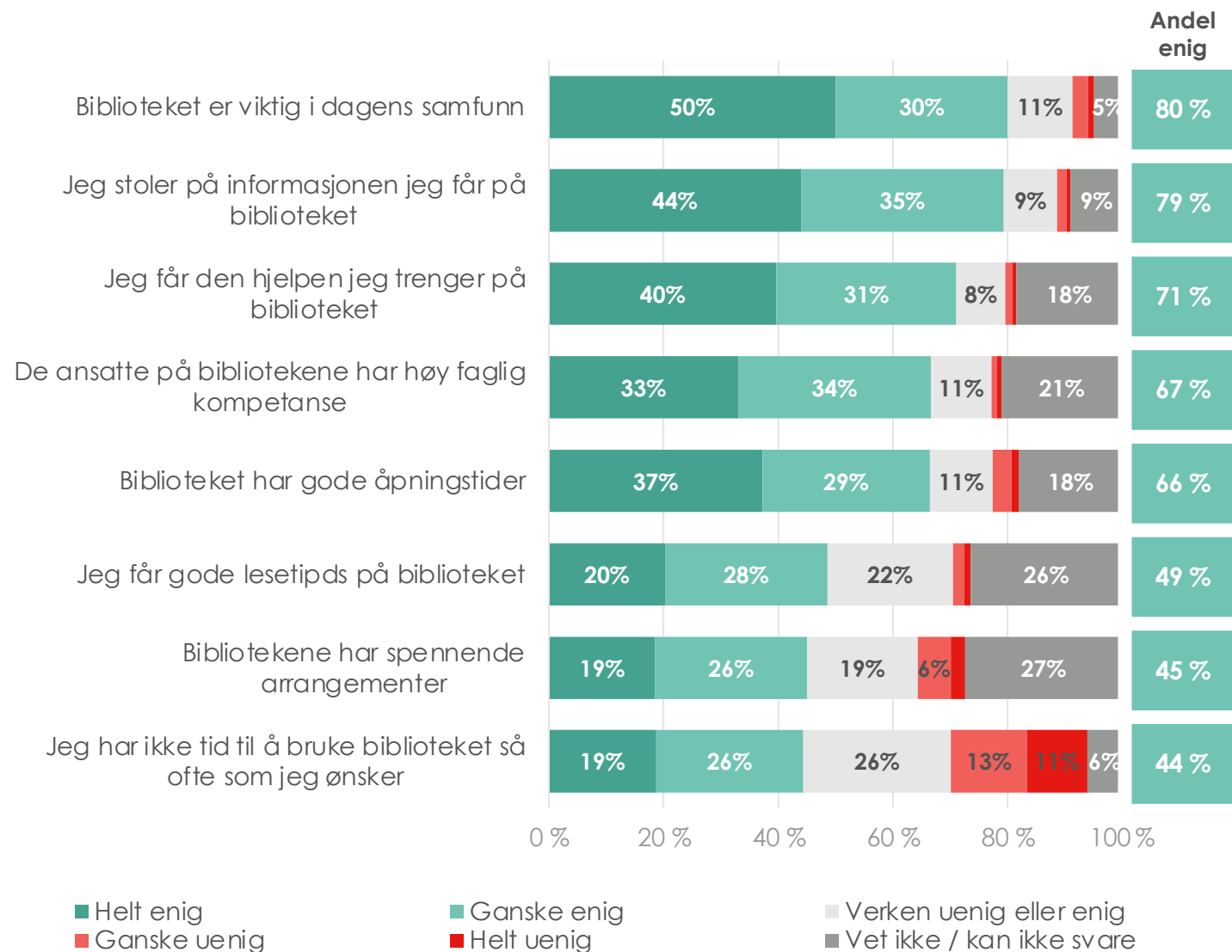
Dersom du skulle oppsøkt et bibliotek, hvilket av følgende ville du benyttet?

n = 1000



Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn?

n = 1000



HOLDNINGER TIL BIBLIOTEKENE

Overordnet har innbyggerne i Rogaland et positivt forhold til bibliotekene. 8 av 10 er enige i at biblioteket er viktig i dagens samfunn, og nesten 8 av 10 stoler på informasjonen de får på biblioteket.

Spørsmål som er knyttet til bruk viser positive opplevelser, men andelen som oppgir at de ikke vet er større sammenlignet med de mer generelle spørsmålene om biblioteket. Dette handler i stor grad om hvorvidt man faktisk bruker biblioteket eller ikke.

Det er gjennomgående noen undergrupper som i mindre grad er enige i utsagnene enn de andre. De som i mindre grad er enige er menn, unge under 30 år og personer med grunnskole, videregående eller yrkesskole som høyest fullførte utdanning.

Andeler under 5 prosent er fjernet fra grafikken av hensyn til plass og lesbarhet.



BRUK AV BIBLIOTEK SISTE TOLV MÅNEDER

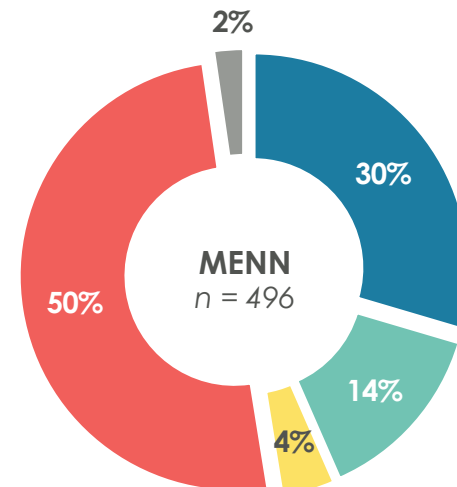
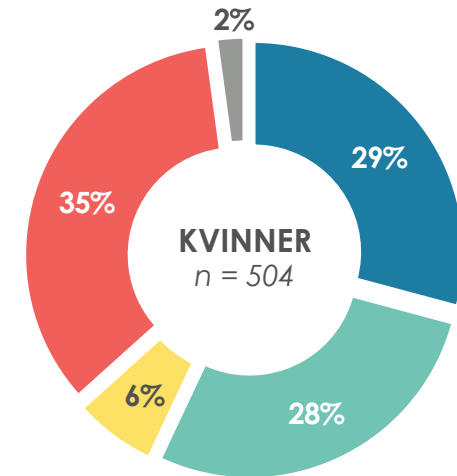
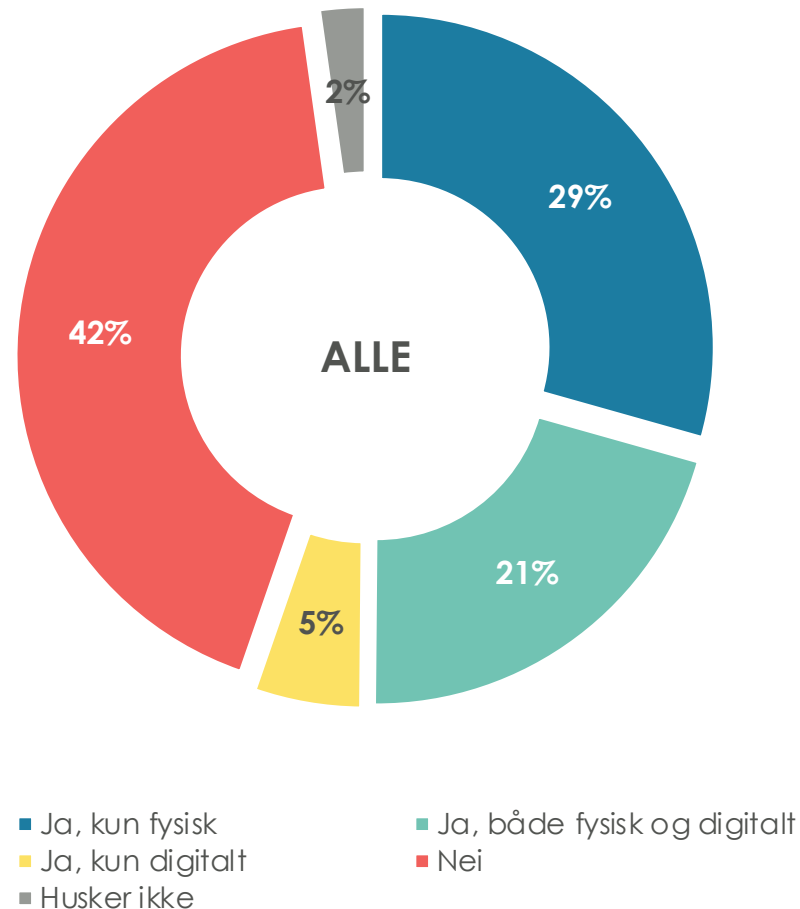
Over halvparten av innbyggerne i Rogaland har brukt et eller flere av folkebibliotekene i Rogaland i løpet av de siste tolv månedene, enten fysisk, digitalt, eller begge deler.

Vi ser forskjeller mellom kjønn og aldersgrupper. 63 prosent av kvinner oppgir å ha benyttet biblioteket mot 48 prosent av menn. Blant kvinner er det særlig andelen som oppgir å benytte *både* fysiske og digitale tjenester som skiller seg fra menns, med 28 prosent mot 14 prosent.

Blant aldersgrupper ser vi også en signifikant forskjell når det gjelder både fysisk og digital bruk. Blant de i alderen 40-49 år er det flest som oppgir å ha brukt både fysiske og digitale tjenester (30 prosent). Andelen er lavere blant de i alderen 30-39 år (25 prosent), de i alderen 50+ år (18 prosent) og de under 30 år (16 prosent). Aldersgruppen som i størst grad oppgir å *ikke* ha benyttet seg av biblioteket, er de i alderen 50 år eller eldre, med 48 prosent.

Bruk har også en tydelig sammenheng med utdanningsnivå – blant personer med høy utdanning er det flere som har benyttet biblioteket de siste tolv månedene.

Har du i løpet av de siste 12 månedene benyttet en eller flere av folkebibliotekene i Rogaland sine fysiske eller digitale tjenester?
N = 1000





BRUK AV FYSISKE TJENESTER VED BIBLIOTEKENE I ROGALAND

HVOR OFTE BESØKER DU BIBLIOTEKET FYSISK?

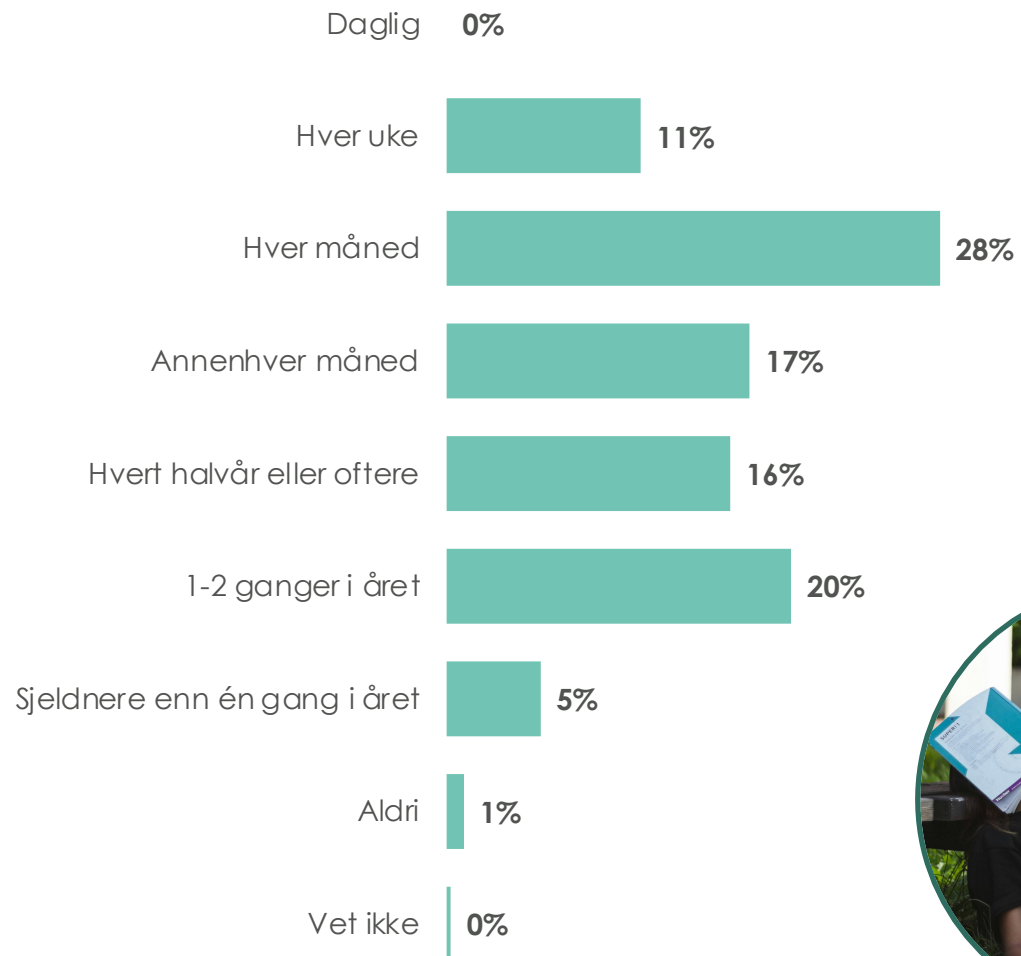
Halvparten av befolkningen i Rogaland oppgir å ha brukt biblioteket fysisk, eller både fysisk og digitalt. De fikk et oppfølgingsspørsmål om hvor ofte de besøker biblioteket fysisk.

Svarene fordeler seg relativt jevnt utover svaralternativene, men den hyppigst oppgitte frekvensen er *hver måned* med 28 prosent.

Det er ingen klare mønstre i svarfordelingen blant undergrupper.

Omtrent hvor ofte besøker du biblioteket fysisk?

De som har besøkt biblioteket fysisk i løpet av de siste tolv månedene
n = 233



HVA BRUKES DET FYSISKE BIBLIOTEKET TIL?

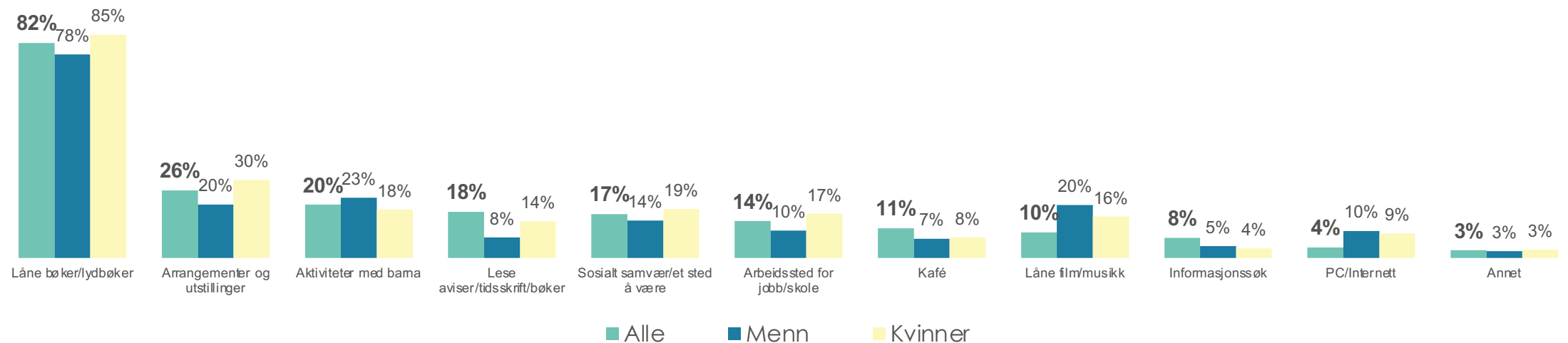
De fleste oppgir at de bruker biblioteket til å låne bøker eller lydbøker (82 prosent). Blant de andre aktivitetene og tilbudene er bruken generelt sett lavere.

Ser vi på kjønn, kommer det frem noen forskjeller. Kvinner oppgir flere alternativer enn menn. Med andre ord bruker de flere av tjenestene og tilbudene sammenlignet med menn. Signifikant flere kvinner enn menn oppgir *låne bøker/lydbøker*, *arbeidssted for jobb/studier/skolearbeid*, *arrangementer og utstillinger* og *kafé*.

Det fremkommer også forskjeller mellom utdanningsnivå. Blant personer med høyere utdanning på masternivå eller høyere, er det signifikant flere som oppgir lån av bøker/lydbøker (91 prosent), aktiviteter sammen med barna (26 prosent) og arrangementer og utstillinger (33 prosent) sammenlignet med snittet. Personer med folkeskole/grunnskole eller VGS som høyest fullførte utdanning oppgir *arbeidssted for jobb/studier/skole* signifikant hyppigere enn gjennomsnittet, med henholdsvis 21 prosent mot snittet på 14 prosent. I denne gruppen er trolig elever og studenter overrepresentert.

Hva bruker du det fysiske biblioteket til?

De som har besøkt biblioteket fysisk i løpet av de siste tolv månedene
n = 467

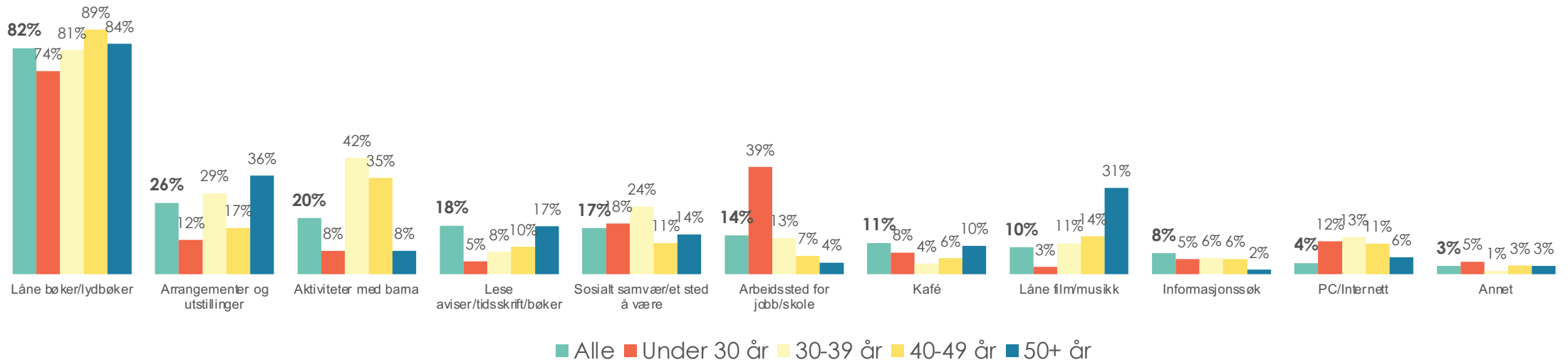


HVA BRUKES DET FYSISKE BIBLIOTEKET TIL?

Alder henger ofte sammen med livsfase, og dette fremkommer når vi ser på hva de ulike aldersgruppene oppgir at de bruker biblioteket til. Blant de under 30 år, er det klart flere som oppgir at de bruker det fysiske biblioteket som et *arbeidssted for jobb/skole/studier* (39 prosent). Det er på en annen side færre i denne aldersgruppen som oppgir *låne bøker/lydbøker, lese aviser/tidsskrifter/bøker, aktiviteter sammen med barna, arrangementer og utstillinger* og *kafé* sammenlignet med snittet. Videre ser vi at blant de i alderen 30-39 år og 40-49 år er det større andeler som oppgir at de bruker det fysiske biblioteket til *aktiviteter sammen med barna* sammenlignet med de øvrige aldersgruppene. Den eldste aldersgruppen, de i alderen 50 år eller eldre, er de som i størst grad oppgir å bruke biblioteket til å delta på *arrangementer og utstillinger* og *låne film/musikk*.

Hva bruker du det fysiske biblioteket til?

De som har besøkt biblioteket fysisk i løpet av de siste tolv månedene
n = 467



HVA ER ÅRSAKEN TIL AT DE SOM IKKE BENYTTET BIBLIOTEKET FYSISK IKKE TAR DET I BRUK?

De som oppga at de ikke har besøkt biblioteket fysisk de siste tolv månedene fikk et oppfølgingsspørsmål om hva den viktigste årsaken til at de ikke besøker biblioteket fysisk er.

De to klart hyppigst nevnte årsakene er at biblioteket *ikke er relevant* (28 prosent), og at de *ikke har tid* (25 prosent). Over halvparten av de som har svart på spørsmålet oppgir en av disse grunnene.

Det er ingen forskjeller i svar mellom kvinner og menn. Vi ser på en annen side noen forskjeller mellom aldersgruppene. Andelen som oppgir at *de ikke vet hva biblioteket tilbyr utover bokutlån* synker med alder. Blant de under 30 år er det 14 prosent som oppgir dette, mot 6 prosent blant de i alderen 50 år eller eldre. De i alderen 40-49 år oppgir i klart størst grad at de *ikke har tid* med 43 prosent mot snittet på 25 prosent.

Annet-alternativet var åpent slik at deltakerne sto fritt til å notere andre grunner enn de som allerede var oppgitt. Flere skriver at de stort sett kjøper bøker selv, eller at de allerede har mange uleste bøker hjemme. Andre oppga at de ikke er interessert i å lese bøker, og noen svarte at de rett og slett glemmer at biblioteket er et tilbud i det hele tatt. Andre oppgir at de har gått over på digitale løsninger som Kindle og andre apper som gjør at de ikke opplever et behov for å bruke biblioteket.

«Skulle tatt meg tid, både for meg selv og mine barnebarn. Det skal jeg fremover»

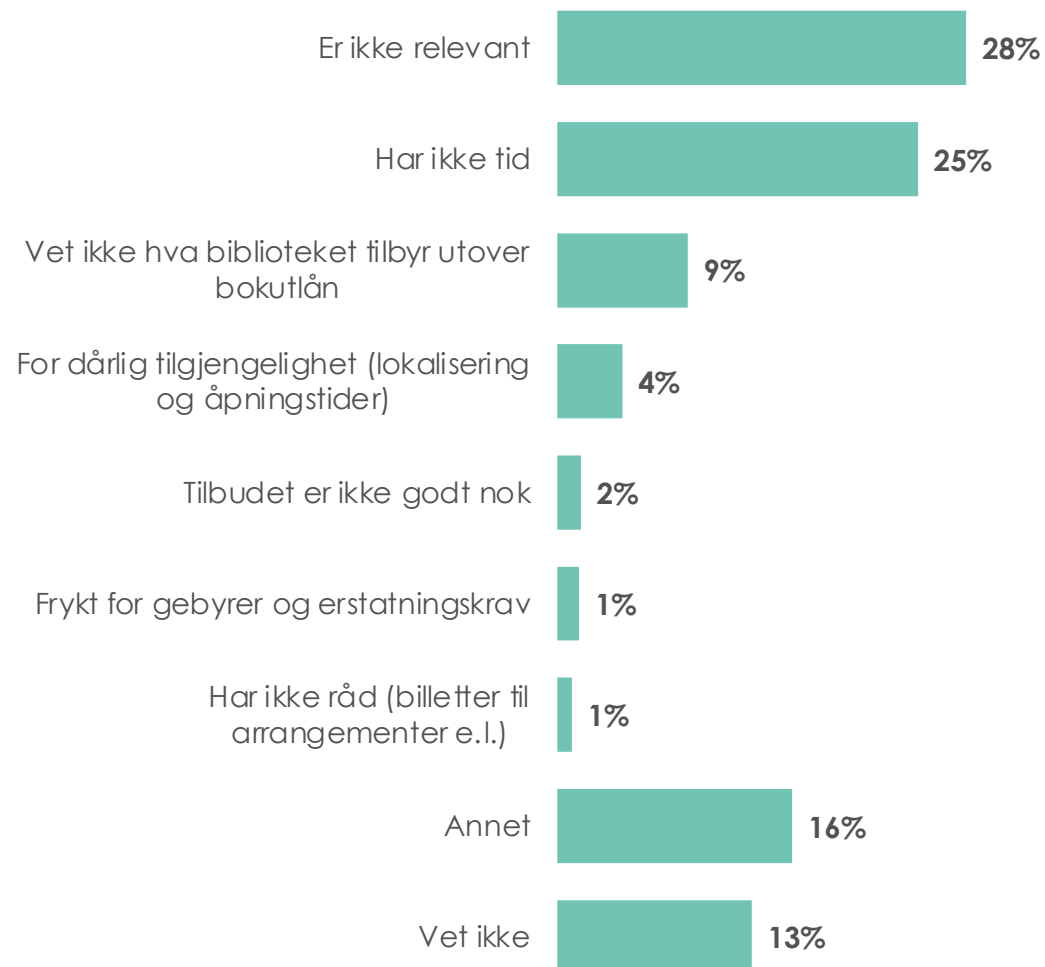
«Jeg kjøper de bøkene jeg ønsker å lese»

«Har mye uleste bøker hjemme nå»



Hva er den viktigste årsaken til at du ikke besøker biblioteket fysisk?

De som ikke har besøkt biblioteket fysisk i løpet av de siste tolv månedene
n = 467





BRUK AV BIBLIOTEKETS DIGITALE TJENESTER



BRUK AV BIBLIOTEKETS DIGITALE TJENESTER

De som svarte at de har brukt bibliotekets digitale tjenester i løpet av det siste året, fikk oppfølgingsspørsmål om hvor ofte de bruker bibliotekets digitale tjenester.

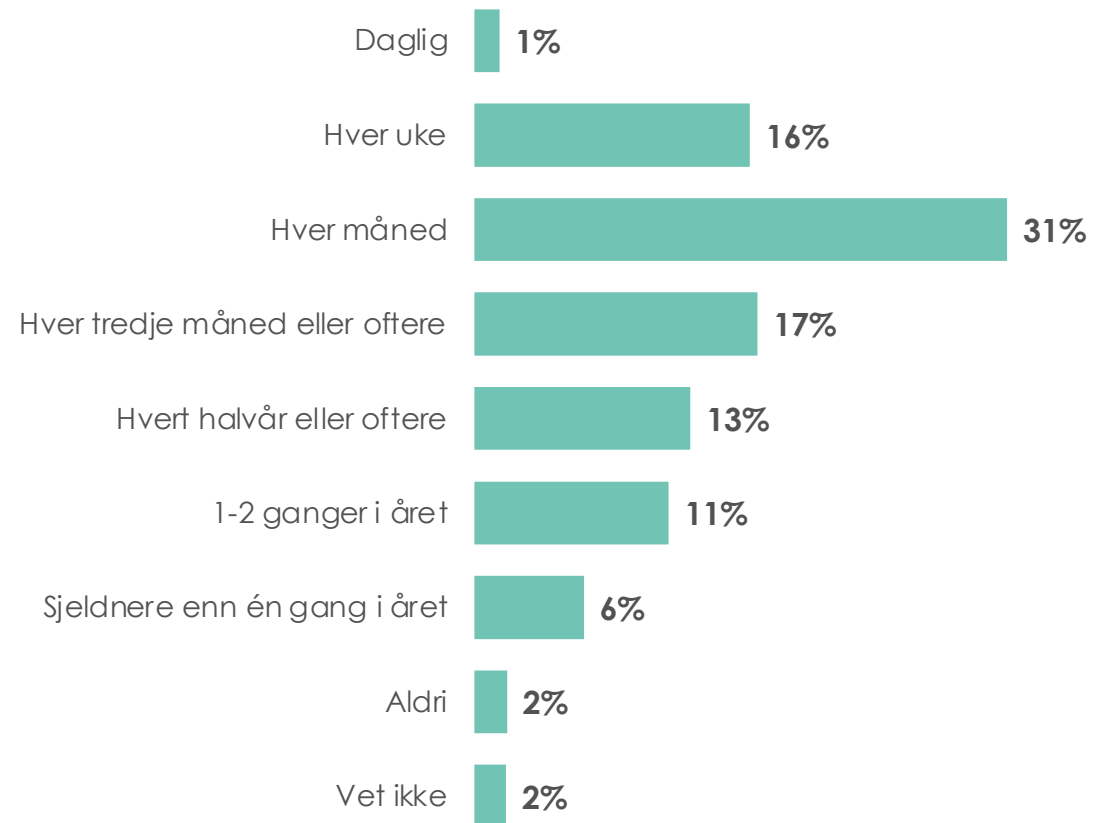
Bruksfrekvensen er i stor grad varierende, men vi ser at nesten halvparten benytter bibliotekets digitale tjenester hver måned eller oftere med 48 prosent. Det hyppigst svarte alternativet er *hver måned* med 31 prosent.

Det er ingen betydelige forskjeller mellom undergrupper.



Omtrent hvor ofte bruker du bibliotekets digitale tjenester?

De som har brukt bibliotekets digitale tjenester i løpet av de siste tolv månedene
n = 260



BRUK AV DIGITALE TJENESTER OG TILBUD

De fleste oppgir at de benytter bibliotekets digitale tjenester for å bestille, reservere eller fornye lån av bøker, lydbøker eller filmer. Dette er etterfulgt av praktisk informasjon, søk og lesing eller lytting.

Overordnet ser vi at kvinner i snitt oppgir flere alternativer enn menn. I snitt oppgir kvinner å benytte 2,4 av de digitale tjenestene/tilbudene jevnlig, mot menn på 2,0.

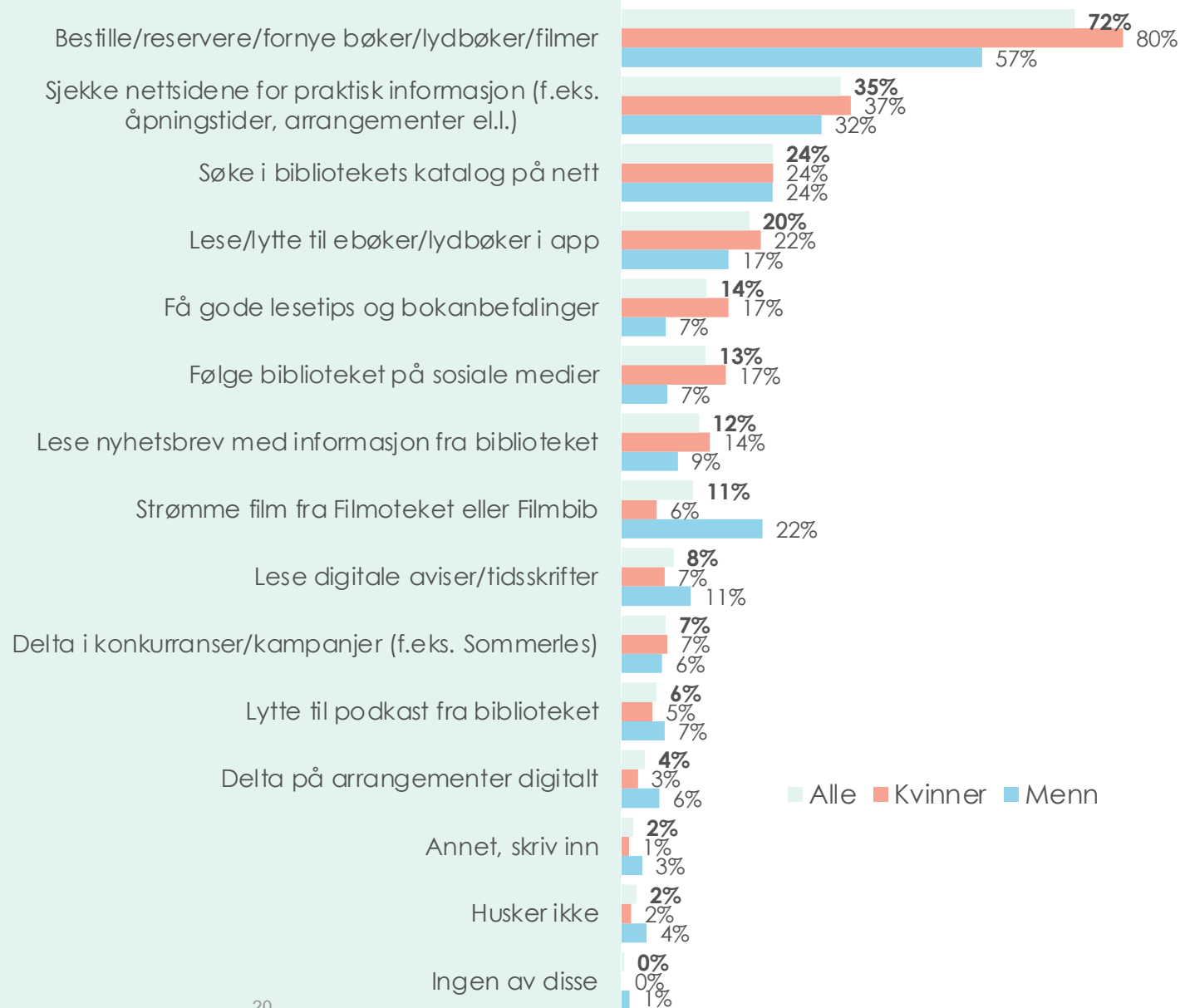
Videre er det flere kvinner enn menn som oppgir at de oppsøker bibliotekets digitale tjenester for å *få gode lesetips og bokanbefalinger*, og *følger biblioteket på sosiale medier*. Blant menn er det flere som oppgir at de *strømmer film fra Filmoteket eller Filmbib*, sammenlignet med kvinner.

Ser vi på hvor mange alternativer hver aldersgruppe oppgir i snitt, ser vi at aldersgruppen 30-39 år oppgir flest med et snitt på 2,8 tjenester. Dette er etterfulgt av de under 30 år med 2,3 tjenester, de i alderen 50+ år på 2,2 tjenester, og de i alderen 40-49 år med 1,9 tjenester.

Hvilke digitale tjenester/tilbud fra biblioteket bruker du jevnlig?

De som har brukt bibliotekets digitale tjenester i løpet av de siste tolv månedene

n = 233





ANDRE DIGITALE TJENESTER DU MENER BIBLIOTEKET BØR HA TILGJENGELIG?

Det var også et helt åpent spørsmål som gikk til de som oppga at de benyttet bibliotekets digitale tjenester og tilbud: *«er det andre digitale tilbud du mener biblioteket bør ha tilgjengelig?»*

Totalt var det 4 prosent som oppga noe konkret, mens 43 prosent svarte *«nei»*, og 53 prosent svarte *«vet ikke»*.

Av de åpne svarene vi fikk, var det fire stykker som refererte til lydboktilbudet BookBites. Alle svarene peker på at de ønsker et bedre tilbud eller system, enten i form av et større utvalg eller kortere ventetid.

Andre forslag var:

- Datakurs eller nettvettkurs for barn
- Faktasjekk av påstander
- Løsning som fungerer med Kindle
- Tilgang til sperret materiale på nb.no uten å måtte logge på fra biblioteket



HVA ER ÅRSAKEN TIL AT DE SJELDENT ELLER ALDRI BENYTTET BIBLIOTEKETS DIGITALE TJENESTER?

De som oppga at de *ikke* har benyttet bibliotekenes digitale tjenester eller tilbud, fikk spørsmål om hva de mener er hovedårsaken til dette.

Den hyppigst nevnte årsaken til at man ikke benytter bibliotekets digitale tjenester er at de opplever det som *ikke relevant for en selv* (30 prosent). Den nest hyppigst oppgitte grunnen er *vet ikke nok om hva biblioteket tilbyr av digitale tjenester* på 24 prosent, etterfulgt av *har ikke tid* på 13 prosent og *ikke interessert* på 12 prosent.

Annet-alternativet i dette spørsmålet var åpent. Blant svarene er det nokså stort sammenfall med svarene på spørsmålet om hvorfor man ikke benytter det fysiske biblioteket. Det handler om at man ikke liker å lese bøker og at man foretrekker å kjøpe bøker. De fleste av de åpne svarene refererer til bøker og litteratur, ikke andre digitale tjenester som lydbøker eller film. Med andre ord knytter de fleste valg om å ikke bruke biblioteket til manglende interesse for litteratur, og særlig fysiske bøker. Dette kan tyde på en generell lav kjennskap til hvilke andre tilbud biblioteket tilbyr. Dette understøttes av at 19 prosent oppgir at de ikke vet nok om tilbudet, og 13 prosent som ikke vet hvorfor de ikke benytter seg av de digitale tjenestene, som vist til ovenfor.

«Kjøper, får og låner bøker av familie og venner»

”

«Leser ikke bøker»

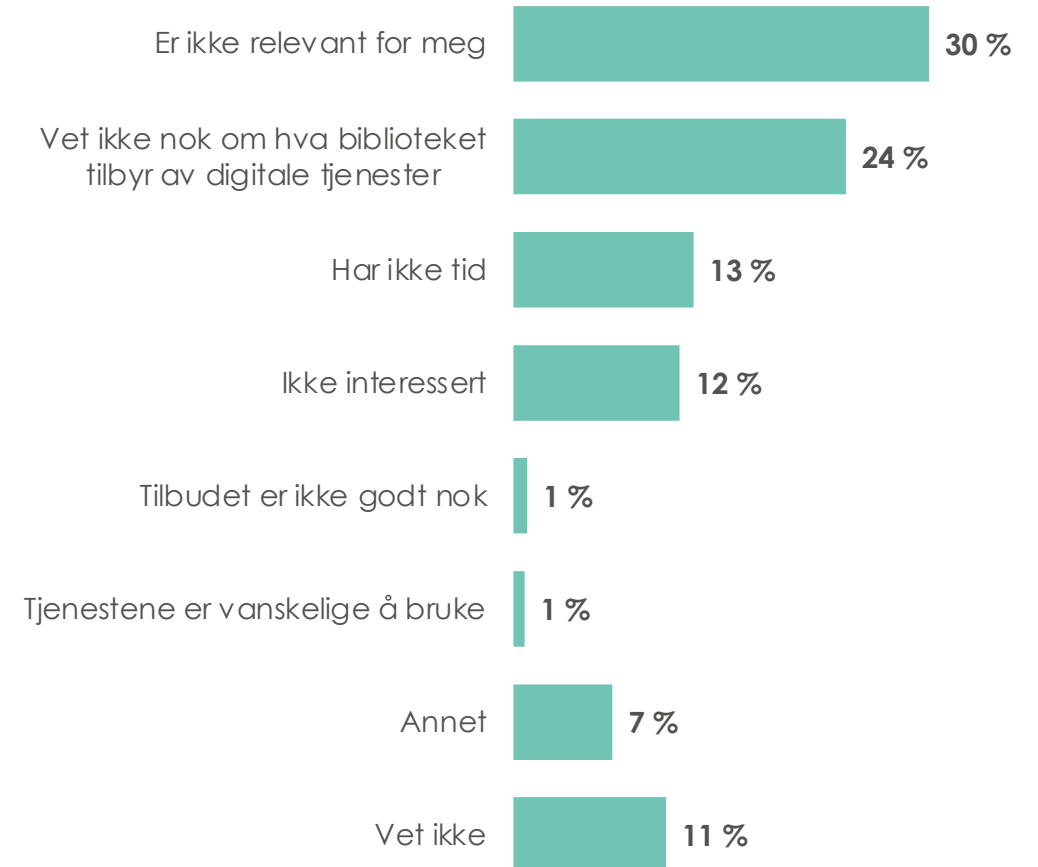
«Visste ikke de hadde [digitale tjenester]»

«Jeg liker best å lese fysiske bøker, ikke på skjerm»

Hva er den viktigste årsaken til at du sjeldent eller aldri benytter bibliotekets digitale tjenester?

De som oppgir at de ikke har benyttet bibliotekets digitale tjenester eller tilbud siste tolv månedene, eller sjeldent eller aldri benytter bibliotekets digitale tjenester eller tilbud

n = 632





HVA SKAL PRIORITERES MER OG MINDRE I FREMTIDEN?



HVA MENER DE BØR PRIORITERES MER?

Grafen viser andelene som synes bibliotekene skal prioritere ulike faktorer eller tilbud mer, mindre eller slik som i dag. Dette er sortert etter andel som svarer *prioritere mer*.

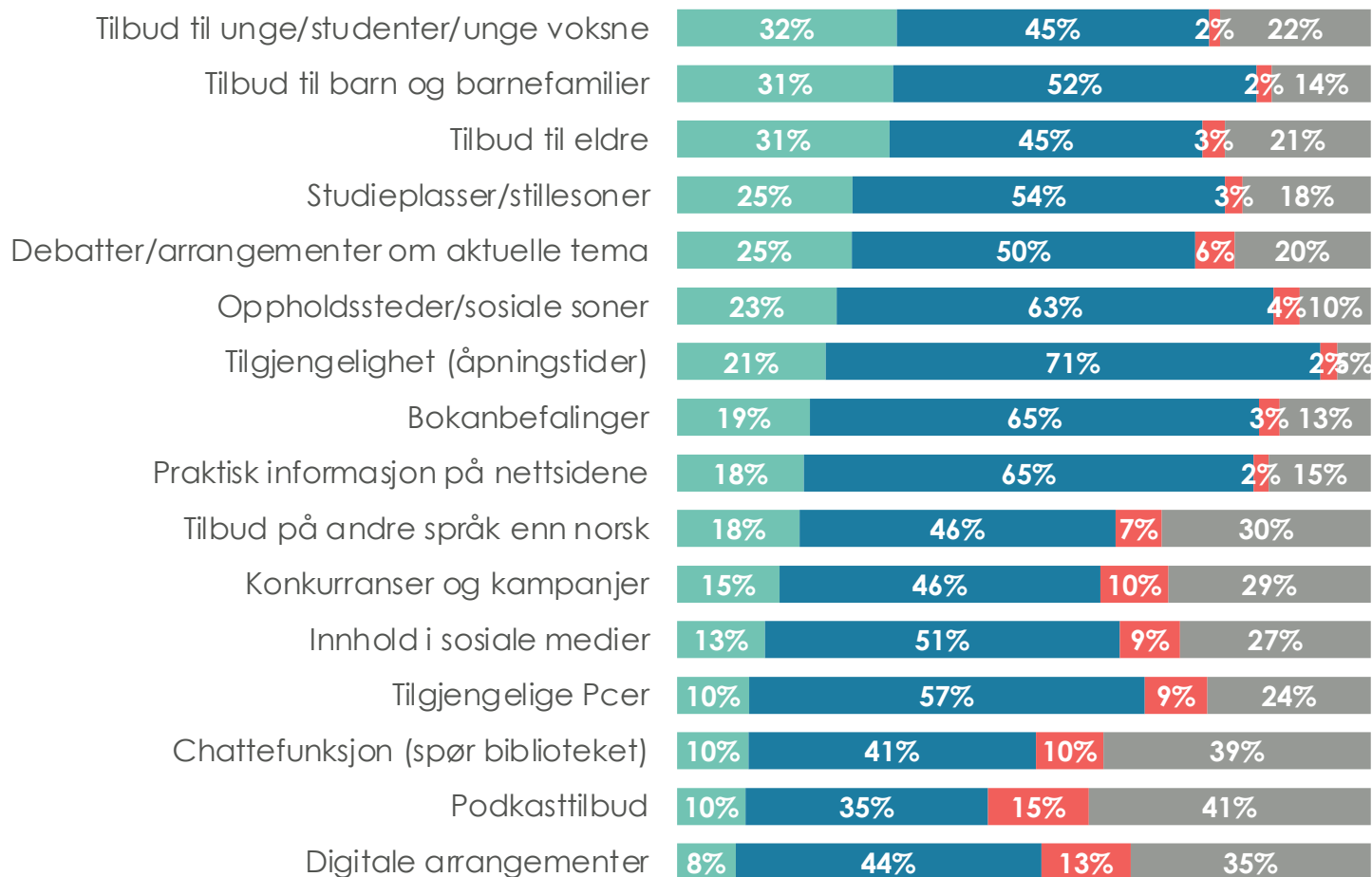
På topp finner vi tilbud til ulike målgrupper. Om lag 1 av 3 synes bibliotekene bør prioritere tilbud til unge/studenter/unge voksne, barn og barnefamilier og eldre.

På bunnen av listen finner vi på en annen side digitale tilbud, som chattefunksjon, podkasttilbud og digitale arrangementer. For podkasttilbud og digitale arrangementer er det flere som oppgir at biblioteket bør prioritere det mindre enn mer.

Samtidig ser vi at det er varierende og til dels store *Vet ikke/kan ikke svare*-andeler. Dette sier noe om kjennskapsnivået til de ulike faktorene.

Synes du biblioteket bør prioritere følgende mer enn i dag, mindre enn i dag, eller omtrent likt som i dag?

Brukt bibliotekets fysiske og/eller digitale tjenester i løpet av de siste tolv månedene
n = 553



■ Prioritere mer ■ Fortsette som i dag ■ Prioritere mindre ■ Vet ikke / kan ikke svare





SOSIALE MEDIER



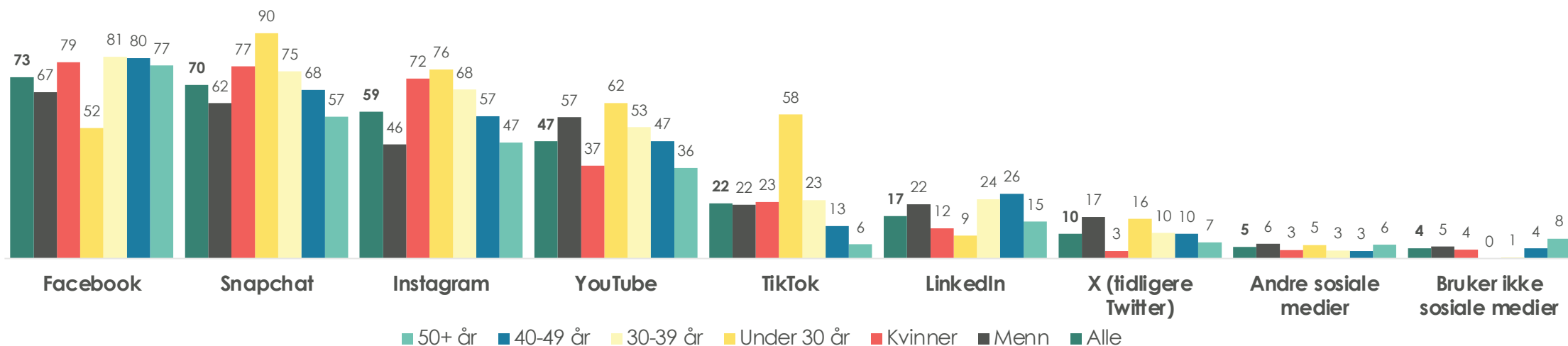
SOSIALE MEDIEVANER

Som en del av undersøkelsen kartla vi Rogalands innbyggers sosiale medievaner. Generelt sett ser vi de samme tendensene som hos befolkningen ellers. Plattformen brukt av flest i befolkningen er Facebook, med 73 prosent, men med betydelige forskjeller mellom aldersgruppene. Unge under 30 år benytter først og fremst Snapchat, Instagram, YouTube og TikTok. Jo eldre en er, jo færre sosiale medieplattformer bruker en. Særlig andelen som bruker TikTok faller når en er over 30 år.

Generelt sett er også kvinner mer på sosiale medier enn menn. Signifikant flere kvinner enn menn oppgir at de bruker Facebook, Instagram og Snapchat, mens det er signifikant flere menn som oppgir at de benytter YouTube, X og LinkedIn.

Hvilke av følgende sosiale medier, om noen, bruker du regelmessig?

n = 1000



SOSIALE MEDIEVANER

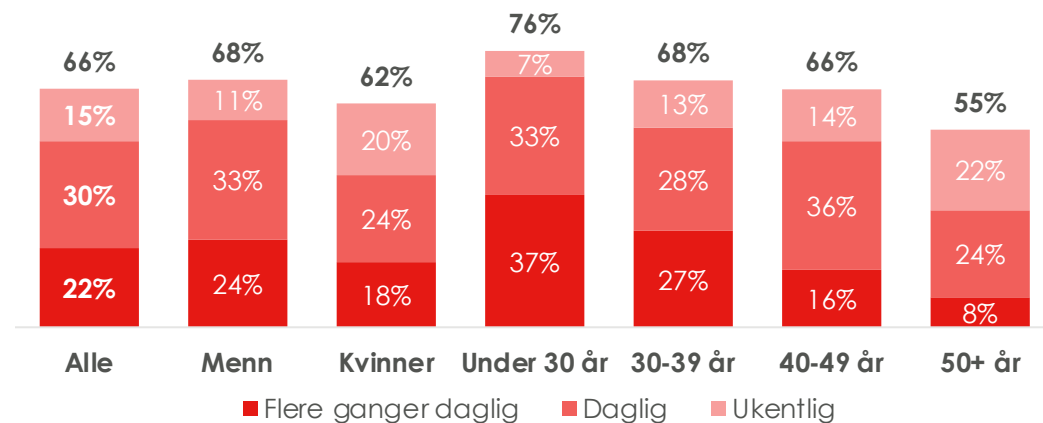
Overordnet bruker de fleste de ulike sosiale mediene daglig eller flere ganger daglig. I grafene vises fordelingen mellom andelene som oppgir at de benytter den gitte plattformen flere ganger daglig eller daglig. Andelene er summert over hver søyle.

Vi har her tatt utgangspunkt i plattformene der bibliotekene i Rogaland er tilstede selv.

YOUTUBE

Hvor ofte bruker du de ulike sosiale mediene?

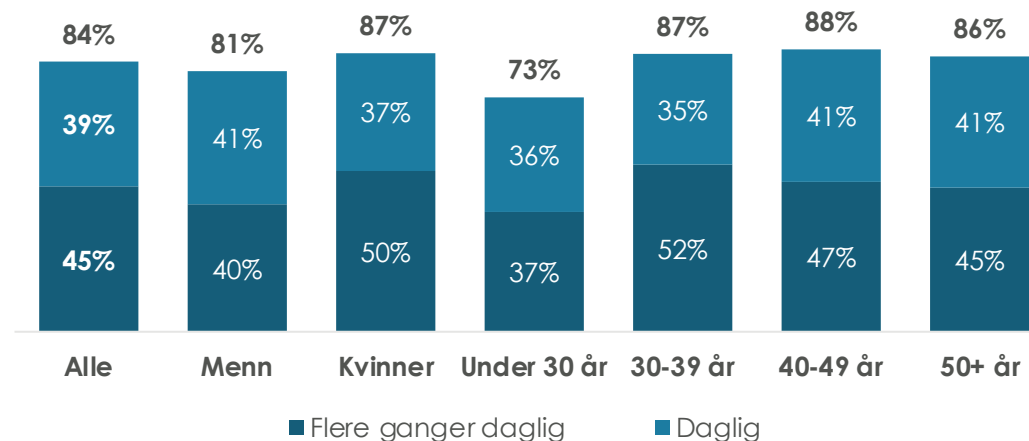
n = 461



FACEBOOK

Hvor ofte bruker du de ulike sosiale mediene?

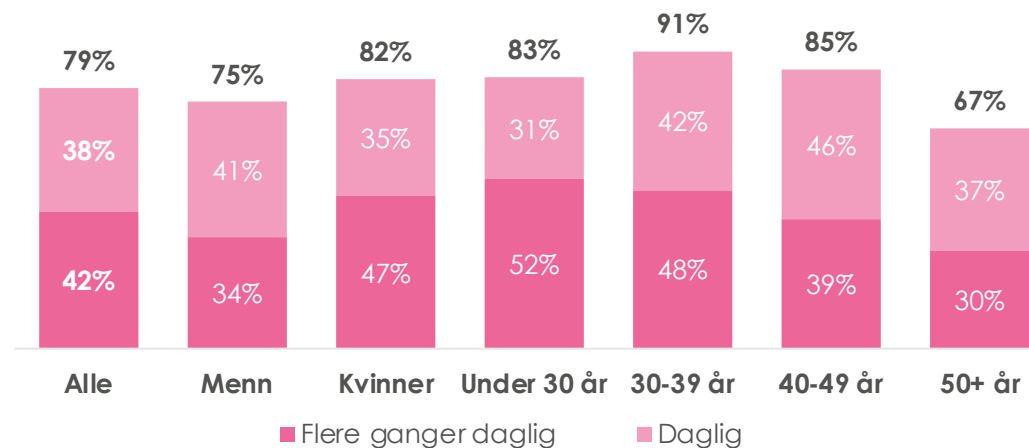
n = 741



INSTAGRAM

Hvor ofte bruker du de ulike sosiale mediene?

n = 587



HVEM FØLGER BIBLIOTEKENE I ROGALAND PÅ SOSIALE MEDIER?

De som oppgir at de selv benytter sosiale medier regelmessig ble også spurt om de følger noen av bibliotekene i Rogaland på sosiale medier. Totalt er det 17 prosent som følger noen av bibliotekene på sosiale medier, enten på Facebook, Instagram, YouTube, eller flere av disse. Ingen i utvalget oppga at de følger noen av bibliotekene på X. 15 prosent følger noen av bibliotekene i Rogaland på Facebook; 3 prosent følger på Instagram; og 1 prosent følger på YouTube. Generelt sett er det en overvekt av kvinner som følger bibliotekene med en andel på 26 prosent mot 12 prosent blant menn.

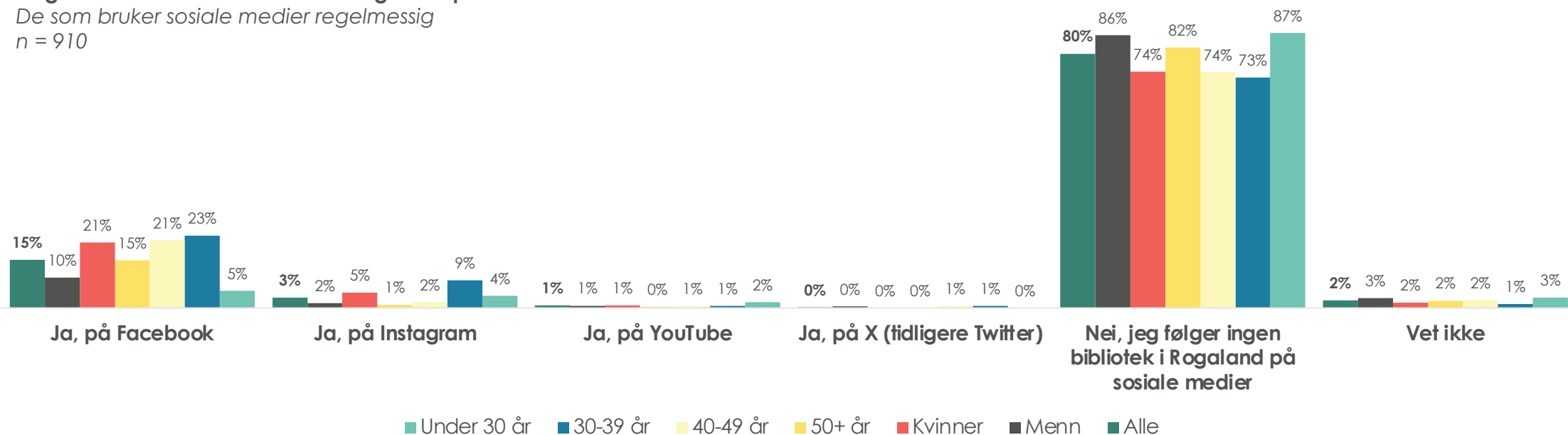
Blant aldersgruppene er det større andeler blant de i alderen 30-39 år og 40-49 år som følger bibliotekene, med henholdsvis 33 prosent og 24 prosent. Videre ser vi også at andelen som følger øker med utdanningsnivå.

Ser vi på livssituasjon, ser vi at personer med barn også er overrepresentert blant de som følger bibliotekene i sosiale medier sammenlignet med de som bor med samboer/ektefelle uten barn. Samtidig er det også signifikant flere blant de som oppgir at de bor alene som følger bibliotekene i sosiale medier.

Følger du noen av bibliotekene i Rogaland på sosiale medier?

De som bruker sosiale medier regelmessig

n = 910



BIBLIOTEKENES INNHOLD I SOSIALE MEDIER SOM DE HAR SETT

Innholdet flest husker å ha sett fra bibliotekene i sosiale medier er kampanjer, nyheter om litteratur, bokanbefalinger og lesetips. Det er her for liten base for å kunne se nærmere på undergrupper.

Videre spurte vi de de likte innholdet de hadde sett godt eller dårlig. Overordnet oppgir følgerne at de har likt innholdet de har sett fra bibliotekene i Rogaland.

Vi oppfordrer til tolkning med forsiktighet på bakgrunn av lav basestørrelse.

Har du sett noe av det følgende på bibliotekets sosiale medier i løpet av de siste tolv månedene?

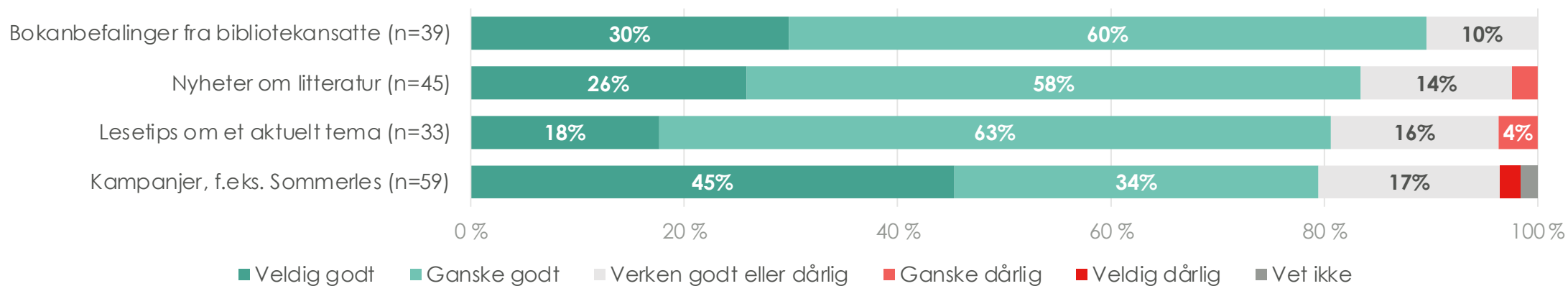
De som følger bibliotekene på sosiale medier

n = 162

Kampanjer (f.eks. Sommerles)	36 %
Nyheter om litteratur (nye bøker, litterære priser, osv.)	28 %
Bokanbefalinger fra bibliotekansatte	24 %
Lesetips om et aktuelt tema	21 %
Konkurranser («tagg og vinn»)	9 %
Lesetips for bestemte aldersgrupper	8 %
Nei, ingen av disse	25 %
Vet ikke / kan ikke svare	14 %

Hvor godt eller dårlig likte du dette innholdet fra biblioteket?

Blant de som oppgir å ha sett det gitte innholdet i løpet av de siste tolv månedene (n i parentes)



HVORFOR FØLGER DE IKKE BIBLIOTEKENE I ROGALAND PÅ SOSIALE MEDIER?

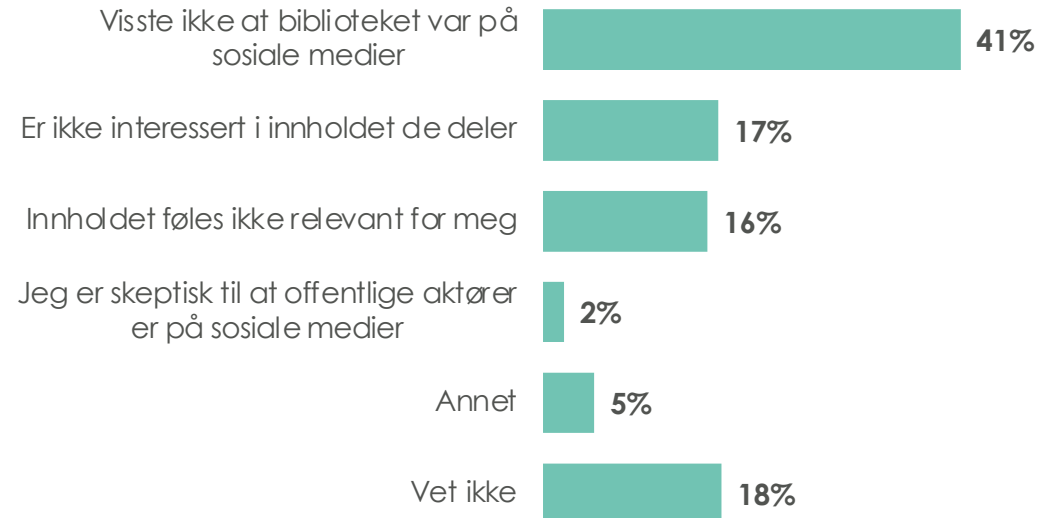
De som svarte at de *ikke* følger noen av bibliotekene i Rogaland på sosiale medier, fikk et oppfølgingsspørsmål om hva hovedårsaken er for at de ikke følger. Over 4 av 10 oppgir at de ikke var klar over at biblioteket var på sosiale medier, mens 17 prosent oppgir at de ikke er interessert i innholdet, og 16 prosent oppgir at det ikke føles relevant for dem.

Blant undergruppene ser vi noen forskjeller mellom kjønn og aldersgrupper. Flere menn enn kvinner oppgir at de ikke er interessert i innholdet med 22 prosent mot 12 prosent. Blant aldersgrupper ser vi at andelen som oppgir *at de ikke er interessert i innholdet de deler*, synker med alder: fra 35 prosent blant de under 30 år, til 9 prosent blant de i alderen 50 år eller eldre. Parallelt ser vi at færre i den yngste aldersgruppen oppgir at de ikke visste at bibliotekene var på sosiale medier, med 32 prosent, mot 43 prosent blant de i den eldste aldersgruppen.

Hva er hovedårsaken til at du ikke følger noen av bibliotekene i Rogaland i sosiale medier?

Blant de som oppgir at de ikke følger bibliotekene i Rogaland på sosiale medier

n = 728

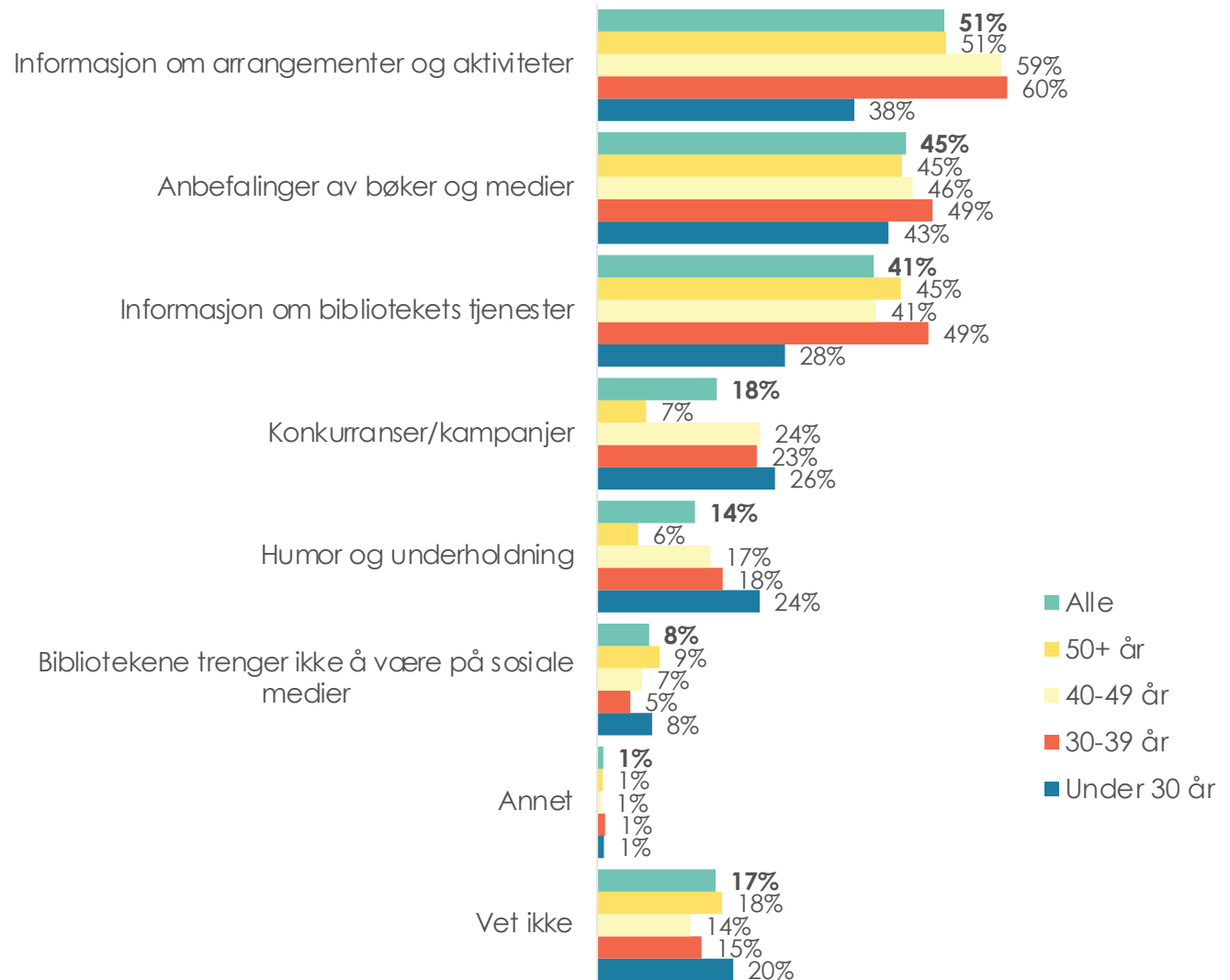


HVA SLAGS TYPE INNHOLD MENER DE BIBLIOTEKENE BØR DELE I SOSIALE MEDIER?

Informasjonsdeling om arrangementer og aktiviteter, anbefalinger av bøker og medier og informasjon om bibliotekets tjenester, er innholdet flest mener bibliotekene bør prioritere å dele i sosiale medier.

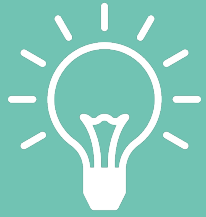
Vi ser det fremkommer noen klare forskjeller mellom aldersgruppene. Blant de under 30 år er det flere som mener bibliotekene bør prioritere innhold som konkurranser/kampanjer og humor og underholdning, sammenlignet med gjennomsnittet, og den eldste aldersgruppen.

Hva slags type innhold på sosiale medier synes du at biblioteket i din kommune bør prioritere?
 Blant de som er på sosiale medier regelmessig
 n = 956





HOVEDFUNN OG INNSIKTER



BRUKERUNDERSØKELSENS

TRE

VIKTIGSTE INNSIKTER OG FUNN

1

Positive holdninger og oppfatninger om bibliotekene i Rogaland: Overordnet er det mest naturlig for innbyggerne i Rogaland å benytte folkebibliotekene, dersom de skulle oppsøkt et bibliotek. Generelt sett er innbyggerne også positive til bibliotekene, og et flertall mener biblioteket er viktig i dagens samfunn, de stoler på informasjonen fra biblioteket, de får hjelpen de trenger, og mener ansatte har høy faglig kompetanse. Blant innbyggerne er det 55 prosent som har brukt bibliotekets fysiske eller digitale tjenester, eller begge deler, i løpet av de siste tolv månedene. Blant de som ikke benytter biblioteket, så er årsakene hovedsakelig knyttet til opplevd relevans, interesse og tid. Med andre ord er det svinnende få som har et negativt inntrykk av tilbudet eller bibliotekene generelt sett.

2

Antydninger til lav kjennskap til det digitale tilbudet: Blant Rogalands innbyggere er det 26 prosent som har brukt et av folkebibliotekenes digitale tjenester siste tolv månedene. Det er flere kvinner enn menn som bruker de digitale tjenestene, og i snitt bruker de også flere av de digitale tjenestene. Overordnet er det digital tjeneste for å kunne bestille, reservere eller fornye lån av bøker, lydbøker eller filmer som blir brukt av flest. Andre tjenester, som anbefalinger og lesetips, filmstrømming, digitale aviser og podkasttilbud, er bruk av langt færre. Svar fra som *ikke* benytter bibliotekenes digitale tilbud eller sjeldent om hvorfor de ikke benytter tilbudet, tyder på at det er en noe lav kjennskap til tilbudet. 24 prosent oppgir at de ikke vet nok om tilbudet, og 11 prosent vet ikke hvorfor de ikke benytter tilbudet.

3

Størst gjennomslagskraft på Facebook: det er totalt 17 prosent av innbyggerne i Rogaland som følger noen av bibliotekene i Rogaland på sosiale medier. Facebook har størst gjennomslagskraft med 15 prosent, mot Instagram med 3 prosent, og YouTube med 1 prosent. Blant følgerne er det en overvekt av kvinner og personer i alderen 30-49 år, personer med barn og høyere utdanning. Blant de som husker å ha sett innhold fra bibliotekene, oppgir flesteparten at de har likt innholdet de har sett godt. Hovedårsaken til at man ikke følger bibliotekene i sosiale medier, oppgis å være at man ikke vet at bibliotekene er på sosiale medier med 41 prosent. Innholdet både følgerne og ikke-følgerne mener bibliotekene bør prioritere er formidling av informasjon om tjenester, arrangementer og aktiviteter samt anbefalinger av bøker og medier.



An open book is shown from a top-down perspective, with its pages fanned out. The book is set against a blurred background of warm, bokeh lights. A semi-transparent teal overlay covers the right side of the image, featuring several overlapping circles of varying sizes. The text is overlaid on the left side of the book's pages.

KAPITTEL 3

INNSIKT FRA FOKUSGRUPPER



BRUK AV FYSISK OG DIGITALT BIBLIOTEK

FORHOLDET TIL BIBLIOTEKET

Kjent og kjær i alle faser av livet

Det er stor variasjon i hvordan fokusgruppedeltakerne benytter seg av både det fysiske biblioteket og de digitale tjenestene i dag. Mens noen aktivt bruker digitale tjenester som for eksempel Filmbib og Bibliofil, foretrekker andre å besøke biblioteket fysisk og lete i hyllene.

De fleste har en nokså fast og etablert måte å bruke biblioteket på. Bruken er tilpasset livsfase, behov og interesser.

Det er flere likhetstrekk i beskrivelsene av hva man setter pris på med biblioteket:



Tilgjengelighet og inkludering

Biblioteket blir gjennomgående beskrevet som et åpent og inkluderende lavterskeltilbud. Det er høy grad av tilfredshet med bibliotektilbudet, og det oppleves enkelt å oppsøke biblioteket i egen hverdag. Bruken av biblioteket endrer seg med livsfase, og har noe for alle. Deltakerne verdsetter spesielt at biblioteket gjør kulturopplevelser som bøker, film og lydbøker tilgjengelig for hele befolkningen.



Personlig formidling og service

Personlig formidling av litteratur og lesetips er en viktig del av opplevelsen for mange bibliotekbrukere. De setter pris på bibliotekansatte som gir anbefalinger basert på deres interesser. Dette personlige aspektet bidrar til en følelse av tilhørighet og gjør biblioteket til et mer attraktivt sted å besøke.



Fysiske omgivelser og atmosfære

Biblioteket beskrives i stor grad som et behagelig fysisk rom med flere kvaliteter.

- Et rolig studiemiljø med god balanse mellom stillhet og bakgrunnsstøy.
- En avslappende atmosfære hvor man kan kose seg med magasiner og kaffe
- Et egnet sted for både konsentrasjon og avslapning.
- En møteplass for å tilbringe tid med venner og kjente, eller treffe nye mennesker.



Nettsiden mest brukt, men generelt lav kjennskap til bredden i det digitale tilbudet

BIBLIOTEKETS NETTSIDE

Best kjent og mest brukt

Av de digitale tjenestene, er det flest som har et forhold til nettsiden til sitt lokale folkebibliotek.

I tillegg til det å reservere og fornye bøker, er formålet med å oppsøke nettsiden ofte behovet for å finne praktisk informasjon, som åpningstider og informasjon om arrangementer.

Det at mange har et praktisk formål når de oppsøker nettsiden, gjør at man ikke nødvendigvis forventer eller er i «modus» til å oppdage nye ting eller la seg engasjere og underholde.

BIBLIOTEKS-APPER

Nyttig, men med potensial

Appene BiblioFil og Biblioteket brukes av flere til å reservere bøker og forlenge lån. Brukerne av disse appene foretrekker dette fremfor å besøke nettsiden.

De som bruker BookBites og Filmbib er begeistret over gratis tilgang på lydbøker, e-bøker og film. Disse omtales som gode konkurrenter til betalingstjenester som Storytel og strømmetjenester.

Flertallet er ikke klar over at disse appene finnes, og mener det er et stort behov for bedre synliggjøring og promotering av tilbudet.

SOSIALE MEDIER

Lite bevisst bruk

Kun et fåtall av deltakerne følger biblioteket på sosiale medier. De som gjør det, har et lavt bevissthetsnivå, og vet nærmest ikke at de er følgere av sitt lokale bibliotek.

Sosiale medier blir sett på som en kanal for å få tips, informasjon og oppdage nye ting ved bibliotekets tilbud. Men selv om man er en aktiv bibliotekgjenger og bruker sosiale medier, er det ikke alle som er interessert i å følge biblioteket.

Flere opplever en terskel for å like og kommentere innlegg til en offentlig institusjon som biblioteket.



Selv om de fleste kjenner og bruker et eller flere av bibliotekets digitale tilbud, er den generelle kjennskapen nokså lav. Når deltakerne blir bedt om å utforske det digitale biblioteket før gruppesamtalene, blir samtlige positivt overrasket over bredden og mangfoldet i det digitale tilbudet.



VURDERING AV NETTSIDER

Nettsiden til biblioteket kunne gjort det enklere å oppdage innholdet som ligger der

- Nettsidene til de lokale folkebibliotekene i deltakernes hjemkommuner beskrives generelt om oversiktlige og brukervennlige, med noe rom for forbedring. Det overordnede inntrykket er at nettsidene er ryddige og enkle å navigere, og har lett tilgjengelig praktisk informasjon om åpningstider og arrangementer.
- En rekke utsagn fra deltakerne viser at de ofte har et praktisk formål når de besøker nettsiden, og dermed setter pris på en strukturert og klar presentasjon av informasjonen fra biblioteket. Det er viktig med en oversiktlig struktur der man enkelt kan klikke seg videre. For mye informasjon på forsiden og mye skrolling nedover, gjør at man mister litt oversikt.
- En svakhet med nettsidene til de lokale folkebibliotekene, er at de kan oppleves litt lite engasjerende. Noen av sidene beskrives som fargeløse og med kjedelig layout. Diskusjonen om nettside dreier seg om å finne rett balanse mellom praktisk informasjon og innhold som kan gi inspirasjon og interaksjon med biblioteket og/eller andre bibliotekbrukere.
- Det er delte meninger om Sølvbergets nettside. Førsteintrykket er at dette er et bibliotek med mye å tilby, og et omfattende tilbud av arrangementer og aktiviteter. Samtidig gir siden et overveldende og litt rotete inntrykk.
- Tilbakemeldingene tyder på at presentasjonen og strukturen kunne gjort det enklere for brukeren å navigere og finne frem på sidene til Sølvberget.

Forbedringspotensial

- **Navigasjon og menystruktur:** Intuitiv navigasjonsstruktur, fast hovedmeny uten for mye «scrolling» opp og ned.
- **Grafisk design og layout:** Friskere uttrykk, bruk av farger og tydeligere inndelinger.
- **Oversikt og struktur:** For eksempel mer luft og klarere oppdeling av innholdet.
- **Engasjerende innhold:** Bokanbefalinger, konkurranser, videoer og interaktive elementer.
- **Tydelig kategorisering:** For eksempel bokanbefalinger sortert etter målgruppe.
- **Informasjonsprioritering:** Lett tilgjengelig praktisk informasjon som åpningstider, arrangementer og kontakinformasjon.
- **Samspill med sosiale medier:** Lenke til Instagram og Facebook-profil på nettsiden og reklamere for bibliotekets apper på sosiale medier.



Om Sølvberget:
«Som lærer tenker jeg at et barn må langt ned på siden for å finne et bilde de synes er kjekt å se på og finne veien videre inn i mot noe de synes er interessant. Barn er digitale, men de har lite tålmodighet, så for å vinne dem, burde kanskje nettsiden lagt litt mer opp til det (Mann 55)

«Hovedsiden er litt for tett pakket med info. Man trenger for eksempel ikke mye info om forskjellige arrangementer eller anbefalinger, når dette er lett å klikke seg inn på fra toppmenyen. Det er bedre å ha en kort og informativ forside, så man ikke blir avskrekket når man besøker siden første gang»
(Mann 45 år)

«En meny på toppen med flere alternativer kan være fint. Men så er det dette med å oppdage noe spennende du ikke visste om. En balanse der kan være lurt»
(Kvinne 22 år)





EVALUERING AV DIGITALT INNHOLD OM OG FRA BIBLIOTEKET

NRKs PODKASTSERIE «LESEKLUBBEN»

Fokusgruppene ble presentert for NRKs podkastkonsept Leseklubben, der to faste programledere og én gjest diskuterer en bok over en serie episoder.

DRIVERE / FORDELER

- Leseklubben er et attraktivt konsept for en del, men forutsetter at de liker podkastformatet fra før.
- Podkast passer godt til litteraturformidling.
- Leseklubben gjør det mulig å ta del i samtaler om litteratur uten å bidra aktivt selv.
- Opplevelsen kan utvides ved å diskutere både aktuell bok og podkast med noen man kjenner.
- En tilgjengelig og lavterskel form for bokklubb.

BARRIERER / ULEMPER

- Fremstår ikke attraktivt for de som ikke bruker podkast i dag.
- Passiv aktivitet, som ikke lar lytteren ta del i diskusjonen.
- Tid er en knapp ressurs, og man vil heller lese eller høre lydbok selv enn å høre andre snakke om bøker.
- Utvalget av bøker som diskuteres treffer ikke egne interesser og preferanser.
- Manglende kjennskap til podkasten / lignende bokpodkaster.

«Dette er fint for de som kunne tenke seg en leseklubb, men ikke nødvendigvis trenger å være så aktive selv. Her får de på en måte en leseklubb og innspill fra andre, det er kjekt» (Kvinne 45 år).

«Det er vanskelig å finne tid til å lese eller lytte til bøker. Derfor velger jeg bøker jeg kjenner og vet jeg vil like. Derfor tror jeg ikke den type podkast eller bokklubb passer for meg» (Kvinne 35 år).

«Jeg har avtalt med en venninne som også skal høre en bok i Leseklubben, så skal vi gå tur og diskutere både podkasten og boken. Det har jeg ikke gjort så mye med skjønnlitteratur før, så jeg synes dette var en fin og tilgjengelig måte å gjøre det på» (Kvinne 45 år).

INSTAGRAMPROFILEREN @KØBENHAVNSBIBLIOTEKER

Som en del av hjemmeoppgaven før fokusgruppene, ble deltakerne bedt om å utforske Instagram-profilen til Københavns biblioteker og gjøre seg opp en mening om denne måten å formidle bibliotektilbudet på.

DRIVERE / FORDELER

- Et sosialt medium som Instagram er godt egnet for litteraturformidling som også er visuelt spennende.
- Bibliotekarene fra Københavns biblioteker byr på seg selv og virker komfortable i rollen.
- Profilen har mye innhold, virker oppdatert og med varierte innlegg.
- Mange liker måten bibliotekarene byr på seg selv med en humoristisk vri.
- Fremstår som et lite selvhøytidelig tilbud der man føler seg velkommen, trygg og kan be om hjelp.
- Positivt å bruke «historie-funksjonen» aktivt, og lagre historier øverst i profilen.

BARRIERER / ULEMPER

- Innholdet virker rettet mot voksne og postene er dominert av kvinnelige bibliotekarer. Det fremstår med litt lite bredde og mangfold.
- Bruk av humor kan skli over i «kleint» for en del, som dermed ikke føler seg i målgruppen.
- Profilen kunne vært mer variert med mer praktisk informasjon og poster om annet enn boktips.
- Kunne hatt praktisk informasjon i festede innlegg øverst i feeden, slik at dette er enkelt å finne.

«Denne formidlingen er perfekt. Jeg får lyst til å besøke biblioteket, treffe de ansatte, få tips av dem og tilbringe tid der. De oser av arbeidslyst» (Kvinne 54 år).

«Folk tenker nok på bibliotek som noe litt traust, en del av hverdagen, men her har de fått det til å bli en litt spesiell plass og en morsom arena» (Mann 45 år).

«Ble først litt flau på deres vegne, men etter hvert fikk jeg lyst å se mer. Biblioteket har i min oppvekst vært kjent for å være en "plass nerdene går", men dette viser at vi er kommet mye lenger enn det. Personalet er sporty og byr på seg selv. Tenker at det er et sted det er gøy å komme og lett å be om hjelp» (Kvinne 48 år).

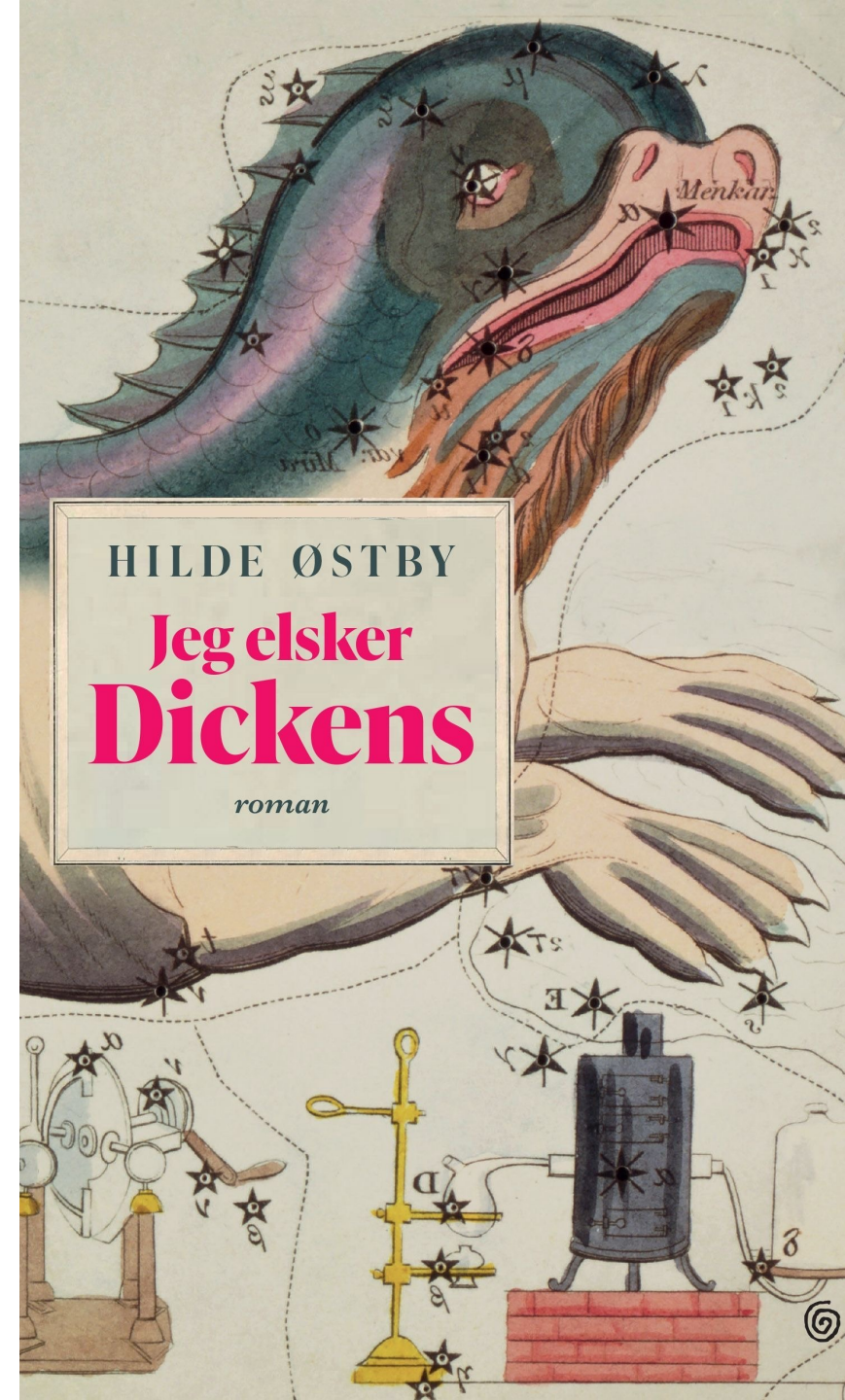
FORMIDLINGSFILMER

Godt eksempel på at det fungerer med nasjonalt innhold lokalt

- Deltakerne blir presentert for en formidlingsfilm om boken «Jeg elsker Dickens». Tilbakemeldingene er positive, og handler om at slike korte videoer kan styrke nysgjerrigheten på en bok.
- Både i hjemmeoppgavene og fokusgruppesamtalene snakkes det mye om visuelle bokanbefalinger, og at dette bidrar til at man oppdager nye titler.
- Formidlingsfilmene blir på ingen måte oppfattet som støyende innhold på siden. Snarere tvert imot er de lite tilgjengelige, da de kun dukker opp i søk etter de titlene som har en tilhørende film, og langt ned på siden. Hvordan kan man enklere bli oppmerksom på disse filmene?
- I forbindelse med formidlingsfilmer diskuterer deltakerne betydningen av lokalt innhold i bibliotekets digitale tilbud. Det er stor grad av åpenhet for at innholdet i bibliotekets digitale kanaler ikke bare kommer fra ens eget lokale bibliotek. Det er også interesse for innslag av gjesteinnlegg, at biblioteket reposter innlegg der biblioteket er tagget, eller deling av poster fra andre bibliotek.
- I sosiale medier er det en stor merverdi dersom man også ser ansatte og bibliotekarer man kjenner igjen fra sitt lokale bibliotek.



«Det er veldig spennende og jeg tror det hjelper mye. Det kan være at måten hun snakker om boken på kan være interessant og gjøre meg mer interessert i å lese boken etterpå» (Mann 55 år)



INSTAGRAMPROFILEN @BOOKTOMAS

Vellykket og visuell formidling av litteratur

- Instagram-profilen **@booktomas** får gode tilbakemeldinger. Særlig gjelder dette de bibliotekbrukerne som er opptatt av å holde seg oppdatert på hvilke nye bøker som gis ut.
- Det fremstår ekstra troverdig og tillitsskapende når en privatperson (selv om han er tilknyttet Sølvsberget) tipser om bøker uten egen “agenda”.
- Booktomas formidler en mer intim og direkte dialog med følgerne, der hans personlige lesetips og innblikk i leseropplevelser inspirerer andre til å utforske nye bøker. Dette appellerer mye til leseglede!
- Deltakerne opplever at en personlig profil som dette gir lavere terskel for interaksjon og engasjement sammenlignet med profiler som institusjoner står bak.
- Et aktivt kommentarfelt er en stor merverdi til profilen. Det skal bare noen få kommentarer på innlegget til før man føler at boken har et tydelig «godkjentstempel».
- Postene på @Booktomas har en god miks av formidling gjennom tekst og bilder. Teksten er raus med adjektivene («hjersteknusende morsom», «uendelig innfløkt») med tilhørende stemningsfulle bilder fra ekte situasjoner.



«Han er en privatperson, da får i alle fall jeg mer tillit til hans reviews for det er ingen som har bedt deg om å legge ut det der, eller skrive noe spesielt om boken. Da er det på en måte litt mer, okay, hvis han skriver at den er så bra og tre andre i kommentarfeltet, kanskje den er verdt å sjekke ut. Så det blir veldig ekte» (Kvinne 29 år)



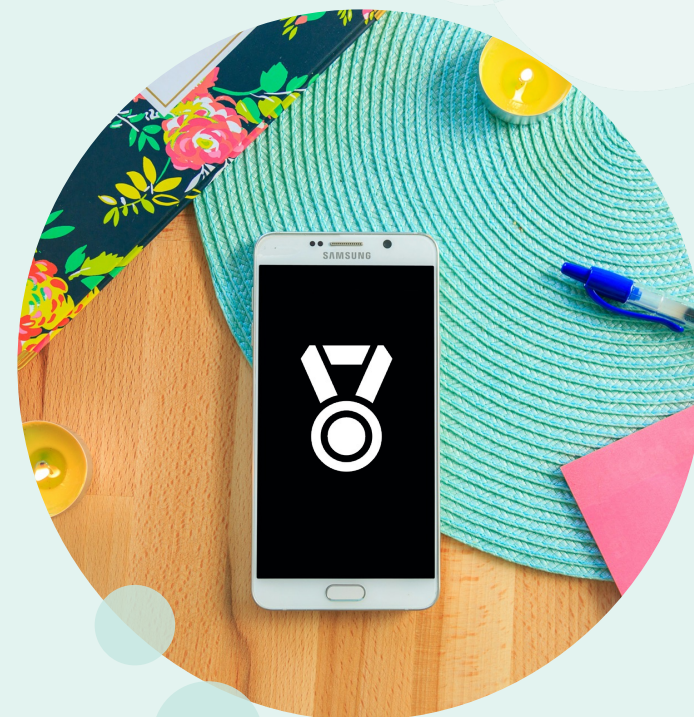
Bildet er hentet fra @booktomas

«GAMIFICATION» AV EGEN LESING En idé som kan videreutvikles

- Deltakerne blir presentert for en idé om «spillifisering» (gamification) der man registrerer egen lesing og blir motivert av å få digitale belønninger og en visuell framstilling av egen leseutvikling. Ideen har likhetstrekk med Sommerles-kampanjen, men er tenkt for voksne.
- Responsen tyder på at det kan ha en verdi for enkelte å kunne loggføre bøker man har lest/lyttet til, for å beholde en oversikt. Samtidig er det mindre interesse for selve belønningsbiten av konseptet.
- Enkelte bruker og setter pris på funksjonen flere av lydbokappene har for å se en oversikt over bøker man har lest/lyttet til. Lignende tjenester finnes også for film, noe filmentusiaster blant deltakerne kjenner til.
- En av de yngste deltakerne er positive til leseutfordringer («reading challenges») som blant annet arrangeres av Goodreads. Det attraktive med dette er konsepter og utfordringer som fenger, ikke belønningen i seg selv. Et viktig aspekt er også muligheten for å dele opplevelsen med andre.
- Ideen om spillifisering av lesing er for en del forbundet med Sommerles-kampanjen rettet mot barn og unge. Både deltakere med egne barn og de som er lærere, mener biblioteket bør videreutvikle spill som inspirerer til lesing eller leseopplevelser, og at dette er viktigere enn å utvikle slike konsepter for voksne.



«Det var veldig motiverende da ungene var små, men for meg er det ikke så vesentlig» (Kvinne 48 år)



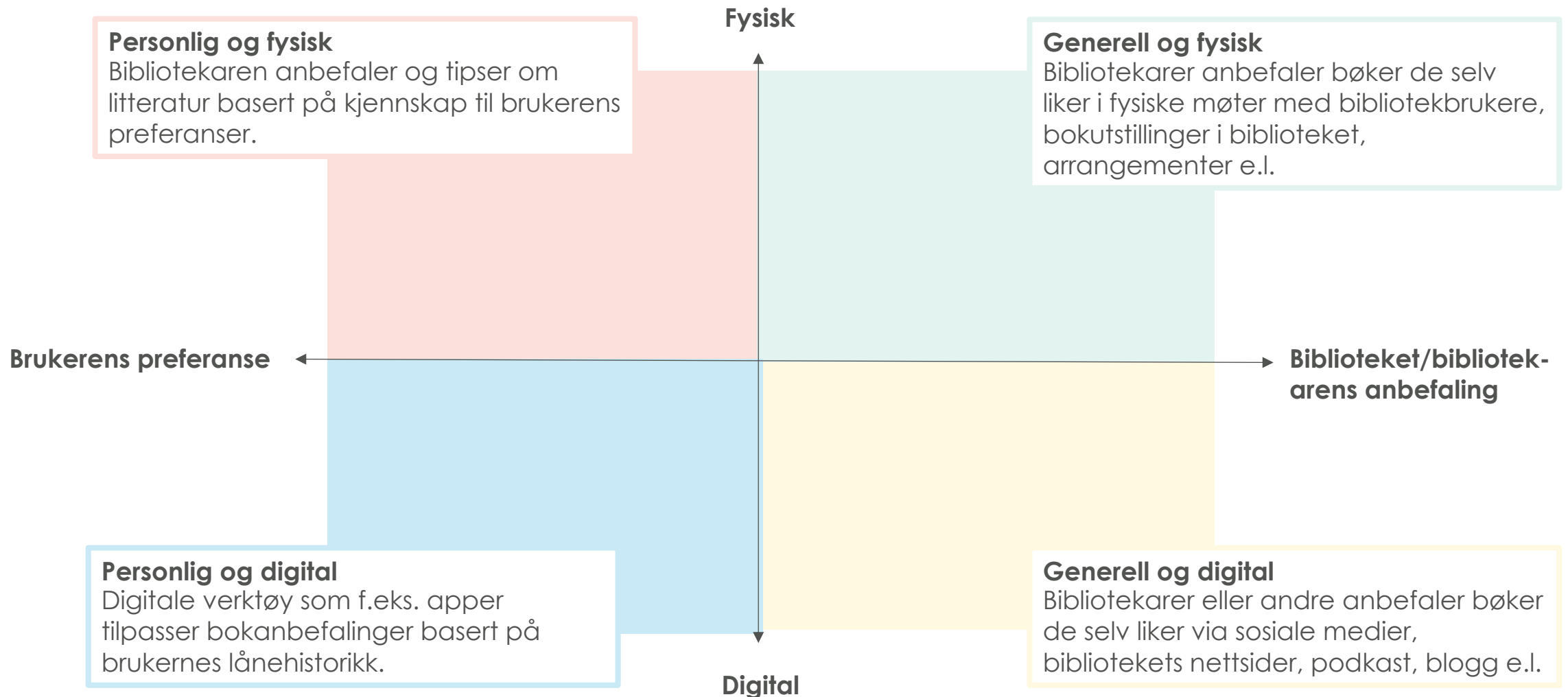
«Det er en slags lek for deg selv. En 'scratch off world map', men for boken» (Kvinne 29 år).

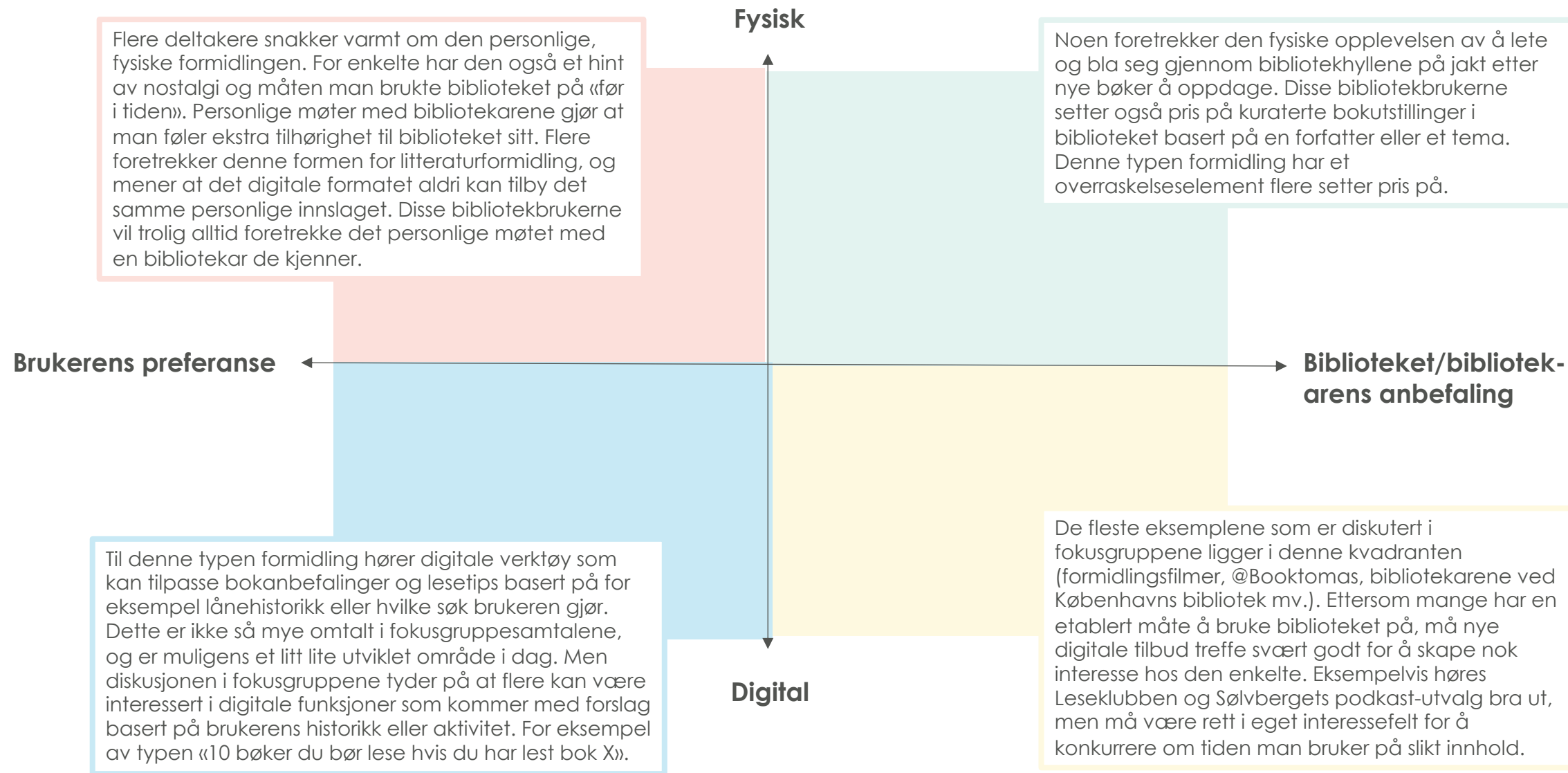
«Jeg trenger ikke så mye heiarop og merker, men det kan nok være med å øke lesegleden for noen (Mann 55 år).

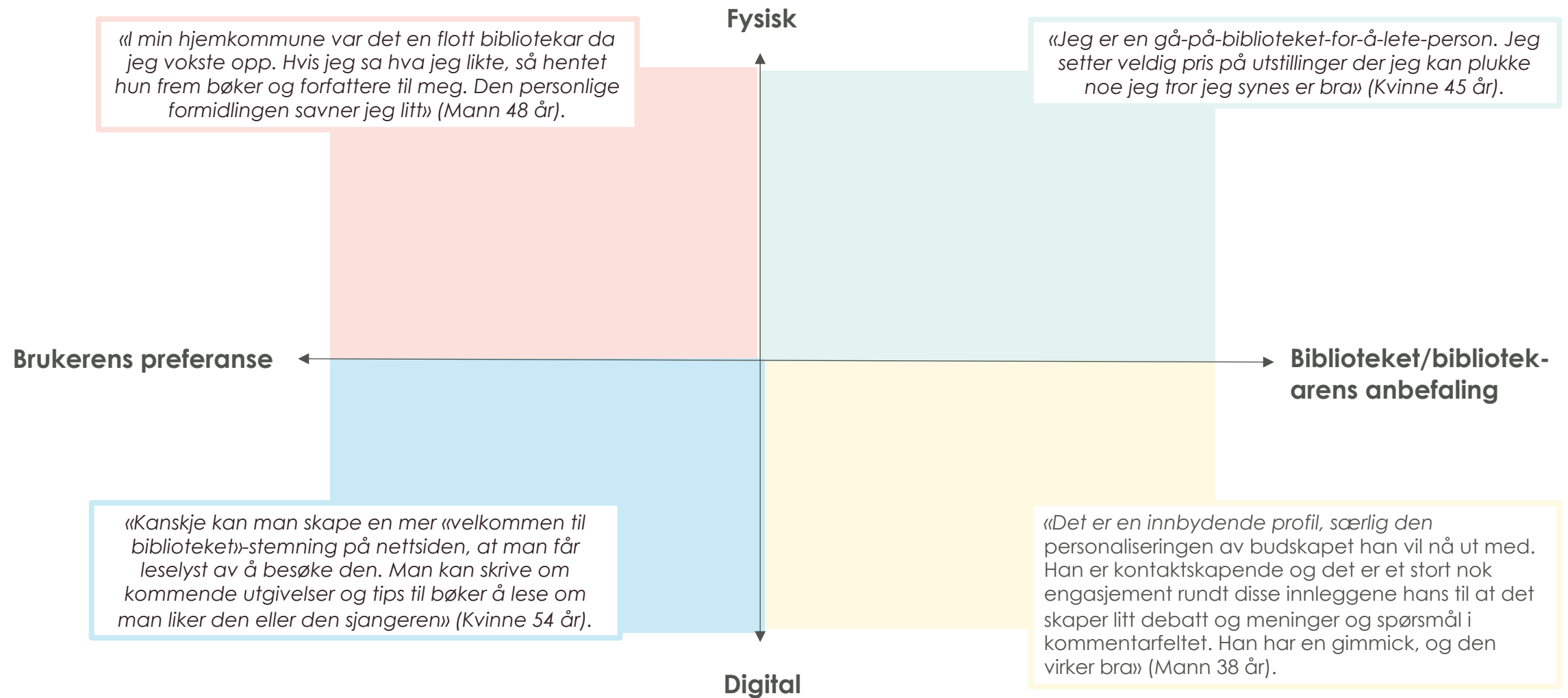


FORMIDLING

Figuren er en visuell fremstilling av hvordan deltakerne i fokusgruppene snakker rundt temaet personlig formidling av litteratur fra biblioteket. X-aksen viser grad av tilpasning til den individuelle bibliotekbrukeren, og y-aksen viser type formidling (digital eller fysisk). I hver av de fire kvadrantene gir vi eksempler som ble drøftet i fokusgruppene.







Exercise Caution When Mingling with Others



One of two things will happen when you socialize with others. You either become like your companions, or you bring them over to your own ways. Just as when a dead coal contacts a live one, either the first will extinguish the last, or the last kindle the first. Great is the danger; so be circumspect on entering into personal associations, even and especially light-hearted ones.

Most of us do not possess sufficiently developed steadfastness to steer our companions to our own purpose, so we end up being carried along by the crowd. Our own values and ideals become fuzzy and tainted; our resolve is destabilized.

It's hard to resist when friends or associates start speaking brashly. Caught off guard when our associates broach ignoble subjects, we are swept along by the social momentum. It is the nature of conversation that its multiple meanings, innuendoes, and personal motivations merge along at such a fast clip they can instantly shift in unwholesome directions, sullying even those involved. So until wise sentiments are fixed into you as if they were instinct and you have thus acquired some power of self-defense, choose your associations with care and monitor the thrust of the conversations in which you find yourself.

Forgive Over and Over and Over



Generally, we're all doing the best we can. When someone speaks to you curdy, disregards what you say, performs what seems to be a thoughtless gesture or even an outright evil act, think to yourself, "If I were that person and had endured the same trials, borne the same heartbreaks, had the same parents, and so on, I probably would have done or said the same thing." We are not privy to the stories behind people's actions, so we should be patient with others and suspend our judgment of them, recognizing the limits of our understanding. This does not mean we condone evil deeds or endorse the idea that different actions carry the same moral weight.

When people do not act as you would wish them to, exercise the muscles of your good nature by shrugging your shoulders and saying to yourself "Oh well." Then let the incident go.

Try, also, to be as kind to *yourself* as possible. Do not measure yourself against others or even against your ideal self. Human betterment is a gradual, two-steps-forward, one-step-back effort.

Forgive others for their misdeeds over and over again. This gesture fosters inner ease.

Forgive yourself over and over and over again. Then try to do better next time.

HOVEDFUNN



FOKUSGRUPPENES

TRE

VIKTIGSTE
INNSIKTER
OG FUNN

1

Synliggjøre det digitale tilbudet: Manglende kjennskap virker å være en av de største barrierene mot å ta i bruk bibliotekets digitale tjenester. Selv blant aktive bibliotekbrukere er kjennskapen lav, og samtlige blir positivt overrasket når de presenteres for det digitale tilbudet som finnes i dag. Biblioteket bør prioritere bedre synliggjøring og promotering av eksisterende digitale tjenester. Her er samspillet mellom fysisk bibliotek, nettside og sosiale medier viktig for å øke kjennskapen.

2

Styrke den personlige formidlingen: Veien til å oppdage nye digitale bibliotekstjenester går ofte gjennom å observere andres bruk av biblioteket. Inspirasjon kan komme fra flere kilder, som venner og eget nettverk, andre bibliotekbrukere, og engasjerte sosiale medier-fellesskap. En suksessfaktor er formidling fra enkeltpersoner med ekte engasjement. Biblioteket kan med fordel spille på ansatte lokalt og nasjonalt, vanlige bibliotekbrukere, samt eventuelt «lese-ambassadører» som kan målrette formidlingen sin til ulike aldersgrupper e.l. Biblioteket kan også fremheve hvilke muligheter som ligger i personlig tilpasning av de digitale tjenestene.

3

Balanse mellom informasjon og underholdning: Både på nettsiden og sosiale medier ønsker brukerne å raskt kunne bestille, reservere og fornye bøker og finne praktisk informasjon. Samtidig er det viktig å oppnå en balanse mellom dette og muligheten for å bli inspirert og oppdage noe nytt. Biblioteket bør tydeliggjøre innholdet under fanen «digitalt bibliotek», slik at brukerne intuitivt forstår at den gir tilgang til gratis filmer, e-bøker, lydbøker og andre digitale ressurser.





Opinion:

www.opinion.no

hei@opinion.no

[@opinionoslo](https://www.instagram.com/opinionoslo)