

# Biblioteket på SoMe

Strategi for bruk av sosiale medier i bibliotek



# Innholdsfortegnelse

<b>Strategi for bruk av sosiale medier i bibliotek</b>	<b>2</b>
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 Formidling av litteratur	5
5.3 Relasjonsbyggende innhold	6
6. Produksjon og deling .....	6
7. Implementering .....	8
8. Oppfølging .....	8
9. Kilder .....	9

*Forsidebildet viser Ingrid Bie Helgesen, Therese Nes og Åsmund Ådnøy under innspillingsdag på Tysvær bibliotek 20. oktober 2025. Foto: Rogaland fylkesbibliotek*

# 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 (Støre 2026). Som et resultat av denne utviklingen bruker vi stadig mer tid på skjerm, og en brukerundersøkelse utført av Opinion i 2025 viser at hele 96% av innbyggerne i Rogaland over 15 år er aktive på sosiale medier (Rosness 2026). Hvordan kan bibliotekene utnytte dette mulighetsrommet?

Brukerundersøkelsen var en del av Rogaland fylkesbiblioteks prosjekt «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. De siste årene har bibliotekene i Rogaland tatt i bruk en felles nettsideløsning, og utviklet gode digitale tilbud til sine brukere. Likevel viser brukerundersøkelsen at bare 26% av innbyggerne 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 brukerundersøkelsen 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 er derfor ikke inkludert i denne strategien.

En annen utfordring er at feltet preges av skiftende trender og raske endringer, og denne strategien er derfor utformet på et overordnet plan. Sist, men ikke minst, legger det nasjonale lovverket for personvern strenge føringer for hvordan offentlige instanser kan bruke sosiale medier. KS har laget en veileder for bruk av sosiale medier i kommunen (Mushtaq 2026), der det pekes på ulike etiske dilemmaer som bruk av SoMe kan medføre. Det er viktig at hvert enkelt bibliotek er oppdatert på denne veilederen og gjeldende regelverk 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 på spørsmålet om hvorfor de brukte Instagram:



Det er med andre ord stor variasjon i hvorfor og hvordan bibliotekene i Rogaland bruker Instagram, men ordet flest brukte var “Informere”.

Sosiale medier utgjør i dag en sentral 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 fra 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 nettopp *informere* om bibliotekenes innhold og tjenester.

Samtidig viser undersøkelsen at 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 sosiale medier? 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 folkebibliotekloven, nasjonale aldersgrenser for SoMe og regjeringens gjeldende strategier for leselyst (Nordtun 2026) og mot desinformasjon (Jaffery 2026) må ligge til grunn.

## 4. Kanaler

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

Med få ressurser tilgjengelig vil det være hensiktsmessig for bibliotekene i Rogaland å konsentrere seg om en plattform som treffer ulike aldersgrupper, og undersøkelsen fra Opinion viser at Instagram er den kanalen som treffer bredest. Instagram er også en plattform som det er mulig å bruke på kommunale enheter, og som er utformet for formidling av visuelt innhold, som er det som skaper mest engasjement på sosiale medier. 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 satse på innhold som treffer dem. Her vil lokale faktorer spille inn, men gjeldende aldersgrenser for SoMe danner en naturlig avgrensning, og valg av plattform spiller også inn. Med Instagram som hovedkanal og anbefalt aldersgrense på 15 år, bør bibliotekene i Rogaland altså prioritere godt visuelt innhold som treffer ungdom og voksne.

Men hva er denne målgruppen opptatt av? I brukerundersøkelsen fra Opinion, svarer både følgere og ikke-følgere av bibliotekene i Rogaland at innholdstypene de foretrekker er **informasjon om bibliotekets tilbud og anbefalinger av bøker og medier**. I tillegg viser undersøkelsen at **relasjonsbyggende innhold** skaper mye engasjement (Rosness 2026). Bibliotekene bør derfor konsentrere seg om disse tre innholdstypene.

### 5.1 Informasjon om bibliotekets tilbud

Det er gratis å låne. Alle kan få lånekort. Bøker lånt i Sauda kan leveres inn i Levanger, og bøker som biblioteket ikke har i samlingen kan «fjernlånes» fra andre bibliotek. Biblioteket har lange åpningstider, og mange har «meråpent» - selvbetjent bibliotek utenom betjent åpningstid. Slike grunnleggende tilbud er velkjente for ansatte i bibliotek, men mindre kjent i befolkningen. SoMe kan derfor både brukes til å fronte denne typen brede og allmenne tilbud, og til å vise fram smalere og mer kortvarige tilbud ("Sommerbibliotek i idrettshallen"). Ressursbruken bør gjenspeile omfanget av tilbudet og størrelsen på målgruppen. Det er ingenting i veien for å gjenbruke gammelt innhold for å løfte fram tilbakevendende tilbud («Pappatreff siste tirsdag i måneden»).

### 5.2 Formidling av litteratur

Utlån av bøker er antakelig publikums første assosiasjon til bibliotek, og bibliotekarere har høy troverdighet som litteraturformidlere. Lesetips i SoMe kan gjøres i alle skalaer, fra et enkelt bilde til en serie filmer eller podcaster. Det avgjørende er å finne en form som er håndterbar for det enkelte bibliotek. Hva er realistisk å klare i jobbhverdagen? For mange bibliotek vil faste konsepter være en god løsning. Det kan være et bilde av en ansatt som anbefaler en ny bok hver fredag, en bokliste med aktuelle bøker en gang i uka eller en kort anbefalingsfilm en gang i måneden. Det viktigste er å lage en publiseringsplan med tydelig ansvarsfordeling, slik at konseptene blir fulgt opp.



Nana R. T. Jakobsen under innspillingsdag på Ørestad bibliotek 27. august 2025.  
Foto: Rogaland fylkesbibliotek

### 5.3 Relasjonsbyggende innhold

Bøker, bibliotek og lesing har en positiv klang i befolkningen. Innhold som forsterker dette omdømmet, bør derfor også være del av SoMe-profilen til et bibliotek. Hvem er de ansatte? Hva er de eksperter på? Hvordan er livet som bibliotekar? Og hvordan stemmer bibliotekar-klisjéene med virkeligheten? SoMe er en god arena for å sette ansikt på samfunnsinstitusjonen bibliotek.

Humor og historiefortelling er viktige nøkler for å lage denne typen innhold, der målet er å skape en relasjon til brukerne. Konkurranser og avstemninger kan også være gode verktøy for å skape dialog. Og på samme måte som for litteraturformidling, kan det også her være nyttig å bruke faste konsepter. Det gjør idéfaser enklere, og skaper gjenkjennelse for brukerne.

## 6. Produksjon og deling

I en travel bibliotekhverdag blir produksjon og deling av innhold på 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 månedlige innspillingsdager for sine bydelsbibliotek, der de produserer felles SoMe-innhold. Inspirert av København startet Rogaland fylkesbibliotek med halvårlige innspillingsdager høsten 2025, og det har vist seg å være en effektiv måte å sikre at alle bibliotekene i fylket kan tilby relevant og godt innhold på SoMe – uavhengig av ressurser.

Felles innspillingsdager bør organiseres på fylkesnivå, men for å sikre eierskap bør selve gjennomføringen skje på ulike bibliotek i fylket. Denne måten å samarbeide på tvers av kommunegrenser gjør at bibliotekene kan dra nytte av hverandres lokaler og kompetanse, og at et større mangfold av bibliotek og formidlere viser igjen på SoMe. Ulempen er at innbyggerne ikke alltid møter de samme formidlerne på SoMe som bak skranken, men brukerundersøkelsen fra Opinion viser at ekte engasjement og litterær kompetanse hos formidleren er viktigere enn lokal tilhørighet på SoMe (Rosness 2026).

Innspillingsdagene blir mest effektive dersom én person eller gruppe har ansvar for planlegging og gjennomføring av dagen, men alle bibliotekene kan med fordel bidra med idéer og innspill til hva som skal produseres. Følg med på trender og hent gjerne inspirasjon fra andre bibliotek, bare husk å kreditere inspirasjonskilden. Eller «Stjel med stil!» som leder for Københavns Digitale Bibliotek Louise L. McHenry oppsummerte det på inspirasjonsdagen om SoMe for bibliotek i Rogaland høsten 2025. Da blir sosiale medier også en arena for å synliggjøre andre bibliotek.

For å sikre kontinuitet bør også redigering og deling av innholdet skje i regi av fylkesbiblioteket. I Rogaland deles innholdet fra fylkesbibliotekets Instagram-konto, men det er viktig at bibliotekene som har vært involvert i produksjonen tagges og legges til som medarrangører. Da blir innholdet delt av flere bibliotek samtidig, og får dermed større rekkevidde. En overordnet publiseringsplan skaper forutsigbarhet, og lagring av innholdet i en felles mappe gjør det lettere for bibliotekene å gjenbruke innholdet ved en senere anledning.

Verdien av denne måten å samarbeide på 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 sosiale medier.

## 7. Implementering

For at et interkommunalt samarbeid om produksjon og deling av innhold til sosiale medier 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 gode rutiner for oppfølging. «Don't post and ghost!» er en velkjent huskeregel på SoMe. For at bibliotekene skal oppleves som relevante å følge, er det avgjørende at de er til stede i det digitale rommet, svarer på henvendelser og følger med på hva som skaper engasjement. Det gir verdifull innsikt i hva brukerne er opptatt av, og trenger ikke være tidkrevende. Det er enkelt å hente ut brukerstatistikk.

Sjekk jevnlig hva som gir respons, kartlegg hvorfor og bygg videre på det. Og husk at ikke all suksess kan måles i likerklipp og følgere. Kanskje har et beskjedent innlegg på SoMe likevel ført til økt utlån av en bok, mer besøk på et arrangement eller økt bruk av en tjeneste? Eller kanskje har et populært innlegg på SoMe inspirert til en bokutstilling i det fysiske bibliotekrommet? Da blir sosiale medier ikke bare en effektiv plattform for formidling og synliggjøring av bibliotekets tilbud, men en utvidelse av det fysiske bibliotekrommet som kan bidra til at flere tar i bruk biblioteket sitt.

## 9. Kilder

Enli, Gunn; Aalen, Ida: *sosiale medier* i *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 12. juni 2026 fra [https://snl.no/sosiale\\_medier](https://snl.no/sosiale_medier)

Jaffery, Lubna: *Strategi for å styrkje motstandskrafta mot desinformasjon (2025 – 2030)*. Hentet 12. juni 2026 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/strategi-for-a-styrkje-motstandskrafta-mot-desinformasjon-2025-2030/id3109255/>

Mushtaq, Suhail: *Veileder for bruk av sosiale medier i kommunen*. Hentet 12. juni 2026 fra <https://www.ks.no/globalassets/fagomrader/digitalisering/personvern-og-informasjonnssikkerhet/KS-SoMe-veileder-F41.pdf>

Nordtun, Kari N.; Jaffery, Lubna: *Sammen om lesing : Leselyststrategien 2024 – 2030*. Hentet 12. juni 2026 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/sammen-om-lesing.-leselyststrategien-2024-2030/id3040859/>

Rosness, Maria; Andersson, Sara T.: *Utviklingsmuligheter for bibliotekets digitale tjenester : Rapport fra en brukerundersøkelse gjennomført av Opinion for Rogaland fylkesbibliotek*. Hentet 12. juni 2026 fra <https://bibliotekutvikling.no/kompetansebank/ressurs/biblioteket-pa-some-strategi-for-bruk-av-sosiale-medier-i-bibliotek/>

Støre, Jonas G.; Tung, Karianne O.: *Fremtidens digitale Norge : Nasjonal digitaliseringsstrategi 2024 – 2030*. Hentet 12. juni 2026 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/statlig-forvaltning/it-politikk/ny-nasjonal-digitaliseringsstrategi/id2982892/>

**Rogaland fylkeskommune**

Postboks 130 sentrum  
4001 Stavanger



Rogaland  
fylkeskommune

**Besøksadresse**

Ankerkvartalet  
Haakon VII's gate 9  
4005 Stavanger

**Telefon**

51 51 66 00

**E-post**

[firmapost@rogfk.no](mailto:firmapost@rogfk.no)

[www.rogfk.no](http://www.rogfk.no)