

Innbyggerundersøkelsen

Morgendagens veileder



Ny Nasjonal bibliotekstrategi 2020-2023

“Demokratiet er ikke gitt, derfor må strategien legge til rette for at bibliotekene kan fungere som kunnskapsarenaer som gir brukerne tilgang til kvalitetssikret informasjon og forskning” (s.4)

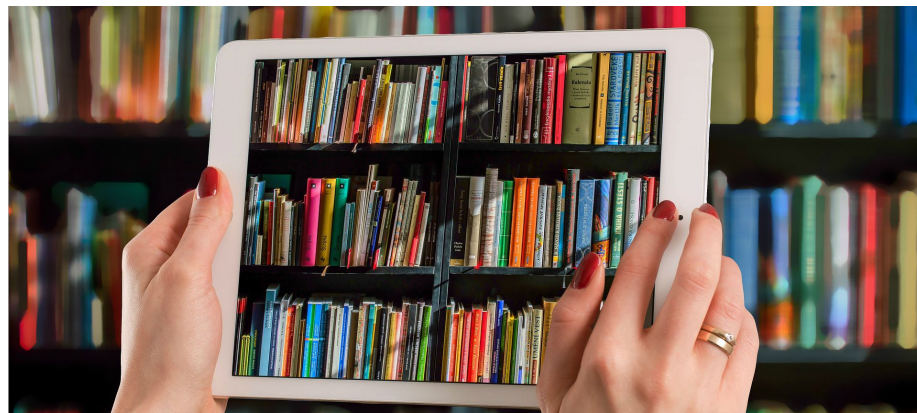


Morgendagens veileder – et prosjekt støttet av NB

Mål: Fornye folkebibliotekets tjenestetilbud på feltet referansearbeid og kunnskapsformidling, slik at dette møter dagens og morgendagens behov hos brukerne. Et operativt mål er å redefinere referansebibliotekaren som informasjonsveileder.

Arbeidspakkene:

- Brukergrupper
- Verktøy/kilder/metoder
- Bibliotekarrollen
- Markedsføring

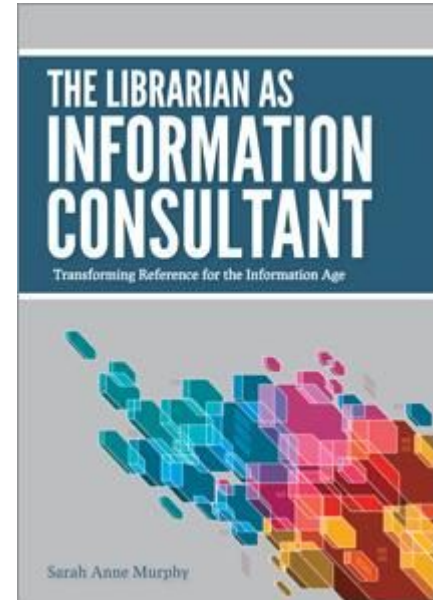


Bakgrunn

- “Biblioteket finner svaret” - 1992-1997
- *The Librarian as Information Consultant - transforming reference for the information age*

Sarah Ann Murphy (2011)

- Erfaring fra arbeid i skranken
- Forprosjektet “Grevlingen revisited”



The Librarian as Information Consultant

“To remain competitive, reference librarians must focus their strengths as advisors, helping consumers to understand the structure of information both within and outside our facilities, to make sense of the information found, and to use this information in the format (...) presented.” (s. viii)

Murphy peker på en ny måte å jobbe på for (referanse)bibliotekarere.

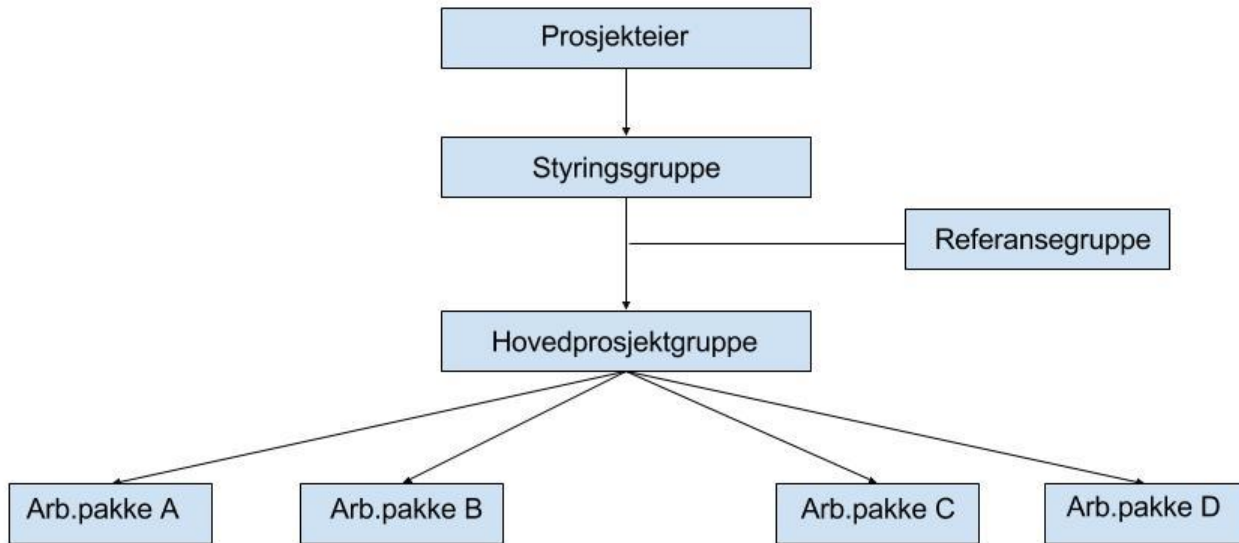


Samarbeidspartnere

- Folkebibliotek:
 - Arendal bibliotek
 - Kongsberg bibliotek
 - Larvik bibliotek
 - Tønsberg og Færder bibliotek
- Universitetsbibliotek
 - Universitetet i Sørøst-Norge avdeling Bakkenteigen
- OsloMet - ved utdanningen
- Vestfold fylkesbibliotek
- NBFs spesialgruppe for fjernlån og referanse

ORGANISASJONSKART

Morgendagens veileder



Noen fakta om Innbyggerundersøkelsen

- Undersøkelsen er gjennomført av Opinion AS i Oslo
- Kvantitativ undersøkelse med 2001 respondenter i et webpanel fra hele landet gjennomført i oktober og november 2017.
- Alder: over 15 år
- Utvalget er vektet på kjønn, alder og geografi.
- Kvalitativ undersøkelse med fire workshops - informasjonsinnhenting basert på kreative samarbeidsoppgaver som moderator og deltagere har løst sammen.
- Opinions årlige trendanalyse (Consumer Stories) er også en del av grunnlaget for rapporten.

Overordnede funn - informasjonsinnhenting

- Sammenlignet med før er vi raskere og mer effektive i informasjonsinnhenting.
- Vi er opptatt av bredde fremfor dybde.
- Vi er mer alene i informasjonsinnhenting

Raskere og mer effektiv

- Digitaliseringen av informasjon har ført til en optimalisering av hverdagen. Nettbasert informasjon oppleves som uunnværlig.
- Informasjonen kan hentes når som helst og hvor som helst.
- Apper oppleves som mer relevant og persontilpasset. De bidrar til å systematisere og strukturere informasjon på en enkel måte.
- Fysisk og personlig informasjonsinnhenting oppleves som tungvint og mindre effektiv - brukes ved spesielle informasjonsbehov.

Bredde fremfor dybde

- Den store mengden informasjon har økt behovet for å få oversikt.
- Den har også gjort oss mer kildekritiske.
- Vi er opptatt av å skaffe oss et helhetsperspektiv og flere innfallsvinkler fremfor å gå i dybden på en enkelt kilde.
- Skepsisen til persontilpasning har blitt mer fremtredende pga. stadig mer tilpasset innhold i informasjonen vi henter basert på tidligere netttadferd. Spesielt når det gjelder nyheter, aktualitetsstoff eller annen fagkunnskap.

Alene med informasjonen

- Tilgangen på nettbasert informasjon synes å ha ført til en forventning om at vi skal finne frem til informasjon selv.
- Selv om forutsetningene for å finne og tolke informasjonen på nett ikke er lik for alle, har vi en økt tillit til at nettet kan hjelpe oss med de fleste informasjonsbehov.

Respondentene ble spurt:

«Fra hvilke av følgende kilder henter du først og fremst informasjon innenfor kategoriene:

Jobb og karriere, Fritid og hobby, Familie og barn, Kjærlighet og samliv, Skole og utdanning, Hus og hjem, Politikk, samfunn og nyheter, Medisin, helse og selvhjelp?»

Valgene: Eletroniske eller fysiske oppslagsverk, Nyhetsmedier på nett eller papir, Går rett til aktuell nettside etter et googlesøk, Sosiale medier, Chat eller nettfora, Blogger, Video, Familie, venner eller kollegaer, Oppsøker bibliotek, Oppsøker andre offentlige kontorer/institusjoner.

Hvor mange prosent svarte «Oppsøker bibliotek?»

8,6%

Overordnede informasjonsbehov

Behovene kan deles i tre kategorier:

- Praktisk informasjon
- Kunnskapsbasert informasjon
- Underholdende informasjon

For alle tre gruppene foretrekker vi kunnskap som er “lett fordøyelig” enten det handler om at den er lett tilgjengelig, underholdende eller relevant.

Behovet for praktisk informasjon

- Hjelp til å effektivisere hverdagen vår og unngå “dødtid”, f.eks. planlegge reiser, sjekke åpningstider, adresser osv.
- Hjelp til å fatte beslutninger, f.eks. sjekke “Best i test”-sider eller anmeldelser slik som i TripAdvisor osv.
- Hjelp til å lære hvordan man praktisk utfører en oppgave, DIY-informasjon på Youtube og andre steder



Kunnskapsbasert informasjon

Denne informasjonen er både indrestyrt og ytrestyrt og handler vel så mye om hvordan man fremstår som hva man lærer.

- Det ytrestyrte handler om å kunne ta del i samtaler - vise at man følger med.
- Det indrestyrte handler om behovet for nye innfallsvinkler, bli utfordret på etablerte tankesett og generell læring.

Vi bruker f.eks. Wikipedia, TED talks, aviser på nett, Illustrert vitenskap osv.

Faglitteratur oppleves i hovedsak å være forbeholdt studietiden.

Inspirasjon og underholdning

- Nettsurfing har blitt en etablert fritidssysse.
- Nettsurfingen er ofte vanestyr.
- Bøker og magasiner oppleves som en viktig kilde til avkobling og underholdning, men synes i større grad å få konkurranse fra TV-serier og annen nettbasert underholdning.
- MEN! Skjønnlitteratur har en helt unik posisjon - de representerer en lenger pause og en annen ro. Den forbindes med egenutvikling, læring og refleksjon over tid.

Interesseområder, informasjonskategorier og kilder

Det er stor variasjon i hvilke kategorier man har mest spørsmål og trenger veiledning.

Kildene vi bruker avhenger av temaet man søker informasjon om, egne ferdigheter og tillit til digitale kilder.

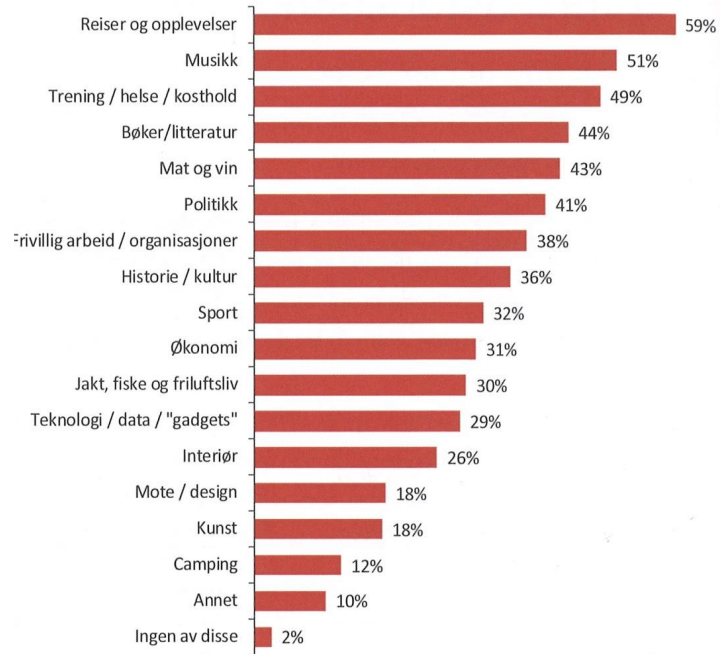


Interesseområder

Disse topper listen:

- Reiser og opplevelser (6 av 10)
- Musikk og trening (5 av 10)
- Helse og kosthold (5 av 10)

Naturlig nok er det store forskjeller i undergruppene kjønn, alder, utdanning, landsdel, daglig situasjon og sivil status.



n=2001

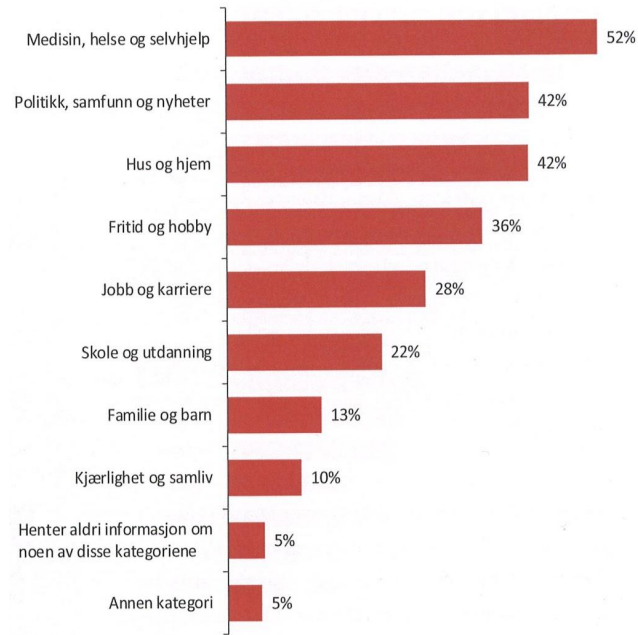
Q: Hvilke områder er du interessert i eller deltar du aktivt i?

Spørsmål: Hvilke områder er du interessert i eller deltar du aktivt i?

Informasjonskategorier

Disse topper listen der befolkningen har oftest spørsmål og trenger veiledning:

- Medisin, helse og selvhjelp
- Politikk, samfunn og nyheter
- Hus og hjem

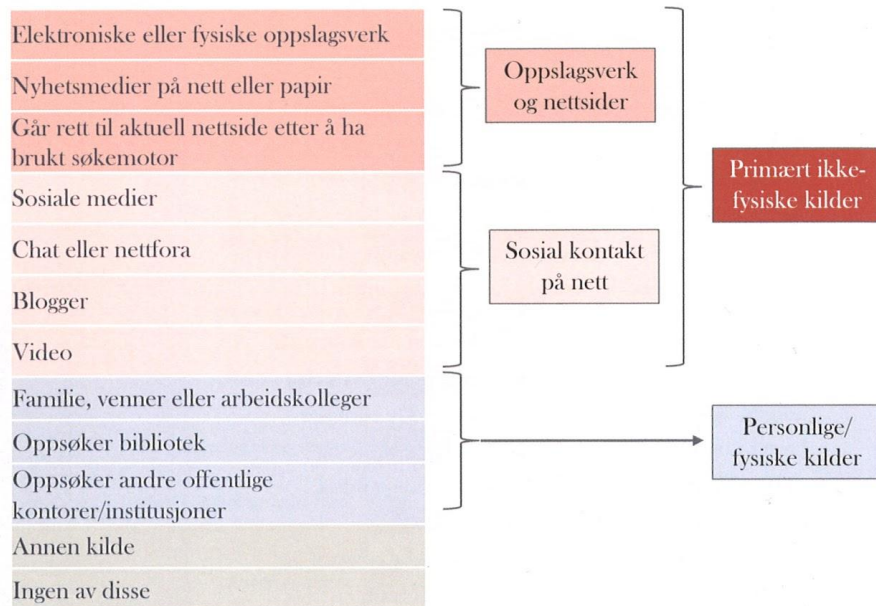


n=2001

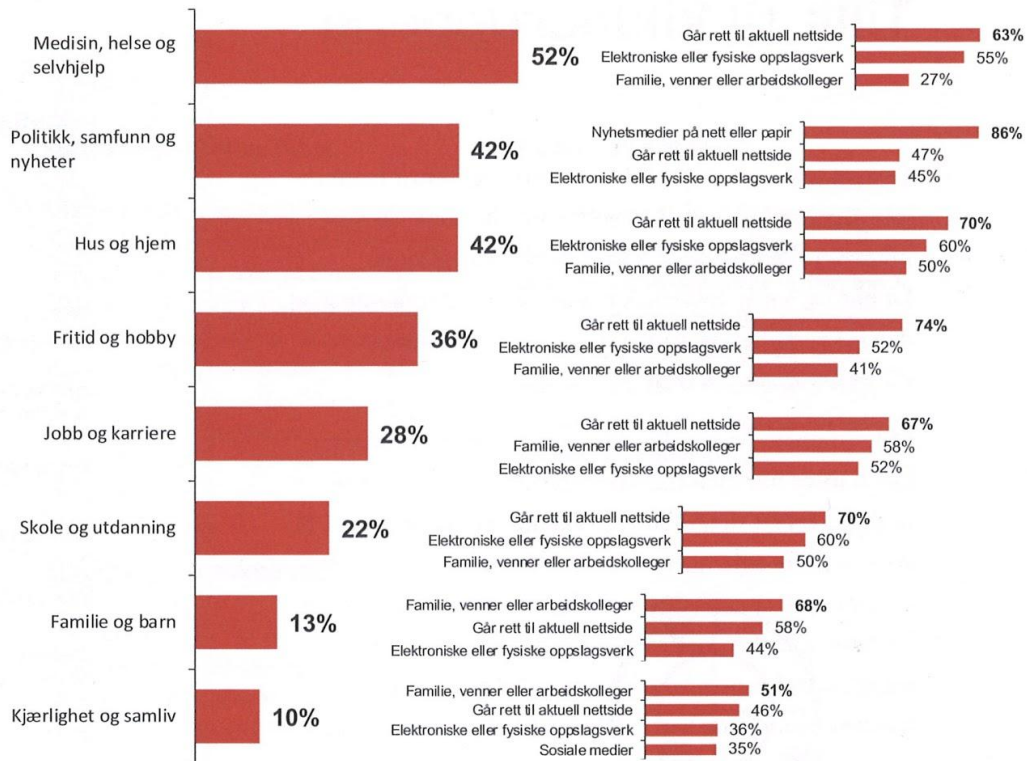
Q: Innenfor hvilke følgende hovedkategorier har du oftest spørsmål og trenger veiledning når det er noe du lurer på eller trenger svar på i hverdagen?

Spørsmål: Innenfor hvilke følgende hovedkategorier har du oftest spørsmål og trenger veiledning når det er noe du lurer på eller trenger svar på i hverdagen?

Kilder til informasjon



Q: Fra hvilke av følgende kilder henter du først og fremst informasjon?



Q: Fra hvilke av følgende kilder henter du først og fremst informasjon?

Tillit til kilder

- Så godt som alle støtter seg på nettbaserte/ikke-fysiske kilder.

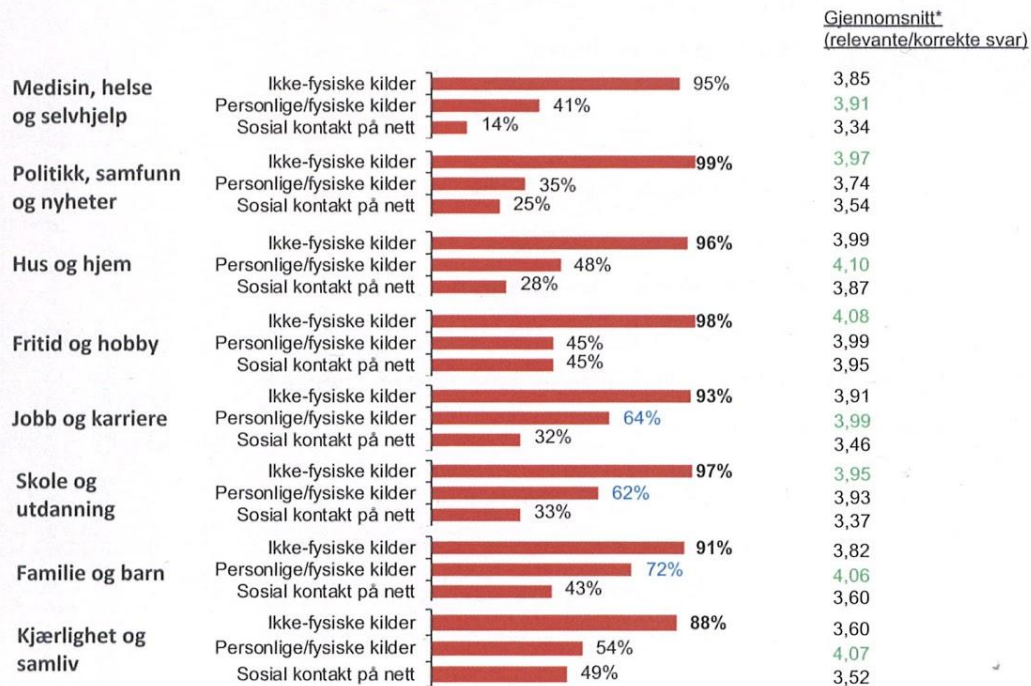
Befolkningen svarer at de opplever å få relevante og korrekte svar på det de lurer på.

- Vi fester særlig stor lit til de personlige kildene innenfor mer personlige/nære temaer som medisin, helse og selvhjelp, hus og hjem, jobb og karriere, familie og barn, og kjærlighet og samliv.
- Sosial kontakt på nett scorer jevnt over dårligere enn de andre kildene.

Hovedkategori

Fra hvilke av følgende kilder henter du først og fremst informasjon? (gruppert)

I hvilken grad opplever du at du får relevante og korrekte svar på det du lurer på når du søker innenfor denne kategorien? (skala 1-5)



*Gjennomsnittsverdier: 1,00 om alle hadde svart «i svært liten grad», 5,00 om alle hadde svart «i svært stor grad».

Observasjonene i Arbeidspakke C

- 2 personer fra prosjektet observerte hver observasjonsdag
- De satt på de fire folkebibliotekene i prosjektet: Arendal, Kongsberg, Larvik, Tønsberg og Færder bibliotek
- 5 timer fordelt utover dagen - 2 dager på hvert bibliotek
- I den tiden ble alle spørsmål stilt i skranken skrevet ned.
- På forhånd ble det utarbeidet et skjema med kategorier

OBSERVASJONER

Morgendagens veileder - Arbeidspakke C

DAG 1 -TØNSBERG, mandag 12. februar 2018

Nr.	Spørsmål	Kj	Alder	Kategori
	KLOKKESLETT: 11-13. Skranken i 1. etg			
1	Jeg har reservert en bok. Hva er <u>resnr</u> ?	x	50-60	Prosedyre
2	Utlån. (Automaten virker ikke)	x	60-70	Prosedyre
3	<ul style="list-style-type: none"> • Spørsmål etter en bestemt forfatter (fagbøker) • Bestiller fjernlån 	x	40-50	Samling Prosedyre
4	<ul style="list-style-type: none"> • Har dere [en bestemt bok]? • Bestiller fjernlån 	x	20-30	Samling Prosedyre
5	Hente en reservering. Utlån og innlevering. Fornyer lån.	x	70-80	Prosedyre
6	Låne uten lånekort. Kjøpe nytt lånekort.	xx	15-20	Prosedyre
7	<ul style="list-style-type: none"> • Har dere [en bestemt bok], flere utgaver • Innlevering (<u>henviser</u> til automaten) • Hjelp med innlevering på automat • Utlån i skranken 	x	60-70	Samling Prosedyre Prosedyre Prosedyre
8	Kan jeg låne en penn?	x	20-30	Utlån av rekvisita



Emnespørsmål og bokauflysninger

Det ble registrert 1025 spørsmål.

Hvor mange prosent av disse tror du var emnespørsmål?

Hvor mange prosent av disse tror du var bokauflysninger?

3,2% og 2,3%

Totalt: 5.5%

Informasjon i fremtiden

Opinion sier:

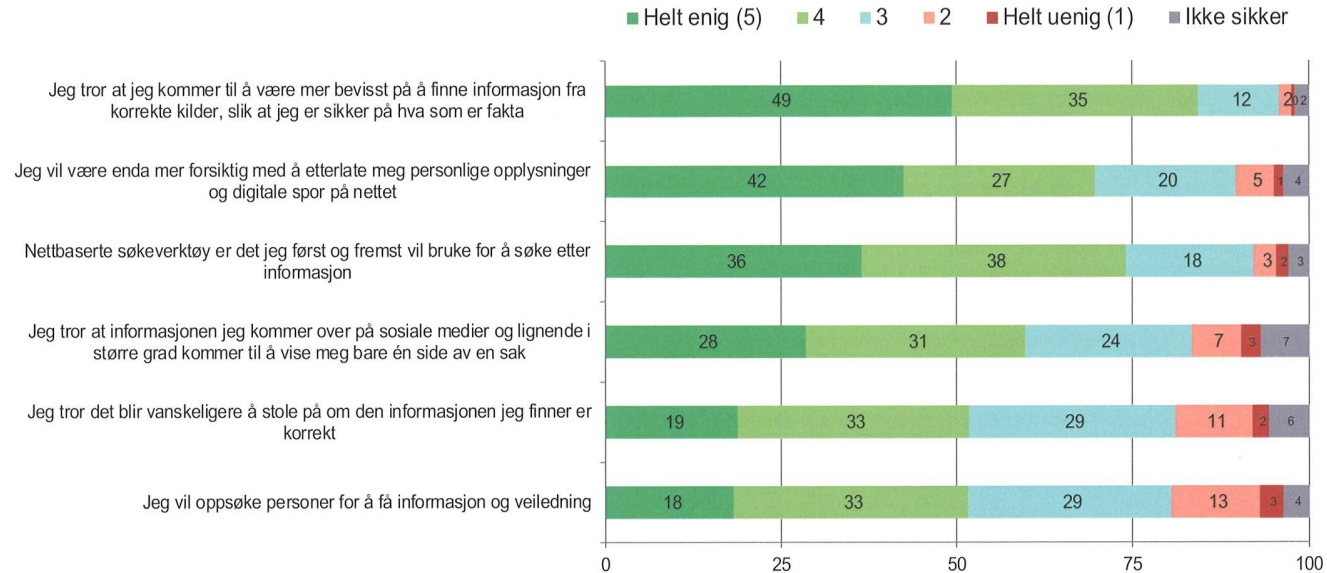
- at de ser en økt bevissthet knyttet til korrekte kilder
- at de ser en økt forventning om at man i fremtiden vil trenge mer kunnskap om hvordan man skal finne relevant og korrekt informasjon
- de ser at forventningene om at man vil trenge veiledning og hjelp er aldersbetinget

Informasjon i fremtiden

Befolkningen har en økt bevissthet til korrekte kilder og forventer at man i fremtiden vil trenge mer kunnskap om hvordan finne relevant og korrekt informasjon.

Om man vil trenge veiledning og hjelp er aldersbetinget. De yngre er mer sikre på at de kan finne informasjon selv ved hjelp av digitale hjelpemidler for å finne korrekt informasjon.

Informasjonsinnhenting i fremtiden (1)



Tall i prosent.

Påstandene er listet opp i tilfeldig rekkefølge.

Sortert synkende (5-1) etter andel «helt enig».

Desimalavrunding gjør at sum kan bli 99% eller 101%.



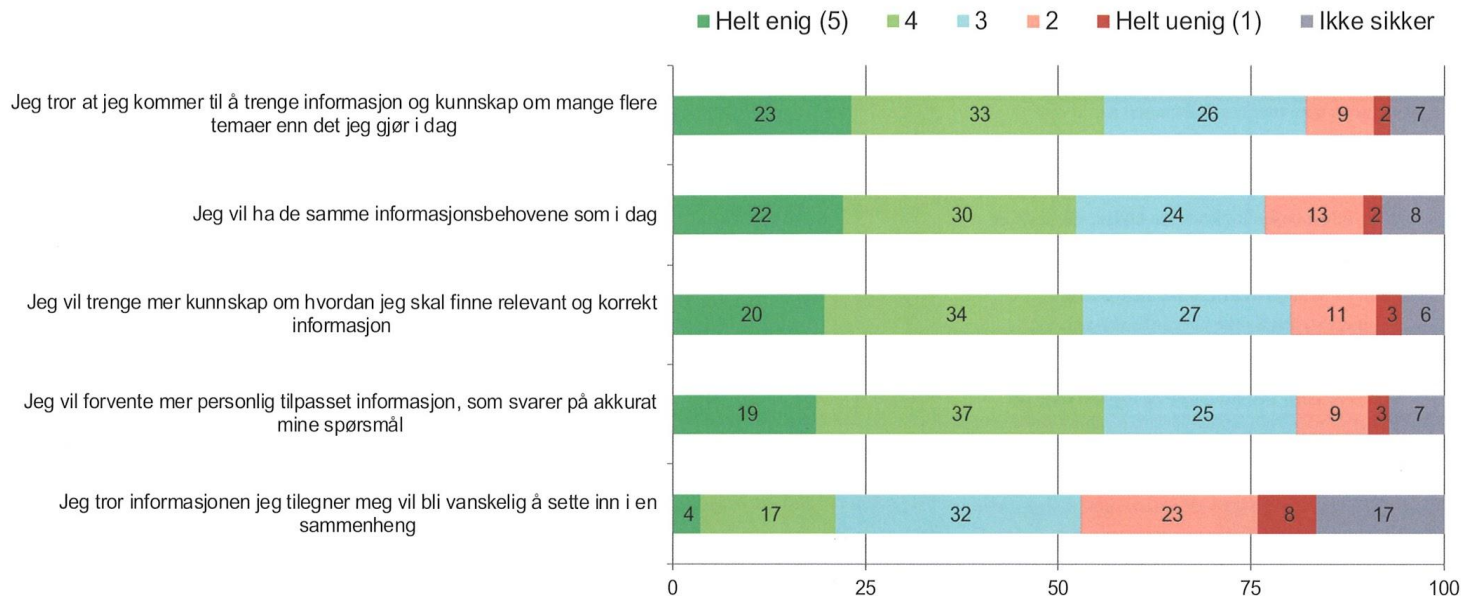
n=2001

Q: La oss nå forsøke å se inn i fremtiden og hvordan du tror du vil søke etter informasjon og hva slags informasjonsbehov du tror du vil ha de neste 5-10 årene. Det er mye vi ikke vet om fremtiden, men vi ber deg allikevel om å ta stilling til følgende påstander og svare på en skala fra 1 til 5, der 1 er helt uenig og 5 er helt enig.

Informasjonsinnhenting i fremtiden

- **84%** tror de kommer til å være mer bevisst på å finne informasjon fra korrekte kilder, slik at de er sikker på hva som er fakta.
- **74%** vil først og fremst bruke nettbaserte søkeverktøy for å søke etter informasjon.
- **69%** vil være enda mer forsiktige med å etterlate seg personlige opplysninger og digitale spor på nettet.
- **59%** tror at informasjonen de kommer over på sosiale medier og lignende i større grad kommer til å vise bare én side av en sak.

Informasjonsbehov i fremtiden



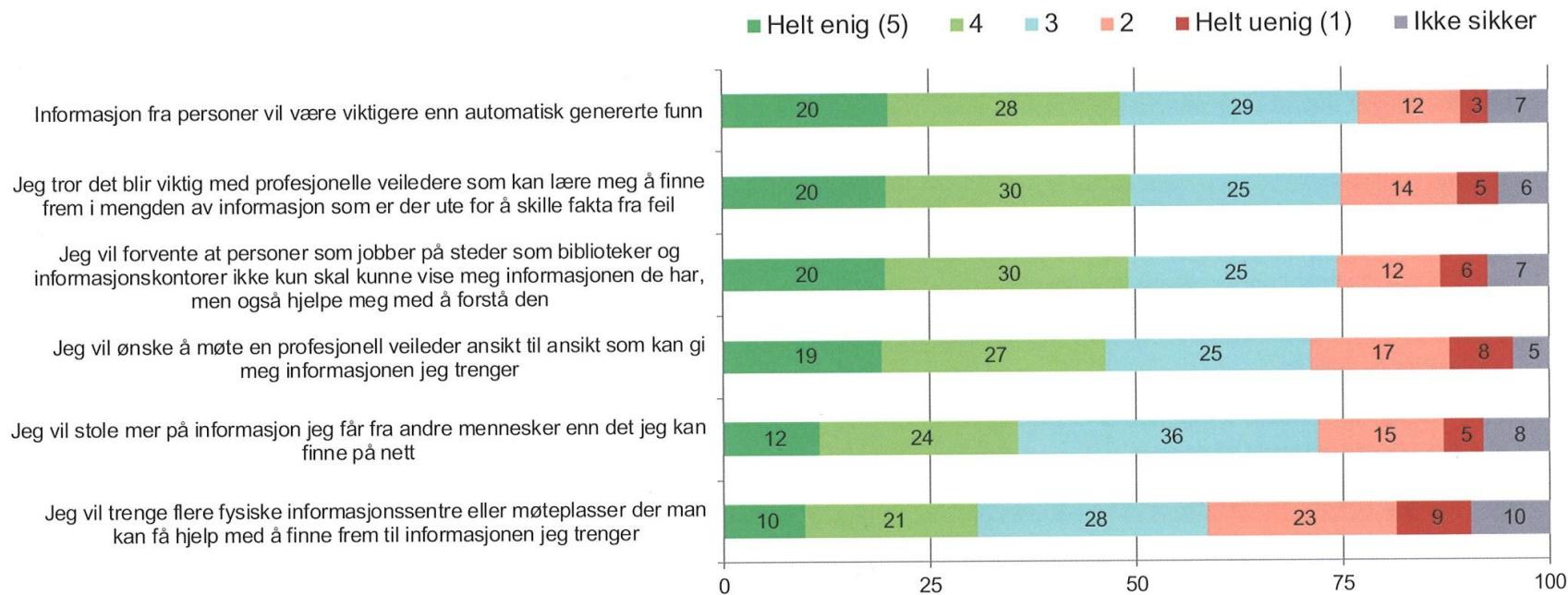
Tall i prosent.
 Påstandene er listet opp i tilfeldig rekkefølge.
 Sortert synkende (5-1) etter andel «helt enig».
 Desimalavrunding gjør at sum kan bli 99% eller 101%.

Q: La oss nå forsøke å se inn i fremtiden og hvordan du tror du vil søke etter informasjon og hva slags informasjonsbehov du tror du vil ha de neste 5-10 årene. Det er mye vi ikke vet om fremtiden, men vi ber deg allikevel om å ta stilling til følgende påstander og svare på en skala fra 1 til 5, der 1 er helt uenig og 5 er helt enig.

Informasjonsbehov i fremtiden

- **56%** tror at de kommer til å trenge informasjon og kunnskap om mange flere temaer enn det de gjør i dag.
- **56%** vil forvente mer personlig tilpasset informasjon, som svarer på akkurat de spørsmålene de måtte ha.
- **54%** vil trenge mer kunnskap om hvordan de skal finne relevant og korrekt informasjon
- **52%** vil ha de samme informasjonsbehovene som i dag.

Informasjonsveiledning i fremtiden



Tall i prosent.
 Påstandene er listet opp i tilfeldig rekkefølge.
 Sortert synkende (5-1) etter andel «helt enig».
 Desimalavrundning gjør at sum kan bli 99% eller 101%.

Q: La oss nå forsøke å se inn i fremtiden og hvordan du tror du vil søke etter informasjon og hva slags informasjonsbehov du tror du vil ha de neste 5-10 årene. Det er mye vi ikke vet om fremtiden, men vi ber deg allikevel om å ta stilling til følgende påstander og svare på en skala fra 1 til 5, der 1 er helt uenig og 5 er helt enig.

Informasjonsveiledning i fremtiden

- **50%** tror det blir viktig med profesjonelle veiledere som kan lære dem å finne frem i mengden av informasjon som er der ute for å skille fakta fra feil.
- **50%** vil forvente at personer som jobber på steder som biblioteker og informasjonskontorer ikke kun skal kunne vise dem informasjonen de har, men også hjelpe dem å forstå den.
- **48%** tror informasjon fra personer vil være viktigere enn automatisk genererte funn.
- **46%** vil ønske å møte en profesjonell veileder ansikt til ansikt som kan gi dem informasjonen de trenger.

Brukergrupper for Morgendagens veileder

- Den personlige (40%)
 - stoler på informasjon de får fra andre mennesker mer enn de de kan finne på nett
 - tror at de i fremtiden vil oppsøke personer for å få informasjon og veiledning
 - informasjon fra personer er viktigere enn automatisk genererte funn
- Den heldigitale (22%)
 - de vil først og fremst bruke nettbaserte søkeverktøy og digitale kanaler for å finne informasjon
- Den etterrettelige (56%)
 - er mer bevisst på å finne informasjon fra korrekte kilder slik at de er sikre på hva som er fakta
 - tror at det i fremtiden blir vanskeligere å stole på om den informasjonen de finner er korrekt og er opptatt av at de vil trenge mer kunnskap om hvordan de skal finne relevant og korrekt informasjon
- Den veiledningssøkende (23%)
 - tror at informasjonen man tilegner seg i fremtiden blir vanskelig å sette inn i en sammenheng
 - er opptatt av å få hjelp til å forstå og tolke informasjon
 - tror det i fremtiden vil være et økt behov for fysiske møteplasser, bibliotek og informasjonskontorer

Segmenter på bakgrunn av grad av enighet i påstander	n=	Andel av 2001 (totalutvalget)
Den personlige	799	40 %
«Den personlige»: enig i to av tre påstander (verdi 4-5), ikke uenig i den tredje (verdi 3-5)		
<ul style="list-style-type: none"> • Jeg vil oppsøke personer for å få informasjon og veiledning • Jeg vil stole mer på informasjon jeg får fra andre mennesker enn det jeg kan finne på nett • Informasjon fra personer vil være viktigere enn automatisk genererte funn 		
Den heldigitale	442	22 %
«Den heldigitale»: enig (verdi 4-5) i begge påstander		
<ul style="list-style-type: none"> • Nettbaserte søkeverktøy er det jeg først og fremst vil bruke for å søke etter informasjon • Jeg kommer bare til å bruke digitale kanaler for å finne informasjon, og vil ikke trenge å snakke med eller få veiledning rundt informasjon fra personer 		
Den etterrettelige	1141	57 %
«Den etterrettelige»: enig i to av tre påstander, ikke uenig i den tredje (verdi 3-5)		
<ul style="list-style-type: none"> • Jeg tror at jeg kommer til å være mer bevisst på å finne informasjon fra korrekte kilder, slik at jeg er sikker på hva som er fakta • Jeg tror det blir vanskeligere å stole på om den informasjonen jeg finner er korrekt • Jeg vil trenge mer kunnskap om hvordan jeg skal finne relevant og korrekt informasjon 		
Den veiledningssøkende	453	23 %
«Den veiledningssøkende»: enig i to av tre påstander, ikke uenig i den tredje (verdi 3-5)		
<ul style="list-style-type: none"> • Jeg tror informasjonen jeg tilegner meg vil bli vanskelig å sette inn i en sammenheng • Jeg vil trenge flere fysiske informasjonssentre eller møteplasser der man kan få hjelp med å finne frem til informasjonen jeg trenger • Jeg vil forvente at personer som jobber på steder som biblioteker og informasjonskontorer ikke kun skal kunne vise meg informasjonen de har, men også hjelpe meg med å forstå den 		

Hva skjer fremover?

Makrodrivere og Trender

Makrodrivere

De underliggende og "lange" endringene for samfunn, mennesker og bransjer, som skaper trender og danner utgangspunkt for retningen i fortolkningen av fremtiden.

Brede, underliggende utviklingstrekk som skaper trender

Skjer nå. Relativt sikkert. Kan ofte dokumenteres.

Trender

Konkrete og systematiserte uttrykk for folks behov og forventninger, som resultat av endringsmønstre hos forbruker og i markedet. De kan brukes som inspirasjon til konkrete innovasjons- og markedsmuligheter.

Atferds- og teknologidrivere som former vår livsstil, daglige valg og preferanser i hverdag og forbruk

I ferd med å skje. Middels sikkert. Eksempler og analyser som dokumentasjon.

Automatisering

- De fleste virksomheter blir tvunget til enda mer effektivisering.
- Digitale roboter vil automatisere funksjoner.
- Menneskelig kapasitet vil frigjøres til å fokusere på kreativitet, kultur og ledelse.

"A machine does not have a heart, [a] machine does not have soul, and [a] machine does not have a belief. Human beings have the souls, have the belief, have the value; we are creative, we are showing that we can control the machines," he said. [Jack] Ma speaks about the need to pursue a globalization that is humane." (Inc.com, 5.10.17)

- Man vil se store endringer i kompetansekrav og utdanningssystemer.
- Om 20 år kan halvparten av de jobbene som finnes i dag være automatisert bort, blir det anslått.

Kunstig intelligens og maskinlæring

- Datamaskiner vil i fremtiden ikke lenger være begrenset av menneskets kapasitet til å programmere og instruere dem.
- Maskinene vil kunne lære av seg selv og utvikle sin kapasitet med eksponentiell hastighet.
- En rekke virksomheter berøres.
- Det vil bli viktig å ha evne til å ta teknologien i bruk.
- Stadig viktigere å ha kompetansen til å forstå hva kunstig intelligens kan bety for vår sektor.

Digitalisering endrer forretningsmodeller

- Stadig flere bransjer og virksomheter er i ferd med å oppleve at digitale aktører endrer dynamikken, sender etablerte aktører ut i økonomisk uføre og truer eksisterende forretningsmodeller.
- Det vil bli behov for strukturelle og markedsmessige omstillinger.

Mulighetsrom for fremtiden - optimalisering og kontroll

- Smarte, personlig tilpassede produkter og tjenester
- Nye muligheter for å være smart og effektiv i valg - ved å gi tilgang til informasjon man ikke hadde mulighet til å forholde seg til eller finne frem til tidligere
- Mange vil søke det som gir en følelse av å gjenvinne kontroll - det kjente, trygge og transparent ærlige.

Hvordan kan morgendagens veileder ta en rolle i det å verifisere informasjon, og hjelpe folk ut av "filterboblen"? Kan vi selv samle informasjon som viser et bredt spektrum av oppfattelser? Kan vi "kvalitetsstemple" eller ha en merkeordning for nyanserte kilder?

Mulighetsrom for fremtiden - Refokusering

- Stadig travlere hverdager med press og forventninger vil prege oss
- Mange vil ønske å skifte fokus og endre prioriteringer for å oppnå balanse, lykke og tilstedeværelse i eget liv.
- Det vil mest sannsynlig skje en dreining mot ikke-kommersielle og altruistiske verdier.

Hvordan kan morgendagens veileder fremme biblioteksopplevelsen som en foretrukken oase i en travel hverdag?

Hvordan kan morgendagens veileder hjelpe brukerne med personlig vekst?

Mulighetsrom for fremtiden - Sømløshet og digitalisering

- For mange valgmuligheter, men høye forventinger til produkter og tjenester gjør at folk vil se etter mer personlig tilpassede og effektive løsninger.
- Teknologien vil etterhvert bli så tilpasset brukeren at den gjør hverdagen enklere og valgene færre.
- Det blir viktig å kunne skape relevante tilbud til folk i sanntid.

Hvordan kan morgendagens veileder gi brukerne sømløse verktøy for å navigere i den mengden av informasjon bibliotekene besitter?

Hvordan kan morgendagens veileder bli mer visuelle i måten de kommuniserer på?

Mulighetsrom for fremtiden - Deling og fellesskap

- Folk må bli raskere til å snu seg rundt og skape sine egne løsninger for å få tilgang til oppdatert informasjon.
- Vi vil se en generasjon unge som ikke lar seg begrense av dagens modeller og strukturer, men som søker frihet og fleksibilitet i både privatliv, arbeidsliv og forbruk.
- Skape selv er like godt som å konsumere.

Hvordan kan morgendagens veileder være en kompetanseperson for å hjelpe gründere finne relevant kunnskap og innsikt i et slikt miljø?

Hvordan kan morgendagens veileder la brukerne være med på medskapning av tilbudet på bibliotekene?

Markedsføringsstrategi

Tre workshops gjennomført sammen med kommunikasjonsbyrået Metro Branding i Sandefjord.

De stilte oss følgende spørsmål:

- Hvorfor finnes veiledningstjenesten til?
- Hva er tjenestens ønskede posisjon?
- Hva er den opplevde fordelene for brukerne av tjenesten?
- Hva må vi gjøre for å øke relevante henvendelser og kjennskapen til tjenesten?

Innsikt - fra Markedsføringsstrategien:

Innsikt viser at det er generell feil oppfatning og liten kunnskap i befolkningen om hva bibliotekarenes kompetanse kan brukes til. Selv om over 50 prosent av Norges befolkning benytter seg av biblioteket, er det for få som benyttes seg av veiledningstjenesten som tilbys. Opinions rapport tar for seg viktig innsikt om forbrukernes vaner når det kommer til informasjonsinnhenting. I tillegg lanserer rapporten noen tydelig trender til hvordan det vil bli i fremtiden. Innsikten viser at det er vil være størst behov for ikke-fysiske kilder. Det betyr at bibliotekarene i større grad må digitalisere tjenestene sine, samt sørge for at de markedsføres i de riktige kanalene.

Formål - fra Markedsføringsstrategien:

Ønsket posisjon

Den mest pålitelige kilden

Når du trenger dypere kunnskap, helhetlig forståelse og personlig veiledning, er det til bibliotekaren du går. Bibliotekets veiledningstjeneste representerer kvalitet og kompetanse. Sammen med bibliotekaren kan du dykke ned i og engasjere deg i et tema som er viktig for deg.

Sluttrapporten

Dette har vi lagt vekt på og laget tiltak til:

- Økt profesjonalisering - etter- og videreutdanning
- En mer utadrettet og digital tjeneste
- Jobbe mer proaktivt
- Kuratering
- Kurs
- Markedsføring - vi har utarbeidet en markedsføringsstrategi for folkebiblioteksektoren sammen med Metro Branding AS
- Legge enda bedre til rette for det personlige møtet i biblioteket - og markedsføre dette

Hva har vi gjort på Tønsberg og Færder bibliotek?

- Studiebesøk til Herning
- Flyttet skranken og gjort den mindre
- Alle står i veiledningsskranken - i barneavdelingen blir pulten for høy for barna, så der sitter vi - men vi er i skranken mindre enn før - sitter ikke og venter på et spørsmål
- Vi har en vert på torget ved inngangen som hilser på besøkende og hjelper til med å finne fram i bygget, låne/levere osv.
- Alle setter ut, plukker reserveringer og rydder i hyllene
- Vi er mer ute på gulvet
- Vi bruker Zello for å få tak i hverandre og få bedre flyt
- Underetasjen har ikke en skranke
- Vi har opprettet en Book-en-bibliotekar-tjeneste
- Vi jobber med å lage et årshjul for kompetanseløft



The Future

NEXT EXIT

