

LILLESTRØMBIBLIOTEKENE SOM BESØKSDESTINASJONER

Veien til målet og et blick utenfra



Innholdsfortegnelse

Sammendrag	3
1. Bakgrunn for oppdraget	5
1.1 Formål.....	5
1.2 Gjennomføring.....	5
2. Rambølls rapport (2022) – en gjennomgang	7
2.1 Begreper og avklaringer	7
2.2 Sentrale funn.....	7
2.3 Rambølls anbefalinger.....	8
3. Bibliotekene som stedsutviklere i Lillestrøm Kommune	10
3.1 Dagens biblioteks-diskurs	10
3.2 Kontekstforståelse	13
3.2.1 Grunnlagsdiskusjoner om bibliotekets utfordringer i dag.....	13
3.2.2 Behovspyramiden: Om forventninger til dagens bibliotek	15
3.3 Tre «reiser» for biblioteket.....	17
3.3.1 Fra bøker til mennesker – betydningen av folk.....	17
3.3.2 Fra Reoler til Rom – betydningen av komfort	18
3.3.3 Fra Møteplass til friplass – betydningen av nøytralitet.....	19
3.4 Analyse.....	20
3.4.1 Offentlighet	21
3.4.2 Habitus og kulturell kapital.....	22
3.4.3 Folkets palasser – sosial infrastruktur	23
3.4.4 Attraktiv by.....	23
3.5 Oppsummering og konklusjon	24
3.6 Eksempler til inspirasjon	27
4. Strategi og anbefalte tiltak	33
4.1 Utvikling av historieformidling.....	33
4.1.1 Identitet	33
4.1.2 Historiefortelling	35
4.2 Økt synlighet og tilgjengelighet.....	35
4.2.1 Sosiale medier	35
4.2.2 Digitale kampanjer	39
4.2.3 Nyhetsbrev	40
4.2.4 Presse	40
4.3 Større fokus på egeninntjening.....	41
4.3.1 Utleie av konferansefasiliteter og møterom	42
4.3.2 Profesjonalisering som samarbeidspartner.....	43
4.4 Gratisprinsippet og mulige etiske dilemmaer.....	43

Sammendrag

Kulturmeaglerne AS og Rodeo Arkitekter AS er bedt om å gjennomgå funnene i Rambølls rapport fra 2022 «Bruker og bruksundersøkelser i bibliotekene» for Lillestrømbibliotekene. Selskapene er også bedt om å komme med anbefalinger til veien videre med bakgrunn i funnene i rapporten.

Strateginotatet består av to hoveddeler. Kapittel 3, **Bibliotekene som stedsutviklere i Lillestrøm Kommune**, er forfattet av Rodeo arkitekter, og er en teoretisk og undersøkende drøfting av dagens biblioteks-diskurs og hvordan Lillestrømbibliotekene står i forhold til denne. Kapitlet er av generell karakter, og undersøker spørsmålet «Hva kjennetegner bibliotek som populære møteplasser og offentlige rom i dag?». Kapitlet har til hensikt å gi en bedre kontekstforståelse for Lillestrøm-bibliotekene med tanke på utvikling for å møte fremtidige behov.

Kapittel 4., **Strategi og anbefalte tiltak**, er utarbeidet av Kulturmeaglerne. Her går man inn på de konkrete strategier for å styrke besøk og bruk av Lillestrøm-bibliotekene, med bakgrunn i Rambølls undersøkelse fra 2022. Hensikten er å gi Lillestrøm kommune en tydelig liste med realistiske tiltak og strategier for driften av lokalbibliotekene.

Anbefalingene er ment som konkrete råd til aktiviteter og tiltak Lillestrømbibliotekene kan igangsette på kort og lengre sikt. De anbefalte tiltak har den gjennomgående hensikt å øke medvirkning, samskaping og lokalt engasjement – som igjen skal føre til økt bruk av Lillestrømbibliotekene og mer synlighet. Gjennom mer synlig historiefortelling som markedsføringstiltak, basert på en klar identitet per bibliotek og et utvidet kommersielt samarbeid, er anbefalingene ment å kunne styrke «Lillestrømbibliotekene» som helhet, men også de seks ulike avdelingene.

Det anbefales at Lillestrømbibliotekene samarbeider med lokale aktører i utviklingen av kulturprogrammeringen. Gjennom et samarbeid med f.eks. lokale mediebedrifter vil Lillestrømbibliotekene ha muligheten til å ta eierskap til vår tids større utfordringer som demokratiarbeid, ytringsfrihet, kildekritikk og evidensbasert kunnskapsformidling til hele befolkningen. Et samarbeid med kommersielle aktører som bokhandlere, kulturarenaer eller andre butikkjeder vil kunne gi tilgang på interessante meningsbærere og temaer til inspirasjon, men mest av alt en kanal for markedsføring og økt aktivitetsnivå. Flere personer inn på filialene gir flere faste brukere. Flere kanaler til bruk av markedsføring – gjerne fra andre plattformer enn bibliotekets egne – gir tilgang på flere ikke-brukere.

Anbefalingene er ikke vurdert verken på tidshorisont eller ressursbruk, og er kun skissert som muligheter Lillestrømbibliotekene kan velge å gå videre med, basert på interne vurderinger. Noen av de foreslåtte tiltakene krever en politisk forankring og beslutning, mens andre tiltak kan gjennomføres administrativt av eksisterende stab ved Lillestrømbibliotekene. Flere av anbefalingene kan kreve eksterne ressurser.

Til sammen har Kulturmeaglerne og Rodeo Arkitekter som ambisjon å gi en rik og nyansert kunnskap om bibliotekets rolle i dag og de konkrete tiltak Lillestrøm-bibliotekene bør ta for å respondere på funn i Rambøll-rapporten fra 2022. Vi bistår gjerne videre i arbeidet med gitte anbefalinger.

1. Bakgrunn for oppdraget

Rambøll sluttførte i september 2022 en rapport for Lillestrøm kommune om Lillestrømbibliotekene med tittelen: «Bruker og bruksundersøkelser i bibliotekene». Lillestrømbibliotekene hadde et ønske om et blikk utenfra på rapporten, med en gjennomgang av mulige tiltak for å nå målene om økt oppslutning og brukertilfredshet. Samarbeidet med Kulturmeglerne AS og Rodeo Arkitekter danner dermed grunnlaget for følgende strateginotat.

1.1 Formål

Det overordnede formålet med Rambølls prosjekt har vært å skaffe kunnskap om brukere og ikke-brukere av Lillestrøm kommunes folkebiblioteker. Rambøll utviklet en digital brukerundersøkelse om bibliotekbruk som de ulike avdelingene til Lillestrømbibliotekene har distribuert blant sine besøkende. Det ble også utviklet en innbyggerundersøkelse om bruk og ikke-bruk av bibliotek som Norstat distribuerte i sitt web-panel blant innbyggere i Lillestrøm kommune. Undersøkelsene er utformet med tanke på å bli gjennomført i kommunen hvert fjerde år, og at den skal kunne tas i bruk av andre kommuner og biblioteker.

1.2 Gjennomføring

Kulturmeglerne og Rodeo Arkitekter fikk i oppdrag å undersøke hvilke muligheter som finnes for å nå et bredere publikum, basert på ønsker fra både brukere- og ikke-brukere av bibliotekene i dag, slik det kommer til uttrykk i rapporten fra Rambøll. I tråd med dette vil Kulturmeglerne også komme opp med en tiltaksplan på hvordan bibliotekene i Lillestrøm kommune kan vokse som møteplasser og oppfylle kommunens ambisjoner om en framtidrettet og bærekraftig byutvikling, herunder kommunikasjon i digitale og analoge flater.

Rodeo Arkitekter har hentet lærdom fra eksempler til inspirasjon og prinsipper for gode møteplasser, og drøftet de enkelte Lillestrømbibliotekenes potensial som drivkraft og omdreiningspunkt for positiv stedsutvikling. Dette omhandler fellesskap og identitet, inkludering og mangfold, kunnskap og kompetanser, møteplasser og «tredje sted», kulturformidling, attraksjonsverdi og omdømmebygging. De har hentet lærdom fra andre bibliotek som har lyktes med å gjøre seg relevante og førende i en lokalsamfunnsutvikling, men har også sett til andre, relaterte kulturelle møteplasser i Norge.

Vi vil svare på Lillestrømsbibliotekenes ønske om anbefalinger med å tydeliggjøre noen mulige veier videre. Noen av anbefalingene krever også politisk involvering og beslutning, mens andre anbefalinger lar seg gjennomføre administrativt og internt i organisasjonene. Et gjennomgående tema i anbefalingene er involvering og aktivisering av lokalsamfunn og organisasjon. Det baserer seg på en overordnet tanke om at «aktivitet avler aktivitet» og at et lokalt engasjement vil utvide og utvikle besøkstallet for bibliotekene. Det er også anbefalt at man inngår strategiske samarbeid med andre aktører i lokalsamfunnet, som både gir alternative innfallsvinkler og åpner opp for kommunikasjon med nye bruker-grupper. Dette vil igjen ha et potensial for markedsføring, i tillegg til den tenkte programutviklingen på innholdssiden som er beskrevet i anbefalingene. Historielaget kan være medutviklere av den lokalhistoriske avdelingen på Fetsund og Folkeuniversitetet kan fylle Strømmen bibliotek med nye stemmer og internasjonale perspektiver. Lokalt engasjement smitter og inspirerer, og samarbeid styrker bibliotekets posisjon.

2. Rambølls rapport (2022) – en gjennomgang

2.1 Begreper og avklaringer

Brukere

«Brukere» defineres som de som har besøkt biblioteket fysisk for under ett år siden, og «ikke-brukere» hadde siste fysiske bibliotekbesøk for mer enn ett år siden, eller har aldri besøkt biblioteket.

Lillestrøm bibliotek ikke inkludert

29. august 2022 åpnet det nye biblioteket i Lillestrøm sentrum, som en del av Kulturkvartalet i byen. Undersøkelsen ble gjennomført før ferdigstillingen og åpningen av Lillestrøm bibliotek, og vi vet derfor lite om hva dette har hatt å si for de andre bibliotekene. Oppmerksomheten knyttet til åpningen av biblioteket i sentrum kan ha gjort både brukere og ikke-brukere mer oppmerksomme på hva Lillestrømbibliotekene har å tilby, men tallmateriale for å bekrefte eller avkrefte følgende er foreløpig ikke tilgjengelig.

2.2 Sentrale funn

I Rambølls brukerundersøkelse, trekkes det fram fem sentrale funn (Rambøll 2022: 2):

1. Hvem er de besøkende?

Syv av ti besøkende som deltok i brukerundersøkelsen er kvinner. Litt under halvparten er 50 år eller eldre. Kjønnfordelingen er jevnest blant de besøkende under 30 år. Omtrent ni av ti bor i Lillestrøm kommune. Litt over halvparten av de besøkende drar på biblioteket annenhver uke eller oftere. Skoleelever og studenter besøker bibliotekene hyppigst, og de besøker gjerne biblioteket i helgene eller benytter seg av meråpent bibliotek.

2. Hva ligger til grunn for besøket?

Bibliotekets funksjon som kunnskaps- og læringsarena har størst betydning for at de besøkende drar på biblioteket, fulgt av biblioteket som kultur- og litteraturhus. Det er færre som svarer at biblioteket som møteplass eller aktivitetssenter har stor betydning for at de besøker biblioteket. Veldig mange besøkende ønsker å få et avbrekk fra hverdagen, bli inspirert, eller bare låne eller levere noe. Tre av fire låner eller leverer noe.

3. Hvordan vurderer de besøkende biblioteket?

19 av 20 er fornøyd eller svært fornøyd med bibliotekbesøket sitt samlet sett. Forskjellene i fornøydhet mellom grupper av besøkende og hvilken avdeling de besøkte er små. Likefullt oppgir de fleste at de er helt enige i at de fikk gjort det de kom for å gjøre på biblioteket, fikk god veiledning og service, og fikk lyst til å komme tilbake uavhengig av hvilket bibliotek de besøkte.

4. Hva ønsker publikum at bibliotekene skal satse på?

Både hos de besøkende og hos deltakerne i innbyggerundersøkelsen er det flest som svarer at «tilgang på bøker og andre medier i biblioteket» er det viktigste biblioteket bør satse på for å være attraktivt i fremtiden. Andre områder som mange deltakere i brukerundersøkelsen ønsker

at bibliotekene skal satse på er digitale bøker og medier, kulturarrangementer, stilleområder og studieplasser, veiledning og service, og debatt, samtale og samfunnsaktuelle arrangementer.

5. Hvem tar ikke i bruk bibliotekene?

I innbyggerundersøkelsen skiller det mellom brukere av biblioteket (de som har besøkt biblioteket fysisk det siste året) og ikke-brukere. Følgende egenskaper henger sammen med økt sannsynlighet for å ikke bruke biblioteket: Å være mann, over 50 år gammel, ha fagbrev eller lavere grads utdanning, å bo i en husstand med lav eller svært høy inntekt, og å bo i en husstand uten barn.

2.3 Rambølls anbefalinger

Basert på undersøkelsens funn, kommer Rambøll med noen anbefalinger for hvilke områder de mener Lillestrøm kommune bør jobbe videre med:

1. Resultatene fra undersøkelsen viser at både brukere og ikke-brukere mangler kjennskap til bibliotekenes tjenester – og at dette spesielt gjelder ikke-brukere. Kun halvparten av ikke-brukere oppgir at de vet at man kan låne e-bøker og e-lydbøker via bibliotekets løsninger. Få vet at de også kan få veiledning og hjelp på bibliotekene, og at de har debatter, utstillinger og foredrag: **«Både brukere og ikke-brukere trenger å bli påminnet om at biblioteket finnes og hvilke tjenester det tilbyr, dersom de skal bruke det. Lillestrømbibliotekene bør derfor legge strategier for hvordan de kan formidle tjenestene de tilbyr både til eksisterende og potensielle nye brukere.»** (Rambøll 2022: 3)
2. Undersøkelsen gir innsikt i hva brukere og ikke-brukere mener biblioteket bør satse på for å bli mer attraktivt – som kan være med på å danne grunnlag for hvilke tjenester biblioteket kan prioritere å styrke sin formidling rundt. Tilgang på bøker og andre medier oppgis blant de fleste som hovedårsak til at de har benyttet seg av bibliotekets tjenester det siste året. I underkant av halvparten av brukere svarer at biblioteket bør satse på kulturarrangementer. En fjerdedel av ikke-brukerne er enige. Halvparten av ikke-brukerne mener biblioteket bør satse på digitale bøker og andre digitale medier, i tillegg til stilleområder og studieplasser. Noen, både brukere og ikke-brukere, mener også at biblioteket bør satse på lengre åpningstider. **Rambøll mener disse resultatene kan tyde på at bibliotekene bør satse på kulturelle tilbud og tilgang til fysiske og digitale medier for å gjøre seg mer attraktive.** (Rambøll 2022: 3.)

3. Bibliotekene som stedsutviklere i Lillestrøm Kommune

Av Knut Schreiner, kultursosiolog, Rodeo arkitekter



Deichman Bjørvika har flyttet grensene for hva et bibliotek i Norge kan være.

3.1 Dagens biblioteks-diskurs

Til tross for en alt-omgripende digitalisering i samfunnet, og nærmest en revolusjon de siste ti årene i hvordan vi produserer og konsumerer informasjon og kulturopplevelser, så har bibliotekene som bygg, rom, møtested og lærings- og kulturarena blitt viktigere enn noensinne¹. Man kan kanskje snakke om en ny «gullalder» for bibliotekene? Dette handler ikke så mye om det gamle behovet for folkeopplysning og allmenndannelse i et Norge på vei fra et fattig land i Europas periferi til rik verdensaktør², men heller den rollen bibliotek spiller for stedsutvikling, stedsidentitet og stedstilknytning.

Med det nyåpnede Deichman Bjørvika som forbilde kan man peke på at bibliotekene har fått en hovedrolle som bindeleddet mellom sted og befolkning; hvordan biblioteket som bygg og institusjon møter folket og omgivelsene (landskap, natur, byrom), og hvordan folket tar det i bruk. I det Norge urbaniseres og det fortettes rundt knutepunkt, skapes nye behov for sentrumsdannelse og byliv, der

¹ Evjen, Sunniva (2020) Kap. 2 "Folkebibliotekforskeren Ragnar Audunson" i Evjen, Olsen og Tveit (RED) *Rød Mix. Ragnar Audunson som forsker og nettverksbygger*. ABM-media

² Vestheim, Geir (1995). *Kulturpolitikk i det moderne Norge*. Det Norske Samlaget.

bibliotekene får en viktig rolle som drivkraft for ønsket samfunnsutvikling³. Samtidig ser man at den gamle biblioteksmodellen, med mer lukkede institusjoner i sosialdemokratiske bygg fra forrige århundre, ikke er like egnet til å møte denne samfunnsutviklingen på en nyttig måte⁴.

I store norske kommuner og byer har man de senere år sett at det satses stort på bibliotek. Det typiske bildet på et nytt bibliotek i dag er slående arkitektur: et «smykke» og/eller signalbygg. Et *signalbygg* skal nettopp sende et signal; det skal på en tydeligere måte enn andre bygg fortelle om samtiden eller fremtiden på stedet. Nye kommunale hovedbibliotek har sentral beliggenhet, og det knyttes stolthet og håp til disse institusjonene som drivere for positiv stedsutvikling. *Stolthet* fordi det forteller om et samfunn i utvikling, der det satses på kultur; *håp* fordi det gjerne er en regional strategi for å vokse og tiltrekke seg «kreativ klasse» - høyt utdannet arbeidskraft med tolerante holdninger⁵.



Signalbygg: Biblioteket i Vennesla har fått internasjonal oppmerksomhet og satt Vennesla på kartet.

Utviklingen i verdenssamfunnet de siste ti årene, der man har sett demokrati og ytringsfrihet komme under press og angrep selv i Vesten, har re-aktualisert behovet for en sunn offentlighet og åpen allmenning. Parallelt har man sett framveksten av identitetspolitikk, der ulike samfunnsgrupper fremmer sine interesser og utfordrer det sosiokulturelle hegemoni. Bibliotekene kommer inn her som en nøytral sone der et mangfoldig samfunn i rask endring kan utvikle seg i dialog med seg selv.

På selve stedet er bibliotekene en garantist for sosial inkludering. Her er det rom og tilbud for alle, uansett ressurser og livssituasjon. I drabantbyene og såkalt «utsatte områder» ser man at bibliotek spiller en viktig rolle som «tredje sted» for særlig store barn i alderen 10-15⁶, som en viktig motvekt til økende ulikhet i samfunnet ellers.

I en by-struktur vil biblioteket være et av de sentrale målpunkt, og avgjørende for stedsidentiteten. Bibliotekene kan i dette perspektivet forstås som en del av stedets sosiale infrastruktur, på nivå med

³ Bergsli, Heidi (2015) "Urban Attractiveness and Competitive Policies in Oslo and Marseille. The waterfront as object of restructuring, culture-led redevelopment and negotiation processes", doktoravhandling, Institutt for sosiologi- og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo

⁴ Bakgrunnen for oppdraget Rodeo arkitekter og Kulturmeglerne, og før det Rambøll, har gjort for Lillestrøm Kommune, handler i stor grad om hvordan bibliotek på mindre steder kan utvikle seg og bli mer attraktive for befolkningen.

⁵ Florida, Richard (2003). *Rise of the creative class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. Turtleback

⁶ Se for eksempel Biblo på Deichman Tøyen og FUBIAK på Furuset.

parker, torg og offentlig rom. De spiller en stor rolle for folks tilknytning til og opplevelse av stedet, og dermed omdømmet.

Men det finnes små og store steder. Hva slags bibliotek som er mulig å skape, avhenger gjerne av antall brukere, det vil si innbyggertall. I denne analysen vil jeg grovt skille mellom *by-biblioteket* og *lokalbiblioteket*. By-bibliotekene, representert ved for eksempel Lillestrøm Bibliotek og Deichman Bjørvika, kan fortolkes i en *ny-liberal* kode, der begreper som omdømmebygging/*branding*, byplanleggingsstrategi og regional vekst er viktige legitimeringsfaktorer for investeringen. I disse tilfellene vil noen si at bibliotekene er et *middel* for en ønsket byutvikling, eller en nøkkel i etableringen av et «kulturstrøk» internt i byen⁷.

Lokalbiblioteket derimot, er gjerne en eldre struktur, i et eldre bygg, designet ut ifra gårdsdagens ideer om hva bibliotek skal være. Lokalbibliotekene kan fortolkes i en *sosialdemokratisk* kode, der bibliotekene var steder med en tydelig funksjon i samfunnet, som et sted å låne bøker. I dette perspektivet er bibliotekene en del av lokalsamfunnets kommunale infrastruktur på nivå med idrettsanlegg, skoler og barnehager, svømmehall, eldreheim og så videre. De er funksjonelle, men har mindre betydning for stedsidentitet og lokal stolthet, og er mindre tilrettelagt for flerbruk, enn de mer prangende by-bibliotekene. Og der by-bibliotekene er lyse, luftige og moderne, gjerne med storslått utsikt, er lokalbiblioteket – satt på spissen – forbundet med bokhyller, linoleum og tyvetretti år gammelt offentlig institusjonsinteriør⁸.



Deichman på Majorstua er et populært tilbud, men ingen stolthet lokalt eller attraktiv destinasjon utover de grunnleggende funksjonene.

⁷ Hofseth, Marius (2006) «Nytt operahus; for kultur, byutvikling eller begge deler?». Masteroppgave. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo

⁸ <https://www.morgenbladet.no/kultur/kommentar/2023/01/22/linoleum-traurig-belysning-og-tremobler-innsiden-av-det-offentlige-norge-er-nitrist/>

Kulturhuset har vært en typologi i sterk vekst i norske kommuner siden 1990-tallet. Kulturhusene representerer en mer påkostet og profesjonell arena for musikk, teater og dans enn hva de gamle samfunnshusene kunne tilby. I 2007 åpnet Litteraturhuset ved Slottsparken i Oslo, som en innovasjon i norsk offentlighet. Her var det mulig å ha debatt og en offentlig samtale om litteratur i en tidsriktig utelivskontekst. I boka *Allmenningen – historien om norsk offentlighet*, skriver redaktør Jostein Gripsrud at bibliotekene har forsøkt å tilegne seg noe av de tilbudene og effekten som kultur- og litteraturhusene representerer, men at resultatet gjerne har blitt noe «traust»⁹.

Andre steder ser man fusjoner, der en rekke funksjoner i et samfunns kulturliv – kirke, bibliotek, sal og scene, kino osv. – samlokaliseres i flerbrukshus¹⁰.

Nye tider fordrer nye møteplasser med nye funksjoner. Bibliotekene har infrastrukturen og kapasiteten til å fylle rollen som stedets levende møteplass. Likevel kan det være vanskelig å få til på mindre steder. En utfordring er antall brukere, det man kaller kritisk masse. I de fleste moderne stedsutviklingsprosjekt er antall brukere den viktigste ressursen for å skape nye, attraktive kvaliteter. På dette punktet har storbyen flere muligheter enn bygdene.

Som vi ser, kan bibliotek forstås som nøkkelen til å løse en rekke nye behov i samfunnet i dag, utover sin gamle rolle som folkeopplyser og demokratiarena. I dette strateginotatet vil fokuset ligge på hvordan mindre lokalbibliotek i Lillestrøm Kommune kan ta lærdom fra hvordan nye by-bibliotekene tjener disse nye behovene. (Men det vil også ha en pragmatisk tilnærming der lokalbibliotekene må forstås på egne premisser, der ikke bare den høyutdannede og kulturinteresserte befolkningsgruppen er mindre enn i byene, men innbyggertallet generelt.)

3.2 Kontekstforståelse

3.2.1 Grunnlagsdiskusjoner om bibliotekets utfordringer i dag

Bibliotekbrukernes behov vil være i endring fra en historisk epoke til den neste, avhengig av særlig teknologisk utvikling, det vil si forholdene for produksjon, distribusjon og resepsjon av kulturprodukter, informasjon og kunnskap. I denne delen vil jeg gå gjennom noen temaer med innvirkning på vår forståelse av biblioteket i dag.

Digitalisering

Siden millenniumskiftet har særlig spørsmålet om digitaliseringens betydning for fysiske medier, lese- og lyttevaner vært sentralt i biblioteksdiskursen. Biblioteksforskningen i Norge har nylig slått fast at bibliotekene i liten grad har lidd under digitaliseringens effekter¹¹. Tvert imot ser digitalisering ut til at behovet for fysiske møteplasser har økt.

⁹ Gripsrud, Jostein (red.) (2014) *Allmenningen*. Historien om norsk offentlighet.

¹⁰ Se for eksempel *Kimmen Kulturhus Stjørdal*.

¹¹ Dette var en av hovedkonklusjonene i det treårige forskningsprosjektet ALMPUB ved OsloMet, som undersøkte bruken av museum, bibliotek og arkiv som offentlighetsarenaer i en digitalisert tid.

Behov for møteplasser

Da kan man spørre seg: Er utfordringen for bibliotekene i dag heller konkurransen med *andre* møteplasser? I dag finnes det et større repertoar av steder å lese, jobbe og studere, og ikke minst være pålogget: kafeer, arbeidsfellesskap og ulike varianter av kulturhus. Mange av disse stedene «låner» dessuten noe av bibliotekets fordeler og atmosfære, nemlig at man kan «henge» der i timevis uten noe særlig økonomisk transaksjon, som en varmestue.

Oppmerksomhetskrise

En annen utfordring for bibliotekene, kan være det mange omtaler som en oppmerksomhetskrise. Smarttelefoner, sosiale medier, 24-timers nyhetsoppdateringer, og en pålogget virkelighet der internett koloniserer alle sider av tilværelsen, har ført til at mye av det vi før forbant med bibliotek – ro, konsentrasjon, langlesning og fokus – er truet¹². Skal bibliotekene være en streng motsats til denne samfunnsutviklingen, eller bør de heller tilpasse seg den (uten å svikte bibliotekets tradisjonelle kjerneverdier)?



Ensomhet og psykisk helse

Et annet sentralt tema i tiden vi lever i, er mental helse og ensomhet. Til tross for at vi blir mer sammenkoblede digitalt, føler mange et savn etter tilhørighet, nærhet og mening. Individualisering, digitalisering og forventning om å lykkes med sin egen selvrealisering og skape sin egen identitet, har redusert graden av naturlig tilhørighet til ulike fellesskap, slik den kan tenkes å ha vært i tidligere



tider: Yrkesliv, skolebakgrunn, frivillighet og organisasjonsliv ser ikke ut til å skape de samme sterke fellesskapene de engang gjorde¹³. På dette området har bibliotek potensial til å fylle en viktig rolle som et felles samlingspunkt i omgivelsene – en infrastruktur der sosial kapital og kanskje *mindre* fellesskap kan vokse fram

Mange intellektuelle uttrykker bekymring for framveksten av ensomhet og meningstap folkehelse-utfordring i en digitalisert og individualisert tidsalder. Den engelske økonomen Noreena Hertz fikk mye oppmerksomhet for boka Ensomhetens århundre (2020).

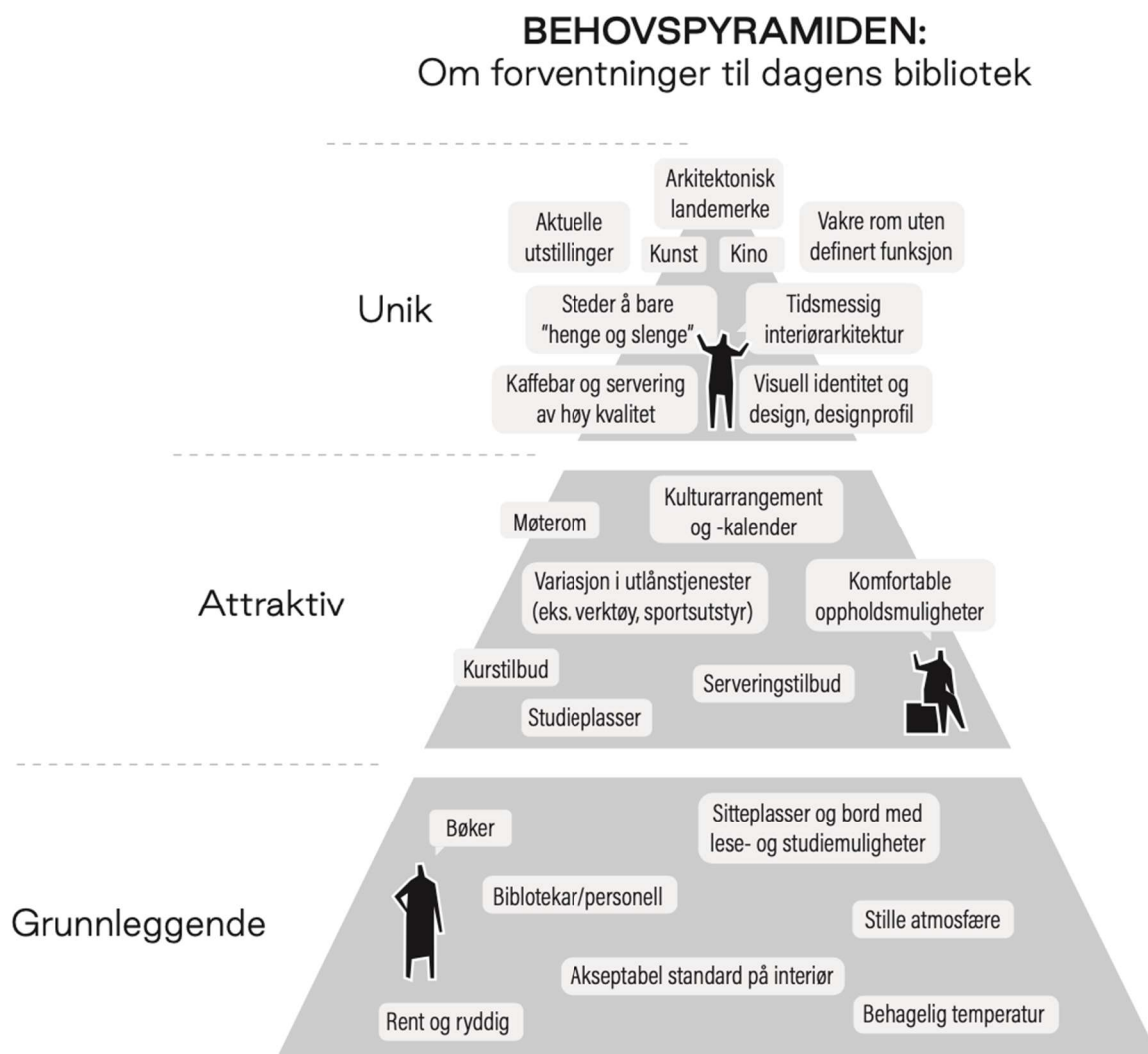
¹² Johann Hari har fått mye oppmerksomhet for debattboken *Stjålet Fokus* (2022).

¹³ Putnam, Robert D. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster Paperbacks.

Ro

En svært omfangsrik selvhjelps litteratur betoner verdien av å stresse ned og logge av; av ro og minimalisme i våre liv og handlinger. I et samfunn som stadig skrur opp tempoet; der vi multitasker ned en motorvei av kryssende inntrykk og informasjon, er nettopp fraværet av stress noe som står øverst på det moderne menneskets ønskeliste. Her kan bibliotek, med sine store, lyse og åpne rom, med rause vindusflater og utsikt, grønne planter og myke interiør og lesesoner, få en viktigere rolle i årene framover, som moderne, kontemplative soner i en sekularisert tid.

3.2.2 Behovspyramiden: Om forventninger til dagens bibliotek



Begrepet behovspyramide kommer fra psykologien, men har blitt et allment begrep i samfunnet for å beskrive behov som kan forklare atferd og motivasjon. Begrepet stammer fra den russisk-amerikanske psykologen Abraham Maslow, som introduserte ideen i 1943.

Inspirert av Maslows behovspyramide, kan vi lage en modell for bibliotek inndelt i tre deler:

Nederst i pyramiden har vi det som regnes som *grunnleggende* ved et bibliotek, i midten av pyramiden det som forstås som *attraktivt*, og i øverst i pyramiden det som vil være *unikt*. På den måten kan man rydde litt i innholdet og nivåene, og deretter se hvor de lokale bibliotek i Lillestrøm Kommune plasserer seg.

Grunnleggende

- Bøker
- Bibliotekar/personell
- Sitteplasser og bord med lese- og studiemuligheter
- Stille atmosfære
- Behagelig temperatur
- Rent og ryddig
- Akseptabel standard på interiør

Attraktivt

- Kulturarrangement og -kalender (for eksempel forfatterbesøk, debatt)
- Kurstilbud
- Møterom
- Studieplasser
- Komfortable oppholdsmuligheter
- Serveringstilbud
- Variasjon i utlånstjenester (eks. verktøy, sportsutstyr)
- Meråpent

Unikt

- Visuell identitet og design, designprofil
- Arkitektonisk landemerke
- Prisutmerkelse
- Kaffebar og servering av høy kvalitet
- Tidsmessig interiør-arkitektur
- Vakre rom uten definert funksjon
- Kunst
- Aktuelle utstillinger
- Kino

En rekke andre punkter kunne vært ført inn i hver del av pyramiden, men dette er uansett bare en enkel øvelse for å se spennet i dagens biblioteks-diskurs. Der landets mest påkostede bibliotek i byene vil kunne plassere seg i toppen av pyramiden, vil mange mindre lokalbibliotek plassere seg nederst i pyramiden. Enkelt sagt, så bør de mindre lokalbibliotekenes ambisjoner være å få inn elementer som hører til i den øverste delen av pyramiden – i hvert fall som et ideal, med de ressursene de har til rådighet. På den måten vil de i større grad kunne tenkes å møte biblioteksforventningene til dagens og kommende generasjoner.

3.3 Tre «reiser» for biblioteket

I denne delen vil jeg reflektere over noen «reiser» biblioteket har tatt de siste femti årene, eller noen sentrale utviklingstrekk for biblioteket i dag. En reise er en bevegelse fra et sted til et annet, og kan også være pågående og uavsluttet. «Reisene» kan fortelle om hvor man er «på vei» i relasjonen samfunn – bibliotek. Tanken er at dette vil gi en større idémessig klangbunn for å diskutere funn i Rambøll-rapporten i neste delkapittel.

Dagens bibliotek må i større grad ta innover seg hvordan samfunnet endrer seg enn de har vært. I den siste stortingsmeldingen om bibliotek, *Bibliotek – kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid*¹⁴, står det:

«I biblioteksektoren kan det vere ein tendens til at gårsdagens løysingar i for stor grad vert brukte på morgondagens utfordringar. Biblioteka kan ofte verke for statiske og for lite opne for impulsar, samstundes som ein også kan sjå både sterk endrings vilje og endringsevne, men ofte på eigne premisser... Det er viktig å ta omsyn til nye brukarbehov og teknologiske endringar når ein skal utforme nye biblioteklokale.»

3.3.1 Fra bøker til mennesker – betydningen av folk



Byer for mennesker. Hva slags rom er dette? Det ser i hvert fall ut til å få mennesker til å trives.

I gamle dager var bibliotekenes legitimitets-grunnlag å opplyse en udannet befolkning, samt å gi flere tilgang på gleden ved å lese, og mulighet for personlig vekst og utvikling¹⁵. I nyere historie, har

¹⁴ St.meld. nr. 23 (2008-2009)

¹⁵ Vestheim, Geir (1995). *Kulturpolitikk i det moderne Norge*. Det Norske Samlaget.

bibliotekenes betydning som garantist for demokrati og ytringsfrihet blitt framholdt. Mens i dag ser vi at ting som har med helse, inkludering og fellesskap i større grad betones som bibliotekenes rolle: møteplassen med mennesket i fokus¹⁶.

Denne utviklingen kommer fram i følgende utsagn fra Reiner Andreas Mithassel, daglig leder ved Deichman Tøyen, i et intervju med nettsiden Periskop¹⁷:

«Proessen internt om hvem vi er og hva bibliotek er i vår tid begynte med arbeidet med det nye hovedbiblioteket i Bjørvika. Ut ifra den prosessen konkluderte vi at biblioteket ikke er til for bøker. Det er til for mennesker. De bibliotekene vi hadde var mest for bøkernes del. Det var ikke et godt oppholdssted for ulike sosiale situasjoner, for deling og skaping. Vi så at det var *menneskene som var viktigst*» (min utheving).

Denne ideologiske endringen for bibliotekene, hvis den er reell, betyr at det ikke lenger er bøker som er den viktigste ressursen for bibliotek, men folk. Det peker i så fall mot at hovedprioritet må være å skape en bedre sosial møteplass hvor folk trives og vil oppholde seg. Andre mennesker er den største attraksjonen, sier den danske by-teoretikeren Jan Gehl når han skal forklare hvorfor noen offentlige rom er mer populære enn andre.¹⁸

3.3.2 Fra Reoler til Rom – betydningen av komfort



Det gamle bildet på biblioteket er rad på rad med høye bokreoler som brukerne vandrer «musestille» stille langs etter. I moderne biblioteks-arkitektur ser man i større grad store, luftige og lyse rom som er gode i seg selv å oppholde seg i.

De moderne by-bibliotekene ser ut til å ha blitt tilbydere av vakre offentlige rom som bedrer livskvaliteten til mennesker i et hektisk, urbant liv med mye stress og få kvadratmeter ellers. Stikkord kan være (økt behov for) **komfort** og (forventninger til) **estetikk**.

Denne utviklingen kan også ses i sammenheng med digitalisering. Da en stadig større del av informasjon og arbeidsverktøy foregår på en personlig skjerm, får rommet og omgivelsene en viktigere betydning og funksjon som det sentrale godet, fordi arbeidsverktøyet og det taktile informasjonsmaterialet er noe brukeren selv har med seg,

Urbanisten Erling Dokk Holm snakker om «feminisering av byen»¹⁹ - at bymiljø i større grad utvikles for å appellere til kvinner. Kvinner har fått en sterkere rolle i familiens avgjørelser om bosted, ferier og fritid. Kvinner er mer sosiale og kulturinteresserte enn menn, og leser blant annet mer bøker.

¹⁶ St.meld. nr. 23 (2008-2009)

¹⁷ «Bibliotekets nye rolle: Steder å bare være», intervju og reportasje av Pinar Cifti 13.10 2022

¹⁸ Gehl, Jan (2010) *Byer for mennesker*. Bogværket

¹⁹ Holm, Erling Dokk (2019) Kapittel 13 «En feminisert by?» i Henriksen, Ida Marie og Tjora, Aksel *Bysamfunn*. Universitetsforlaget

Steder som skal ha en positiv utvikling, må appellere til kvinner, hevder Holm. Feminiseringen av byen endrer byrom og gater, og skapere en «mykere urbanitet» som vektlegger estetikk, opphold og trygghet i større grad den gamle, maskuline funksjonsbyen, som hadde effektivitet som kode.

I en stadig høyere utdannet og mer bereist befolkning, der kvinners rolle har styrket seg på de fleste felt, kan det også tenkes at kompetansen på estetikk, design og arkitektur generelt har økt; folk forventer mer av sine offentlige rom.

Nye studie- og arbeidslivstrender kan også trekkes inn her; man ser det blir vanligere med fleksible løsninger og overlappende funksjoner som enkelt kan tilpasses ulike arbeidsmoduler og gruppesammensetninger. Dette skaper behov for store rom som lett kan tilpasses ulike arbeidssituasjoner. Jobb og studier i kunnskapssamfunnet har også blitt mer mobilt, sånn at flere kan velge å studere «et tredje sted», f.eks. biblioteket, framfor å reise inn til arbeidsplass eller studiested, eller jobbe hjemme²⁰.

Sett i lys av denne utviklingen må bibliotekene kunne tilby estetiske og attraktive møtesteder og oppholdssoner i form av gode rom.

3.3.3 Fra Møteplass til friplass – betydningen av nøytralitet

Bibliotek har tradisjonelt blitt sett på som en del av samfunnets infrastruktur for kunnskap og folkeopplysning. Det har hatt sin tydelige funksjon i sosialdemokratiet som et sted man går for å gjøre en bestemt type handlinger, gjerne knyttet til skole, læring og bokopplevelser.

I dag har bibliotek fått en bredere betydning som del av den *sosiale infrastrukturen*, altså ikke et felleskap i seg selv, men et offentlig sted der sosial kapital kan vokse fram. I dette perspektivet kan biblioteket forstås mer som en ramme, omtrent som parker – altså som et pent, offentlig rom der det i stor grad er opp til brukeren hvilken mening og handlinger man fyller besøket med.

Dette biblioteket har ingen interesse av å forme deg til en bestemt type menneske eller idealborger. I stedet er ideen å la mennesket bruke biblioteket som de vil, for å vokse på egne premisser.

I et stadig mer sekulært samfunn kan bibliotek også ta rollen som sekulære «kirker» eller kontemplative eller metafysiske rom. Biblioteket kan være et sted man søker for tanke og refleksjon, *mindfulness* og avkobling, eller den vanskelige eller viktige samtalen.

²⁰ Rapport: «Campus of the future» – ARUP Foresight



Er parken eller torget mer inkluderende enn biblioteket, og burde det være sånn?

I dette perspektivet blir biblioteket omtrent som natur: et sted som ikke «mener» noe om deg. I stedet blir det egnet sted å være «sammen alene», altså å oppsøke alene men likevel føle deg som del av noe felles menneskelig - «den gode ensomheten». Det er et sted der det ikke behøver å foregå en transaksjon mellom brukeren og stedet, økonomisk eller ideologisk,

Bibliotekene trenger da ikke å definere innholdet i like stor grad, men bare tilby et fint sted å være.

3.4 Analyse

Rambøll-undersøkelsen gir et godt kvantitativt grunnlag for å si noe om atferden og holdningene til brukere og ikke-brukere av bibliotekene. Men siden den fokuserer på *bruk*, gir den bare overfladisk innsikt i hvilken *mening* bibliotekene og besøket har for dem. Vi får vite hvem de er og hva de gjør, men i liten grad hva de tenker og føler om biblioteket. Rapporten sier heller ingenting om *endring*; hva biblioteket har vært tidligere, og hva det er i ferd med å bli i fremtiden.

På bakgrunn av den innledende analysen i dette notatet, er det særlig ett funn vi ønsker å gi mer oppmerksomhet, som i stor grad peker mot en forståelse av bibliotekets utvikling slik det er beskrevet i de foregående delene.

I Kapittel 5, *Hva ligger til grunn for bibliotekbesøket?* svarer litt over en tredjedel på spørsmålet «Hva ønsket du å oppleve på biblioteket i dag?» å «få seg et avbrekk fra hverdagen», tett fulgt av «bli inspirert» (Rambøll 2022: 19).

Rambøll-undersøkelsen gir ingen mulighet til å grave dypere i dette. Avbrekk fra hva? Inspirasjon til hvilke områder? Men disse svarene kan sies å ligge tett opp mot den nyere biblioteksdiskursen som betoner mennesker, rom og en åpen plass. Å analysere dette funnet nærmere tror vi kan bidra med nyttig kunnskap til Lillestrøm-bibliotekenes positive utvikling.

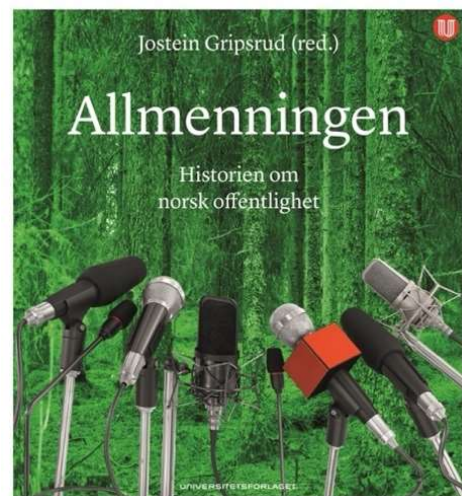
Et dypere spørsmål blir da: *Hva skal til for at flere skal finne biblioteksbesøk attraktivt som et sted å få seg et avbrekk/og eller bli inspirert?*

Dette spørsmålet kan undersøkes i lys av noen relevante teorier og begreper som aktualiseres i spørsmålet om hvem biblioteket er der for. I neste del vil jeg diskutere dette funnet i lys av begrepene *offentlighet, kulturell kapital og habitus, sosial infrastruktur, og attraktiv by*.

3.4.1 Offentlighet

Bibliotek er nært forbundet med begrepet offentlighet, som betegner den delen av samfunnslivet som er åpent og for alle, og ikke lukket og privat. I tradisjonen etter den tyske filosofen og sosiologen Jürgen Habermas er idealet for en sunn offentlighet en arena for meningsutveksling, der meningsmotstandere lytter til hverandre og er villig til å justere eller endre sine oppfatninger, sånn at samfunnet jobber fram en konsensus basert på meningsmangfold og en prioritering av de beste argumentene.

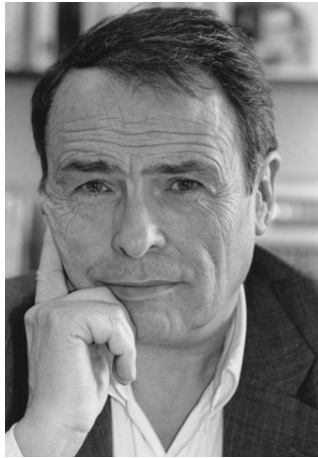
Bibliotekene har et skinn av å være åpne institusjoner og fremste forsvarer av ytringsfrihet og meningsmangfold i sitt tilbud og innhold, fra bøker til debatt.



Likevel, hvis bibliotekene tar et kritisk blick på sin arrangementskalender, vil de kanskje se at det er noen grupper som faller utenfor, for eksempel menn på 50 + med lavere utdanning. Eller at mange av arrangementene har et tema og en innpakning som appellerer til de gruppene som allerede er brukere av denne typen arrangement, for eksempel kulturinteresserte kvinner. Nå er det nok slik, at interesse for offentlig debatt, formuleringsevne og følelse av berettigelse til å uttale seg om saker og ting, henger sammen med utdanningsnivå og sosial klasse. Men det finnes en rekke andre mindre offentligheter der «alle» kommer til ordet, bare tenk på pub, butikken, kirkebakken/kirkekaffe, verkstedet og markedsplassen. Hvordan man «koder» en offentlighetsarena symbolsk og estetisk, og hvilken form man gir til samtalen, kan ha stor påvirkning på hvem som vil delta.

Ikke alle er komfortable med å ta ordet i store forsamlinger. Og på nettet ser man at interessegrupper gjerne samler seg i mindre forum knyttet til nisjer og sub-kulturer. Bibliotekene bør kunne tilby en ramme for både den store og den lille samtale. At dette stedet finnes, har en egenverdi, som en kvalitet ved stedets tilgjengelige fellesareal. Det peker i så fall mot et bibliotek som i mindre grad forsøker å styre samtalen, men heller legger til rette for at mylderet av sosiale miljøer og nisje-grupper skal se på biblioteket som et egnet sted for dem å gå med sine aktiviteter. Tilgjengelige rom i ulike størrelser, mulighet for å enkelt kunne booke seg inn, skjermede soner som tillater ansikt- til ansikt konversasjon av mer privat karakter. Dette er bare eksempler på hvordan bibliotek kan utvikle seg som en offentlighetsarena, med en større pluralitet i samtalene som foregår.

3.4.2 Habitus og kulturell kapital



Den franske sosiologen Pierre Bourdieu er kjent for sine teorier om smak, felt, *kapital* og det han kaller *habitus*²¹. *Kapital* er ressurser og kompetanser som kan omsettes til makt og posisjoner på et gitt felt. Habitus betegner de «kroppsliggjorte» disposisjonene en person har tilegnet seg gjennom liv og oppvekst for å kunne manøvrere seg trygt og selvsikkert i en gitt sammenheng. For Bourdieu vil det være enkelte deler av befolkningen som føler seg mer «hjemme» omgitt av boklig kunnskap, litteraturhistorie, samfunnsdebatt og dannet samtale, og deler av befolkningen som opplever det som en ydmykelse eller som noe fremmed.

Med Bourdieus kritiske perspektiv vil man her se på bibliotekets utforming og innhold som «symbolsk vold» med hensikt om at samfunnselitenes og den etablerte kulturen skal legitimere sin maktposisjon²².

Et av Rambøll-undersøkelsens sentrale funn er at menn med lavere utdanning i mindre grad bruker bibliotekene. Bibliotekene kan jo spørre seg: Når disse brukerne ankommer biblioteket, føler de seg mer eller mindre frie? Hva «mener» omgivelsene om disse brukerne?

Dersom målet er at flest mulig og en bredest mulig gruppe personer skal bruke biblioteket, vil det, sett med Bourdieu, være viktig med en inkluderende arkitektur og symbolbruk, som får flest mulig til å føle at dette er «et sted for dem».

På samme måte som en fattig vil føle seg utilpass i luksusbutikken, så er det mange som ikke faller innenfor kunnskapssamfunnets idealtyper. Igjen peker dette mot betydningen av grunnleggende ting som gode rom, godt dagslys, behagelig temperatur og komfortable sittemuligheter. Her er det forskjell på kulturhusets foaje og Østbanehallen eller en terminal på lufthavnen: den første er mer kodet, den andre mindre.

På samme måte som de aller fleste vil oppleve en flyplassterminal eller by-park som et sted der man er både velkommen, myndiggjort og respektert, så kan bibliotekene i større grad åpne seg som en nøytral struktur, og i mindre grad som en representasjon av kunnskapssamfunnet.

²¹ Bourdieu, Pierre (1995). *Distinksjonen – en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Pax Forlag

²² Bourdieu, Pierre (1996). *Symbolsk Makt*. Artikler i utvalg. Pax forlag

3.4.3 Folkets palasser – sosial infrastruktur

Den amerikanske sosiologen Eric Klinenberg har fått mye oppmerksomhet for sine seneste bok *Palaces for the People – How to build a more equal and united society* (2019), som særlig tar for seg bibliotek.

Klinenberg skriver om den viktige rollen til bibliotek som samfunns-*lim*. Han fokuserer ikke så mye på den kunnskapen og informasjonen bibliotek kan gi til befolkningen, men følelsen av å ha noen felles rom der vi omgås, der vi ser og respekterer hverandre. Klinenberg mener dette er nødvendig ikke bare for den enkeltes opplevelse av å tilhøre et meningsfylt fellesskap. I en tid med hurtige endringer sosialt, kulturelt og teknologisk er det viktig for samfunnet med en sunn «sivil sfære» der disse endringene kan utspille seg. Han peker på sosiale mediers «skyttergraver» og ekko-kamre, og Cambridge Analytica-skandalen som knyttes til Donald Trumps valgseier i 2016, som grunn til at man behøver felles rom i samfunnet, der vi kan omgås.



Klinenberg ser på bibliotek som del av samfunnets sosiale infrastruktur; de er «tredje steder» mellom hjem og arbeids/studiested, der sosial kapital kan vokse fram. Klinenberg viser til mye forskning som bekrefter at dette motvirker depresjon, stress og ensomhet og til og med død.

Inspirert av Klinenberg kan man ønske seg bibliotek som er attraktive rom å bare være i; et sted som lokalbefolkningen føler stolthet og eierskap til. Den ordinære biblioteksdriften må selvsagt være av god kvalitet, men biblioteket må i stor grad være fleksibelt og åpent for et samfunn i rask endring.

3.4.4 Attraktiv by

Urbanisering handler ikke bare om sentralisering, at flere flytter til byene på bekostning av landsbygda, for å finne seg jobb og partner. Byforskere peker også på en *kulturell urbanisering*, som handler om at folk har fått mer urbane verdier og preferanser²³. Dette viser seg særlig i ønsket om å være omgitt av såkalt *byliv*, i en tolerant og liberal atmosfære, med et godt kultur- og serveringstilbud tilgjengelig.

Dette er et forholdsvis historisk nytt fenomen i Norge, oppsummert i klisjeen og uttrykket «drikkeaffe latte på Grünerløkka». Rundt millenniumskiftet begynte det å dukke opp kaffebarer der folk satt alene, vendt mot gaten, bak rause vindusflater, og leste eller jobbet mens de drakk kaffe. Siden har dette fenomenet bare vokst i antall og variasjon.

²³ Barstad og Wessel: «Urbanisme og urbanisering» i Det Norske Samfunn. (2016)



Serveringskjeden Joe & The Juice har et konsept og interiør som låner elementer fra bibliotek.

I dag ser man at mange kafeer og hotellfoajeer gjerne har interiør inspirert av bibliotek, med bøker og bokhyller, og gode leseplasser. Omvendt ser man også hvordan bokhandlere kan innlemme en kaffebar i butikken, med et liknende tilbud. Det legges vekt på forholdet mellom estetikk, trivsel og komfort, med et interiør som er mer innbydende og tidsmessig enn offentlig institusjonsarkitektur.

Selv om disse stedene ikke har funksjonene og tilbudet til det regulære biblioteket, så representerer de en konkurranse til bibliotekene når det gjelder besøk og bruk. Kanskje noen ungdom synes det er litt kulere å møtes på kjeden Joe & the Juice framfor lokalbiblioteket? Eller en forfatter synes det er stiligere å gjøre et live intervju i bokhandelen enn på biblioteket? Og hvem har den beste kaffen?

Poenget er at byliv – som en energi, med høy eller lav puls - har blitt viktigere for folk. Mange liker å observere gatelivet mens de jobber eller leser. Og de liker å kose seg med noe godt å spise eller drikke mens de får unna litt studier eller jobb. I denne sammenhengen må bibliotekene forstå seg selv som et utelivstilbud og en tilbyder av urbane opplevelser. Hvis man ikke klarer å konkurrere med kaffebarer og kommersielle aktører på dette punktet, står man i fare for å miste en stor del brukere, og særlig unge og unge voksne.

3.5 Oppsummering og konklusjon

I dette strateginotatet har jeg hatt til hensikt å komme med en generell beskrivelse av hvordan biblioteket som institusjon har endret seg i det siste tiåret, både når det gjelder dets betydning for stedsutvikling og dets rolle og funksjon i et lokal- eller bysamfunn.

Det har vært mitt inntrykk at bibliotekene i Lillestrøm kommune, foruten det nye hovedbiblioteket i Lillestrøm sentrum, i stor grad representerer et gårdsdagens paradigme for folkebibliotek. Basert på min generelle kunnskap om dagens biblioteks-diskurs og erfaringer fra andre bibliotek, er min tese at Lillestrøm-bibliotekene må ta lærdom og inspirasjon fra by-bibliotekene for å bli en mer verdsatt og brukt tjeneste i de kommende år. Dette baserer jeg på et av hovedfunnene i Rambøll-rapporten som forteller at folk går på biblioteket for å «få seg et avbrekk» og «bli inspirert».

Dette innebærer at lokalbibliotekene må evne å begeistre som en ny type sted, som en kilde til nye felleskap og relasjoner mellom innbyggere, lokal stolthet og identitet. De nye funksjonene og rollene må løftes fram. Dette er i stor grad et spørsmål om estetikk, utforming, interiør og opplevelse av rom, lys og omgivelser, mer enn et spørsmål om arrangement og aktiviteter. Et litt tradisjonelt og «traust» bibliotek med en typisk offentlig interiørarkitektur og sosialdemokratisk kode, med lån av bøker som dominerende funksjon, vil ikke begeistre og trekke yngre og flere brukere, utover dagens brukere. Noe av årsaken til de nye by-bibliotekenes suksess, er at de oppleves som noe nytt og spennende i samtiden: Sagt med Deichman-sjef Knut Skansens ord har de endret folks oppfatning om *hva et bibliotek kan være*²⁴.

Rambøll-rapporten viser at Lillestrøm-bibliotekene kan bli både bredere og åpnere i sin appell: Bredere på den måten at de fortsatt kan trekke en mer variert befolkningsgruppe, og åpnere ved at biblioteket som institusjon og infrastruktur er mer nøytralt kodet og i større grad tillater brukeren selv å fylle det med mening.

De konkrete administrative, driftsmessige, praktiske og fysiske tiltakene biblioteket må ta for å trekke flere brukere, er utenfor mitt mandat å foreslå. Men tiltakene bør på ulikt vis støtte oppunder følgende strategier:

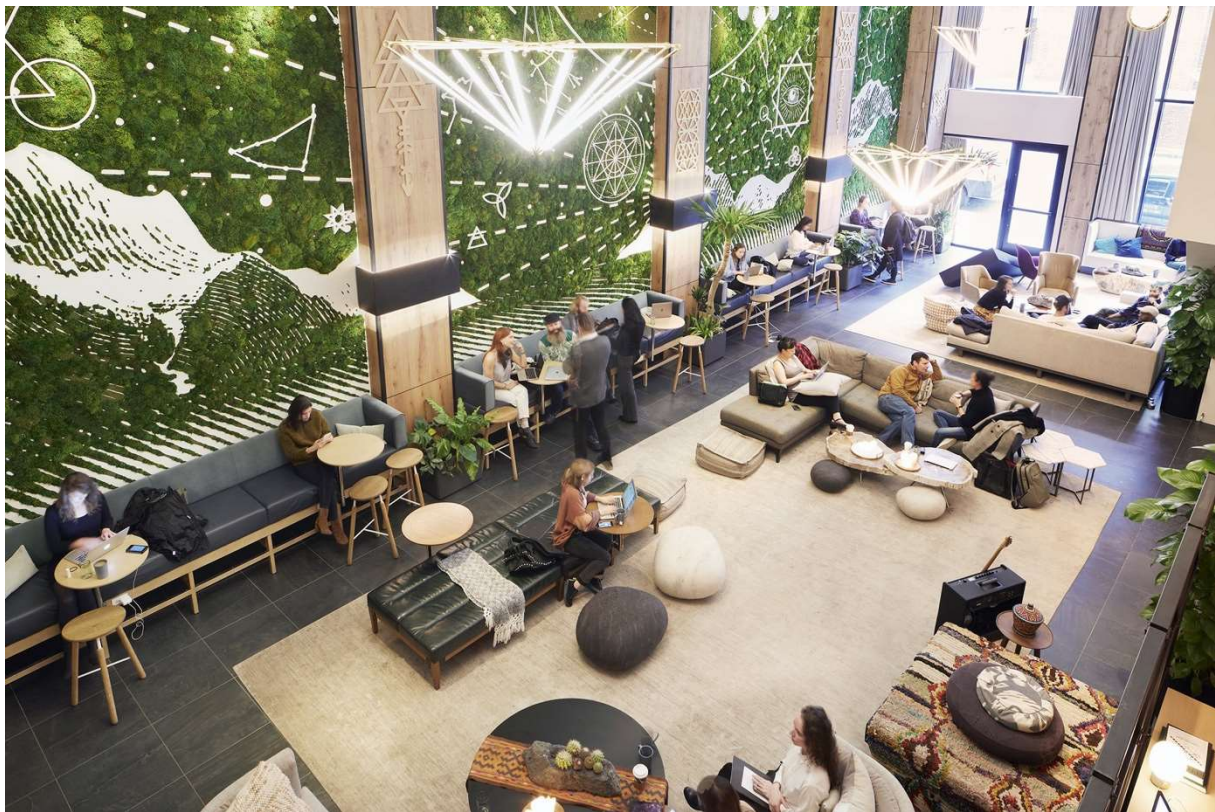
Mennesker først!

Mennesker må forstås som den viktigste ressursen for et attraktivt bibliotek i dag. Det må være andre mennesker på biblioteket å observere og samhandle med. Menneskene må få en positiv opplevelse av å føle seg verdsatt og myndiggjort av det offentlige. Bibliotekene må være utformet på menneskers, ikke bøkens premisser. Bibliotekene må ta innover seg hvor og hvordan – i hvilke situasjoner - mennesker liker å oppholde seg for «å få seg et avbrekk» eller «bli inspirert».

Sats på gode rom

Teknologisk utvikling, hjemmekontor, deltidsstudier og andre endringer i arbeidsliv og utdanning skaper mer glidende overganger mellom jobb og privat, og behov for nye rom mellom arbeids/studiested og hjemmet. Gode rom med høy takhøyde, oversikt og utsikt, dempet akustikk og attraktive sittemuligheter i gode oppholdssoner, vil være etterspurt hos både arbeidstakere, studenter og skoleelever som trenger alternative steder å jobbe. Her kan både «summingen» rundt dem forstås som en inspirerende kvalitet, og i tillegg muligheten til å treffe andre og benytte seg av serveringstilbudet. Det ligger et stort potensial for lokalbibliotekene å ta rollen som «varmestue» og nabolagets møteplass.

²⁴ Oslo Kommunes nettsider.



Varierte og attraktive oppholds- og arbeidssituasjoner med god atmosfære er etterspurt behov i dagens samfunnsliv. Her fra et arbeidsfelleskap i Usa.

Et frirom

Samfunnet er stadig mer heterogent og mangfoldig, og de senere år har man sett en sterk oppsving i såkalt identitetspolitikk. Ideen om at ingen samfunnsområder skal undertrykke en befolkningsgruppe direkte eller indirekte, har bredd om seg på kort tid. Dette fordrer en større åpenhet i arkitektur og kommunikasjon, der biblioteket i større grad tilbyr en «ramme» eller et «skall», omtrent som en park eller naturområde, framfor å møte brukeren som en manifestasjon av hegemoniske samfunnsverdier. Bibliotekene må tenke gjennom hvordan de møter en besøkende – hvilke signaler og inntrykk får de? I hvilken grad gjør møtet dem mer frie eller ufrie? Det viktigste er at alle føler at dette er sted de er velkomne og tilhører.

Bylivskvaliteter

Bibliotekene må forholde seg til historisk nye former for sosial omgang, måltider og arbeidsforhold. Den gamle kafeteriaen eller konditoriet er byttet ut med en mer moderne kaffebar og bakerivariant for møter på dagtid. Det er større fokus på ernæring og sunn livsstil i yngre generasjoner enn det har vært før. Urbant liv blir av mange ansett som positivt som en stemningsskapende og stimulerende dimensjon ved tilværelsen. I dette bildet må bibliotekene forstå seg selv som en konkurrent til kafeer og arbeidsfelleskap, og henvende seg til brukerne som en tjeneste som tilbyr de samme kvalitetene.

3.6 Eksempler til inspirasjon

Deichman Holmlia

Deichman Holmlia ligger i en kjøpesenter-struktur fra 1980-tallet. Da biblioteket åpnet i 1986, framstod det som tidsmessig og flott. Men gradvis har biblioteket sakk akterut i forhold til nyere og mer moderne bibliotek i andre bydeler. Dette, i kombinasjon med et rykte for bråk og uroligheter, gjorde at mange lokalinnbyggere ikke benyttet seg av tilbudet.

Høsten 2021 begynte Deichman Holmlia prosessen med å pusse opp biblioteket. Det nye biblioteket har som strategi å skape en sterkere forbindelse til de grønne omgivelsene gjennom arkitektur og design. Det nye designet skal signalisere at Holmlia er på vei bort fra en stereotypisk drabantby-identitet, og kobler seg på fortellingen om Holmlia som et sted omgitt av grøntområder og et kupert terreng. Det handler om å åpne opp mellom etasjene og både slippe inn mer lys og skape et mer spennende rom sentralt i bygget. Videre er strategien å gjøre biblioteket mer fleksibelt for å «spre» ulike brukergrupper til ulike soner og situasjoner, blant annet en «Biblo» med egen inngang. Samtidig vil biblioteket videreutvikle en lokal identitet som bydelsbiblioteket der flerkulturelle tema og spørsmål behandles, blant annet med egen festival.

Det nyoppussede biblioteket åpner våren 2023.

Fuglen Gamlebyen, Oslo



Fuglen Gamlebyen er ikke et bibliotek, men et kaffebrenneri og utested i Bydel Gamle Oslo. Det er ikke bare stedet i seg selv som er inspirerende, men hvordan adressen har kommet til live gjennom gode synergieffekter. Selve Fuglen ligger på en gammel industritomt, mellom Gjøvikbanen og

Hovedbanen, der det fortsatt er bilverksted og -vaskeri. Fuglen har skapt et lokale med sitteplasser inntil store vindusflater vendt mot gaten, og ulike bord- og sitte-sitasjoner innover i lokalet. Du kan komme dit alene eller som en vennegjeng. Sentralt i rommet er kaffebaren og brenneriet. Utover å være et serveringssted, er Fuglen både butikk og kulturarena, med blant annet jazzkonserter o.l. Det kan altså benyttes til en stor variasjon av formål.

Utenfor er det en raus uteservering med gode solforhold på dagens første halvdel. I lokalene som omkranser Fuglen, finner man ulike tjenester og bedrifter med et klientell og ansatte som tar i bruk Fuglen som møtested. Det kan være et plateselskap eller byutviklingskontor. Er det fullt på Pizza-restauranten ZZ-Pizza, kan du likevel bestille take away og ta med maten til Fuglens lokaler, og handle drikken der.

Til sammen skaper dette et summende kvartal som lever gjennom hele dagen og kvelden. Om sommeren arrangeres det egen festival i kvartalet. Det viser potensialet i møteplass-utvikling og samlokalisering av aktører som kan styrke hverandre.

Audiatur Bokhandel og forlag, House of Foundation, Moss



I den historiske Mølle-byen i Moss ligger kunstnerkollektivet House of Foundation i de gamle lokalene til Mølla Kunstscole. En rekke krefter i det lokale kulturlivet er tilknyttet denne adressen: Audiatur Bokhandel (kåret av Forfatterforeningen til Årets bokhandel i 2012), kafé, galleri, kontorer

og kunst/designutsalg. Ut av prosjektet springer forlaget **H//O//F, Lyse Netter (musikkfestival), Møllebyen Litteraturfestival** og husets **barnefestival**.

Hosue of Foundation/Audiatur framstår kanskje som smalt. Men i sitt varierte tilbud kan de likevel engasjere og begeistre mange grupper. De er en viktig aktør som identitetsfaktor i Moss sin byutvikling i dette historiske strøket. Kafeen og bokhandelen er et stemningskapende program som gir liv og autentisitet til bymiljøet både inne og ute. Det er i kraft av sin seriøsitet og høye kvalitet med på å sette Moss på kartet i norsk litteratur, og det er en lokal stolthet.

HOF/Audiatur viser at prinsippet om å «åpne opp» ikke nødvendigvis trenger å bety et mer folkelig program og henvendelse, men kan handle om kvalitet på flere plattformer samtidig.

MUNCH



I 2020 åpnet det nye Munchmuseet i Bjørvika. Med formuleringen «Et levende kunstmuseum, med opplevelser for alle» har museet ambisjon om å skape et museum tilpasset den nye tid, og ikke være et museum for «foreldrene dine». Flere tiltak støtter opp om denne strategien: 1. De aktiviserer samlingen gjennom å formidle den i nye, originale og aktuelle sammenhenger, for eksempel knyttet til et avgrenset tema. 2. De lager opplevelser og utstillinger der Munchs kunst fortolkes og kommenteres av dagens kunstnere, gjerne fra andre felt enn billedkunst. 3. De tilbyr en variasjon av opplevelser på stedet, som musikk fra scene og restauranttilbud. 4. De har satset på visuell identitet, logo og symboler, enten vi snakker om den populærkulturelle logoen, digital kommunikasjon, merchandise, eller skulpturen The Mother, og ikke minst selve arkitekturen.

I tillegg kan nevnes MUNCH Ung – en ungdomsklubb for 14-19 åringer med en egen prosjektleder, og et stort nettverk i Munchmuseets nabolag.

Stikkord for MUNCH er kanskje aktivisering og relevansgjøring, med en satsning på det temporære nivå, altså utstillinger og aktiviteter som pågår i et begrenset tidsrom, før det skiftes ut igjen.



Hva er forskjellen på en bokhandel og et bibliotek? Tradisjonelt har bibliotekene nøydt seg med å fylle opp hyllene og ha tilgjengelige titler, mens bokhandlerne har «pushet» titler i form av utstillinger, plasseringer, oppmerksomhet og prioriteringer.

Bibliotekene har i noe grad tatt etter bokhandlerne på dette området. Men kunne de gjort det i større grad?

I et samfunn der man daglig og ukentlig begravnes i nytt medieinnhold, er det behov for at sterke aktører rydder i utvalget, skaper noen tydelige mønstre og gjør feltet mer oversiktlig.

Et trend-ord i kulturfeltet er begrepet *kuratert* eller *kurator*. Opprinnelig er dette et ord knyttet til sammensetningen av kunstutstillinger, men i de senere år blir det brukt i stadig flere sammenhenger der en aktør organiserer et innhold på en meningsfull måte.

Biblioteket som en kurator for organiseringen av både aktuell litteratur og samfunnsdebatt, kan være en rolle som blir viktigere i de kommende år. Mange kunne nok tenke seg å effektivt kunne bli oppdatert med mulighet for å sette seg inn i aktuelle saker og titler, gratis, gjennom besøk på biblioteket. Det gjør at man føler tilhørighet til samfunnet rundt seg.

Tronsmo bokhandel er bare ett eksempel på en aktør som satser på gode vindusutstillinger, tematisk organiserte salgsbord og aktuell profil.



Mobile bibliotek som møter brukerne med interessante kulturopplevelser der de er, har man sett i stadig større grad i byene det siste tiåret. En pioner for denne trenden kan sies å være Deichman sitt samarbeid med Øyafestivalen. I løpet av festivalen har biblioteket fungert som et side-arrangement med eget program. Dette består gjerne av foredrag og møter med kulturprofiler som på ulikt vis er relevant for det som skjer på hovedscene og festivalområdet. På den måten engasjerer og supplerer biblioteket publikum med dypdykk og refleksjoner over relevante fenomen.

En mer lavterskel variant av det samme, er Deichmans tradisjon for omreisende pop-up bibliotek om sommeren. Her viser bibliotekene evne til å komme i kontakt med folk og spre leseglede der de faktisk er – på stranden, torget eller i parken. Det styrker deres legitimitet og oppslutning, og gjør flere bevisste på biblioteket som et godt tilbud til allmenheten.

4. Strategi og anbefalte tiltak

Lillestrømbibliotekene består av seks bibliotek med seks unike historier og identiteter. Tilbudene på de ulike bibliotekene varierer, men verdigrunnet er det samme; med hjemmel i folkebibliotekloven (2014, §1) har biblioteket som lovpålagt tjeneste følgende målsettinger:

Folkebibliotekene skal ha til oppgave å fremme opplysning, utdanning og annen kulturell virksomhet, gjennom aktiv formidling og ved å stille bøker og andre medier gratis til disposisjon for alle som bor i landet. Folkebibliotekene skal være en uavhengig møteplass og arena for offentlig samtale og debatt. Det enkelte bibliotek skal i sine tilbud til barn og voksne legge vekt på kvalitet, allsidighet og aktualitet. Bibliotekenes innhold og tjenester skal gjøres kjent. Folkebibliotekene er ledd i et nasjonalt biblioteksystem.²⁵

Prinsippet om at biblioteket skal være gratis, opplysningsfremmende og tilgjengelig for alle, er en viktig hjørnestein i det norske demokratiet. Som det fremkommer i Rambølls rapport (2022: 36), mangler mange av dagens ikke-brukere likevel kjennskap til hva bibliotekene tilbyr. I arbeidet med dette prosjektet har vi kommet fram til at vi ønsker å utfordre rammene for hvordan og hvor formidlingen foregår. Ved å blant annet se til privat sektor og konkurransedrevet virksomhet, med et mer kommersialisert blikk på formidlingen, tror vi Lillestrømbibliotekene vil kunne trekke flere ikke-brukere, og samtidig bedre sine tjenester og tilbud.

4.1 Utvikling av historieformidling

De seks bibliotekene har ulik historie, ulik forankring og ulike konstruksjoner. I dette ligger potensialet for ulik bruk og tydeliggjøring av ulikhet også i tilbud og tjenester. Prinsipper i god kommunikasjon er å formidle ekte innhold – fra et ekte og genuint ståsted. Det vil være naturlig å gjøre en kartlegging og konseptualisering av filialenes forutsetninger og premisser, og dermed styrke dette gjennom kommunikasjon og utvikling; spesialisering fremfor generalisering.

4.1.2 Identitet

De arkitektoniske forskjellene på filialene forteller forskjellige historier. De kan også legge føringer for hvordan filialene opereres: Der Lillestrøm har moderne fasiliteter som holder høy teknisk standard og romlig funksjon, har Fetsunds historiske lokaler en særegen og historisk forankring. Lokalene på Fetsund innbyr til kulturprogrammering på lik linje med Lillestrøm, men stedets beskaffenhet må hensyntas ved programmering, planlegging og gjennomføring. Ingen av filialene utelukker nødvendigvis aktiviteter eller elementer i kulturprogram, men stedene innbyr til tydeliggjøring og skreddersøm i utforming av aktiviteter som kan lede til spesialisering av Lillestrømbibliotekenes tilbud.

²⁵ Folkebibliotekloven. (2014). Lov om folkebibliotek (LOV-2013-06-21-95 2014-01-01). Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1985-12-20-108>

Anbefaling

- **Kommunikasjonsstrategi og konseptualisering av de ulike filialene**

Ved å konseptutvikle hver enkelt filial med basis i de lokalhistoriske føringene kan filialenes særtrekk ivaretas og fremstå tydeligere for publikum. I tillegg kan lokalsamfunnet tas med inn i formidlingen, både gjennom å fortelle stedets historie, men også ved utfordre og utvikle stedes egenart basert på nettopp naturgitte forutsetninger og historiske premisser. «Det lokalhistoriske biblioteket på Fetsund», «Strømmen – En arena for ytringsfrihet og demokratarbeid», «Lillestrømbiblioteket – Et kulturkvartal for menneskemøter og fellesskapsopplevelser» kan være eksempler på konseptualisering som tydeliggjør innhold og gir gode verktøy for markedsføring og kommunikasjon.

- **Opprettelsen av et nærdemokratisk oppgaveutvalg**

Lillestrøm kommune anbefales å opprette et nærdemokratisk oppgaveutvalg²⁶ for utvikling av Lillestrømbibliotekenes seks lokasjoner. Et oppgaveutvalg er en fremtidsrettet lokaldemokratisk ordning hvor politikere, frivilligheten og øvrig samfunnsliv møtes gjennom en kortere eller lengre periode med et mandat for å løse en oppgave sammen. En slik tilnærming til Lillestrømbibliotekene vil ha en inkluderende og engasjerende effekt, det gir en pressevinkling og et lokalt engasjement som i seg selv vil ha en promoterende effekt. Etersom Lillestrøm kommune opprettet et oppgaveutvalg for tettstedsutvikling av Fetsund sentrum høsten 2020, er dette en metodikk kommunen har erfaring med, som det allerede er presedens for i kommunens administrative og politiske ledelse.

- **Spesialisering av tilbud**

Lillestrømbibliotekene anbefales å styrke spesialiseringen av tilbudene knyttet til de seks ulike lokasjonene som et ledd i merkevarebyggingen. Ulike konsepter å spesialisere lokalt kan være: Lokalhistorie, internasjonal litteratur, ytringsfrihet og demokratihistorie, barn- og ungdomskultur og poesi. Merkevarestrategien for Lillestrømbibliotekene vil da kunne bestå av seks ulike merkevarestrategier, som igjen blir virksomhetens overordnede strategi.

- **Delta i FriBy-ordningen**

Lillestrøm kommune anbefales å søke seg til FriBy-ordningen²⁷ med forankring av prosjektlederansvar hos Lillestrømbibliotekene. Som «friby» påtar en by seg rollen å være vertskap for forfulgte forfattere, journalister, bloggere, kunstnere eller musikere, slik at disse skal kunne fortsette sitt arbeid og uttrykke seg fritt, uten å frykte trusler, trakassering, sensur eller andre former for knebling. Å bli en FriBy vil kunne gi Lillestrøm kommune, ved Lillestrømbibliotekene, en mulighet til å styrke sitt arbeid med ytringsfrihet og demokratiutøvelse. Gjennom å huse en flyktende skribent eller annen skapende utøver, vil man både bidra på et individuelt nivå ovenfor en utsatt person, gjerne med familie, men også kunne knytte FriBy-kunstneren til biblioteket som arena. Her kan man utvikle et samarbeid om formidling, produksjon av kunstnerisk, journalistisk eller litterært arbeid, og bidra i spesialiseringen av en eller flere av Lillestrømbibliotekenes identitet. Det vil også være

²⁶ Les mer om konstruksjonen «oppgaveutvalg» her: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/-5-1-sporsmal-om-ny-kommunelov-og-oppgaveutvalg/id2678276/>

²⁷ Les mer om FriBy-ordningen her: <https://norskpen.no/fribyordningen/#toggle-id-1>

naturlig, slik man gjør både på Deichman Bjørvika og i Bergen kommune, å ansette en egen FriBy-koordinator ved Lillestrømbibliotekene for å bistå både FriBy-kunstneren og fasilitere for samhandling med lokalsamfunnet i form av formidling og medvirkning.

4.1.3 Historiefortelling

En god historie har fengst oss og samlet oss siden urtiden. Med en god historie følger oppmerksomhet: Ikke bare oppmerksomhet fra tilhørere rettet mot forteller, men god historiefortelling er i seg selv en opplevelse som vekker oppmerksomhet. Forskjellen på fakta presentert som nettopp fakta og de samme fakta presentert som en god historie kan være forskjellen på hvordan tilhørerne husker, forvalter og videreformidler informasjonen. På bakgrunn av dette kan god historiefortelling både være et egnet tiltak i markedsføringen av bibliotekets aktiviteter og tilbud, men også som en opplevelse i seg selv på et kulturprogram.

Anbefaling:

- **Fortelle gode historier om fellesskapet på biblioteket**

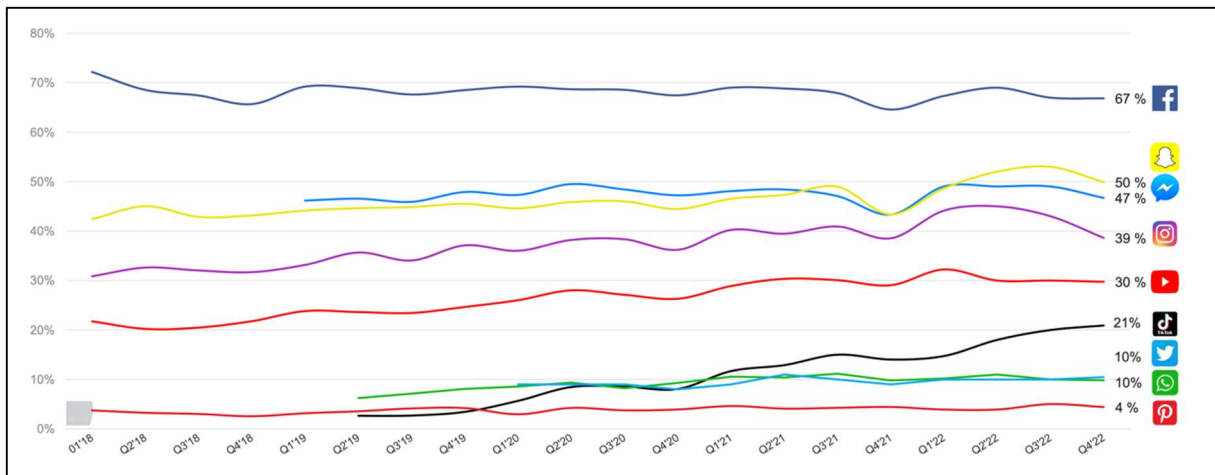
Lillestrømbibliotekene anbefales å utarbeide en reklamekampanje i analoge- og digitale kanaler som fremhever bibliotekenes rolle som arena for menneskemøter. Hensikten med kampanjen fremhevelsen av *historier om opplevelser* fremfor *fakta om produkter*. Det anbefales at de ansatte fronter en slik kampanje både for å sikre involvering, samhandling og eierskap, men også gjenkjennelse og promotering av menneskemøtene mellom besøkende og ansatte. Ved å sette menneskene i fokus, kan man benytte historiefortelling om fellesskapet på bibliotekene som markedsføringsverktøy.

4.2 Økt synlighet og tilgjengelighet

Et av de viktigste prinsippene som gjelder for å treffe publikum i målgruppen er å *være der de er*. Fordi Lillestrømbibliotekene skal være *for alle*, har bibliotekene mange forskjellige målgrupper, og bør derfor ta i bruk forskjellige digitale og analoge verktøy for å nå de ulike gruppene. Kunnskap om bruksmønstre for ulike målgrupper er en viktig forutsetning for å kunne nå frem med sitt budskap.

4.2.1 Sosiale medier

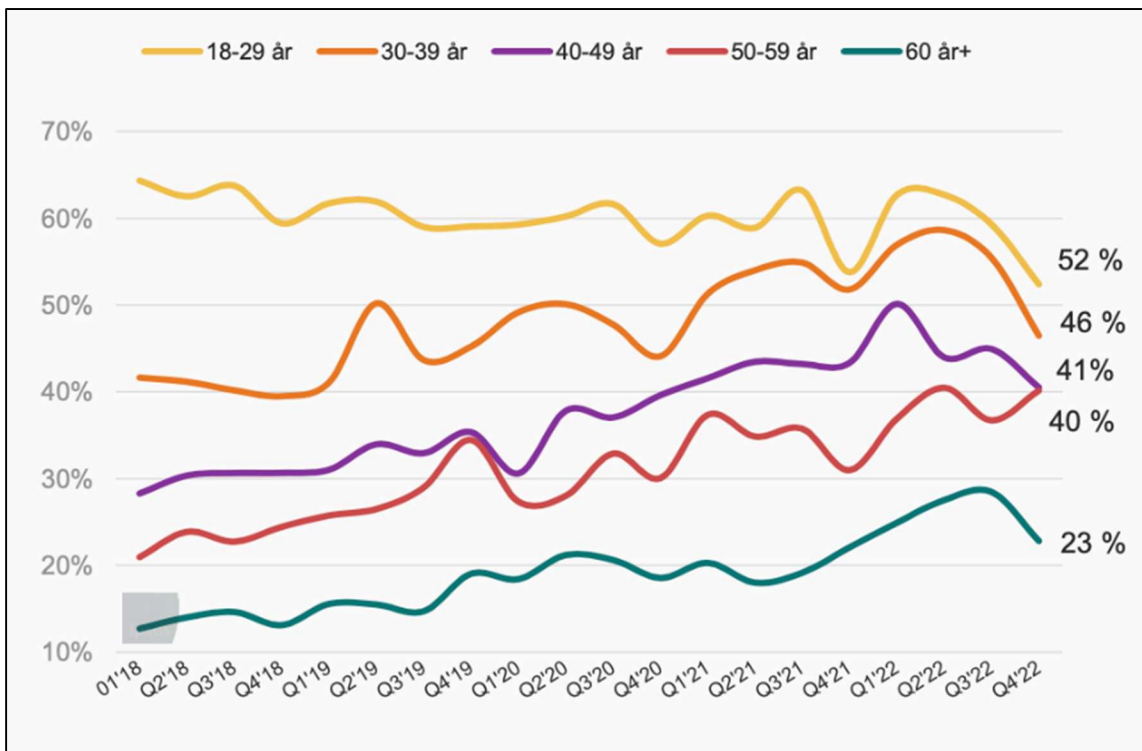
For å lykkes med å nå målgrupper, er det viktig å være bevisst på *hvorfor* man skal være til stede på de ulike plattformene. Hensikten bak Lillestrømbibliotekenes tilstedeværelse på sosiale medier bør være å tiltrekke seg flere besøkende. Ved å oppnå og opprettholde synlighet og aktualitet over tid, økes kjennskapen til stedet og produktet man formidler. Med innhold som vekker følgerenes engasjement, vil man kunne styrke egen merkevare, øke deres kjennskap til aktivitetene på bibliotekene og dermed frembringe flere besøkende.



Figur 1. IPSOS SOME TRACKER Q4'22. (2023). Sosiale medier – utvikling i daglig bruk. Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre som bruker 1 til flere ganger om dagen.

Instagram

Instagram er fremdeles en av de største plattformene i Norge, og det er i stor grad internasjonale aktører, kjente merkevarer, influencere og store bedrifter som regjerer.



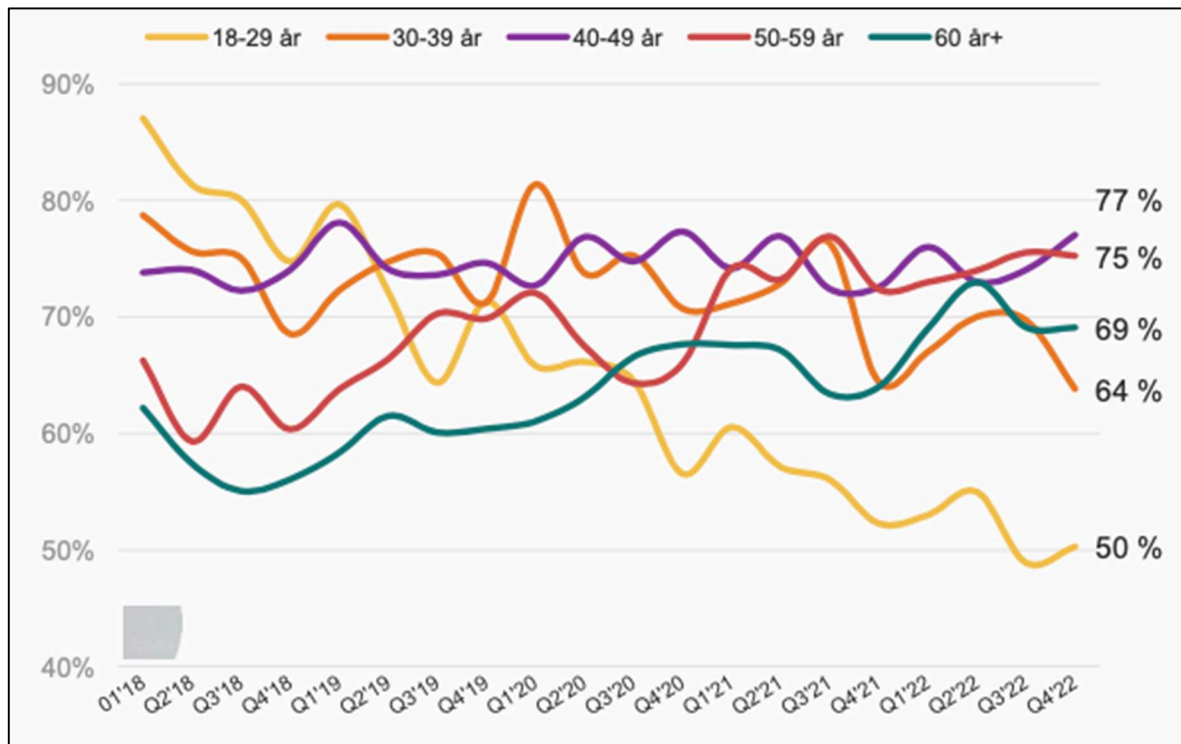
Figur 2. IPSOS SOME TRACKER Q4'22. (2023). Instagram: Daglig bruk i befolkningen. Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre.

Fra å opprinnelig ha vært en ren billedelingsapp, har Instagram med nye oppdateringer beveget seg mer i retning av økt videodeling de siste årene. Adam Mossori, sjef i Instagram, erklærte sommeren 2022 at plattformen ikke lenger skulle være en billedelingsapp, men at fokuset på videodeling ville øke, tydelig inspirert av TikToks suksess.

I januar 2023 uttalte Mosseri imidlertid at de vil utbalansere dette fremover, og at bilder alltid vil være en viktig del av Instagram.

Facebook

Facebook er fremdeles den mest brukte plattformen blant nordmenn – til tross for betydelig nedgang blant unge de siste årene. Med sine 3,49 millioner norske brukere, utgjør disse 82 % av befolkningen. I følge Ipsos' nyeste rapport om trender på sosiale medier (Q4'22)²⁸, rapporterer 67 % av disse brukerne at Facebook er et medium de benytter seg av daglig.



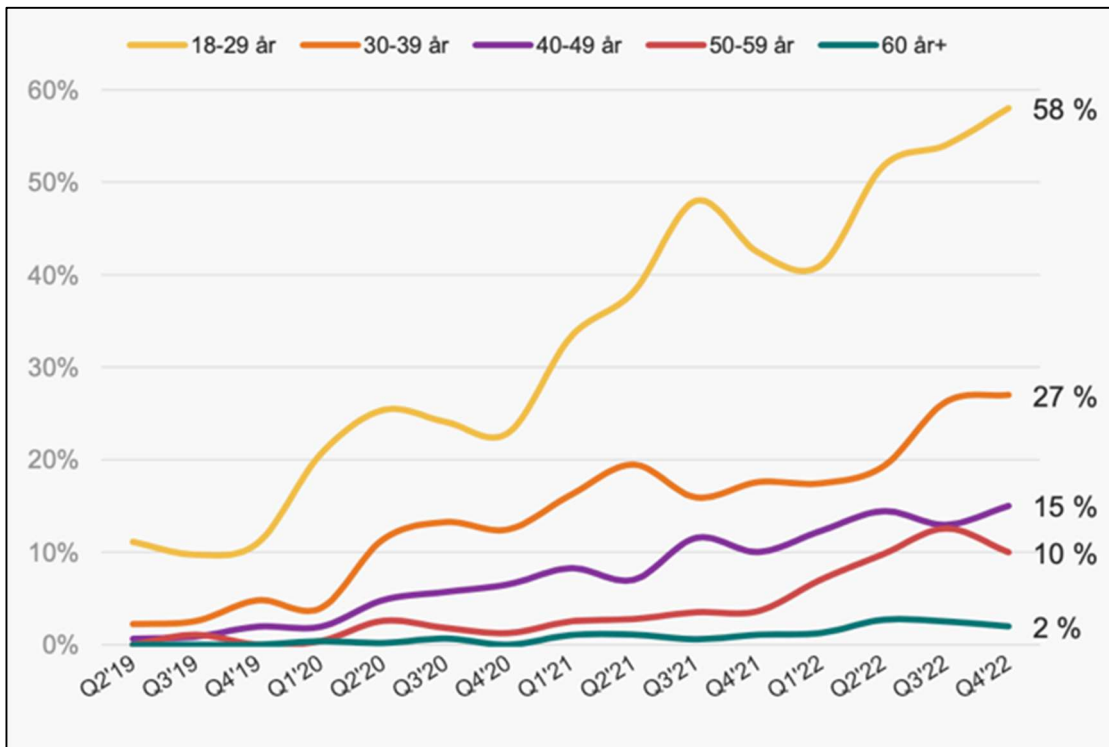
Figur 3. IPSOS SOME TRACKER Q4'22. (2023). Facebook: Daglig bruk i befolkningen. Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre.

Andre plattformer

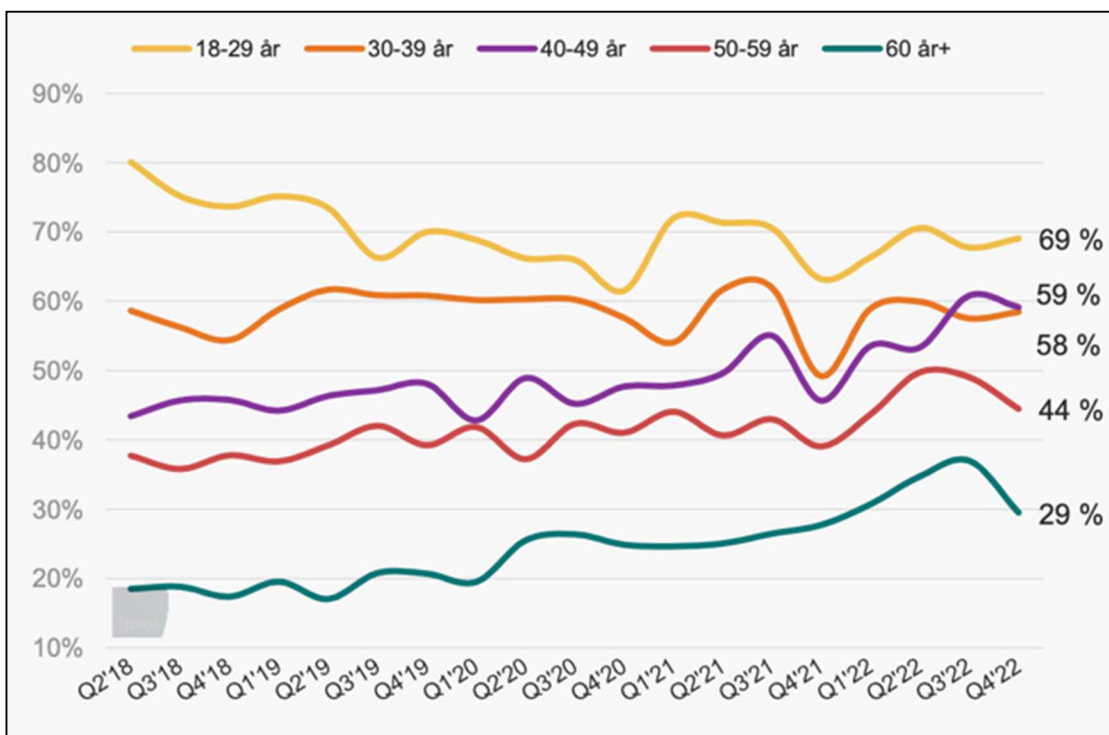
I målgruppen 18-29 år har Snapchat har vokst til å bli det mest brukte sosiale mediet i Norge, tett etterfulgt av Instagram.

TikTok har hatt en enorm økning de siste årene, og er i dag den femte største plattformen for sosiale medier i Norge, med hensyn til bruksfrekvens. 21% av nordmenn bruker TikTok daglig. (Ipsos 2023).

²⁸ Ipsos. (2023). Ipsos SoMe Q4'22 Rapport. Hentet fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q422> 26.01.2023



Figur 4. IPSOS SOME TRACKER Q4'22. (2023). TikTok: Daglig bruk i befolkningen. Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre.



Figur 5. IPSOS SOME TRACKER Q4'22. (2023). Snapchat: Daglig bruk i befolkningen. Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre.

Anbefaling:

- **Legge en strategi for bruk av sosiale medier og prioritering av kanaler**

Det anbefales å legge en plan for bruken av de ulike plattformene og avklare om man skal satse på hvert enkelt bibliotek eller Lillestrømbibliotekene som helhet, på en måte som bygger merkevare digitalt over tid.

- **Snakk mindre om deg selv, og mer om meg**

Når målgruppen er definert, er det mye enklere å bruke tid på å snakke om dem. Folk flest er mest interessert i seg selv. Som skaper av innhold på sosiale medier er det deres jobb å kjenne målgruppen, hva slags liv de lever og hvilken humor de har. Et godt eksempel er DNB ung, som ikke snakker noe særlig om seg selv, hvorfor de er den beste banken eller hvorfor du bør bruke dem. De bruker mer tid på å snakke om problemstillinger som målgruppen kan relatere seg til.

- **Definer hvem som skal nås på hvilken plattform**

Det er IKKE hensiktsmessig og prøve å nå alle bibliotekets målgrupper på alle kanaler. Alt innhold (fra tematikk, til farger, språkbruk og formater) bør tilpasses den målgruppen som er satt. Det er f.eks. trolig ikke effektivt å prøve å nå menn 50+ ved å hive seg på de siste reels trendene. **Hvis man prøver å nå alle, når man ingen.**

- **Finn noe som gjør dere UNIKE - og definer hvorfor folk skal gidde å følge dere.**

Konkurransen er tøffere enn noensinne. Sosiale medier er noe helt annet i dag, enn for bare 10 år siden. Konkurransen deres er folk som driver med sosiale medier på fulltid, folk som bruker timevis hver uke på å produsere innhold som er nyttig, underholdende, følelseladd eller bare dritkult. Skal man ha en sjanse til å nå gjennom holder det ikke med 10 minutter om dagen.

4.2.2 Digitale kampanjer

Både Facebook og Instagram eies av Meta, som selger annonseplasser til markedsaktører med mål om å nå ulike målgrupper basert på ulike faktorer som alder, kjønn, lokasjon, interesser og atferd. Meta er et godt og effektivt verktøy for kampanjevirkosomhet, og til å opprettholde synlighet og relevans i enkelte målgrupper. Likevel kan det være kostbart og krevende å skulle opprettholde synligheten her over tid.

Anbefaling:

- **Opparbeide seg en digital synlighet organisk**

Med jevnlig publisering av innhold og interaksjon med andre kontoer (les: kommenter, lik, del, svar), vil man kunne opparbeide seg en synlighet uten å måtte betale.

- **Benytte Meta**

Metas annonseverktøy bør benyttes til å fremme de innleggende som presterer best. Et godt presterende organisk innlegg vil som regel også prestere bedre som annonse enn et innlegg som presterer mindre godt.

- **Sette opp årsbudsjett**

For merkevarebyggende aktivitet, anbefaler vi å sette et årsbudsjett, og fremme enkeltposter jevnlig med mindre budsjetter, f.eks. 2-4 ganger i måneden – i motsetning til ved salgsfremmende aktivitet, der det bygges opp til å bruke større summer over kortere perioder.

- **Ikke bruk «fremme-knappen»**

Når et innlegg skal fremmes, anbefaler vi å ikke bruke «fremme-knappen». Dette er en enkel løsning, men tillater færre segmenteringsalternativer enn Meta Business Suite sitt annonseverktøy. Bruk tid på å lage gode målgrupper, og unngå å «skyte spurv med kanon», som vi pleier å si.

4.2.3 Nyhetsbrev

Lillestrømbibliotekene trykker i dag opp fysiske programmer som ofte etterspørres av besøkende. Ettersom interessen for å vite hva som foregår på bibliotekene åpenbart er høy, kunne et verdifullt supplement dermed vært digitale nyhetsbrev.

Bibliotekene besitter allerede mye informasjon om besøkende – som fødselsdato, bosted og e-postadresser, gjennom registrene knyttet til utlån av bøker. For å kunne sende ut elektroniske nyhetsbrev som inneholder markedsføring for bibliotekets virksomhet, må en likevel innhente samtykke for å kunne rette markedsføringshenvendelser til fysiske personer ved elektroniske kommunikasjonsmetoder.

Anbefaling:

- **Månedlige nyhetsbrev med oversikt over hva som skjer på bibliotekene fremover**

En registreringsboks for på- og avmelding bør plasseres sentralt på bl.a.

Lillestrømbibliotekenes nettside, slik at den aktuelle mottakeren kan melde sin interesse, og dermed samtykker til å motta informasjon fra koordinator ved biblioteket i form av et pent utformet nyhetsbrev, slik mange store nettsider, salgsplasser og butikker gjør det. Ved å informere om og synliggjøre hva som skjer på bibliotekene i god tid før avvikling av arrangementene, vil mottakere av nyhetsbrevene kunne invitere med seg venner, kjente og potensielt nye brukere av biblioteket.

4.2.4 Presse

I dagens mediebilde er det viktig å ha realistiske forventninger til potensialet for presseoppslag om egne aktiviteter, og hvilken effekt redaksjonell omtale har på oppslutning. Det blir stadig vanskeligere å nå gjennom med den klassiske «forhåndssaken» om planlagte arrangementer, og nåløyet for å få spalteplass blir stadig mindre. Det er videre en kjent problemstilling at ulike redaksjoner ikke prioriterer å dekke arrangement på ettermiddag/kveld/helg grunnet mindre ressurser tilgjengelig. Høyt arbeidspress og færre ressurser kan samtidig senke terskelen for å få saker på trykk, om de

presenteres til riktig tid, og i riktig format. Pressehåndtering og informasjonsarbeid er derfor en spesialisert oppgave som i økende grad bør dedikeres til en egen ressurs i en organisasjon, med forventninger og behov for presseoppdrag. En annen mulighet er å inngå et strategisk samarbeid med aktuelle medieaktører.

Anbefaling:

- **Partnerskap med lokale medieaktører**

Det anbefales at det inviteres til et partnerskap med lokale medieaktører som Romerikes Blad for å utvikle et samarbeid på bibliotekenes arenaer, med hensikt å øke samfunnets fokus på ytringsfrihet, demokratiutøvelse og kildekritikk. Under Mediedagene i Bergen i 2013 la Fritt Ords prosjektgruppe «Journalistikk og demokrati» frem en rapport etter følgende mandat: Hvor går mediene? Hva kan gjøres? Under ledelse av tidligere redaktør og journalistlagsleder Sven Egil Omdahl, gir en prosjektgruppe noen anbefalinger om hvordan journalistikken kan tilpasse seg en ny tid. En av anbefalingene i rapporten lyder som følger:

Folkebibliotekenes forsøk med modellbibliotek bør utvides til også å utforske ulike former for samarbeid med lokal- og regionaviser. Mulige former for samarbeid kan være samlokalisering, felles arrangementer, felles arbeidskraft eller prosjekt for utvikling av lokale innholdstjenester. (Fritt Ord 2013:12)²⁹

Rapportens problemstillinger og mediebildet har de siste 10 årene kun fått en forsterket aktualisering, og et slikt strategisk partnerskap vil derfor være enda mer aktuelt i årene fremover. Vår anbefaling er at Lillestrømbibliotekene inviterer Romerikes Blad/Amedia til samtaler om en slik modell.

- **Arrangementer om dagsaktuelle problemstillinger**

Programmering av kulturarrangementer som kan kobles opp mot dagsaktuelle problemstillinger kan bidra til å øke arrangementets nyhetsverdi og vekke interessen hos journalister, som igjen vil kunne lede til redaksjonell omtale. Ved å ha muligheten for redaksjonell omtale i bakhodet under utviklingen av kulturprogrammet, vil en kunne gjøre seg mer attraktiv for media.

4.3 Større fokus på egeninntjening

Selv om gratisprinsippet historisk sett har stått sterkt hos bibliotekene, kan det argumenteres for at vi i nyere tid ser at dette rokkes ved. Et eksempel er det nye hovedbiblioteket i Bjørvika, hvor bystyret i Oslo i 2015 vedtok at biblioteket skulle leie ut inntil 7000 kvm og besluttet et inntektskrav på 12,5 millioner kroner³⁰.

²⁹ Fritt Ord. (2013). *Journalistikk og demokrati. Hvor går mediene? Hva kan gjøres?*.

³⁰ Oslo Kommune. 2020. Byrådets forslag til budsjett 2020 og økonomiplan 2020-2023. Oslo

Til tross for at dette ikke nødvendigvis hadde annen hensikt enn ren finansiering av biblioteket, kan det sees i sammenheng med at bibliotekenes rolle i større grad har endret seg de siste årene. Som det fremkommer i Rambølls rapport, er ikke biblioteket lenger rene kunnskaps- og læringsarenaer, men har også fått rollen som kultur- og litteraturhus, møteplass og aktivitetssenter. (Rambøll 2022: 23f). I tillegg til det økonomiske potensialet som ligger til grunn for et økt fokus på egeninntjening, vil det kunne lede til andre gevinster som vi skal komme nærmere inn på i punktene nedenfor.

4.3.1 Utleie av konferansefasiliteter og møterom

Gjennom utleie av konferansefasiliteter og møterom vil en kunne invitere ikke-brukere inn i et lokale de vanligvis ikke hadde oppsøkt. Når man først har fått dem inn i lokalet vil man gjennom godt formidlingsarbeid kunne vekke nysgjerrigheten og bevisstgjøre de besøkende om aktiviteter og tilbud som vanligvis finner sted på bibliotekene. Dette stemmer også overens med Rambølls rapport, hvor en fjerdedel svarer at utsagnet «Jeg ble oppmerksom på kommende arrangementer på biblioteket» passer helt eller i stor grad til å beskrive deres besøk på biblioteket. (Rambøll 2022: 36).

Eksempler på mulige leietakere kan være privat sektor, kommunal virksomhet, frivillige organisasjoner og studenter. Etersom Lillestrømbibliotekene ikke har noen krav til egeninntjening, står de i teorien fritt til å velge mellom leietakere og aktører. Likevel er det flere aspekter som må hensyntas – spesielt knyttet til det felles verdigrunnet folkebibliotekene er tuftet på, og den eventuelle merverdiavgiften som potensielt kan utløses som følge av utleievirksomhet.

Anbefaling:

- **Vedtak om økt møtevirksomhet på bibliotekene i regi av kommunen**

Det anbefales at bibliotekene inviterer Lillestrøm kommune til å legge flere av kommunens møter på Lillestrømbibliotekenes lokasjoner. På denne måten vil kommunens aktiviteter både bidra til økt bekjentgjøring av tilbudene på bibliotekene eksternt og internt, og samtidig bidra til egeninntjeningen.

- **Strategi for utleie av konferansefasiliteter og møterom**

Det anbefales at Lillestrømbibliotekene utarbeider en strategi for utleie og egeninntjening på kurs, konferanse og møtelokaler. Gratisprinsippet må vurderes opp mot egeninntjening, men markedsføringen til nye brukere må også hensyntas i denne sammenheng. Ved å åpne for økt utleie av fasilitetene vil man kunne nå nye brukergrupper, som igjen øker oppslutningen rundt bibliotekenes tilbud og aktiviteter.

- **Operere med ulike satser**

Det anbefales at man undersøker mulighetene for å utarbeide en utleiemodell for egeninntjening som tar hensyn til momsreguleringer, med fokus på prioriterte målgrupper man ønsker å nå, sett med i sammenheng med målet om å nå ikke-brukere. Et mulig alternativ er å operere med tre forskjellige satser: gratis, subsidiert og markedsleie.

4.3.2 Profesjonalisering som samarbeidspartner

Gitt bibliotekenes plassering som åpen og tilgjengelig arena, vil det være vanskelig å programmere aktiviteter med et større budsjett finansiert gjennom billettsalg. Dette trenger ikke utelukke bibliotekenes mulighet til å trekke til seg aktører som forfattere, kunstnere eller andre som har et produkt de ønsker å kommersialisere.

Både bokhandlere, kulturarenaer og andre kommersielle aktører i lokalmiljøet vil kunne være mottagelige for gode forslag til kulturprogrammering hvor bibliotekene stiller som arena. Dette gir en kommersiell gevinst for aktørene som deltar, en økt verdi for bibliotekene som arena, og en mulighet for publikum til å velge å motta informasjon og/eller foreta kjøp. For å kunne få til en slik synergi bør bibliotekene vise villighet til å tilrettelegge for denne typen samarbeid.

Hvis en forfatter eller artist er aktuell med en bok eller en produksjon vil denne aktøren først og fremst prioritere aktiviteter som genererer salg/inntekter, som signeringer i bokhandler. Det vil også være forventningen til et forlag, et management eller en distributør. Dette utelukker ikke bibliotekene som arena for aktiviteter, men som arrangør og arena vil man styrke sin posisjon hvis man videreutvikler samarbeidsmodellen mellom kommersielle og bibliotekene som ikke-kommersiell plattform.

Lillestrømbibliotekene har gjennomført flere eksempler på gode samarbeid, som arrangementet med en sportsbutikk, Lillestrømbiblioteket og Lillestrøm Skiklubb, i januar 2023.³¹

Anbefaling

- **Profesjonalisering av markedsrettede samarbeid**

Det anbefales at Lillestrømbibliotekene allokere en egen ressurs til profesjonalisering av markedsrettede samarbeid med kommersielle aktører som øker både innholdsproduksjonen på kulturprogrammering og bredden av partnerskap fører til økt aktivisering og oppslutning rundt de lokale filialene. Det kan for eksempel være et samarbeid med Lillestrøm Kultursenter, om utvikling av en modell for besøkende artister på Kultursenteret som også legger til et besøk og en formidlingsaktivitet på Lillestrøm Bibliotek.

4.4 Gratisprinsippet og mulige etiske dilemmaer

Å åpne for kommersielle aktører kan komme i konflikt med gratisprinsippet, da utleie *kan* fortrenge bibliotekets egne aktiviteter. Undersøkelser fra Deichman Bjørvika viser at utleie påvirker biblioteket på flere måter – både positivt og negativt. Utleie fører til at biblioteket når ut til flere mennesker enn tidligere, og bringer i tillegg med seg nyttige erfaringer fra eksterne aktører. Likevel kan det fortrenge bibliotekets egne aktiviteter, og føre til dilemmaer knyttet til det å skulle velge mellom en betalende

³¹«Grønne Greier: Gratis smørekurs og infokveld om byens skitilbud» 16.01.2023. Arrangement av Lillestrømbibliotekene, Lillestrøm Skiklubb og Foss Sport.

kunde og en ikke-betalende låner. Arbeidet som legges ned i tilretteleggingen for utleie kan dessuten være en større økonomisk belastning enn gevinst.³²

Tall fra kulturbransjen viser at man de siste årene har opplevd en nedgang i besøkstall på flere fronter. Dette kan tyde på at forbrukere har fått nye og endrede vaner som følge av at arenaer for opplevelser og felleskap ble stengt ned under pandemien.

Bibliotekene kan også være en viktig arena for å styrke felleskapene våre, som rom for gode opplevelser og lav-terskel aktiviteter, som igjen kan motvirke ensomhet og opplevelsen av utenforskap. De mulige negative konsekvensene knyttet til kommersiell aktivitet må veies opp mot den mulige gevinsten, i form av flere besøkende: Utfordringen ligger i å skulle forme en organisasjon som utnytter mulighetsrommet i samfunnet, uten at det går på bekostning av verdigrunnet folkebibliotekene er bygget på (Hansen & Klemetsrud 2021: 53).

³² Hansen, Heidi Scarth og Mia Kristin Klemetsrud (2021) «Deichman Bjørvika – klarer biblioteket å balansere utleie og bibliotekdrift?». Masteroppgave. Fakultet for samfunnsvitenskap, OsloMet – storbyuniversitet.