

Kristine Vårdal

Folkebibliotek og digitale informasjonskanaler

**Hvordan mellomstore biblioteker brukte digitale
informasjonskanaler i 2020 og veien videre.**

Sammendrag

Denne oppgaven ser på mellomstore folkebiblioteks bruk av digitale informasjonskanaler (som nettsider og sosiale medier), med et mål å finne ut hvordan de jobbet med disse i 2020, året da koronapandemien kom til Norge og alle bibliotekene måtte stenge. Hvilket innhold la bibliotekene ut? Hva endret seg? Hvordan opplevde bibliotekarene dette? Datagrunnlaget er todelt: kvalitative intervjuer med syv ansatte ved syv ulike bibliotek og en innholdsanalyse av de samme bibliotekenes bruke av digitale informasjonskanaler. Undersøkelsen viste at behovet for å informere lånerne om endringer i tilbudet økte etter at biblioteket stengte, at bibliotekene delte mer digitalt innhold fra andre kulturorganisasjoner, at det ble hyppigere poster om det digitale tilbudet. Intervjuene viste at bibliotekarene hadde fått mer tid til å jobbe sammenhengende med, og evaluere, bruken av digitale informasjonskanaler i større grad når bibliotekene var lukket, og de som hadde sittet mye alene med arbeidet med det digitale hadde positive opplevelser med å dele på oppgavene og samarbeide om de digitale informasjonskanalene. Bibliotekarene så bruken av digitale informasjonskanaler i sammenheng med bibliotekets lovfestede mandater, men de opplevde også noen av dem var vanskelige å fylle digitalt. De eksperimenterte en del med innholdsproduksjon for digitale flater, de prøvde og feilet, og lærte mye av begge deler. Det er mange nivå man kan legge seg på når man bruker digitale informasjonskanaler, fra å bare dele den helt grunnleggende informasjonen, til formidling og til humor.

Abstract

This thesis looks at midsized Norwegian public libraries and their use of digital information channels (such as websites and social media) with the goal of finding out how they worked with them during 2020, the year when the corona-pandemic came to Norway and all the public libraries had to close. What type of content did the libraries post? What changed? How did the librarians experience this? The thesis is based on two sets of data: qualitative interviews with seven librarians at seven libraries and a content analysis of the same libraries use of digital information channels. The content analysis showed that the need to inform library users about changes in their service offers increased after the libraries closed, that the libraries shared more digital content from other organizations within the culture sector, that showcasing the digital services became more common. The interviews showed that the librarians had more time to work with, and evaluate the use of, their digital information channels to a larger degree when the library was closed, and those who had been working alone on digital platforms had positive experiences when they got to share the tasks and work together with others on the digital information channels. The librarians saw the use of digital information channels in connection with the libraries' statutory mandates, but also found some of them hard to achieve digitally. They experimented with content production for digital spaces through trial and error, the learned much from both.

Innholdsfortegnelse

1 Innledning	6
1.1 Bakgrunn	6
1.2 Problemstilling.....	7
1.2 Oppgavens struktur	8
2 Begreper, litteratur og tidligere forskning.....	8
2.1. Digitale informasjonskanaler.....	8
2.2 Sosiale medier	8
2.2.1 Facebook og Instagram.....	10
2.2.2 Snapchat og TikTok.....	12
2.3 Tidligere forskning på folkebibliotek og sosiale medier.....	12
2.4 Folkebibliotekloven og nasjonal bibliotekstrategi	14
2.5 Tidslinje 2020	17
3 Teoretisk bakgrunn.....	18
3.1 Habermas og den offentlige sfære	18
3.2 Nordisk offentlighet.....	19
3.4 Sosiale medier og offentligheten.....	21
4. Metode.....	23
4.1 Avgrensing og valg av metode	23
4.2 Kvalitativ undersøkelse.....	24
4.2.1 Utvalg	24
4.2.2 Rekruttering	24
4.2.3 Gjennomføring	25
4.2.4 Utforming av intervjuguide	26
4.3 Analyse av intervjuene	28
4.4 Innholdsanalyse.....	28
5. Bibliotekenes bruk av digitale informasjonskilder - innholdsanalyse	30
5.1 Mellomstore bibliotek	30
5.2 Analyse	31
5.2.1 Øvre Eiker	31
5.2.2 Malvik bibliotek	35
5.2.3 Stord bibliotek	39
5.2.3.1 Nettsider, podkast og YouTube	39
5.2.3.2 Facebook	40
5.2.3.3 Instagram.....	41

5.2.4 Grimstad bibliotek.....	42
5.2.4.1 Nettsider og YouTube.....	42
5.2.4.2 Facebook.....	42
5.2.5 Hå folkebibliotek.....	44
5.2.5.1 Nettside og YouTube.....	44
5.2.5.2 Facebook.....	45
5.2.5.3 Instagram.....	46
5.2.6 Nannestad.....	47
5.2.6.1 Nettside og YouTube.....	47
5.2.6.2 Facebook.....	48
5.2.6.3 Instagram.....	49
5.2.7 Tønsberg og Færder.....	50
5.2.7.1 Nettsider og YouTube.....	51
5.2.7.1 Facebook.....	51
5.2.7.2 Instagram.....	54
5.2.8 Sammenligning.....	55
6 Funn og analyse intervjuer.....	56
6.1 Valg av informasjonskanaler.....	56
6.1.1 Nettsider.....	57
6.1.2 Facebook.....	58
6.1.3 Instagram.....	60
6.1.4 YouTube.....	61
6.1.5 Snapchat.....	61
6.1.6 Andre kanaler.....	62
6.2 Endring i bruk av digitale informasjonskanaler under pandemien.....	63
6.3 Prøv og feil – hva har fungert og hva har ikke fungert?.....	65
6.4 Kontakt med brukerne.....	68
6.5 Digitale informasjonskanaler og bibliotekets samfunnsoppdrag.....	70
6.6 Digitale informasjonskanaler og legitimeringsarbeid?.....	73
6.7 Hindre for bruken av digitale informasjonskanaler.....	75
6.8 Fremtiden.....	76
7 Diskusjon.....	78
7.1 Bruksendring på grunn av koronaviruset.....	78
7.2 Digitale informasjonskanaler og bibliotekets samfunnsoppdrag.....	80
7.3 Samarbeid, målgrupper og synergi.....	82

7.4 Videre forskning	84
8 Konklusjon.....	85
Litteraturliste	88
Vedlegg 1: Intervjuguide	91
Vedlegg 2: Samtykkeskjema	92

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Våren 2019 skrev jeg bacheloroppgave om små folkebibliotek og sosiale medier, hvor jeg undersøkte 221 folkebibliotek i kommuner med under 10 000 innbyggers tilstedeværelse på sosiale medier. Dette vekket min interesse og nysgjerrighet på hva tankene bak valgene de har tatt om sin tilstedeværelse på nett. Med 2020 kom det ikke bare kommunesammenslåinger, men også en pandemi som stengte bibliotekene i én, eller flere, perioder. Situasjonen for mange folkebibliotek har endret seg, og med disse endringene også behovet for digital informasjon ut til nye og gamle brukere. Det har lenge vært viktig å ha grunnleggende informasjon om biblioteket tilgjengelig på nett, særlig i kommuner med store areal og mange grender, men når det nå tidvis også har vært det eneste stedet å finne informasjon om biblioteket, er digitale informasjonskanaler helt nødvendige.

Dersom man ønsker at brukerne skal bruke biblioteket trenger de å kunne vite at det er stengt på grunn av sykdom før de kommer til låst dør eller at de bare får være der i et kvarter av gangen av smittevernhensyn. Dersom man har et arrangement eller ønsker å markedsføre biblioteket er digitale informasjonskanaler en mulighet til å nå ut til dem som ikke allerede er i biblioteket, eller leser lokalavisa. De fleste bibliotek har også digitale ressurser låneren kan benytte seg av som e-bøker, filmtjenester, databaser av ulikt slag, samt bibliotekets egen katalog, disse må formidles.

Digitalisering er, og har vært, et sterkt fokus i stortingsmeldinger og bibliotekplaner, nasjonalbiblioteket har gitt prosjektmidler til prosjekter med mål om mer digitalt innhold (f.eks. Webløft), og pådriv for digital formidling øker. I "Rom for demokrati og dannelsen" (Nasjonal bibliotekstrategi for 2020-2023) står det at "Nasjonalbiblioteket vil støtte tiltak som utvikler metoder for digital formidling" (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 10). Nasjonalbiblioteket skal også fortsette å øke mengden digitalt innhold og tilgang til dette innholdet for folkebibliotekene. Det digitale arbeidet inngår i arbeidet for "demokrati og dannelsen" som tittelen på strategien alluderer til.

Nettsider og sosiale medier er både informasjonskanaler, kommunikasjonskanaler og markedsføringsmuligheter, det er forventinger fra både brukere og myndigheter at informasjon er tilgjengelig digitalt, derfor kan det være interessant å se nærmere på hvordan bibliotekarer i mellomstore bibliotek bruker disse, hva de tenker om dem og hvordan de ser for seg fremtiden. Digitale informasjonskanaler gir altså rom for å dele grunnleggende informasjon om biblioteket, markedsføre biblioteket og samtale med brukere, i hvilken grad man benytter seg av de ulike mulighetene er opp til hvert enkelt bibliotek.

1.2 Problemstilling

Jeg ønsker å undersøke hvilke kanaler bibliotekene bruker for å dele informasjon og i hvilken grad dette har endret seg i løpet av 2020. Jeg har formulert følgende problemstilling:

Hvordan opplevde bibliotekarer ved mellomstore folkebibliotek bruken av sosiale medier og nettsider som informasjonskanaler i 2020 og hvordan tror de bruken vil bli? Hvordan så 2020 ut i deres sosiale medier?

Dette er ganske bredt, så jeg har fem forskningsspørsmål som bygger opp under problemstillingen:

1. Hvordan har bruken av sosiale medier og nettsider som informasjonskanaler endret seg i 2020?
2. Hvorfor har de valgt de digitale informasjonskanalene de har valgt?
3. Knytter bibliotekarene bruk av digitale informasjonskanaler til samfunnsoppdraget de har som bibliotek?
4. Bruker bibliotekene sine digitale informasjonskanaler for å legitimere driften?
5. Hvordan ser bibliotekarene for seg bruken av digitale informasjonskanaler i fremtiden?

Det er ikke nødvendigvis slik at alle bibliotekansatte er bibliotekarer, men for enkelhetens skyld referer jeg til alle informantene som bibliotekarer. Et mellomstort folkebibliotek har jeg definert utfra kommunestørrelsen, så det kan være stor variasjon i antall ansatte og budsjett for de ulike bibliotekene, men et mellomstort bibliotek i denne oppgaven er et

bibliotek som tilhører en kommune med mellom 10 000 og 30 000 innbyggere ved starten av 2020 (Statistisk sentralbyrå, 2020).

1.2 Oppgavens struktur

I dette kapittelet introduserer jeg oppgaven, i kapittel 2 definerer jeg oppgavens sentrale begreper, som sosiale medier og informasjonskanaler, samt gjennomgår relevant bakgrunnsinformasjon og tidligere forskning jeg bygger på. I kapittel 3 går teoretisk rammeverk gjennom, etterfulgt av metodekapittel, før jeg i kapittel 5 presenterer bibliotekene jeg har undersøkt samme med en analyse av deres bruk av digitale informasjonskanaler i 2020. I kapittel 6 presenteres funn og analyse fra intervjuene, etterfulgt av et diskusjonskapittel og avslutning. I kapittel 7 diskuterer jeg funnene i lys av hverandre før jeg konkluderer i kapittel 8.

2 Begreper, litteratur og tidligere forskning

I dette kapittelet vil oppgavens sentrale begreper utdypes og oppgavens kontekst greies ut.

2.1. Digitale informasjonskanaler

Jeg har valgt å definere både nettsider, sosiale medier, nyhetsbrev, podkaster o.l. som *digitale informasjonskanaler*, da alle kan benyttes som dette og har muligheten for å kommunisere budskap fra folkebibliotekene, og det er enklere å forholde seg til et paraplybegrep som dette. Dette innebærer alle mulighetene biblioteket har til å kommunisere til og med sine brukere. Det er grovt sett tre typer informasjonskanaler: de hvor brukerne ikke har mulighet til å kommentere offentlig, som nettsider, podkast og nyhetsbrev, eller på sosiale medier hvor biblioteket har skrudd av muligheten for kommentering (man kan begrense dette på de fleste sosiale medier dersom man ønsker dette), de hvor det er åpent for offentlig samtale, ofte i kommentarfeltet på et sosialt medium eller kanskje en artikkel på nettsiden til biblioteket, og til sist meldingstjenester hvor biblioteket og den, eller de, som det meldes med er de eneste som kan se og svare.

2.2 Sosiale medier

"Et typisk trekk ved sosiale medier er blandingen mellom det private og det offentlige, og at det er tilrettelagt for interaktivitet og deltakelse" (Aalen & Enli, 2018), som en del av den norske offentligheten gir det bibliotekene en arena for deltagelse som, gjennom algoritmene, kan, sende dem inn i de digitale strømmene til personer som deltar på disse

plattformene, uten at de nødvendigvis oppsøker dem selv. Aalen (2015, s. 19) mener det er to trekk som gjør de sosiale mediene til nettopp sosiale medier, utydelig skille mellom avsender og publikum, alle kan produsere og konsumere, men det er også lett med mange-til-mange kommunikasjon.

Sosiale medier legger opp til interaksjon i ulik grad, de fleste plattformene har muligheter for å sende direktemeldinger privat eller kommentere offentlig, indikere at man "liker" en post ved et likerklubb (eller annen reaksjon), i tillegg vil man gjerne kunne dele innhold videre, enten offentlig eller privat. I *Liker – liker ikke: sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet* beskrives sosiale medier slik: "Sosiale medier tilbyr tre viktige typer innebygde handlingsmuligheter: profiler, vennelister og kommunikasjonsverktøy" (Enjolras et al., 2013, s. 23), teksten beskriver profilen som brukerens eget rom, hvor man kan legge til det man selv ønsker, som bilder, tekst, lenker til andre nettsider osv. Disse profilene kan være offentlige, eller halvoffentlige. Vennelistene "gjør synlig brukernes sosiale nettverk og publikum" (Enjolras, 2013, s. 23), og til sist er det det innebygde kommunikasjonsverktøyet som man kan bruke til å skrive på andres profil, disse kan igjen tilby offentlig, halvoffentlig eller private kommunikasjonsmuligheter. Det skal sies at hvor mye kontroll brukeren selv har på hva som er offentlig, halvoffentlig eller privat stadig endrer seg, i skrivende stund kan man også stille inn hvem som kan se vennelisten på Facebook. Alle sosiale medier endrer funksjonalitet etter hvert som de utvikles, derfor vil jeg under å beskrive noe av funksjonaliteten bibliotekene hadde tilgang til når denne oppgaven ble skrevet.

Når et bibliotek oppretter en profil, eller konto, på et sosialt medium så vil det variere om de kan opprette en profil som om de var privatperson eller en form for organisasjon (det tilbys ofte bedriftsprofiler). Man kan med andre ord tilnærme seg bruken av sosiale medier som et folkebibliotek på flere nivåer, man kan f.eks. bare publisere innhold, man kan åpne for interaksjon i større og mindre grad osv.

Det finnes ulike sosiale medier, med ulike typer brukere og innhold, noen er videobaserte (som TikTok, Twitch og YouTube), men de fleste baserer seg på en blanding av tekst, bilder og video (som Facebook, Instagram, Reddit, Discord, og Twitter). Man kan ofte se innhold på de sosiale mediene uten å selv ha en profil, men man har begrensede interaksjonsmuligheter,

og ofte kan brukerne velge å sette profilen sin privat slik at bare brukere de selv velger kan se det de poster.

Det er også mange måter å navigere mellom profiler og innhold, enten man søker på brukernavn eller emneord. Mange sosiale medier benytter seg av brukergenerert metadata i form av emneknagger/hashtags for å gjøre det lettere å finne innhold man ønsker å se:

Når mange innholdselementer blir knyttet til samme knagg, oppstår det innholdskategorier. Dette kan gjøre det enklere å finne informasjon på nett, blant annet i sosiale medier. Ved å søke på knaggen #matoppskrifter, kan vi for eksempel finne bilder, innlegg og lignende knyttet til matoppskrifter.

(Dvergsdal, 2019)

Disse emneknaggene brukes på ulike måter, ikke bare til å finne innhold knyttet til tema eller type innhold, men man kan også lage unike emneknagger som man kan bruke for å kategorisere eget innhold slik at man kan finne igjen spesifikt innhold, for bibliotek kan det for eksempel bety å lage en emneknagg som ikke betyr noe for innhold de vil bruke på en skjerm i lokalet slik at de kan legge ut bare bilder fra Instagram med emneknaggen (alle kan bruke emneknaggen så man må være obs på at den ikke er i bruk allerede og at den kan misbrukes). Man kan bruke flere emneknagger samtidig.

2.2.1 Facebook og Instagram

De mest relevante sosiale mediene i denne oppgaven er i hovedsak Facebook og Instagram, som begge er eid av samme selskap (Facebook Inc).

Facebook er det sosiale mediet de fleste bibliotek bruker (samtlige bibliotek undersøkt i denne oppgaven hadde en profil der). Facebook er det sosiale mediet med flest norske brukere, ifølge IPSOS sin "SoMe-tracker" fra siste kvartal i 2020 sjekket 67% nordmenn over 18 år Facebook daglig, og hele 83% av nordmenn over 18 har en profil, de som bruker Facebook minst er de under 30 år (IPSOS, 2021b). IPSOS sine tall inkluderer ikke de under 18, og de fleste sosiale medier har aldersgrense på 13 år, så disse tallene representerer ikke den yngste aldersgruppen, som gjerne bruker noen av de sosiale mediene enn andre.

Facebook har også det som nok er den nyttigste funksjonen for bibliotekene; arrangementsfunksjonen. Man kan legge inn bibliotekprogrammet og folk kan vise interesse

ved å velge "deltar" eller "interessert", eventuelt "ikke interessert" og brukere kan dele lenker til arrangementet seg imellom (både i og utenfor Facebook), brukere vil også kunne få varsler dersom de har meldt seg på et arrangement om de har valgt dette. Denne funksjonen er nyttig for alle som holder arrangement, da brukerne slipper å legge ting inn i egne digitale kalendre om de skulle ønske en påminning om et arrangement de var interessert i. Selv om man bare kan vise interesse for arrangement, kommentere eller sende melding til biblioteket om man selv har en konto på Facebook er det mulig for alle å se det som postes uten å logge inn, og de er også uavhengig av om man bruker en nettleser eller Facebooks egne apper.

Facebook Inc eier også direkte meldingstjenesten Messenger som en del av sitt tilbud, hvor man sender meldinger mellom brukere, slik kan man sende meldinger privat, enten mellom en og en person eller til en gruppe personer. Denne finnes i egne apper for mobiltelefoner og datamaskiner, men også bygget inn i Facebook for nettlelere, som bruker kan man ha Messenger uten å ha profil på Facebook.

I 2012 kjøpte Facebook opp Instagram, som på det tidspunktet var en enkel billedelingstjeneste, men som siden har fått mange nye funksjoner og blitt tilgjengelig for flere brukere. Tjenesten har i dag billedeling, men også "historier" som forsvinner etter ett døgn som kan være bilder og korte snutter, "reels" som er korte videosnutter, "IGTV" som er muligheter for lengre videoer, mulighet for direkte sendinger, mulighet for det de kaller guider, som ofte vil være samleposer av innhold en bruker har postet, en handleside hvor bedrifter via annonser kan selge produktene sine samt mulighet for å sende direkte meldinger mellom brukere (Instagram, u.å.). I juni 2021 sa sjefen for Instagram at de ikke lenger anså seg primært som en billedelingstjeneste, men en tjeneste for video og underholdning (Clark, 2021). Det er altså veldig mye ulik funksjonalitet på Instagram, for å kunne utnytte alle må man ha en smarttelefon, man kan få sett noe av innholdet via en nettleser uten å være logget inn, men man må være logget inn via app for å få tilgang til alt offentlig publisert innhold. 60% av nordmenn over 18 år har Instagram, 36 % bruker Instagram daglig, Instagram har også noe færre brukere over 40 enn Facebook har (IPSOS, 2021b).

2.2.2 Snapchat og TikTok

Snapchat er det nest største sosiale mediet i Norge blant brukere over 18 år ifølge IPSOS, som sier at 44% bruker tjenesten daglig, mens 64% har en brukerprofil (IPSOS, 2021b).

Denne tjenesten skiller seg fra de andre som nevnes i denne oppgaven fordi den er mer lukket, man må ha appen på en smarttelefon for å kunne bruke tjenesten, og den baserer seg på tekst, bilde og video delt mellom brukere, og som forsvinner etter kort tid (derav navnet Snapchat). Man kan også "legge en Snap i Story-funksjonen, hvor snaps vises kronologisk, og hvor de har en varighet på 24 timer" (Hartvig Abrahamsen, 2020). For å finne frem til profiler på Snapchat må man søke i selve appen, en søkemotor vil ikke kunne fortelle om ditt lokale bibliotek er der, dermed må de dele brukernavn i sine andre kanaler for å nå ut.

TikTok er et sosialt medium som baserer seg på korte videosnutter, fra ett minutt opptil tre minutter, de har også en direktesendingsfunksjon. Dette mediet var ikke med i IPSOS sin undersøkelse fra 2020, men innlemmet i tredje kvartal i 2021 hvor det kommer fram at ca. 21% nordmenn har en konto på tjenesten, halvparten av disse er mellom 18 og 30 år (IPSOS, 2021a). Dette er det sosiale mediet med den yngste brukergruppen, IPSOS sin undersøkelse omfatter ikke barn under 18, men TikTok, som de fleste sosiale medier, har 13-årsgrense, så det er grunn til å tro at denne gruppen bruker appen. Ingen av bibliotekene i denne undersøkelsen brukte TikTok, men flere av informantene opplyste at de hadde den på sin radar. Inne på TikTok kaller man grupper som er interessert i et spesielt tema for TEMANAVNtok, slik at man kan finne hverandre. BookTok (Krogh, 2021) har fått mye oppmerksomhet, også i Norge, da videoer om bøker har skapt overraskende bestselgere, noe også norske bokhandlere har tatt med i beregningen når de skal lage utstillinger.

2.3 Tidligere forskning på folkebibliotek og sosiale medier

Det er gjort studier på offentlige bibliotekers bruk av sosiale medier og grad av brukerengasjement som oppnås. Facebook er blant de mest brukte sosiale mediene for folkebibliotek, og også gjenstand for innholdsanalyser av innhold fra mange bibliotek, som de 151 amerikanske bibliotekene med 4,637 innlegg Joo et al. (2018) gikk gjennom. Bibliotekene bruker oftest Facebook til å dele kommende arrangement og innhold relatert til tidligere arrangement (bilder, videoer etc.), og at brukerengasjement for det meste strekker seg til "likes" og ikke deling eller kommentarer til innlegg og at innlegg som ikke handler om

biblioteket, men noe som er viktig i lokalmiljøet (som en gratulasjon etter et lokalt lags seier i et sportsarrangement) har potensiale til å spres bredere enn det "vanlige" bibliotekrelaterte innholdet, at å bytte profilbilde eller "coverbilde" gir likerklipp, (Joo et al., 2018).

Det er også gjort case-studier av enkeltbibliotek, som Tromsø biblioteks bruk av Facebook (Skare, 2018, 2020). Ved Tromsø bibliotek i perioden januar til og med juni 2018 ble det postet 133 poster, 45 av disse omhandlet arrangement, 30 var delinger, 23 poster omhandlet litteratur, 20 informasjon, 4 var spørsmål til publikum og en post ble kategorisert som "annet" (Skare, 2020, s. 214), samtidig var det relativt lavt engasjement fra brukere med få kommentarer og likerklipp. Disse studiene viser både hva bibliotek poster mye av, men også hva brukerne responderer mest på, noe som kan gi en indikasjon på hvilket innhold de ønsker, og finner nyttig, fra bibliotekene, selv om det ikke er slik at verdien i en post som informerer om at biblioteket er stengt på grunn av sykdom ikke er verdifull selv om ingen liker den, å forhindre en bomtur kan bety like mye som å informere om et forfatterbesøk, noe som ikke nødvendigvis blir synliggjort i studiene beskrevet ovenfor. Studiene er med på å gi et bilde av situasjonen for bruk av Facebook i folkebibliotek i Norge og verden slik den er eller har vært.

En tidligere masteroppgave om folkebibliotek og intensjoner ved bruk av sosiale medier (Kornstad, 2017) er også sentralt bakgrunnsmateriale, da det er noe overlapp mellom det jeg ønsker å undersøke og det som undersøkes der. Kornstad spurte bibliotekarer om hvordan de bruker sosiale medier, hva intensjonen er, om de opplever effekt av det og hva de poster, informantene kunne fortelle at de var motivert av muligheter til å synliggjøre (markedsføre) bibliotekene, "være der folk er" og legitimering av seg og sine tjenester. Bibliotekene har derimot ingen formelle strategier for bruk av sosiale medier, kanskje en innholdspolicy som ligger i bunn, men stort sett utvikles bruken underveis og gjennom samtaler de ansatte mellom. Arrangements-funksjonen på Facebook sparer bibliotekarene tid på annet promoteringsarbeid, men bibliotekarene har ikke avsatt tid til å lage innhold for sosiale medier og må gjøre det innimellom de andre oppgavene sine dersom de har tid. Disse funnene sier mye om hvorfor bibliotek er på nett, og det mest interessante her er de komplekse grunnene til å bruke sosiale medier: informere, markedsføre og legitimere, særlig det siste er kanskje interessant for denne oppgavens del. Det er også interessant at

bibliotekenes mangel på strategier for bruk av sosiale medier som gir bibliotekarene mye spillerom for bruken, noe som kan være positivt for kreativiteten, men at et løst rammeverk eller en generell innholdspolicy også kan gi trygghet for den som skal poste på vegne av biblioteket (Crawford, 2014; Swanson, 2012).

Det er Facebook som har vært mest undersøkt av de sosiale mediene, det er betydelig vanskeligere å finne konkret forskning på bibliotek og andre sosiale medier, men så er det også slik at Facebook er mest brukt blant bibliotekene. Det finnes noe forskning på bruk av Twitter, men av bibliotekene i denne undersøkelsen er det ingen som bruker Twitter aktivt.

2.4 Folkebibliotekloven og nasjonal bibliotekstrategi

I innledningen var både folkebibliotekloven og nasjonal bibliotekstrategi nevnt, loven legger blant annet føringer for hva folkebibliotekene skal tilby eller legge til rette for.

Formålsparagrafen i folkebibliotekloven lyder slik:

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. (Folkebibliotekloven, 1985, § 1)

Det er altså mange oppgaver for bibliotekene, i denne paragrafen, og flere av disse kan man også gjøre digitalt, de fleste bibliotek har i dag en viss mengde e-bøker og lydbøker tilgjengelig, i biblioteket kan man gjerne også logge inn og få tilgang til aviser, magasiner og ulike databaser. Det er kanskje vanskeligere å være en digital møteplass og arena for offentlig samtale og debatt, men gjennom direktesendte deltagende arrangement eller åpne kommentarfelt har man muligheter. I tillegg skal man levere kvalitet, bredde og være aktuelle. Det er mye på en gang for folkebibliotekene, og da særlig de små og mellomstore, eller de som har veldig begrensede budsjetter. Det er kommunene som har ansvaret for drift av folkebibliotekene:

Til formål nevnt i kapittel I skal alle kommuner ha et folkebibliotek. Folkebiblioteket kan drives av kommunen alene, eller i helt eller delvis driftsfellesskap med annen kommune, fylkeskommunen eller statlig institusjon. Kommunen fastsetter reglement for folkebiblioteket. (Folkebibliotekloven, 1985, § 4)

Hver kommune er lovpålagt å ha et bibliotek, og de må forholde seg til formålsparagrafen med tanke på bibliotekets innhold, men de har frihet til å drifte som de selv ønsker ellers med tanke på enhetsorganisering, budsjett og reglement.

I tillegg til folkebibliotekloven foreligger den nasjonale bibliotekstrategien for 2020-2023 *Rom for demokrati og dannelse* som regjeringens måte å påvirke folkebibliotekene på og styre dem i den retningen de ønsker, blant annet ved å indikere hva slags prosjekter man vil kunne søke på midler til og gjøre kjent tilbud bibliotekene kan benytte seg av.

Bibliotekstrategien beskriver bibliotekene som demokratihus, som "sammen utgjør disse viktig demokratisk infrastruktur og er en grunnstamme i demokratiet" (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 4), bibliotekene gjør informasjon tilgjengelig, de driver integreringsarbeid, digital opplæring m.m. Målet med strategien er "å videreutvikle bibliotekene som relevante og viktige kunnskapsinstitusjoner som skal bidra til folkeopplysning og dannelse for befolkningen" (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 10), for å oppnå dette presenterte de tiltak i tre kategorier: formidling, samarbeid og utvikling, infrastruktur.

Formidlingstiltakene innebærer blant annet at Nasjonalbiblioteket skal støtte tiltak for utvikling av digitale formidlingsmetoder, og at bibliotekene skal kunne søke på midler til "aktiv formidling" hvor et av målene er økt utlån av både fysiske og digitale midler. Dersom bibliotekene skal gi kunnskap og dannelse holder det ikke bare å gjøre materialet tilgjengelig for de som ønsker det, men også å formidle og spre informasjon om tilbudet aktivt.

Tiltak som bringer biblioteket og samlingene ut av bibliotekrommet til nye grupper vil være særlig prioritert. Aktivitetene kan være blant annet tilrettelegging og formidling til barn og unge, oppsøkende bibliotek tjenester, digital formidling og formidling av digitalt innhold. Samarbeid med frivillige organisasjoner, idrett og arbeidsliv, eller

samarbeid mellom bibliotek er sentralt i dette arbeidet. (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 22)

Samarbeid og utviklingstiltakene handler om å kunne få støtte til prosjekter hvor man samarbeider på nye måter med blant annet fagbibliotek og skolebibliotek.

Infrastrukturtiltakene som er relevante for denne oppgaven handler om at bibliotekene har tilgang til flere typer digitalt innhold: innhold låneren kan nytte seg av uten å være i lokalet, som lån av e-bøker, film og lydbøker (som nesten ikke produseres på CD eller i andre formater man fysisk kan låne hjem mer) og så er det ressurser som er tilgjengelig kun i bibliotekets lokaler, som digitale aviser, pliktavlevert materiale gjennom Nasjonalbibliotekets nettsider.

Erfaringene fra forrige strategiperiode viser at bruken av det digitale innholdet som bibliotekene allerede har tilgang til, er relativt liten. Formidling og valg av hvilke digitale ressurser man vil anskaffe og formidle, må bli en like viktig del av bibliotekets virksomhet som innkjøp og formidling av fysisk innhold.

(Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 34)

Det digitale tilbudet bør anses på likefot med det fysiske, i alle fall sett fra regjeringen og deres strategis ståsted. Denne bibliotekstrategien bygger på folkebibliotekloven, og særlig punktene om aktiv formidling, opplysning og utdanning, samt at tilbudet skal gjøres kjent. For å få dette til må også de som jobber i bibliotekene får mulighet til kompetanseheving:

Samtidig skal bibliotekansatte være veiledere i kilder på nettet. Biblioteket skal være et naturlig sted å henvende seg for den som ønsker å skille mellom ekte og falske nyheter, mellom gode og dårlige kunnskapskilder. Personale med bred og oppdatert kompetanse er avgjørende for at bibliotekene skal kunne utføre sine samfunnsoppgaver og levere et godt bibliotektilbud.

Oppbygging av ny kompetanse hos bibliotekarene er avgjørende for å utvikle nye tjenester og et fremtidsrettet bibliotektilbud. (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 43)

Den nasjonale bibliotekstrategien for perioden 2020-2023 hadde, som de fleste andre, ikke tatt høyde for en global pandemi, men med fokus på både digital formidling, digitalt tjenestetilbud og opplysningsrolle for digital kompetanse var kanskje bibliotekene noe mer forberedt på å operere mest i det digitale biblioteket enn det fysiske i en periode, og som neste avsnitt vil vise så fikk ble det gjort noen tiltak som kanskje kan ha hjulpet noen flere videre.

2.5 Tidslinje 2020

I og med at denne oppgaven dreier rundt et så unormalt år som 2020 er det greit med en oversikt over hendelser i samfunnet og biblioteksektoren som vil ha påvirket folkebibliotekene og deres digitale behov.

13. mars 2020: Bibliotek over hele landet stengte helt eller delvis ned i noen uker (sammen med resten av samfunnet), etterfulgt av gradvis gjenåpning, hvor mange bibliotek i samråd med kommunen tilbød ulike grader av tjenestene sine, mange gjorde det mulig å bestille bøker (via katalogsystem, telefon eller e-post og sosiale medier) og hente dem ferdig pakket. Sommeren forløp relativt normalt da smittetallene var lave og bibliotekene kunne være åpne så lenge de hadde smittevernstiltak som avstand og håndsprit, utover høsten ble det større variasjoner tiltakene rundt i landet, basert på lokale smitteutbrudd. I august og september lanserte mange av bibliotekene programmer for høsten, med påmelding og registrering av deltagere, med stor avlysningsfare.

I løpet av den første perioden med stengte bibliotek ble det digitale tilbudet til bibliotekene styrket fra nasjonalt hold:

"Bibliotekene vil få støtte til innkjøp av flere e-bøker og til formidling og arrangementer på digitale plattformer. Fram til sommeren vil alle skoler, elever, og studenter få tilgang til hele den digitale samlingen til Nasjonalbiblioteket av pliktavlevert materiale, og den digitale tilgangen for forskning og dokumentasjon dobles" (Bibliotekutvikling.no, 2020b).

Dette gjorde at biblioteker kunne søke om midler til digitale formidlingsprosjekter, og at digitale lånerne hadde tilgang til flere bøker. Det var også andre som stilte sine databaser eller tjenester som vanligvis kun er tilgjengelig ved betaling til gratis disposisjon en periode. Det

ble også lansert et digitalt nasjonalt lånekort som man kunne registrere seg for å bruke uten å besøke et bibliotek (Bibliotekutvikling.no, 2020a), dette gjorde det mulig for nye brukere av bibliotek tjenesten å komme til, selv om det fysiske biblioteket mange steder ikke var åpent eller hadde veldig begrenset tilgjengelighet.

3 Teoretisk bakgrunn

Denne oppgaven er noe todelt, på den ene siden er den praksisnær og spør: hvordan bruker bibliotekene sine digitale informasjonskanaler, på den andre siden handler den også om hvilken funksjon disse informasjonskanalene fyller, og kan fylle, for bibliotekene, denne delen baserer seg på offentlighetsteorien.

3.1 Habermas og den offentlige sfære

Habermas sin offentlighetsteori har fått en del oppmerksomhet i bibliotekfaglig i forbindelse med at formålsparagrafen i Folkebibliotekloven (1985) ble endret (endringen trådte i kraft i 2014), den er aktuell når det gjelder bibliotekets nå lovforankrede rolle som møteplass og arena for offentlig debatt, derfor er den også en del av denne oppgaven. Den offentlige sfære er der borgernes meninger kan uttrykkes, gjennom diskurs og debatt, og denne offentligheten skal være tilgjengelig for alle (Habermas et al., 1974). I *Borgerlig offentlighet: dens fremvekst og forfall: henimot en teori om det borgerlige samfunn (1962/2002)* (originaltittel *Strukturwandel der Öffentlichkeit Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*) skriver Habermas om hvordan orden offentlig har mange betydninger og kan forstås ulikt, han går også gjennom historien som det han omtaler som *den offentlige sfære* har vært gjennom. Den offentlige sfære utviklet seg på 1700-tallet, som en respons på fremvekst av industri og kapitalisme (produksjonen ble flyttet fra hjemmene til fabrikker o.l.), det ble følgelig behov for en større offentlig diskurs for borgere, uten innblanding fra myndighetene. I starten foregikk denne diskursen i møter i kaffehus og salonger, stort sett mellom folk i de øvre samfunnslag, hvor de kunne diskutere det de selv anså som aktuelt og interessant, det være seg kunst eller politikk. Det var på sett og vis to offentlige sfærer, den litterære og den politiske.

Med den borgerlige offentlighet forstås først og fremst den sfære der privatfolk samles til publikum. Denne offentlighet – som er reglementert av øvrigheten – gjør publikum straks krav på for å bruke den til en konfrontasjon

med de offentlige myndigheter om de allmenne regler for samkvem i den fundamentalt privatiserte, men offentlige relevante sfære for varesamkvem og samfunnsmessig arbeid. (Habermas, 1962/2002, s. 21)

Meningsutvekslingen var ikke bare muntlig, den vokste også frem i tidsskrifter og aviser, man diskuterte seg frem til en slags opinion. Den offentlige sfære gir borgerskapet mulighet til å ytre seg om, og til, myndighetene, gjennom diskurs og debatt.

Ikke alle fikk delta i meningsutvekslingen på samme måte: "Kvinner og uselvstendige er både faktisk og juridisk utelukket fra den politiske offentlighet; mens den kvinnelige lesekrets, og dette gjelder også lærlinger og tjenere, ofte tar sterkere del i den litterære offentligheten enn de private eiendomsbesittende og familiefedrene selv gjør" (Habermas, 1962/2002, s. 52).

På 1800- og 1900-tallet kom også massemediene til, med masseproduserte magasiner, aviser og bøker, radio, fjernsyn og etter hvert også internett (som rommer de foregående massemediene, i tillegg til de nye nettsidene og sosiale mediene). I 1962 var Habermas ikke særlig positiv til utviklingen av den offentlige sfære i massemediene: "På veien fra kulturresonerende til kulturkonsumerende publikum har det som en gang som litterær offentlighet ennå lot seg skille fra den politiske offentlighet mistet sin karakter" (Habermas, 1962/2002, s. 163), den kulturen som spres i massemediene er en "integrasjonskultur" som integrerer informasjon og resonnement med underholdning, og til og med reklame, dette er med på å viske ut skillet mellom det offentlige og det private, men også mellom den litterære og den politiske offentlige sfære. Habermas har siden nyansert sitt syn på massemediene og arbeidet videre med konsepter som den kommunikative handling, men for denne oppgaven holder det med en forståelse for hva en offentlige sfære er, hvordan den har endret seg og vokst frem, og at den vil kunne evolvere videre.

3.2 Nordisk offentlighet

I kapittelet *The Public Sphere in the Nordic Model*, fra boka, *Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model* (Engelstad et al., 2017) beskrives den offentlige sfære slik den kan sees i Norden. Dersom man kan snakke om en nordisk samfunnsmodell består den av en sterk og aktiv stat med generøse velferdsordninger, samarbeid mellom arbeidsgivere og arbeidstakere (f.eks. kollektivt organiserte lønnsforhandlinger), dette er fordi man til

grunn har verdier rundt demokrati, likestilling og inkludering i samfunnet (s. 47-48). Dette har ført til en offentlig sfære som skiller seg fra Habermas sin definisjon, da en sterk og aktiv stat også tilrettelegger for offentligheten, gjennom økonomisk støtte og ytringsfrihet.

Unfortunately, in his later developments Habermas remains vague on the extension and shape of the public sphere. Within the narrower limits presented here, five specific institutional fields may be singled out as constituting its core. They have in common the characteristics of a topos in a double sense – of being topics of debate and criticism and of producing knowledge and at the same time of being social spaces manifested in institutions. The five topoi are the media, arts and cultural production, voluntary organizations, research and higher education and religion. What these topoi have in common is that they are sources of the formation and revision of and critical debate on social opinions relevant to collective decision making. In the Nordic region, common to all these is that they are closely connected to the state by comprehensive sets of restrictions and various forms of facilitation – political, economic or otherwise. (Engelstad et al., 2017, s. 49)

Det er fem kjerneinstitusjoner i denne versjonen av offentligheten: media, kunst og kultur, forskning og utdanning, frivillige organisasjoner, og religion. Folkebibliotekene vil sortere under "kunst og kultur" i denne modellen, derfor går jeg ikke inn på de andre institusjonene her, men de er alle viktige deler av den offentlige sfære i Norden, og i nasjonal bibliotekstrategi oppfordret regjeringen til mer samarbeid mellom kunst og kultur og forskning og utdanning (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019).

Kunst- og kulturinstitusjoner har ulike tilskuddsordninger, for bibliotek er det f.eks. kulturrådets innkjøpsordninger, prosjektmidler man kan søke på fra nasjonalbiblioteket, og det faktum at alle kommuner er lovpålagt å tilby sine innbyggere et folkebibliotek. Myndighetene har også forpliktet seg til ytringsfriheten. NOUen «*Ytringsfrihed bør finde sted*» var et resultat av en utredning ledet av Francis Sejersted som hadde som mål å "foreta en grunnleggende gjennomtenkning av ytringsfrihetens stilling i vårt samfunn. Et kjernepunkt for arbeidet skulle være en revisjon av ytringsfrihetens grunnlovsværn." (NOU

1999:27, 1999, s. 2). En av de foreslåtte endringene var et infrastrukturkrav, som ville gjøre myndighetene pliktige til å legge til rette for ytringsfriheten i større grad enn tidligere:

Det offentliges oppgave i sammenheng med dette infrastrukturkrav er imidlertid omfattende. Denne oppgave omfatter vesentlige deler av kulturpolitikken gjennom bevilgninger og støtteordninger. Det innebærer videre at de rettslige reguleringer i bredere forstand, det vil si de lover som regulerer de nevnte institusjoner, og som dermed mer indirekte er relevante for ytringsfriheten, er omfattende. Det gjelder lovregler som pålegger det offentlige plikter som positivt er med på å verne ytringsfriheten ved at de forplikter det offentlige til å opprette og styrke det offentlige rom og den offentlige samtale. Det viktigste positive vern om ytringsfriheten på lovsnivå ligger her og er altså av indirekte art. (NOU 1999:27, 1999, s. 113)

Dette ble inkludert i oppdateringen av ytringsfrihetsparagrafen i 2004 slik "Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale" (Grunnloven, 2004, § 100). Dette førte igjen til den tidligere nevnte oppdatering av folkebibliotekloven i 2014.

3.4 Sosiale medier og offentligheten

Hvor passer de sosiale mediene inn når vi nå snakker om offentlighet? I *Liker – liker ikke: sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet* beskrives sosiale medier som både nettverk og medium. Som medium er de sosiale mediene et sted man kan både skape og produsere innhold og konsumere innhold produsert av andre på en og samme side, eller til og med på tvers av plattformer, dette gjør at de skiller seg fra mer tradisjonelle former for medier: "mens tradisjonelt medieforbruk var passivt, er informasjonsbruk gjennom sosiale medier nødvendigvis aktivt, med en mulighet for informasjonsdeling" (Enjolras et al., 2013, s. 24). Enjolras et al. (2013) beskriver også sosiale mediers funksjon som nettverk, hvor det er ulike muligheter for å bli sett: alle kan delta og knytte bånd til hverandre (demokratiserende, liten-verden), men bare noen vil bli populære, gjennom store vennenettverk eller høy frekvens av deling, dette er også gjerne de som allerede har ett stort nettverk eller stor innflytelse, og slik er sosiale medier både hierarkisk (rike-blir-rikere) og demokratiserende (s. 26-28):

Sosiale mediers demokratiseringseffekt er dermed resultatet av to innbyrdes motsigende mekanismer eller nettverkseffekter: På den ene siden fører rikere-blir-rikere effekten til et nytt digitalt hierarki som delvis bidrar til å reproducere eksisterende elites makt og innflytelse og delvis produserer et nytt hierarki basert på popularitet i digitale nettverk, men på den andre siden fører liten-verden-effekten til en demokratisering hvor alle kan ha innflytelse når informasjonen sprer seg i kaskader gjennom nettverket. (Enjolras et al., 2013, s. 32)

En konsekvens av dette er også et potensiale for fragmentering av offentligheten hvor det kan dannes ekkokammer hvor man ikke får informasjon utenfra. Det er altså mange mulige måter for internett og sosiale nettverk å utspille seg, man kan forsterke allerede eksisterende hierarkier, man kan få nye hierarkier, samtidig som alle, i utgangspunktet, kan delta. Både det teknologiske rammverket (tilgang til internett, måten nettsidene og sosiale medier bygges og styres) og det mellommenneskelige (hvem vi hører på) påvirker hverandre.

En fordel med sosiale medier er at alle kan bruke dem, og at de i stor grad er gratis eller har lave kostnader knyttet til bruk, for enkeltpersoner så vel som organisasjoner (Enjolras et al., 2013, s. 33). Dette er en av grunnene til at å ta i bruk sosiale medier kan være både enkelt og effektivt for bibliotekene å ta i bruk når de skal nå ut til sine brukere og samfunnet rundt.

I *Liker – liker ikke: sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet* fremmes ideen om at sosiale medier ikke bare bør sees på som noe nytt og adskilt fra det offentlige rom, men at det er et sted offentlig og privat sfære blandes på nye måter, og ikke er adskilt fra resten av tilværelsen:

Det som foregår online ... ikke skjer adskilt fra våre daglige liv. Snarere representerer det en *utvidelse* av allerede eksisterende rom og relasjoner. Sosiale medier er ikke et nytt rom, men et verktøy som kobler mennesker på tvers av tids- og rombegrensninger. (Enjolras et al., 2013, s. 191)

For folkebibliotekene vil sosiale medier være en måte å tre inn i enkeltmenneskers sfære i den forstand at de kan velge å inkludere dem når de bruker sosiale medier eller bare surfer på nett, ved å likerklikke eller følge dem på sosiale medier inviterer de dem inn, og de kan også aktivt oppsøke nettsider for informasjon, eller de kan få dem tilfeldig inn fordi noen på

deres venneliste har trykka på en knapp og sagt at de skal komme på et arrangement eller har kommentert på en post fra biblioteket.

4. Metode

4.1 Avgrensing og valg av metode

Flere metoder har vært aktuelle for prosjektet, valget falt på kvalitativ metode med både intervjuer og innholdsanalyse. Jeg vurderte først en kvantitativ spørreundersøkelse som kunne gå ut til alle mellomstore folkebibliotek, det ville kunne gi interessante svar fra mange respondenter. Etter å ha lest tidligere forskning på området innså jeg at svarene som man lett kunne fått ved en slik undersøkelse (som hvilke sosiale medier som brukes eller hvordan de i hovedsak brukes) allerede er undersøkt eller kan best gjøres på andre måter.

Problemstillingen handler om hvordan de som bidrar til bibliotekets sosiale medier og nettsider forholder seg til oppgaven, og dette kan kreve mer utfyllende svar enn et spørreskjema tillater. Det er mulighet for åpne spørsmål i et slikt skjema, men det vil ikke det nødvendigvis gi et godt datagrunnlag, da det krever mer av respondenten enn å velge mellom alternativer eller skrive et enkelt svar som er et tall eller noen få ord. Svarene fra respondentene vil påvirkes av hvor mye tid vedkommende har til rådighet, skriftlig kompetanse samt deres tolkning av spørsmålet (Johannessen et al., 2016, s. 264).

Problemstillingen dreier også rundt nylige endringer i vaner og arbeid med digitale informasjonskanaler i bibliotekene, som følge endrede behov på grunn av Covid-19 (og der det er aktuelt: endringer etter kommunesammenslåinger og andre større administrative hendelser) i løpet av 2020. De plutselige endringene gjør også at de kan være vanskelig å formulere gode avgrensede spørsmål til et spørreskjema. I Johannessen et al. (2016) står det om kvalitativ metode at den er "særlig hensiktsmessig hvis vi skal undersøke fenomener som vi ikke kjenner særlig godt, og som det er forsket lite på, og når vi undersøker fenomener vi ønsker å forstå mer fylldigere" (s. 28), noe som stemmer overens med tidsperspektivet i problemstillingen. Det er nylige endringer som skal undersøkes og sammenlignes med tidligere praksis.

Det er også et behov for å tegne et litt bredere bilde over situasjonen for bruk av nettsider og sosiale medier blant de aktuelle bibliotekene, derfor blir det også en kvantitativ del som

gir en grov oversikt over deres bruk av digitale informasjonskanaler. Informantenes motivasjon og uttalelser kan dermed belyses også gjennom den digitale innholdsproduksjonen som foreligger.

4.2 Kvalitativ undersøkelse

Intervjuer er den best egnede metoden for å svare på problemstillingen fordi det gir mulighet til å "skreddersy hvert intervju til informantens situasjon" (Johannessen et al., 2016, s. 146), noe som er nyttig da de ulike bibliotekene gjerne benytter seg av ulike sosiale medier, noen bruker bare Facebook, mens andre også for eksempel også bruker Instagram eller YouTube. Intervjuene vil foregå én-til-én for å la informantene snakke fritt, og reflektere over egen bruk av digitale informasjonskanaler.

4.2.1 Utvalg

Utvalget er mellomstore folkebibliotek, som her defineres som folkebibliotek i kommuner med mellom 10 000 og 30 000 innbyggere, noen av kommunene er nylig sammenslåtte og er fortsatt administrativt adskilt og noen har samarbeid med større kommuner om bibliotektiltjenestene og det er dermed bibliotek i denne gruppa som i praksis har en større eller mindre base av potensielle lånere. Intervjuforespørsler sendes til de bibliotekene som er aktive i bruk av digitale informasjonskanaler. Det blir et "intensivt utvalg" som er et utvalg av "personer som er sterkt preget av et kjennetegn uten nødvendigvis å være ekstreme" (Johannessen et al., 2016, s. 117). De må være aktive, det vil si at de i det minste måtte ha nettsider som viste tegn på aktiv bruk (f.eks. synlig oppdateringsdato, aktuelle saker på fremsiden, tydelig oppdaterte åpningstider) eller en konto på et sosialt medium som ble oppdatert med nytt innhold i 2020, men det har ikke blitt gjort noe forsøk på å finne de bibliotekene som utmerker seg spesielt i bruken av digitale informasjonskanaler. Det er ønskelig å høre fra de som bruker digitale informasjonskanaler aktivt, men ikke nødvendigvis er "superbrukere" og har ekstra engasjement, selv om det er mulig at disse er mer villige til å stille opp som informanter.

4.2.2 Rekruttering

Rekruttering av informanter skjedde i første omgang via e-post til biblioteket/den det gjelder (der det er mulig å identifisere en mulig informant uten å først ha hatt kontakt med biblioteket). Bibliotekene har ulik mengde kontaktinformasjon liggende ute, noen har e-

poster til alle sine ansatte, andre har bare en overordnet til biblioteket, og det er denne som i hovedsak er brukt. Det ble sendt ut e-poster i tre runder, først en e-post i slutten av januar til alle de 78 mellomstore bibliotekene, og så en i februar til de som ikke hadde svart, og deretter en mellom vinterferie og påskeferie, det var den siste som fikk mest respons. Det var fem svar på den første e-posten, en av dem takket nei til å delta, mens fire var positive. Andre runde gav ytterligere tre positive svar, mens den siste runden gav to. To av intervjuene jeg gikk i samtale om endte ikke opp med å bli gjennomført.

4.2.3 Gjennomføring

På grunn av koronaviruset og ulike nasjonale og lokale tiltak og regler for personlige møter ble alle intervjuene gjennomført via vidermøtetjenesten Zoom. I Tjora (2021) står det at det "kan være greit å overlate til informantene å velge hvor intervjuet skal finne sted" (s. 135), da dette vil være steder der informantene føler seg trygge, enten det er på arbeidsplassen eller hjemme. Gjennom et digitalt intervju vil de selv kunne velge hvor de sitter, men det begrenser også hvor intervjuet kan gjøres. Informantene trenger et sted hvor de er komfortable med et videointervju, gjerne eget kontor eller et rom hvor det går an å lukke døren. Dette skulle vise seg å være kanskje den største utfordringen da det i perioden intervjuene ble gjennomført var nedstenging av flere bibliotek samt avvikling av vinterferie. Det var uforutsigbart for de ansatte i bibliotekene når de ville være hvor og det kunne endre seg svært fort, dette førte til flere utsettelse eller avlysninger av intervjuer.

En fordel med digitale intervjuer er at det kan rekrutteres informanter fra hele Norge, og kanskje også at flere vil ha mulighet til å si ja da logistikken rundt er enkel så lenge man allerede har benyttet slike løsninger tidligere, noe mange vil ha opplevd i 2020 om de ikke hadde det før, men noen kan mangle utstyret som trengs eller bare ha det privat og ikke ønske å benytte seg av det. Det man trenger er en PC eller telefon med kamera og mikrofon. Det kan være noen faller fra fordi de ikke er komfortabel med videosamtale (selv om det bare er lyden som tas opp) eller programvaren Zoom. Det ble et par tilfeller av teknisk krøll, hvor en mikrofon ikke fungerte, eller informanten ikke var kjent med Zoom da de brukte en annen løsning for videosamtaler ved biblioteket og det var et nytt program, det gikk greit med disse intervjuene, men om man er usikker eller vet det kan bli problemer kan det øke terskelen.

Gruppeintervju ble vurdert, da det kunne være interessant å høre informantene sammenligne egne praksiser og dele ideer seg imellom, men dette byr på utfordringer med både å avtale en tid alle kan, men også fordi intervjuene foretas over Zoom, og personvernkrav gjør at det må gjøres et lydopptak av samtalen via Nettskjema sin opptaksapp eller en lydopptaker. Dette gir et ekstra lag til mulig teknologisk krøll med mikrofoner som er av eller på når de ikke skal være det osv. Det ville også være utfordringer med hvem som snakker når og dynamikken mellom informantene ved en slik variant. I Johannessen et al. (2016) står det om én-til-én intervjuet at det brukes til "fyldige og detaljerte beskrivelser av informanternes forståelse, følelser, erfaringer, oppfatninger, meninger, holdninger og refleksjoner knyttet til et fenomen" (s. 146), det er denne typen beskrivelser problemstillingen forsøker å komme frem til, dette avgjorde valget om denne intervjutypen.

Intervjuformen som ble valgt var den semistrukturerte, dette fordi et strukturert intervju, hvor alle spørsmål og rekkefølgen på disse er fastlagt (eller det til og med er svaralternativer) har noen av de samme begrensningene som et spørreskjema ville hatt, manglende fleksibilitet og at utformingen avhenger av informasjon som allerede er tilgjengelig. Noe av målet med undersøkelsen er å avdekke faktiske forhold, og et semistrukturert intervju har "en overordnet intervjuguide som utgangspunkt, men spørsmål, temaer og rekkefølge kan variere. Intervjueren beveger seg frem og tilbake." (Johannessen et al., 2016, s. 148). Slik får man frihet til å la samtalen flyte naturlig mellom ulike emner, åpner opp for at ting som ikke er tatt høyde for i intervjuguiden kan komme på banen, og gjør det også mulig å tilpasse til enkeltinformantene. Det var for eksempel ingen grunn til å stille spørsmål om sosiale medier som ikke ble brukt ved dennes bibliotek. Intervjuguiden gir intervjuer faste holdepunkter å trekke samtalen tilbake til dersom det skulle skli ut, og holder hoveddelen av intervjuene til samme tematikk, noe som gjør det enklere å sammenligne og kodifisere svarene i den etterfølgende analysen.

4.2.4 Utforming av intervjuguide

Den semistrukturerte intervjuguiden er utformet slik at den kunne tilpasses hver enkelt informant basert på bibliotekets valg av informasjonskanaler og typen innhold de produserer til disse. Jeg har basert oppbyggingen av intervjuguiden på et Tjoras (2021) beskrivelser av dybdeintervjuets struktur med oppvarmingsspørsmål, refleksjonsspørsmål og

avrundingsspørsmål, hvor målet er å bygge opp tillit og komfort i relasjonen mellom intervjuer og informant. Tematikken i denne oppgaven er ganske avgrenset, og ikke spesielt sensitiv så det viktigste var å få samtalen i gang og etablere forståelse av prosjektets tematikk.

Intervjuene startet med en introduksjon av både intervjuer og prosjektet, hvor det praktiske ble avklart: Hvordan intervjuet foregår, hva som vil skje med dataene som samles inn, muntlig bekreftelse på at databehandlingen er forstått (allerede gjort skriftlig før intervjuet). Deretter fulgte oppvarmingsspørsmålene for å avklare informantenes rolle når det kommer til bruk av informasjonskanaler ved deres bibliotek, deres erfaring med digitale informasjonskanaler utover nåværende jobb og utdanningsbakgrunn.

Refleksjonsdelen inneholdt spørsmål gruppert etter tema, med spørsmål som forhåpentligvis kan belyse problemstillingen og tilhørende forskningsspørsmål. Så langt det lot seg gjøre unngikk jeg bruk av ledende språk slik at informanten stod fritt i svaret. Det ble brukt styrende oppfølgingsspørsmål eller forklaringer dersom de litt mer åpne startspørsmålene blir for åpne og samtalen dreide bort fra de ønskelige temaene. De digitale informasjonskanalene har flere (overlappende) bruksområder og denne oppgaven omhandler dem som verktøy for å spre informasjon og kommunisere med brukerne, og ikke som markedsføring, og har dermed latt være å bruke ord knyttet til markedsføring, men heller ord som forhåpentligvis leder mot bibliotekets samfunnsoppdrag og samhandling med andre brukere av informasjonskanalene.

Det ble gjennomført et testintervju av en testinformant som jobber med sosiale medier i bibliotek (men som jobber i et større bibliotek enn de som er inkludert i oppgavens undersøkelser), noe som endret ordlyden i noen av spørsmålene samt la til flere utdypningsspørsmål med stikkord som førte til flere refleksjoner fra testinformanten. Særlig noen av spørsmålene var litt vanskelig formulert, og det endte med alternative formuleringer som jeg kunne benytte om hverandre for å bli forstått og få samtale inn på tema jeg ønsket.

Jeg endte opp med 7 gjennomførte intervjuer, som varte mellom 25 og 55 minutter. Jeg sluttet å lete etter flere informanter fordi tiden begynte å bli knapp, men også fordi store deler av intervjuene lignet en del på hverandre. Jeg hadde nådd et metningspunkt. Målet

med oppgaven er delvis å identifisere mulige likheter og ulikheter i bibliotekenes praksis og bibliotekarenes holdninger og tanker, men mest er det å vise hvordan bruken av digitale informasjonskilder er i praksis i de bibliotekene som blir undersøkt nærmere i oppgaven og hvilke tanker de som gjennomfører arbeidet har og det tror jeg at jeg har klart.

4.3 Analyse av intervjuene

Etter endt intervju ble opptakene transkribert, og deretter kodet i to omganger. Jeg brukte metoden som i Tjora (2021) beskrives som en *induktiv empirinær koding* hvor man først koder materialet basert kun på innholdet i intervjuet, for å ivareta det informantene faktisk har sagt. I steg to grupperer jeg disse kodene tematisk for "å samle koder som har en innbyrdes tematisk sammenheng, i grupper, samt å skille ut koder som vi anser som irrelevante i en restgruppe" (Tjora, 2021, s. 229). Resultatet vil gi grunnlaget for tema slik de presenteres i analysekapitlene.

4.4 Innholdsanalyse

For å få mest mulig ut av det informantene har sagt om bibliotekets egen praksis vil det være nødvendig og kikke på bibliotekenes innholdsproduksjon på de aktuelle sosiale medier og nettsider, både gjennom en analyse av innhold på de respektive biblioteker, men også noe sammenligning på bibliotek som ligner deres.

I og med at oppgavens utvalg er mellomstore bibliotek så har jeg hentet grunnleggende informasjon om alle de 78 bibliotekene i gruppen: hvilke sosiale medier bruker de, har de nettsider osv. Dette arbeidet er gjort manuelt via søkemotor og bibliotekene (eller kommunens i noen tilfeller) nettsider. Dessverre er det vanskelig å fange opp enkelte sosiale medier ved denne metoden, dersom biblioteket ikke lenker til et sosialt medium via nettside eller bruker et navn som søkemotorer oppfatter som deres vil man ikke få opp treff, dette gjelder særlig Snapchat som man må søke i appen for å få treff, samt gjerne vite brukernavnet fra før, men noen sosiale medier har også mulighet for å utelukke profilen fra treff i søkemotorer.

For de bibliotekene som har deltatt i intervjuer har jeg sett på bibliotekenes innholdsproduksjon i 2020. Da dette ikke er en ubetydelig mengde innhold har jeg holdt innsamling og analyse så enkel som jeg kan. Jeg har ikke strukket analysen inn i 2021 da jeg ikke ønsket å se på innhold postet etter at jeg hadde oppnådd kontakt med informantene.

Analysen ble i de fleste tilfeller gjort før intervjuene, men på grunn av flere plutselige endringer i avtalene, som flytting av intervju til et tidligere eller senere tidspunkt, ble det i noen tilfeller bare gjort en overfladisk undersøkelse på forhånd.

Jeg har gjort en grov innholdsanalyse av alle bibliotekenes sosiale medier og nettsider. Jeg vil beskrive funnene kort. Jeg har kategorisert alle postene fra 2020, med forbehold at noe innhold er slettet eller blitt borte. F.eks. opplesninger som man har hatt rettighetene til å ligge ute i en tidsbegrenset periode. Jeg har sortert postene fra Facebook (som alle bibliotekene bruker) i ni kategorier:

1. Fysisk arrangement: alle poster som handler om fremtidige arrangement i biblioteket
2. Digitale arrangement (Dig. Arr.): alle poster som handler om digitale arrangement (inkludert opptak av selve arrangementet).
3. Fra arrangement (fra arr.): Poster som omhandler arrangement som postes i ettertid, f.eks. bilder fra arrangementet eller omtaler.
4. Informasjon (Info): Rene informasjonsposter om hvordan bruke bibliotekets tilbud, som informasjon om åpningstider (og endringer i disse), smittevern eller hvordan logge seg inn på e-bok appen.
5. Deling lokal: Deling av innhold produsert av andre lokale aktører, det kan være innhold fra kommunen, lokale lag og organisasjoner, lokalaviser osv.
6. Deling øvrig: Deling av innhold produsert utenfor kommunen/tilknyttet region, f.eks. saker fra nasjonale medier eller deling av innhold produsert av andre en biblioteket selv.
7. Formidling: Innhold som har som hovedmål å formidle bøker og andre medier biblioteket har til rådighet, som anbefalinger av bøker, film, spill og musikk eller kunstutstillinger i biblioteket osv.
8. Fra biblioteket (fra bib.): Innhold som deler livet i biblioteket, men som ikke er knyttet til et arrangement eller en formidlingssituasjon, det kan være bilder fra renovering av lokaler, at noen har reist på kurs, utstillinger i biblioteket. en morsom anekdote fra biblioteket osv.
9. Annet: Det som ikke passer inn i noen av de øvrige kategoriene, herunder poster om lesekampanjer (mange bibliotek deltar for eksempel i Sommerles).

Det er klart mulig med overlapp, særlig "fra biblioteket" kan også være andre ting, man kan orientere om endrede åpningstider sammen med et bilde fra biblioteket, bilder av utstillinger i biblioteket kan sees på som både formidling og et bilde fra biblioteklivet, jeg har falt på sistnevnte om det ikke er aktiv formidling av bøkene i bildet, men dersom bildet kommer sammen med tekst om bøkene vil det være formidling. "Fra arrangement" og "fra biblioteket" er også overlappende kategorier, men jeg ville skille de postene som omhandlet arrangement ut for å kunne se om bibliotekene jeg undersøker har tilsvarende grad av arrangements-relaterte poster som annen forskning har funnet og se hvordan de har endret seg i løpet av pandemien. Det er potensiale for overlapp i nesten alle kategoriene, men jeg har puttet hvert innlegg i én kategori, da det i de fleste tilfeller bare er en som passer. For Instagram bruker jeg de samme kategoriene, men har fjernet de om deling da lenking ikke er aktuelt der (med unntak lenke i profilen eller i "historier" som forsvinner etter 24 timer og som ikke er mulig å undersøke ved denne metoden). Jeg har også registret hva som er krysspostet mellom de ulike sosiale mediene.

5. Bibliotekenes bruk av digitale informasjonskilder - innholdsanalyse

5.1 Mellomstore bibliotek

I denne oppgaven er *mellomstore folkebibliotek* bibliotek som befinner seg i kommuner som ved inngangen til 2020 hadde mellom 10 000 og 30 000 innbyggere, da var det 78 kommuner i denne gruppen. Alle brukte nettsider og/eller sosiale medier til å legge ut innhold.

Samtlige bibliotek hadde kontoer på Facebook, noen løste dette ved å ha en for hele kommunen, andre hadde egne kontoer for filialer. Særlig i kommuner som ble sammenslått ved inngangen til 2020 hadde bibliotekene gjerne flere profiler. 41 av bibliotekene hadde også Instagramprofiler, ett av dem opererte med to profiler på Instagram, hvor en av dem var rettet mot ungdoms, mens den andre var for biblioteket generelt. 7 av bibliotekene hadde profiler på Twitter, men ingen hadde oppdatert disse etter 2019. 5 av bibliotekene hadde YouTube-kanaler man kunne komme til enten ved å søke på biblioteket i en søkemotor eller gjennom videoer lagt ut i de andre sosiale mediene til biblioteket, men dette tallet er mest sannsynlig for lavt da det er mulig å gjøre kanalen "usynlig". Som nevnt i kapittel 2 er det vanskelig å vite om et bibliotek har Snapchat eller ikke, derfor har jeg bare funnet 2 bibliotek som har konto der, enten fordi de opplyser om det på nettsider eller sosiale medier, eller det ble oppgitt informasjon under intervjuer. 2 bibliotek har podkast.

Ett av bibliotekene opplyser om at de har profil på TikTok, ett bibliotek har en aktiv blogg. 3 benytter seg av nyhetsbrev sendt gjennom e-postlister.

5.2 Analyse

Under følger analysene av de ulike bibliotekene informantene kommer fra, med oversikt over typer innhold og beskrivelser av bruken slik den var i 2020. Det er ikke registrert likerklipp eller delinger på de ulike postene, da det ofte er snakk om små tall (bortsett fra på enkeltposter som har enten vekket mer engasjement eller som har nådd ut til flere) som ikke sier så mye uten tilgang til f.eks. tall over hvor mange som har sett postene. Følgertallene indikerer hvor mange som har sagt at de er interesserte og kan sees i sammenheng med innbyggertallet i kommunen som må kunne sies å være målgruppen, men hvem som helst kan følge bibliotekenes sosiale medier fra hvor som helst, i bibliotekenes tilfeller vil dette kanskje være andre i bibliotek- og kultursektoren eller fraflyttede innbyggere som ikke har fjernet sitt likerklipp eller lignende. Jeg har inkludert disse tallene for å vise proporsjonen mellom innbyggertall og antall følgere, og også hvor stort publikum som kanskje kan se det bibliotekene legger ut, utover det er disse tallene ikke særlig interessante uten å belyses av tall for besøk på nettsider og gjerne også tall på besøkende i bibliotekene, men jeg har ikke tilgang til disse tallene. Det er også muligheter for at de blir fulgt av falske profiler som ikke tilhører reelle personer eller organisasjoner. For hvert enkelt bibliotek har jeg prøvd å vise de ulike typene innhold bibliotekene produserer, og likheter og ulikheter i hvordan de bruker sine digitale informasjonskilder.

5.2.1 Øvre Eiker

Øvre Eiker kommune hadde 19423 innbyggere ved inngangen til 2020 (Statistisk sentralbyrå, 2020), og ligger i Viken fylke. Biblioteket er lokalisert i rådhuset, bibliotekaren jeg intervjuet omtalte det humoristisk som "kjelleren". Jeg intervjuet daværende konstituert biblioteksjef som også var den som hovedsakelig arbeidet med sosiale medier for biblioteket siden de startet med det ved biblioteket i 2010. Hun hadde ikke jobbet med sosiale medier før hun fikk ansvar for dette, og kommer fra en bibliotekfaglig bakgrunn.

Biblioteket hadde egne nettsider (<https://oeikbib.no/>), Facebook (<https://www.facebook.com/ovreeikerbibliotek/>), Instagram (<https://www.instagram.com/oeikbib/>) og en YouTube-kanal (<https://www.youtube.com/channel/UCZR-6SptbOvb3Ib-R-5QAFA>). De hadde også en

Snapchat-konto (ukjent brukernavn) som iblant ble benyttet i forbindelse med arrangement for ungdom.

5.2.1.1. Nettsider og YouTube

På egne nettsider hadde de informasjon om biblioteket og de tjenestene som tilbys, de delte også boktips og annet redaksjonelt innhold. De lenket til de sosiale mediene de hadde på nettsiden. De hadde også en YouTube kanal de tok i bruk i forbindelse med pandemien, hvor det lå 21 videoer fra 2020, i hovedsak lesestunder for barn, men noen andre videoer for arrangementer eller lesetips (Øvre Eiker bibliotek, u.å.-a). Disse videoen ble delt på bibliotekets sosiale medier som arrangement eller som egne poster, og YouTube i seg selv var vel mest som lagringsplass å regne snarere enn et sosialt medium i aktiv bruk.

5.2.1.2. Facebook

Måned	Fysisk arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	35		1		3	1	7	2	1	50
Feb	15		3	2			5	1	1	27
Mars	5	7	2	6	4	6	6		2	38
April		8		11	4	1	12	2	3	41
Mai		7		4	3		7		6	27
Juni	5			10	4	2	6		6	33
Juli	4			2			13		4	23
Aug	18		1	3	2		5		2	31
Sept	16	1	3		2		4	3	5	34
Okt	14		4	1	1	1	1	3	1	26
Nov	2	3	1	7	2		7	2		24
Des				4			27	3	5	39
total type	114	26	15	50	25	11	100	16	36	393

Tabell 1: Øvre Eikers Facebookposter i 2020

Per 21. mars 2021 hadde Øvre Eiker sin side på Facebook 2482 følgere og 2376 likerklipp på selve siden (ikke enkeltposter), som har hatt et ønske om å få med seg det biblioteket poster eller sett og likt den, siden ble opprettet 9. september, 2010 (Øvre Eiker bibliotek, u.å.-b).

Tabell 1 viser hvilke typer poster Øvre Eiker la ut i 2020, det var totalt 393 poster, det er flest poster om fysiske arrangement (tett fulgt av formidlingsposter), og man kan se på tallene fra januar og august/september når det er programslipp. I mars avlyser biblioteket alle arrangement inntil videre og det blir gjort forsøk på digitale erstatninger. For Øvre Eiker er disse forhåndsinnspilte videoer som gjenspeiler arrangement de allerede har hatt. Lesestund

for barn, samt et forsøk på arrangementet "strikk og lytt" hvor en bibliotekar leser en novelle, som i biblioteket innebærer at folk kan ta med seg noe håndarbeid og lytte mens de arbeider, men digitalt ble det en video med opplesning. Jeg har valgt å kalle det digitalt arrangement når de tilsvarer arrangement som ellers ville funnet sted i biblioteket, selv om det ikke er direkte sendt. Øvre Eiker har også, fra november 2020 deltagende arrangement, som digital lesesirkel.

Øvre Eiker formidler digitalt på tre måter: Bokanbefalinger som egne poster på Facebook (ofte signert en av de ansatte, kun fornavn), poesi og sitater, eller tematiske anbefalinger skrevet for nettsidene og delt på Facebook. I mars og april tar formidlingen en digital vending og det opplyses om litteratur som er tilgjengelig også i, eller kun i, e-bokformat. Særlig i desember formidles det mye da de hadde en julekalender med korte videosnutter som i stor grad var anbefalinger av bøker og andre medier biblioteket har til utlån.

Biblioteket legger ut dikt eller sitater om torsdagene under emneknaggene "diktpåentorsdag" og "sommersitatet". Det er ingen andre på Facebook som bruker disse emneknaggene, men en egen emneknagg kan gjøre det lett å hente ut disse bildene og vise på infoskjermer i biblioteket eller finne igjen kun de innleggene.

Man ser også at behovet for informasjon øker i mars, det informeres om stenginger og gjenåpninger, muligheter til å hente bøker på bestilling samt hvilke digitale tilbud biblioteket har og hvordan man kan benytte seg av dem, særlig mars og april legges det ut instruksjoner.

Øvre Eiker deler innhold fra kommunen, et samlokalisert utlånstilbud av utstyr (BUA) og lokalnyheter som omhandler biblioteket eller bibliotekets nærmiljø. Ellers deler de særlig i mars og april nasjonale ressurser som kan være relevante for deres lånere, som hvor man kan få gratis digital litteratur (forfattere som har lagt ut gratis, eller tjenester som formidler litteratur som ikke lenger er beskyttet av opphavsrett) eller digitale arrangement man kan se på eller delta i.

Fra biblioteket deles det fra forberedelser til besøk i kommunens førsteklasser, julestemning i biblioteket, at de har fått nye møbler, lykkeønskninger til en biblioteksjef som sluttet og bilder av nye utstillinger i biblioteket. De 36 postene i "annet" kategorien handler om gjenglemte ting, en tegnekonkurranse, oppmerksomhet rundt merkedager (som ikke kommer med bokanbefalinger, som de stort sett gjør hos Øvre Eiker bibliotek), markering av

dødsfallet til forfatter Beate Grimrud, tips til juleverksted, samt lesekampanjer. Øvre Eiker deltar i Sommerles, og oppfordret også sine lånere til å delta i kampanjer i regi av Hele Norge Leser (<https://www.helenorgeleser.no/>) hvor man kunne registrere hvilke bøker man har lest og delta i konkurranser hvor premiene er bøker.

5.2.1.3 Instagram

Øvre Eiker poster mye det samme på Instagram som på Facebook, men har færre poster, særlig om arrangement. Det er ikke mulig å se hvor lenge de har hatt kontoen, men per 21. mars hadde de 1057 følgere, og 807 innlegg (Øvre Eiker bibliotek, u.å.-c). Dette er under halvparten så mange følgere som de hadde på Facebook. I 2020 hadde de 221 innlegg på Instagram, 151 var krysspostet mellom Facebook og Instagram.

Måned	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	1		2		17	3		23
Feb	4		6		10	1		21
Mars	1	3	1	4	5		3	17
April		3		6	19	2	3	33
Mai		4		4	5	1	3	17
Juni				3	4		7	14
Juli	1			1	10	1	1	14
Aug	3		1	4	6	1	1	16
Sept	2	1	1		6		3	13
Okt	3		3	1		4	1	12
Nov				1	6	2		9
Des				3	24	2	3	32
total type	15	11	14	27	112	17	25	221
krysspostet	15	11	8	25	75	9	22	151

Tabell 2: Øvre Eiker biblioteks bruk av Instagram i 2020

Tabell 2 viser at alle postene om arrangementer var krysspostet, med unntak av bilder lagt ut i etterkant, der var det noen poster som skilte seg fra det som også ble lagt ut på Facebook. Informasjon var også mye det samme. Det var en del kryssposting av formidlingsinnhold også, som videosnutter av bibliotekarer som anbefaler bøker samt dikt og sitater (med de samme emneknaggene som på Facebook "diktpåentorsdag" og "sommersitatet"), men her var også en del anbefalinger rettet mot barn og ungdom som ikke fantes på Facebook, samt en del anbefalinger i et format som egner seg bedre for Instagram (f.eks. designet for å vises i firkantformat). De hadde også litt annet innhold fra

biblioteket, med litt mer personlighet og humor når hyller skal flyttes, en parkert lekebil og flere poster om nye møbler. Det var også mye det samme innholdet for "annet" kategorien.

5.2.2 Malvik bibliotek

Malvik kommune ligger i Trøndelag fylker og hadde 14148 innbyggere ved starten av 2020 (Statistisk sentralbyrå, 2020). Biblioteket har to avdelinger, Hommelvik og Vikhammer, som begge er kombinasjonsbibliotek med skolebibliotek på hhv. ungdomsskole og videregående. Bibliotekaren hadde ikke jobbet i særlig grad med sosiale medier før, men hadde jobbet litt med det i forbindelse med arbeid på et ungdomshus. Hun kom fra en utdanningsbakgrunn i filosofi og var ansatt som skolebibliotekar.

De har nettsider som er undersider hos kommunen

(<https://www.malvik.kommune.no/?cat=463874>) samt katalog og oversikt over digitale

tjenester gjennom bibliofil (<https://malvik.bib.no/>). De bruker Facebook

(<https://www.facebook.com/malvikbibliotek/>) og Instagram

(<https://www.instagram.com/malvikbibliotek/>). Informanten fra biblioteket har delansvar for oppdatering av sosiale medier.

5.2.2.1. Nettsider

Biblioteket hadde undersider hos kommunen, med informasjon om bibliotekene (åpningstider, adresser og kontaktinformasjon), låneregler, guide til hvordan logge inn i bibliofil o.l. De har også datert innhold som har nyheter om arrangement eller tilbud i biblioteket, men de oppfordret til å følge biblioteket på Facebook og Instagram for å få "nyheter og oppdatert informasjon om våre arrangement" (Malvik kommune, u.å.), noe som kanskje kunne indikere at de var mer aktive der. Det daterte innholdet er også begrenset i antall på forsiden, og man kan følge en lenke til flere saker, men det dukker bare opp to innlegg til når man gjør det. Det er ingen aktivitetskalender på nettsiden.

5.2.2.2 Facebook

Malvik bibliotek opprettet sin Facebook side 13. april 2010, per 26. desember 2021 hadde de 1373 følgere, og 1264 likerklipp på hovedsiden (Malvik bibliotek, u.å.-a).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	6			1	1	1	1	2	7	19
Feb	1			1				3	2	7
Mars	2	1		5	1	7		3	1	20
April		11		9					6	26
Mai				5			1	1	4	11
Juni		2							3	5
Juli	1			1				2	8	12
Aug	1			1					5	7
Sept	2						1	2	4	9
Okt	4		1	5				2	4	16
Nov	4			1	1		1	4	6	17
Des			1	1					26	28
total type	21	14	2	30	3	8	4	19	76	177

Tabell 3: Malvik biblioteks Facebookposter fra 2020

Tabell 3 viser at Malvik postet 177 ganger i 2020. Arrangementene utgjorde ikke den største aktiviteten ved dette biblioteket, det gjorde derimot kategorien "annet", mye på grunn av kryssposting av innhold fra Instagram som ikke passer greit inn i de andre kategoriene (se kapittel 5.2.2.3 Instagram).

Poster om arrangement kommer inn på andreplass med 37 poster totalt om kommende arrangement eller deling av innhold fra arrangement som har vært, de bryter således med det mønsteret man ofte kan forvente fra folkebibliotek på Facebook, men det kan tenkes at grunnen er at biblioteket hadde færre arrangement å promotere i perioden. Malvik hadde noen faste arrangementsserier som "barnas bibliotek" som i 2020 gikk første lørdagen i måneden dersom mulig, og hadde ulikt innhold for barn (hobbyverksted, høytlesning, forfatterbesøk), samt "les i lag" som var høytlesning av tekster og diskusjon om disse i tillegg til andre arrangement som ikke var faste.

Biblioteket la i april ut påskeverkstedsvideoer som erstatning for påskeverksted i biblioteket, samt en serie med høytlesning av påskekrim for barn (flere kapitler i en bok). I juni la de ut enda en høytlesning, denne er kun tilgjengelig i 24 timer. Ingen av disse er direktesendte, men forhåndsinnspilte. De postet ikke mye fra arrangementene sine på Facebook i etterkant.

De delte stort sett informasjon om endrede åpningstider, men også smittevern og løsninger for å hente bestilte bøker når biblioteket er stengt, eller senere dersom man ikke ville risikere å gå inn i biblioteket. De begynte også å bruke en ny e-boktjeneste (BookBites) og dette sammenfalt med stengingen og det ble flere poster i mars, april og mai om hvordan bruke tjenesten. De informerte også om andre digitale tjenester (og muligheter for digitalt lånekort).

Biblioteket delte noe innhold fra kommunen og lokalavisa lokalt, i mars delte de en del ressurser for gratis innhold fra andre, deriblant Nasjonalbibliotekets digitale bokhylle, gratis Brillebjørn-lydbok fra forfatter Ida Jackson, og også nasjonale nyheter som handler om bibliotek.

Malvik drev ikke så mye med aktiv formidling av bøker og andre medier som var til utlån, men inkorporer det i annet innhold som, i *Tabell 3*, ble registeret under "fra biblioteket" eller "annet" kategoriene. "Fra biblioteket" deler de bl.a. at en ansatt har bursdag, besøk av skoleelever, nye kunstutstillinger i biblioteket, at det var tilgjengelige aktiviteter for barn i bibliotekrommet, og at de, i samarbeid med helsestasjonen i kommunen, delte ut gratis bøker til toåringer som hadde vært på helsesjekk: "Alle toåringer får boksjekk på toårskontroll på helsestasjonen, og kan hente boka på biblioteket" (Malvik bibliotek, 2020).

Fra "annet" kategorien var det mye krysspostet innhold fra Instagram, men også administrative endringer på Facebooksiden (som endring av profilbilde), humorposter, gjenglemte ting, poster om Sommerles-kampanje, og søken etter frivillige til et høytlesningsprosjekt.

5.2.2.3 Instagram

På Instagram hadde Malvik bibliotek 2174 følgere per 21. november 2021 (Malvik bibliotek, u.å.-b). De postet noe mindre på Instagram enn på Facebook i 2020 (35 færre innlegg), 75 av innleggene var krysspostet med Facebook. Malvik bibliotek brukte også Instagram sin *historie* funksjon og har lagret flere av disse som *høydepunkt* på profilen slik at de ikke forsvinner etter 24 timer som de vanligvis ville gjort. Profiltteksten øverst på siden i november 2021 var "For deg som liker en [#godbok](#) og [#bokfjes](#) og glimt fra [#bibliotekarlivet](#)" (Malvik bibliotek, u.å.-b), emneknaggene i teksten er en indikator på at de deltar med tema eller formatbasert innholdsproduksjon og et frempek til typen innhold de produserer.

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan			1		1	4	6	12
Feb			1		1	5	2	9
Mars		1	1	5	1	3	4	15
April		4		3	1		10	18
Mai				2			4	6
Juni	1				1		2	4
Juli				1		2	8	11
Aug	1			1			6	8
Sept	1		1	1	1	1	5	10
Okt			1	1		4	7	13
Nov					1	3	5	9
Des			1	1		1	24	27
total type	3	5	6	15	7	23	83	142
kryss FB	1	4	2	13	3	15	37	75

Tabell 4: Malvik biblioteks Instagramposter i 2020

Særlig poster i forkant av arrangement var det lite av, men flere fra selve arrangementene. Det var ingen informasjonsposter før pandemien stengte biblioteket, men poster om bibliotekets åpningstider og tilbud ble delt også på Instagram etter dette, men i mindre grad enn på Facebook. Biblioteket formidler i større grad på Instagram enn på Facebook, med flere boktips og poster som i kombinasjon viser bilder av bøker med utdypende tekst. De deler også noe flere bilder fra livet i biblioteket, gjerne besøk fra skoleklasser og barnehager enn de gjør på Facebook.

Hele 83 poster i "annet" kategorien var i stor grad fordelt på tre typer innhold som de brukte ofte. Malvik bibliotek deltok i emneknaggene "#bokfjes/#bokfjesfredag/#bookfacefriday" og "#bokryggpoesi" samt eget innhold hvor de poster humoristiske bilder, blant annet, av en lekefigur av Albert Einstein som finner på ting i biblioteket, deriblant en hel julekalender om Alberts påfunn, alle disse postene ble krysspost til Facebook (med noen unntak hvor det ikke har skjedd). Både "bokfjesfredag" og "bokryggpoesi" er etablerte bildeformater på Instagram som mange andre brukere også deltar i, og her er det bakt inn litt litterær formidling også, da det gjerne skrives litt om boka eller en utstilling av bøker i biblioteket i tekstdelen av posten. Det var også en serie med poster fra en av de ansattes ferie, hvor bibliotekaren stakk innom biblioteker på veien og la ut noen bilder og litt tekst om besøk, med emneknaggen

"#bibloteknorgerundt" også disse postene ble delt på Facebook. Av bibliotekene som ble undersøkt i denne oppgaven var Malvik det eneste som delte humoristisk innhold jevnlig.

5.2.3 Stord bibliotek

Stord kommune hadde 18759 innbyggere ved inngangen til 2020 (Statistisk sentralbyrå, 2020) Stord folkebibliotek benytter seg av nettsider (<https://www.stordbibliotek.no/>), Facebook (<https://www.facebook.com/stord.folkebibliotek>) og Instagram (<https://www.instagram.com/stordbibliotek/>), en lite brukt YouTube-kanal (<https://www.youtube.com/channel/UCBGi2rT8OowjeaELj5KQK-g>) og hadde i tillegg et podkast prosjekt i samarbeid med andre bibliotek i Sunnhordalandsregionen under navnet "Sunnbibpodden" (Stord folkebibliotek, u.å.-a). Min informant var hovedansvarlig for innhold til nett, og hadde sittet alene med det arbeidet, hun hadde en variert faglig bakgrunn med kunstfag, barnehagelærer, spesial pedagogikk, kurs i informasjonsvitenskap m.m. Hun hadde brukt Facebook i forbindelse med en tidligere jobb, men utover dette hadde hun ingen erfaring med digitale informasjonskilder i jobbsammenheng.

5.2.3.1 Nettsider, podkast og YouTube

I "Sunnbibpodden", som ble lansert høsten 2020, med støtte fra Norsk kulturråd ble det gjennomført intervjuer med forfattere fra hele Sunnhordland, pluss et nyere konsept de har kalt "leseglede" som er resultatet av et samarbeid med en skole, hvor barn forteller om bøker de har lest og likt. De skriver om podkastserien med forfatterne at den "tar utgangspunkt i ein serie der lyttarane blir med dei ulike forfattarane på ein tur til deira ynglingstad for si litterære skriving i Sunnhordland" (Stord bibliotek, 2020b)

På nettsidene lå det oversikter over kommende arrangement, digitale og fysiske tilbud ved biblioteket, kontaktinformasjon og en god del nyhets saker og anbefaling fra biblioteket. De har publisert innhold om tema som bærekraft og helse, gjerne i samarbeid med andre kommunale instanser eller som en forlengelse av tema kommunen også fokuserer på, som digitalt folkeverksted (Stord bibliotek, 2020a) som var et integreringsprosjekt for elever ved en barneskole i kommunen.

Biblioteket hadde også i 2013 opprettet en kanal på YouTube, denne hadde 10 videoer liggende ved utgangen av 2020, tre av de publisert i 2020, en om Sommerles og to fra arrangement holdt i biblioteket (Stord folkebibliotek, u.å.-b). Bruken gir også for dette

biblioteket inntrykk av at YouTube blir brukt som lagrings og publiseringsmedium for videoer til bruk andre steder.

5.2.3.2 Facebook

Stord bibliotek opprettet siden de bruker på Facebook i november 2014, og det er deres mest aktive konto på sosiale medier, de hadde 1057 følgere og 969 likerklikk 6. desember 2021 (Stord folkebibliotek, u.å.-c).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	13		3	1		2			1	20
Feb	5		5	2	2	2	1			17
Mars	1		1	16		20	3		3	44
April	1			4		21	7	2	4	39
Mai				2		9	1	2	7	21
Juni				2		1			2	5
Juli				1					1	2
Aug				3			1	1	2	7
Sept	12	5	10	3		1	1		1	33
Okt	5		6	6	1	12	5	1	2	38
Nov	2	1	4	3	1	7	2	1	2	23
Des		2	1	2		1	2	1	1	10
total type	39	8	30	45	4	76	23	8	26	259

Tabell 5: Stord folkebiblioteks aktivitet på Facebook i 2020

Stord bibliotek brukte Facebook i stor grad til arrangementer, man kan se i *Tabell 5* at de i januar og september postet programmet for det neste halvåret. Man ser også tydelig når det var sommerferieavvikling i juni, juli og august. Som med de andre bibliotekene var det en økning av informasjonsposter i mars når biblioteket stengte på grunn av pandemien, og igjen i oktober når smitteverntiltakene økte igjen. Stord delte også mer lenker til andres innhold i måneder hvor smitteverntiltakene var høye. De delte innhold fra andre bibliotek, Litteraturhuset i Oslo, fra forlag og forfattere som la ut lesestunder eller andre ressurser, samt andre tilbud som lå tilgjengelig for alle. Biblioteket var også orientert mot museer, hvor mange la ut virtuelle omvisninger i starten av pandemien, de delte også konserter og teater som va tilgjengelig digitalt. I tillegg la de ut poster på nettsiden med lenkesamlinger til f.eks. museer med mye digitalt innhold eller gratis litteratur o.l. I "annet" kategorien er også Stord aktive med Sommerles i perioden mai – august, men gratulerte også lokale forfattere med

dagen, eller forfattere som hadde vært på besøk med priser de vant, de hadde lesebingo for voksne og la ut innhold som knyttet til tema som de har på nettsiden/i biblioteket.

5.2.3.3 Instagram

De hadde 651 følgere på Instagram 6. desember 2021 (Stord folkebibliotek, u.å.-d), med 600 innlegg totalt, 85 av disse ble postet i 2020. Det lå høydepunkter lagret på profilen som indikerer bruk av funksjonen med forsvinnende innhold, de har postet både bilder og videoer på profilen.

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan						1		1
Feb			1					1
Mars				8	1		3	12
April				1	6	1	1	9
Mai				2	1		3	6
Juni				1	2	2	4	9
Juli					2		2	4
Aug					1	2	1	4
Sept	2		6			4		12
Okt	2		3	1		2	1	9
Nov		1			6	2	1	10
Des			2	3			3	8
total type	4	1	12	16	19	14	19	85
kryss FB	4	1	9	13	3	2	8	40

Tabell 6: Stord folkebiblioteks aktivitet på Instagram i 2020

På Instagram postet de sjeldnere enn på Facebook (200 færre innlegg), 40 av postene er kryssposting med Facebook. Krysspostingene gjelder i stor grad informasjon i forbindelse med korona, men også bilder fra arrangement og innhold som omhandler Sommerles. Særlig bokanbefalinger er det flere av på Instagram enn Facebook, det formidles gjennom bilder og tekst, gjerne knyttet opp mot temaer som er relevante med tanke på årstid og høytid (f.eks. påskekrim til påske), i april legger de ut om bøker som er tilgjengelige som e-bøker. De formidler skjønnlitteratur for barn og voksne, men også biografier, selvbiografier og populærvitenskapelige bøker.

Det deles også noe mer "fra biblioteket" som da de har laget nye utstillinger eller da en låner som hadde kommet innom med en pose twist til de ansatte eller når de besøker andre

bibliotek. Man kan også se av Tabell 6 at bruken av Instagram økte i mars, og selv om bare mars, september og november kom opp i tosfret antall poster var det likevel økt aktivitet etter mars enn før. Innholdet er også balansert på de ulike kategoriene.

5.2.4 Grimstad bibliotek

Ved inngangen til 2020 var det registret 23544 innbyggere i Grimstad (Statistisk sentralbyrå, 2020). Biblioteket har hovedbibliotek, og en filial i tilknytning til en skole i kommunen.

Biblioteket bruker aktivt nettsider (<https://grimstadbibliotek.no/>) og en side på Facebook (<https://www.facebook.com/Grimstadbib/>), det var også planer om podkast, men den var ikke ennå tilgjengelig da jeg gjorde mine undersøkelser. Biblioteket hadde også en YouTube-kanal (https://www.youtube.com/channel/UC2DKXpaKtYWHHcf1z_aR5WA). De var eneste bibliotek i denne undersøkelsen som ikke benyttet seg av Instagram. Informanten jeg snakket med hadde ansvar for disse, han hadde bygget nettsiden selv ved hjelp av Webløftprosjektet (<https://webløft.no/>) noen år tidligere, han kom fra bibliotekfaglig bakgrunn.

5.2.4.1 Nettsider og YouTube

På bibliotekets nettsider er det informasjon om bibliotekets fysiske og digitale tilbud, aktivitetskalender, en egen underside om skulpturer de har på biblioteket, kontaktinformasjon og informasjon om bibliotekets historie, i tillegg til en nyhetsstrøm hvor de legger ut saker om oppdaterte åpningstider, arrangementer og andre aktuelle ting. De hadde også en underside hvor de hadde lagt ut videoinstruksjoner for bruk av de digitale tjenestene, disse ble lagt ut i forbindelse med at biblioteket ble stengt i mars (Grimstad bibliotek, u.å.-c). Videoene er lastet opp på YouTube, og er de eneste videoene som ligger på bibliotekets kanal, som ble opprettet 13. mars 2020 (Grimstad bibliotek, u.å.-a) og fungerer som publiseringsplass for videoene som så kan bygges inn på nettsider eller andre steder.

5.2.4.2 Facebook

Biblioteket opprettet siden i november 2011, per 6. desember 2020 hadde de 1617 følgere og 1479 likerklipp (Grimstad bibliotek, u.å.-b).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	13		1	3				1	1	19
Feb	4		2		1				1	8
Mars	3			15		9			1	28
April				10			4			14
Mai	2	2		10				1	7	22
Juni	2	2	3	2				1	1	11
Juli	3					1		1		5
Aug	10			4					1	15
Sept	9		3	2					1	15
Okt	2		1	2		1			1	7
Nov	2		3	4	1					10
Des	2		1	2	5		1		1	12
total type	52	4	14	54	7	11	5	4	15	166

Tabell 7: Grimstad biblioteks Facebookaktivitet i 2020

Også ved Grimstad bibliotek kan man følge utviklingen av året ved å se på mønsteret i postene deres, *Tabell 7* indikerer programslipp i januar og mange tillagte arrangement (13 poster om kommende arrangement), med økt informasjonsbehov i mars når biblioteket ble stengt, så åpnet de for å kunne hente bestilte bøker, og etter hvert levere dem igjen, før gjenåpning. Biblioteket tok i bruk en ny e-bok-tjeneste våren 2020 og noe informasjon omhandlet dette. Fra juni og utover var det sommeråpningstider, programslipp for høsten, og senere nye smittevernskrev.

Biblioteket produserte en rekke selvlagde informasjonsvideoer, filmet inne fra det stengte biblioteket, hvor de forklarte og viste hvilke digitale tilbud biblioteket hadde og hvordan ta dem i bruk, disse ble lagret på YouTube, men bygget inn i poster på Facebook. I mars delte de også en del innhold fra andre bibliotek og bokbransjen øvrig. I april formidlet de bøker som var tilgjengelig digitalt, men ellers var det lite formidling som foregikk.

I mai og juni ble det annonsert digitalt språkkurs, samt et hybrid-arrangement hvor noen få fikk være fysisk til stede, samtidig som arrangementet ble strømmet og var tilgjengelig i 24 timer i etterkant. Fra biblioteket delte de utstillinger, en full hentehylle og andre øyeblikk. I "annet" kategorien delte de en gave fra en låner, gratulerte med nasjonaldagen, oppfordring til å stemme i Sørlandets Litteraturpris, samt en del Facebook-administrasjon som bytte av cover-bilder og lignende.

Utenom i mars når biblioteket delte digitale ressurser fra andre, delte biblioteket artikler og tekster om bibliotek lokalt og nasjonalt, i desember var det lokalt debatt om bibliotekets budsjett og fremtid, og det ble delt lenker til disse sakene i lokale medier.

5.2.5 Hå folkebibliotek

Hå kommune hadde ved inngangen til 2020 18 991 innbyggere (Statistisk sentralbyrå, 2020), biblioteket hadde ett hovedbibliotek og fire filialer. Disse filialene er kombinasjonsbibliotek med skolebibliotek, samt ett fengselsbibliotek (da jeg gjorde undersøkelsene var en av filialene ikke i drift). Biblioteket har egne nettsider (<https://www.ha.no/bibliotek/>), Facebook (<https://www.facebook.com/hafolkebibliotek/>), Instagram (<https://www.instagram.com/hafolkebibliotek/>) og en YouTube-kanal (<https://www.youtube.com/channel/UCY2c3U5Hwc4geT1bwqEGeDA/videos>). Informanten fra Hå folkebibliotek hadde ikke jobbet med digitale informasjonskilder tidligere, hun var opprinnelig allmennlærer, men hadde tatt bibliotek og informasjonsfag som fjernstudium. De delte på ansvaret for de digitale informasjonskanalene ved biblioteket, informanten hadde ikke ansvar for Instagram.

5.2.5.1 Nettside og YouTube

Nettsidene til Hå folkebibliotek hadde all grunnleggende informasjon om biblioteket tilgjengelig, som åpningstider, adresser og annen kontaktinformasjon, digitale ressurser og fysiske tilbud ved biblioteket. De har egen aktivitetskalender og promoterte sine sosiale medier tydelig på fremsiden, samt nyhetssaker, hvor det var fem saker som roterte på forsiden, de omhandlet stort sett arrangement og endringer i ordinær åpningstid. Biblioteket hadde også informasjon knytta til pandemien øverst på siden, med lenker til informasjon fra kommunen. Nettsiden hadde også fremtredende lenker til sine sosiale medier på forsiden.

Da jeg gjorde mine intervjuer hadde Hå opprettet en YouTube-kanal, og jobbet, per min informant, mye med videoformatet, men det var ikke så mye som var kommet ut ennå. Det har siden den gang kommet en del videoer på kanalen, de fleste er korte snutter med formidling av bøker, enten enkeltanbefalinger eller flere gruppert etter tema. Kanalen ble opprettet 29. mai 2020 (Hå folkebibliotek, u.å.-a). Videoene krysspostes til Facebook og Instagram.

5.2.5.2 Facebook

Hå folkebibliotek opprettet konto på Facebook i september 2010, og er det sosiale mediet de bruker mest, per 6. desember 2021 hadde de 1246 likerklipp og 1367 følgere på siden.

(Hå folkebibliotek, u.å.-b).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	13		1	2			4			20
Feb	4		1	1	1		2	1	1	11
Mars				7		9	10		4	30
April				6	2	8	4	1	1	22
Mai		1		2	2	6	4		3	18
Juni		4		2	2	1	6		2	17
Juli	1				1			1		3
Aug				3						3
Sept	6			5	1	2			1	15
Okt	8			1		1				10
Nov	6			1				1	1	9
Des	3			1						4
total type	41	5	2	31	9	27	30	4	13	162

Tabell 8: Hå folkebiblioteks aktivitet på Facebook i 2020.

I januar legges programmet for våren ut, og det ble opprettet arrangements-poster, det ble informert om avvikende åpningstider og de la ut en serie med poster hvor bibliotekarene delte sine lesefavoritter fra året før.

Etter at biblioteket stengte i mars delte de flere ressurser utenfra, de lenket til gratis bildebøker, til Litteraturhusets serie med høytlesning for barn. De la også ut egenproduserte lesestunder rettet mot barn, disse ble lagt ut som videosnutter direkte på Facebook og var under ti minutter lange. De delte også en del innhold fra kommunen og bibliotek i nærliggende områder. I mars gikk biblioteket over til en ny e-boktjeneste (Allbok) og de informerte også om dette i tillegg til stenging av bibliotek, og så åpning for "poselån" hvor brukerne kunne bestille bøker og hente dem i ferdigpakkeposer.

Som de andre bibliotekene som undersøkes i denne oppgaven var Hå folkebibliotek også med på Sommerles, i den forbindelse postet de oppdateringer om kampanjen, men også videosnutter med anbefalinger til barn om hva man kan lese. Disse anbefalingene kom fra barn som hadde besøkt biblioteket, men også rektor ved en av skolene det er filial på, og

ordfører i kommunen dukker opp i videoene, disse videoene utgjorde de fleste formidlingspostene i mai og juni.

Det er en markant nedgang i poster i juni og juli, og en noe lavere frekvens på høsten enn det var på våren. I september er det programslipp for høsten, og i oktober introduseres en ny kursserie med "digihjelp" hvor kursrekken hadde ulike temaer, alt fra grunnleggende bruk av smarttelefon og nettbrett, til digitale offentlige tjenester, og ikke minst, bibliotekets digitale tilbud. Utenom dette deles det litt fra biblioteket, f.eks. at de har hentet frem julebøkene, og litt oppdatering av informasjonen ellers på Facebook.

5.2.5.3 Instagram

På Instagram poster biblioteket delvis det samme innholdet som på Facebook, av Tabell 9 kommer det frem at de fleste postene var formidling som ikke deles utover Instagram. Per 6. desember 2021 hadde de 621 følgere, og totalt 206 innlegg på Instagram, 43 av disse var fra 2020 (Hå folkebibliotek, u.å.-c). De har ikke lagret høydepunkter, og de har kun lagt ut en video (i 2016).

Måned	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan					6	1		7
Feb					4	1		5
Mars				1	12			13
April				1	2			3
Mai					1			1
Juni					1			1
Juli								0
Aug					3			3
Sept					1			1
Okt					4			4
Nov					3			3
Des					2			2
total type				2	39	2		43
kryss FB				2	9	1		12

Tabell 9: Hå folkebiblioteks aktivitet på Instagram i 2020

Små dikt akkompagnert av et passende bilde ble lagt ut jevnlig, og da pandemien startet ble det lagt ut et lite dikt om dagen en periode, med emneknaggen "dagensveslegledefråbiblioteket". De la også ut bokanbefalinger med bilder og tekst,

emneknagger benyttes for å vise hvilket av bibliotekene, og i noen tilfeller, hvem som legger ut anbefalingen. Diktene som postes er ofte akkompagnert av naturbilder, og de har vekslet på om diktet eller naturbildet er det som ligger først i posten slik at det er det som dukker opp når man går inn på profilen, dette skaper et mønster når man sveiper for å se hva ellers biblioteket poster. Fra mars av går de over til å bruke bilder av bøker de anbefaler i større grad enn poesi. De formidler mest skjønnlitteratur for voksne og ungdom, men også noen barnebøker, populærvitenskapelige bøker og selvbiografier.

Som på Facebook ser vi at antall poster dabber av på sommeren og holder seg noe lavere på høsten enn på våren. Av krysspostet innhold var det informasjon om stenging av biblioteket i forbindelse med pandemien, bibliotekarenes anbefalinger fra leseåret 2019 og ett bilde fra livet i biblioteket.

5.2.6 Nannestad

Nannestad hadde 14 139 ved inngangen til 2020 (Statistisk sentralbyrå, 2020). Biblioteket benytter seg av nettsider (<https://www.nannestad.kommune.no/biblioteket>), Facebook (<https://www.facebook.com/nannestadbibliotek/>), Instagram (<https://www.instagram.com/nannebib/>) og tidvis YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UC14Y3t5D1x44TUryhm8WdNA>). Informanten ved biblioteket hadde bibliotekfaglig bakgrunn, men også noe grafisk og noe helsefaglig. Hun hadde ikke hele ansvaret for de digitale flatene, men publiserte innhold andre laget i tillegg til å lage en del selv.

5.2.6.1 Nettside og YouTube

Nettsiden lå under kommunens domene, noe som betyr at en del av det visuelle rammeverket tilhører kommunen som har samme topptekst og bunntekst på alle undersidene, utover dette har Nannestads område mye det samme innholdet som andre biblioteks hjemmesider: informasjon om bibliotekets fysiske og digitale tilbud, kontaktinformasjon og åpningstider, lånereglement, nyhets saker, kalender og innlogging i katalogen.

YouTube-kanalen ble opprettet i 2020 og i perioden som er undersøkt i denne oppgaven ble det lagt ut én video med boktips, det har i 2021 blitt lagt ut flere bokanbefalingsvideoer og en krimprat i anledning påske (Nannestad bibliotek, u.å-a).

5.2.6.2 Facebook

Nannestad biblioteks Facebookside ble opprettet i august 2010, og er det primære sosiale mediet biblioteket bruker, 1112 personer har likt siden og 1255 personer har valgt å følge den (Nannestad bibliotek, u.å.-b).

Det fremkommer av tabell 10 at de postet 223 ganger i 2020, 40 av postene var om eller fra arrangement, 42 var informasjon, mens hele 65 falt i "annet" kategorien.

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra bib.	Annet	Total mnd.
Jan	5		1	1				4	1	12
Feb	3		3	1	3		2	3	2	17
Mars				7		20			7	34
April				6	2	6	2	1		17
Mai				7	3	1		1	9	21
Juni				4	1	1		1	7	14
Juli				1			1	2	3	7
Aug	4		1			1			3	9
Sept	8		4	5			1	1		19
Okt	8		3	4	1	1	3	1	5	26
Nov				3	1	2	1	2	2	11
Des				3	4	1	2		26	36
total type	28	0	12	42	15	33	12	16	65	223

Tabell 10: Nannestad biblioteks aktivitet på Facebook i 2020

Frem til biblioteket stengte i midten av mars dreide postene seg om arrangementer i biblioteket (deriblant en arrangementsrekke ved navnet fredagstreffet), informasjon om åpningstider, deling av innhold fra andre lokale kulturarenaer og kommunen, bokanbefalinger og en del bilder "fra biblioteket", deriblant ansatte som ønsket godt nyttår, et bilde av lånere med egen biblioteksveske hvor bibliotek kortet har egen lomme, bilder og tekst om vellykket klassebesøk fra lokale skoler, bibliotekarere som forbereder seg til arrangement og poster om utstillinger de har i biblioteket.

Når biblioteket stengte var det postene om arrangementene og livet i biblioteket det ble færre av, og det ble flere poster med informasjon om stengingen og om de digitale tilbudene. I mars ser man særlig at biblioteket deler innhold fra andre steder, de delte ressurser for skoleelever som ble lagt ut gratis fra diverse forlag, digitale arrangement fra Litteraturhuset i Oslo er en gjenganger, men også lenker til innhold fra andre bibliotek, digital sjakkturnering, og digitalt tegnekurs. Fra april blir det litt mindre av denne delingen, men også litt mer av deling fra blant annet den lokale kulturskolen som legger ut påskekonsert og quiz som er tilgjengelig for alle.

De fortsatte å dele informasjon om sine digitale tjenester (med instruksjoner om hvordan bruke dem) og etter hvert til å få ut informasjon om det de kalte "take away" bibliotek (som også fikk omtale i lokalavisen). I sommermånedene er det informasjon om åpningstider og Sommerles som står for det meste av innholdet.

Høsten 2020 byr ikke på mange arrangementer, men det er noen, og biblioteket benytter seg også av strømmearrangement hvor de strømmer arrangement fra Litteraturhuset i biblioteket. Disse er da fysiske og digitale samtidig, de er i tabellen registrert som fysiske i og med at de var det på Nannestad folkebibliotek om ikke på Litteraturhuset.

Formidling av bøker skjer i liten grad, og da er det ofte gjennom å poste nye bøker, eller enkeltanbefaling fra en bibliotekar. Av "annet" legges det ut innhold som markerer merkedager (som frigjøringsdagen og 17. mai) og gratulasjoner for litterære priser, men også egenprodusert påskeverkstedsinnhold, tilbud om å sette sammen bildebokpakker som folk kan låne med seg som adventskalender og en lesebingo. Biblioteket deltok i Sommerles, og de oppfordret voksne lesere til lesekampanje fra Hele Norge leser. I desember hadde de en vri på en adventskalender hvor de hadde quiz, der de trakk vinnere som fikk en liten premie.

5.2.6.3 Instagram

Instagram benyttes i mindre grad en Facebook, og alt som legges ut finnes på begge tjenestene, de hadde per 6. desember 2021 519 følgere og 217 innlegg, 62 av disse fra 2020 (Nannestad bibliotek, u.å.-c).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra bib.	Annet	Total mnd.
Jan				1		1		2
Feb			1				1	2
Mars				2		1		3
April				2		1		3
Mai				5			2	7
Juni				1				1
Juli								0
Aug	1		2					3
Sept	3		2	2				7
Okt			3	1			1	5
Nov	1			1				2
Des			1		1		25	27
total type	5		9	15	1	3	29	62
kryss FB	5		9	15	1	3	29	62

Tabell 11: Nannestad biblioteks aktivitet på Instagram 2021

Innholdet som postes på Instagram er informasjon i forbindelse med stenging av biblioteket i mars, take-away biblioteket og generelt om åpningstider ellers. De deler ofte bilder fra arrangementene, og fra august av legger de også litt ut på forhånd av arrangementer. De kryssposter også quiz-adventskalenderen i desember, denne utgjør en stor del av innholdet, og de har 27 innlegg på kontoen i desember mens 7 er det høyeste antallet for andre måneder.

5.2.7 Tønsberg og Færder

Det siste biblioteket skiller seg fra de andre i det at det er et samarbeid mellom flere kommuner, dermed er Færder, som ved inngangen av 2020 hadde 26730 innbyggere (Statistisk sentralbyrå, 2020) ikke et mellomstort bibliotek, da Tønsberg hadde 56293 ved samme tidspunkt, på lik linje med de andre bibliotekene, men likevel relevant da det er interessant med et perspektiv fra et bibliotek som samarbeider på tvers av kommunegrenser. Ved inngangen 2020 ble Tønsberg slått sammen med Revetal kommune, og det er dermed hovedbibliotek i Tønsberg, en avdeling i Tjøme (Færder) og en i Revetal. Biblioteket har nettsider (<https://tnb.no/>), Facebook (<https://www.facebook.com/TonsbergogFaerderbibliotek/>), Instagram (<https://www.instagram.com/tnbibliotek/>) og en YouTube-kanal

(<https://www.youtube.com/channel/UCfejHElrbLmc8ptIFkENvwg>). Det finnes også Facebook-sider for Tjøme (<https://www.facebook.com/Tjomebibliotek>) og Revetal (<https://www.facebook.com/revetalbibliotek>), jeg har valgt å se bort fra innholdet fra Revetal, men inkludert hovedbiblioteket og avdelingen i Tjøme, da Revetal ennå ikke var ferdig med sammenslåingsprosessen og ifølge informanten ennå ikke var en del av det overordnede arbeidet med informasjonskanalene til biblioteket. Informanten hadde vært nettredaktør for biblioteket, og hun hadde bibliotekfaglig bakgrunn i tillegg til noen studiepoeng i markedsføring.

5.2.7.1 Nettsider og YouTube

Biblioteket hadde egne nettsider med utfyllende informasjon om bibliotekene og deres fysiske og digitale tilbud, med fremgangsmåter der det var aktuelt, arrangementskalender, de hadde også en rekke lånetips til alle typer lånere på tvers av de ulike typene medier, samt nyhetssaker som handler om arrangementer og andre ting som skjer på biblioteket, de siste seks sakene lå på fremsiden, uten noen åpenbar måte å bla bakover i arkivet. Øverst på siden lå det lenke til smittevernstiltakene ved biblioteket.

De har hatt YouTube-kanalen siden 2011, men den er tilsynelatende lite i bruk (Tønsberg og Færder bibliotek, u.å.-a). Fra 2020 ligger det ute en håndfull lesestunder for barn, og helt i starten av 2021 er det også lagt ut en del klipp av at det leses fra et bredere utvalg av bøker, samt et par foredrag som er spilt inn, pluss en video om presentasjonsteknikk og digital formidling produsert på bestilling av biblioteket (Tønsberg og Færder bibliotek, 2020a). Også dette bibliotekets YouTube inntrykk av å være en lagringsplass for videoer som er for lange eller ikke passer på bibliotekets andre digitale flater.

5.2.7.1 Facebook

Tønsberg og Færder sin hovedside ble opprettet i november 2009, mens Tjøme bibliotek sin først ble laget i januar 2018 (Tjøme bibliotek, u.å.; Tønsberg og Færder bibliotek, u.å.-b).

Jeg begynner med Tjøme bibliotek, siden er relativt ny, ifølge informanten fra Tønsberg og Færder ble den opprettet fordi det lå en side der fra før som folk kunne poste ting til, men som biblioteket selv ikke hadde brukt, og løsningen ble å ta eierskap. Den brukes dermed i mindre grad enn siden for Tønsberg og Færder bibliotek. Siden hadde ikke mer enn 162 følgere og 154 likerklipp 6. desember 2021 (Tjøme bibliotek, u.å.).

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	4			3						7
Feb	3			1		1				5
Mars		2		7	1	3			4	17
April				1	1				4	6
Mai							2		3	5
Juni							1		1	2
Juli	1			1		1				3
Aug	7			2					2	11
Sept	4			1	1					6
Okt	3				1					4
Nov	2			1						3
Des	1			2						3
total type	25	2		19	4	5	3		14	72

Tabell 12: Tjøme filials aktivitet på Facebook i 2020.

Med 25 poster om arrangement. 19 med informasjon og 14 "annet" på et helt år er det ikke veldig mye aktivitet på denne siden, men det ble 75 poster totalt. I forbindelse med stenging i mars postes det mer informasjon om nedstigningen og de digitale tilbudene ved biblioteket. Tønsberg og Færder bibliotek har digitale arrangementer i samarbeid med Tønsberg Blad og de legges ut også på Tjømes sider. Det deles litt om lokale arrangementer eller samarbeid gjennom året, og formidlingen skjer i stor grad ved å lenke til bibliotekets nettsider med en kommentar om hva det er de lenker til, f.eks. i juni postet de en lenke til bibliotekets nettside med boktips for og om LHBT(Tjøme bibliotek, 2020), Tønsberg og Færder fikk nye nettsider i november 2020 så lenkene er nå døde. Med unntak av økning i informasjonsposter og fravær i poster om arrangementer er det lite endring i bruken før og etter pandemien.

Tønsberg og Færder bibliotek, avdeling Tjøme poster om arrangementer som skjer på avdelingen, endringer i åpningstider og litt om digitale tilbud (også før mars). Av "annet" postes det markeringer av spesielle dager, som verdens poesidag, verdens bokdag og grunnlovsdagen, samt en del rent administrative endringer til Facebook-siden som også blir liggende som innlegg.

Mnd.	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Deling lokal	Deling øvrig	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	23		4	6	1	1		2		37
Feb	17		2	1	1			1	2	24
Mars	4	6	1	7	1	5	4	1	7	36
April		13	2	3	2	1	16	11	4	52
Mai				4	1	1	1	7	5	19
Juni	14			6	1		1		7	29
Juli	3				1	1	1			6
Aug	36	2		4	1				5	48
Sept	15		3	4	1				2	25
Okt	16		3	4			1	1	1	26
Nov		2	1	3				1	4	11
Des	8			6	1			3	5	23
total type	136	23	16	48	11	9	24	27	42	336

Tabell 13: Tønsberg og Færders aktivitet på Facebook i 2020

Tønsberg og Færders felles side har, ikke overraskende, langt flere poster, med 336 innlegg i 2020, per tabell 13. Siden hadde 6. desember 2021 5770 følgere og 5383 likerklikk, betydelig mer enn avdeling Tjøme (Tønsberg og Færder bibliotek, u.å.-b). De postet i hovedsak om arrangementer fra hovedbiblioteket i Tønsberg, men promoterte også arrangement fra Tjøme, for en av arrangementsrekkene rettet mot barn var det også gjerne samme arrangement først på hovedbiblioteket og så på Tjøme senere på dagen, og med restriksjoner på hvor mange som kan være i publikum ble det ofte fullt på hovedbiblioteket, mens Tjøme fortsatt hadde plass. De promoterte også de digitale arrangementene i større grad, og i april hadde de en serie hvor en forfatter leser seg gjennom hele boka si, og kapitlene ble sluppet litt og litt og var bare tilgjengelig i en begrenset periode.

Antallet informasjonsposter økte ikke veldig i mars, som vi så hos en del av de andre bibliotekene i undersøkelsen, men de oppdaterer jevnlig om åpningstider og bibliotekets tjenester. De byttet også i denne perioden e-bok-leverandør og begynner å informere om dette i februar. I mars postet de om stengt bibliotek, avlyste arrangementer og at ingen ville få purregebyr inntil videre. De delte også hele veien noen relevante saker fra kommune og

lokalaviser og lignende. I mars deler de også en del ressurser utenfra, som Litteraturhuset i Oslos hjem i stua programmer, digitale sjakkturneringer, lenker til informasjon om korona o.l., men de holder seg til noen få delinger. Det de derimot økte var formidling.

De økte produksjonen av innhold til nettsidene, og delte til Facebook, med utdypende kommentarer om innholdet man vil få om man følger lenken (f.eks. bøker om kjærlighet eller korte romaner), de gav også lesetips som kunne kombineres med et av NRKs radioprogrammer hvor de hadde nærlest samme boka. Utover året ble de mer sparsommelige med nye anbefalinger. De startet også en digital lesesirkel som foregikk inne på en lukket Facebook-gruppe og formidlet i den forbindelse både gruppen og boken de skulle lese, to bibliotekarer ledet samtaler i gruppa, men gruppa er ikke lenger aktiv (Tønsberg og Færder bibliotek, 2020b).

Fra biblioteket delte de bilder av bibliotekrommet, av arbeid som foregår, av en utstilling de laget i anledning Jahn Teigens død, og når biblioteket stengte i mars begynte de med en serie hvor de stilte de ansatte noen spørsmål om hva de leste, så, hørte på og gjorde nå som biblioteket var stengt. De publiserte svarene sammen med et bilde av den ansatte.

Fra "annet" kategorien var det poster om en gjenglemte bamse, stillingsutlysninger ved biblioteket, oppfordring til å bli med på lesekampanjen fra Hele Norge leser hvor biblioteket hadde opprettet en egen gruppe inne på lesekampanjens nettsider man kunne melde seg inn i, Sommerles, markering av verdens bokdag, små bildekaruseller med gamle bilder fra området som de har hentet hos Nasjonalbiblioteket og samt en julekonkurranse.

5.2.7.2 Instagram

Tønsberg og Færder bibliotek benyttet seg av Instagram i mindre grad enn Facebook, med 31 poster i 2020 (ganske lite opp mot 336 på Facebook), de hadde 1471 følgere 6. desember 2021, og totalt 248 poster, 31 av de fra 2020 (Tønsberg og Færder bibliotek, u.å.-c).

Måned	Fys. arr.	Dig. Arr.	Fra Arr.	Info	Formidling	Fra biblioteket	Annet	Total mnd.
Jan	3			1		1		5
Feb	2					2	1	5
Mars		1		2			4	7
April				1	1		2	4
Mai								0
Juni	1			1			1	3
Juli				1			1	2
Aug								0
Sept	1							1
Okt					1	1		2
Nov							2	2
Des								0
total type	7	1		6	2	4	11	31
kryss FB	7	1		3	1	2	8	22

Tabell 14: Tønsberg og Færders aktivitet på Instagram i 2020

De hadde kun 31 poster i 2020, hvorav 22 ble krysspostet med Facebook. Innholdet som er unikt for Instagram-kontoen er noe informasjon som presenteres annerledes (med andre bilder og tekst) enn på Facebook, lesetips, øyeblikksbilder og utstillinger i biblioteket samt en post fra da alt var stengt hvor de oppfordrer sine følgere til å dele hva de leser fra egne bokhyller hjemme og "tagge" biblioteket i postene så man kan dele inspirasjon (Tnbibliotek, 2020). Instagram er lite brukt i 2020, og det er ingen stor endring i bruken før og etter 12. mars, bortsett fra at informasjonen som ble delt i stor grad handlet om stenging, og lån av bøker mens biblioteket er ennå ikke er åpent for besøk og etter hvert gjenåpning, men Tønsberg og Færder prioriterer å poste denne informasjonen på Facebook og egne nettsider.

5.2.8 Sammenligning

Bibliotekene under ett bruker sine digitale informasjonskanaler mye slik andre bibliotek gjør, med hovedvekt på Facebook for arrangement og informasjon, men denne balansen er også påvirket av hvor mange arrangement som finner sted, biblioteker med færre arrangement vil nødvendigvis også poste mindre om disse.

Noen skiller seg ut, som Malvik med sin humoristiske vri, Øvre Eiker med sine formidlingsposter, Grimstad med sin litt mer nøkterne tilnærming. To av bibliotekene hadde ikke egne nettsider (Malvik og Nannestad) og disse hadde noe mer begrenset innhold enn

resten, men også mellom dem var det forskjeller i mengden innhold, Malvik hadde svært lite på sin hjemme side, mens Nannestad hadde bygget sin ut noe mer.

Fra 12. mars ble det hyppigere informasjonsposter fra de fleste, Tønsberg og Færder opprettholdt nesten samme frekvens som før, mens Stord og Grimstad postet mye mer i mars, april og mai enn ellers i året. Noen av bibliotekene delte informasjon om koronaviruset og smittevernstiltakene i kommunen, men i det store og det hele delte de innhold fra andre i kultursektoren, det være seg andre bibliotek, litteraturhuset i Oslo (som var en gjenganger), innhold fra forfattere og forlag. De delte også sjakk og Minecraft-turneringer.

Alle bibliotekene som brukte YouTube gav inntrykk av at de brukte det som en lagringsplass for videoer de ville dele andre steder, og ikke som et sosialt medium i den forstand at de oppfordret til interaksjon eller følging på YouTube, og de fleste videoene kunne man finne igjen på deres nettsider eller andre sosiale medier.

Bibliotekene som hadde Instagram brukte tjenesten i mindre grad enn de brukte Facebook, og mye av innholdet ble delt dobbelt opp. Noen brukte Instagram mest til formidling, som Hå bibliotek. Flere av bibliotekene deltok også med innhold på Instagram som bokfjes og bokryggpoesi, disse formatpostene vil da dukke opp hos alle som klikker på emneknaggen (det er mulig å følge emneknagger) og det er en del av felleskapet for bokinteresserte på Instagram.

6 Funn og analyse intervjuer

I denne delen av oppgaven vil jeg gå gjennom intervjuene jeg gjorde med informantene og forsøke å belyse funnene fra forrige kapittel, og finne ut hva bibliotekarene som jobber med de digitale informasjonskanalene tenker om egen bruk. Informantene omtales ved kommunen de jobber i sitt navn, da en av dem ikke ønsket å ha navnet sitt i oppgaven.

6.1 Valg av informasjonskanaler

Hvilke grunner lå bak valg om å opprette, eller fortsetter med, de ulike informasjonskanalene bibliotekene benytter seg av? Noen av kandidatene hadde vært med på å opprette kontoer på sosiale medier, utvikle (eller videreutvikle) nettsider eller involvert seg i podkast prosjekter.

6.1.1 Nettsider

Bibliotekene som ble undersøkt i denne oppgaven hadde ulik bruk av nettsider. Bibliotekene i Malvik og Nannestad hadde nettsider som var undersider av kommunens nettsider, mens de andre fem bibliotekene hadde egne, separate nettsider. Informanten fra Nannestad sier om å ha nettside som ligger inne på kommunen at "den er ganske låst, det er ikke så mye utfoldelse der." Selv om man har mulighet til å oppdatere en slik underside med nyheter og informasjon kommer man ikke unna kommunens digitale "rammeverk". Informanten fra Malvik bibliotek fortalte at det var de eldre som oftest gikk gjennom nettsidene for å finne informasjon: "altså gammeldagse nettsida, og gjennom sia til Malvik kommune, og klikker seg videre gjennom lenka der," bibliotekaren fra Tønsberg og Færder rapporterer om det samme, at det er de "litt eldre" som bruker nettsiden mest. Bibliotekaren fra Nannestad sa "Vi prioriterer nok Facebook og sosiale medier over hjemmesida, det har jo blitt sånn og det er kanskje dumt," om deres bruk av nettsidene, og uttrykte at de hadde tenkt på å utvide innholdet noe, bl.a. med en side for digitalt innhold (de har de fått mellom intervjuet ble gjort og denne oppgaven ble ferdigstilt). Nettsidene som er underlagt kommunen blir på sett og vis en lenkesamling til de faktiske tjenestene bibliotekene tilbyr, når man logger inn blir man sendt videre til publikumsversjonen av katalogen, for både Malvik og Nannestad er dette bibliofil, hvor man som bruker får tilgang på katalogen, kan melde biblioteket og klikke på lenker som sender en videre til andre digitale tjenester osv.

Ved bibliotekene med egne nettsider er det mer rom for redaksjonelt innhold og kreativitet, og et samlingspunkt for informasjon. Informanten fra Hå bibliotek forteller at hun har jobbet med hjemmesiden og lagt ut "litt av tilbudet som vi har, litt for lærere og skuleklasser, fornye boktips, og på framsiden der står det nyheter og arrangement." Å holde forsiden oppdatert og aktuell, supplert med oversikt over tilbudet. Informanten fra Stord, som har hatt eneansvar for web lenge, kan fortelle at nettsiden har vært "en strategi i seg selv", de har hatt den lenge og brukt den til å kommunisere med brukerne, "alt det andre følger jeg har vært helt sånn personlig," og opp til henne, og inntrykket jeg sitter med etter intervjuet er at grunnleggende, og oppdatert, informasjon har vært det viktige og at annet, mer redaksjonelt innhold, en bonus uten spesifikk strategi. De hadde blant annet noen tekster ute i forbindelse med helseuke i kommunen som biblioteket deltok på.

Grimstad bibliotek fikk nye nettsider gjennom Webløft-prosjektet, og det var bibliotekaren som ble intervjuet som hadde lagd den, og at det arbeidet har vært "learning by doing," og at alt "ikke har vært like heldig", han hadde tenkt at folk gikk inn på nettsidene via PC mest, men så går de mest inn via mobil, og det påvirker jo hvordan man bør jobbe med nettsiden både på design-nivå og innholds nivå. Ved Tønsberg og Færder hadde de fått nye nettsider bare noen måneder før informantene ble intervjuet og hun forteller at de hadde:

"litt mer tanke bak at det skal være mer en formidlingskanal enn en, ja, informasjon må jo komme ut uansett et eller annet sted, så det ligger jo også der, men vi har planer om å bruke det mer som en aktiv formidlingskanal. Mye mer boktips, formidlingsartikler over forskjellige temaer." (Tønsberg og Færder)

De tester ut ulike formater for å se hva som fungerer, og i forbindelse med koronapandemien ble alle arrangement avlyst våren 2021 og det gav dem mulighet til å bruke tiden til å teste ut innhold på nettsider, men også andre kanaler. De begynte å teste ut nytt innhold allerede før de fikk nye nettsider med å lage "artikler med anbefalinger av bøker som var i BookBites, "disse var det ikke mange som leste, men informantene regnet det som starten på mer innholdsproduksjon til nett, noe de hadde "snakka om i mange år, uten at vi på en måte hadde klart å gjøre noe med det."

Bibliotekene legger seg på ulike nivåer med nettsidene, fra Malvik som i hovedsak hadde grunnleggende informasjon om biblioteket og dets tjenester, samt noen nyhets saker om arrangement o.l. til Tønsberg og Færder som holdt på å utvikle formidlingsformater for nettsidene. De fleste gir inntrykk av å være bevisst det å ha korrekt og oppdatert informasjon på nettsidene, med formidling av litteratur og publiserte saker om det som skjer i biblioteket eller temasider i tilknytning arrangement eller noe som skjer i kommunen ellers der det er tid og mulighet for dette.

6.1.2 Facebook

Facebook er det mest brukte sosiale mediet for bibliotekene, og det eneste med opprettelsesdato lett tilgjengelig, og de fleste kontoene ble (som beskrevet i forrige kapittel)

opprettet i 2010, med unntak av Færder som fikk sin egen i 2018 (mens Tønsberg og Færder sin samlede konto var fra 2009) og Stord som opprettet sin i 2014. Bibliotekaren ved Øvre Eiker beskrev valget slikt "Det har noe med at vi ganske tidlig ute med å velge Facebook. Da var det liksom det som var alternativet følte jeg." Hun fortalte også at det var en plattform hun selv kjente til, det samme kunne flere av de andre informantene fortelle.

"Tror vi har tenkt mer på hvorfor vi ikke har valgt noe annet, men det er vel kanskje mest fordi det er de tingene vi kan, minst mulig ressurser inn tenker jeg, for å klare å bruke det." (Tønsberg og Færder)

Bibliotekaren fra Stord fortalte at hun hadde med seg Facebook fra en tidligere jobb og "da var det lett å starte opp på biblioteket." Bibliotekaren fra Nannestad sier som både Facebook og Instagram at de har valgt å være der "fordi de fleste av lånerne våre er der." Så kombinasjonen av at Facebook var det største sosiale mediet når de startet opp med sånt, at de som skal være ansvarlige og legge ut ting allerede er kjent med plattformen, og at lånerne også allerede er der er noen av grunnene som oppgis om tilstedeværelsen på plattformen.

Valget om å være på Facebook er også knyttet til målgruppe, bibliotekaren ved Øvre Eiker fortalte at "vi når mange av våre voksne lånere, som er de som er nysgjerrige på å følge oss, å følge med." Det er det ikke bare de ved Øvre Eiker som har erfart, ved Hå sa bibliotekaren at "vi tenker jo at det i hovedsak er 40+ på Facebook." Ved Malvik opplever de at det er de 30-40 og litt oppover som er på Facebook, ved Tønsberg og Færder er det "damer mellom 40 og 54" som er mest aktive (noe som er nesten det samme som på nettsiden deres).

Facebook har jo også den nevnte arrangementsfunksjonen som ingen av de andre sosiale mediene har, og ved Øvre Eiker gjorde de en brukerundersøkelse på arrangementer for å finne ut hvor de som kom hadde funnet ut om arrangementet og det var Facebook som var hovedkilden.

"Vi brukte lang tid i starten da jeg jobba her med å reise rundt i butikker, og sånne ting, for å henge opp plakater, og det ser vi jo nå at det var nesten ingen som fanga opp de plakatene. De ser det på sosiale medier." (Øvre Eiker)

Det er på Facebook og nettsidene at bibliotekene informerer om, og markedsfører, sine arrangement, ved Grimstad bibliotek trodde bibliotekaren at deres bruk av Facebook hadde gått ned i forbindelse med at pandemien da det var primærbruken, noe som stemmer med min analyse i forrige kapittel hvor Malvik primært postet om arrangementer, aktiviteten ble erstattet av informasjonsposter fra mars til mai, men etter det ble det mindre aktivitet frem til de igjen kunne ha noen arrangementer høsten 2020. Poster om, og fra, arrangement utgjorde en stor del, om ikke den største, av aktiviteten på Facebook for alle bibliotekene.

6.1.3 Instagram

Instagram var en plattform alle unntatt Grimstad brukte, men den ble også benyttet i mindre grad hos de fleste, og ofte var innholdet krysspostet til eller fra Facebook. Jeg sitter også igjen med et inntrykk av at Instagram for flere av bibliotekene er noe de har, men ikke arbeider med i like stor grad som Facebook. Bibliotekaren ved Tønsberg og Færder sier dette: "Instagram er litt mer tilfeldig, der har vi ikke noe plan egentlig, det har vært litt mer sånn overskuddsfenomen," de har brukt plattformen der de har "hatt tid og hatt noen gode ideer." Bibliotekaren ved Stord sier at hun opprettet Instagram for biblioteket fordi hun synes det var et gøy medium, og fortalte at "jeg tror egentlig ikke sjefen min vet at vi har Instagram fordi jeg får aldri kommentarer om ting der." Så Instagram var i alle fall ikke en prioritet på institusjonsnivå ved Stord, men informanten beskrev at hun hadde sittet mye aleine med det digitale. Hun likte å bruke Instagram fordi det er en annen måte å kommunisere på, "den passer meg litt bra, for jeg snakker mye kanskje, men jeg liker ikke å skrive masse masse masse."

For noen når Instagram mye den samme målgruppen som Facebook, bibliotekaren ved Tønsberg og Færder sjekket sin statistikk under intervjuet og så at de siste månedene (som er den statistikken som er tilgjengelig på plattformen) var det kvinner mellom 35 og 54 som var hyppigst innom innholdet deres der. Bibliotekaren ved Stord sa "så skjønner jeg jo at det er litt andre folk som henger der kanskje, men og mange av de samme fra Facebook."

Ved Øvre Eiker erfarte de at de når litt andre på Instagram: "der når vi mer bransjen ... og kan med fordel legge litt andre ting der enn vi gjør på Facebook." At bibliotekene følger hverandre på Instagram, og bruker det som en arena for å se hva de andre holder på med er

interessant. Det er en annen type innhold enn på Facebook, selv om tjenestene eies av samme bedrift og det er mulig å publisere fra Instagram til Facebook (men det går ikke andre veien) så er Instagram mindre tekstvennlig og mer foto og video-vennlig.

6.1.4 YouTube

YouTube var i stor grad et supplement til de andre sosiale mediene for bibliotekene som brukte det, av bibliotekene som ble undersøkt her var det Nannestad, Hå, og Tønsberg og Færder som hadde en slik profil. "Den YouTube kanalen er ganske fersk, vi har ikke gjort så mye med den så langt, men håper å få gjort mer med den etter hvert" sa bibliotekaren ved Nannestad bibliotek. Tønsberg og Færder hadde de heller ikke brukt YouTube i særlig grad før 2020, og det hadde vært "en litt sånn bratt læringskurve, men det har jo gått seg til deg også," sa informanten, etterfulgt av en liten latter.

Ved Hå hadde de heller ikke publisert så mye på YouTube enda, men de testet det ut og ville rette det mot barn: "vi ønsker ikke at alle må være Facebook-brukere, og så vil me jo henvende oss til unga, og mange av de er under tretten år, men da kan vi publisere de på hjemmesiden vår." Tretten er aldersgrensen for å ha profil på de fleste sosiale medier, inkludert YouTube, men der må man ikke være logget inn for å se på innholdet, og det er større muligheter for foreldre å dele sin YouTube-konto med barna sine (YouTube tilbyr også strømmetjeneste for musikk og muligheter for å leie film).

Videoer på YouTube kan også bygges inn på andre nettsider i større grad enn om man skulle laste opp videoer på de andre store sosiale mediene. En av grunnene til at de ved Nannestad valgte å opprette en YouTube-kanal var også at man kan legge ut lengre videoer der enn på Facebook og Instagram som har tidsbegrensninger.

6.1.5 Snapchat

Snapchat var ikke mye brukt for bibliotekarene jeg intervjuet, men flere hadde vært inne på tanken, og slått det fra seg igjen. Ved Nordre Eiker hadde de forsøkt seg. "Vi har hatt, eller vi har jo, en konto på Snap, men den bruker vi veldig lite. Den er brukt til litt sånn ungdomsjobbing, med litt vekslende hell." Hun forteller videre at de har brukt den kontoen opp mot et Ungdommens kulturmønstring (UKM) som de har hatt i biblioteket, og da har de latt ungdommene slippe til for å lage innhold. De har også hatt ungdommer involvert i andre arrangementer retta mot ungdommer, og også de har "prøvd å jobbe litt med den her

kanalen," men det er ikke noe som brukes hele tiden, og UKM er jo også et tidsbegrenset arrangement.

"Jeg ser jo at vi liker med å nå ungdom generelt, men så er det noe med at vi, jeg er 45. jeg klarer ikke legge meg på ungdommens hygge linje, og vi skal ikke prøve det heller tenker jeg." (Øvre Eiker)

Snapchat er altså ikke noe bibliotekarene ved Øvre Eiker bruker, men noe de overlater til ungdommer i forbindelse med UKM og andre ungdomsarrangementer. Det er jo kanskje en grei løsning, og slik Snapchat fungerer er man ikke like avhengig av å alltid publisere nytt innhold for man når først og fremst ut til de som allerede følger dem så det er godt mulig dette er den enkleste løsningen for de som har muligheten til å gjøre det slik Øvre Eiker har gjort det.

"Vi hadde Snap en periode, men vi klarte ikke holde den kan an du si ... men vi har et samarbeid med utekontaktene sånn at vi kan krydre deres Snap med våre ting, i stedet for å ha en Snapkonto som er aktiv en gang i skuddåret."
(Nannestad)

Ved Nannestad hadde de en litt annen opplevelse av å bruke Snap og valgte å avslutte sin egen konto og heller samarbeide med noen som bruker sin aktivt opp mot ungdom. Da er man jo avhengig av å ha en villig samarbeidspartner, men om man har det kan det jo være en grei måte å få nådd ut via en plattform man ikke har mulighet til å opprettholde selv. Det er jo også slik at Snapchat er mye mer lukket enn de andre sosiale mediene i den forstand at man må være logget inn for å se innhold, mens man kan se mye, om ikke alt, innholdet uten å logge inn. Så selv om Snapchat er en populær tjeneste er det ikke sikkert bibliotekene er tjent med å bruke den med sine tilgjengelige ressurser.

6.1.6 Andre kanaler

Ved Grimstad fokuserte de også på Google som informasjonskanal, av de jeg intervjuet var denne informanten den eneste som brakte det på banen: "Så kan jeg jo også si at vi bruker Google ganske mye, det tror jeg er en del biblioteker som ikke er obs på." Det kan godt være, det kom i alle fall ikke opp i de andre intervjuene, men mange vil jo søke opp biblioteket der for å finne f.eks. åpningstider og da er det jo greit å ha oppdatert

informasjon, samt at det er en mulighet for folk å stille spørsmål til/om stedet man søker på. Informanten fra Grimstad sa at "Jeg ser at vi har mye mer aktivitet på Google enn vi har på vår egen hjemmeside. Vi legger ut arrangementer der, og mange ringer oss etter å ha googla." Her er informasjonen som dukker opp etter et søk i Google mer populær enn hjemmesiden.

Stord bibliotek var det eneste som hadde en etablert podkast, og dette var et samarbeidsprosjekt mellom flere bibliotek i regionen som omhandler forfattere fra Sunnhordland. Bibliotekaren fra Stord anså det som et viktig arbeid fra deres side: "jeg syns jo at de som kommer etter oss, og de som lever nå, kan bli bedre kjent med disse forfatterne våre." Podkasten var for henne viktig for lokalhistorien, og til bruk også i fremtiden, noe bibliotekene kunne ta vare på. Det er jo noe annerledes enn for de andre informasjonskanalene.

6.2 Endring i bruk av digitale informasjonskanaler under pandemien

Kommunikasjonen mellom bibliotek og brukere måtte nødvendigvis endre karakter når bibliotekene stengte helt en stund, og deretter åpnet i ulik grad igjen, og etter hvert har måttet forholde seg til lokale smitteverntiltak i ulik grad (og risiko for personale som må i karantene eller isolasjon). Dette gjorde at bibliotekene, i alle fall for brukerne, plutselig ble heldigitale en periode. I analysen av innholdet så vi en økning i rene informasjonsposter, men også deling av tilgjengelig gratisinnhold fra ulikt hold, når bøker ble anbefalt ble det inkludert om de var tilgjengelige som e-bøker. Det var også ulike måter å bestille og hente bøker på. Hvordan endret arbeidet med digitale informasjonskanaler seg for bibliotekarene som driver med det?

På Grimstad "har det vel kanskje blitt en form for reduksjon, gitt at det ikke har blitt så mange arrangementer som vi hadde tenkt." Dette stemmer overens med analysen av innholdet der arrangementer var det de postet mest av (før pandemien, men også var det et forsiktig programslipp på høsten. Bibliotekaren forklarte også at de hadde brukt litt mer tid på å promotere digitale tjenester, men at de ikke ville gjøre det for mye da de hadde et dårlig e-boktilbud, de er for dyre: "Vi har et dårligere utvalg enn det vi håpa på. Så vi tør nesten ikke promotere det viser det seg, det er på grensa til flaut." Derfor hadde de ikke

brukt mye plass på å promotere e-boktilbudet, men de hadde brukt noe mer tid på å promotere digitale tjenester i forbindelse med pandemien.

Ved Hå folkebibliotek hadde de hatt flere digitale arrangement, og de hadde ikke fått reist på skolebesøk og det var færre skoler og barnehager som kom på besøk til dem. De hadde planer om å lage boktips i videoformat som skulle legges ut på YouTube i forbindelse med Sommerles. En annen endring var mer samarbeid med andre, blant annet et samarbeid med Jødisk museum i Oslo hvor de egentlig skulle ha et arrangement hos seg, som ble avlyst, men de hadde filmet ett tilsvarende arrangement ved Jødisk museum: "Det ble avlyst og utsatt og vi ikke visste hvor lenge det ble, så lagde vi en avtale med dei om det digitale arrangementet," (Hå) det var også enkelt å administrere når noen andre hadde stått brak produksjonen, ved Hå trengte de bare å dele det på sine nettsider og andre digitale kanaler. "Det er lettare å dela ting, gjenbruk av arrangement, men ein må passe på at forfattarane får honoraret som er avtalt," forklarte bibliotekaren ved Hå.

Ved Malvik var digitale informasjonskanaler et viktig verktøy for å folk inn i biblioteket igjen etter at de hadde åpnet: "Det har jo vært en utfordring å få folk til å skjønne at vi har åpent," sa informanten, hun forklarte at de sleit med å nå ut til folk og at sosiale medier ble viktig for å få frem at de var åpne igjen.

Det er allerede nevnt at Tønsberg og Færder begynte å produsere nytt innhold til hjemmesidene sine ved nedstengingen, dette sammenfalt delvis med en omorganisering i biblioteket med nye arbeidsgrupper og noe som også påvirket innholdsproduksjonen deres for nett "Vi samarbeider bedre, og de arbeidsgruppene som skal levere innhold har blitt litt mer interessert i å gjøre det. Vi har satt det litt mer i system, jeg tror det var starten på at vi drev og tenkte at det funker jo" (Tønsberg og Færder). Nedstengning og begrensning i tjenester sammenfalt med noe som skjedde parallelt, og det er vanskelig for dem å peke på en endring som følge av nedstengingen, utover at de også hadde digitale arrangement i samarbeid med Tønsberg Blad.

Bibliotekaren ved Hå folkebibliotek brukte hjemmekontortid til å oppdatere hjemmesider og lage litt rammer rundt bruken, som "me har fått tid til å gjøre litt nøye nå". Det er ikke bare de som har hatt bedre tid til å se på hva de gjør og hvordan med mer hjemmekontor. Ved Nannestad sa bibliotekaren at bruken "har endra seg i den forstand at vi bruker det mer. Vi

har fått mer fokus på det digitale og sosiale medier." De har hatt mer tid til å gjøre noe når de har vært stengt, men samtidig hadde de et prosjekt gående hvor bibliotek og servicekontor skulle samlokaliseres (i nye lokaler) og dette påvirket også hvor mye tid man hadde til overs til å drifte de digitale informasjonskanalene. Som hos Tønsberg og Færder har andre prosjekter eller endringer påvirkning på bruken av de digitale informasjonskanalene, både når det kommer til selve produksjonen av innhold, men også tidsbruken.

For bibliotekaren ved Stord ender bruken seg hele tiden, uavhengig av korona, men den har likevel påvirket arbeidet med det digitale "før koronaen var det å få lov til å publisere bare noe du gjorde innimellom, fort og gale," men når det var hjemmekontor var det flere dager sammenhengene hvor hun kunne jobbe med de digitale flatene og det gjorde at hun fikk oppdatert seg på endringer på de sosiale mediene og kunne vurdere sin egen bruk av de verktøy hun hadde tilgjengelig. "Jeg har bedt om å ha litt mer sånn kontortid sammenhengene, så jeg kan sitte å ha litt rød tråd," forklarte hun. Det var kanskje ikke så mye som endret seg for de som følger med på nettsider og sosiale medier, men det skjedde altså en del for bibliotekaren som satt med det.

Informanten fra Øvre Eiker fortalte om nedstengingen at "Da gikk jeg kanskje inn for å være enda mer systematisk med hvordan jeg løste det." Hun fortalte at hun hadde laget seg et skjema med hva hun gjorde når, og satt seg inn i hva som skjedde på de sosiale mediene deres. De valgte også i perioden å øke fokus på digital formidling.

Noen av bibliotekarene fortalte om økt fokus på formidling og endringer i hvilket innhold de produserte (artikler på nettsider, videoer på YouTube, digitale arrangement), men flere snakket også om at de hadde fått tid til å se arbeidet med de digitale flatene under ett og fått justert måten de selv jobber med dem, og noen så verdien i å kunne sitte litt sammenhengene med arbeidet, og ikke bare noe man gjør når man har tid.

6.3 Prøv og feil – hva har fungert og hva har ikke fungert?

Med mer tid til å jobbe systematisk med digitale flater og behov for å tilby mer digitalt innhold som følge av pandemien, samt fokus på digital formidling i bibliotekstrategien for 2020-2023 har det blitt en del prøving og feiling hos de ulike bibliotekene.

En av utfordringene for bibliotekarene har vært det tekniske, å få det til, eller at det ikke finnes løsninger på enkelte utfordringer der har støtt på. Flere har hatt digitale arrangement

som har en avtalt periode hvor det kan ligge ute, så må det tas ned. Bibliotekaren ved Hå fant ingen automatisk måte å gjøre det på: "så måtte vi huske å avpublisere innen tidsfristen, og vi fant ingen måte å gjøre det automatisk. Det var jo litt sånn strek i regningen." Dette kan jo, avhengig av hvor lenge noe kan ligge ute eller når det legges ut, gjøre det nødvendig å bruke fritiden på å ta ned noe når tidsfristen er ute og det kanskje ikke er noen på jobb. Det var ikke bare manglende funksjoner som var utfordrende, men også manglende erfaring med verktøyet eller feil verktøy tilgjengelig. Ved Nannestad bibliotek hadde de eksperimentert med videoformater og filmet en krimprat som de la ut på YouTube:

Jeg og hun krimdronninga vår hadde en krimprat som vi la ut på YouTube. Det ble jo en time da, så vi satt jo å skravla rett og slett. Vi tenkte det var en fin test for oss, for å se om det er en måte å gjøra ting på, for å bli vant til å sitte foran kamera og vise seg fram, eller syns da. (Informant, Nannestad)

I tillegg til å bli vant til å være på kamera, oppdaget de at en time var alt for lenge, ingen gadd å se, ekstra utfordring fordi de som pratet måtte holde to meter avstand på grunn av smittevernregler som gjaldt på det tidspunktet og de fant ut at å filme med en mobiltelefon kanskje ikke er ideelt, særlig lyden ble dårlig. "Det er ganske sånn lavterskel, det er bare å prøve. Det er litt sånn, det verste som skjer er at du ikke får døds mange likes. Det er omtrent det verste" fortalte bibliotekaren ved Malvik bibliotek. I den store sammenhengen er en post på sosiale medier eller et opptak av et arrangement som gikk skeis ganske liten.

Å prøve og feile gjelder både det tekniske og de som skal være foran et kamera eller en mikrofon. "Det er jo akkurat nå vel så mye for at personalet får øve, stå foran kamera og prate," forklarte bibliotekaren ved Tønsberg og Færder når hun snakket om tilnærmingen til innhold som skulle på nett. De erfarte at det var det personlige som fungerte best, og da må personalet få øve seg og bli komfortable med det.

Ved Øvre Eiker hadde de erfart at i starten av pandemien så brukte folk mer tid på å se videoer og innhold, men at det gikk over. Det ble etter hvert slik at "Folk ser tre videoer og så scroller de videre" (Øvre Eiker), de prøvde med ulike format, f.eks. hadde de hatt en strikkekafe i biblioteket, som ikke lot seg oversette digitalt i det hele tatt, de ble bare en høytlesning av en novelle og ingen så på den. Tønsberg og Færder gjorde samme erfaring

med høytlesning for voksne: "Det blir kjedelig å se på en av oss sitte der og lese høyt fra Levi Henriksen."

Tønsberg og Færder, og Øvre Eiker erfarte begge også at lengre videoer var det ingen som så ferdig, i alle fall ikke på Facebook og Instagram. Det er også slik på sosiale medier, i alle fall Facebook og Instagram, at aktivitet premieres med mer synlighet: "Vi jobber jo mot en algoritme også, hvor bare alt innhold er bra innhold omtrent, for du må berre ha en viss tilstedeværelse, en frekvens for at kontoen skal tikk og gå og voks da" (Informant, Malvik).

Erfaringene med det som gikk galt var likevel verdifulle, fordi man lærer hvor man ikke strekker til og de som ser på er tilgivende: "Jeg tror folk tilgir oss ganske mye og er rausere sånn, og ser at vi prøver." (Informant Nannestad). Noen ganger blir feilene også med på å gjøre den digitale opplevelsen morsom:

På språkkafeen begynte vi med kameraet feil vei, men det er jo den videoen som har blitt delt mest, og det noe jeg har lært, at det som kan se feil ut, det er kanskje ikke feil, for folk liker at ting ikke er helt perfekt. (Informant, Stord).

Selv om man gjør en feil, så kan det være den folk snakker om og husker, og de fleste har forståelse for at det går galt iblant. Den digitale språkkafeen har vært en suksess for biblioteket på Stord, og bibliotekaren "merker jo når jeg snakker med folk at de har sett ting, vi har noe som heter bok og bolle som har vært veldig populært." Bok og bolle er høytlesning for barn, og egentlig ett arrangement i biblioteket, men det har fungert godt digitalt også. Ifølge bibliotekaren fra Øvre Eiker var det også deres lesestund for barn som fungerte best, "vi har en stilling som heter bokbamse, det er ei som jobber med bare formidling til barn og hu er jo mye ute i barnehager og alle ungene i kommunen kjenner henne," forklarte bibliotekaren.

Å lære seg det tekniske har vært utfordrende for mange; "Hvordan man filmer, laster opp filer, får best mulig lyd, hvordan man tekster, det har det jo kanskje vært litt sånn bratt læringskurve på" (informant Øvre Eiker). Har man ikke jobbet med video før blir det mye å lære om man skal filme, har man ikke laget podcast før blir det mye å lære med opptak og redigering der. Det finnes kurs for noe, men mye blir det til at man lærer underveis. Bibliotekaren på Stord fortalte at hun gjerne skulle kurset seg mer, og at når hun hadde

deltatt på kurs i forbindelse med podkast var det ikke de riktige tingene som ble tatt opp, mye av det hun lærte der hadde hun allerede kunnet søke seg frem til selv, samtidig hadde hun oppdaget nye verktøy når hun fikk satt seg ned og jobbet litt med ting. Det å vite hvilke programmer som er tilgjengelig og hva man kan gjøre kan være utfordrende om man starter på bar bakke, bare det å velge seg et program for å redigere videosnutter kan oppleves overveldende om man aldri har forsøkt før. Bibliotekaren fra Hå nevnte også at det var krav for institusjonen å tekste videoer, og det er nok ikke uvanlig da det handler om tilgjengelighet for seeren, og da blir jo det noe man må vite hvordan man gjør, men også har tid til å gjøre.

Bibliotekarene fra Grimstad og Tønsberg og Færder nevnte at de hadde sett på, eller skulle se på, bibliotekutvikling.no sitt kurs "23 ting om å formidle på nett", og at det er ganske mye tilgjengelig gjennom ulike kanaler. "Ellers er jo vi bibliotekarer og vi later som om vi veit å finne fram til ting" spøkte bibliotekaren fra Grimstad om å finne ut av ting, men det gav jo gjengklang i bibliotekaren fra Stords opplevelse av et kurs som ikke traff helt med opplæringen.

6.4 Kontakt med brukerne

Med de fleste sosiale medier kommer det også meldingsfunksjoner, opplever bibliotekarene mye kontakt med brukerne der, og var det påfallende endringer når pandemien kom? Det er stor variasjon på dette området.

Vi bygde nytt bibliotek, og fikk det i 2017, og før det var folk veldig lite selvhjulpne, sånn at i stedet for å logge inn på hjemmesidene våre så ringte de eller sendte e-mail, men nå har de blitt så mye flinkere til det, mer selvhjulpenhet. (informant Grimstad)

Brukerne har blitt mer selvhjulpne og trenger mindre hjelp på noen områder, men "samtidig så ser vi jo det at folk kommer med ulike forespørsler om anbefalinger og arrangementer, ulike typer spørsmål i ulike kanaler" (informant Grimstad), han tror likevel ikke det totale antall henvendelser har gått opp. Bibliotekaren ved Øvre Eiker hadde en tilsvarende opplevelse "Jeg tror vi var såpass gode på det før korona egentlig, det har vært lett å kontakte oss tidligere og." De som ønsker digital kontakt med biblioteket, har det kanskje allerede.

Heller ikke Hå folkebibliotek opplevde stor ending i kontakt med brukerne, bibliotekaren forklarte at "Me har hatt en annen parallell endring, at hele databasesystemet har blitt overført til nettbasert bibliofil. Vi har lært opp brukarane der, så det har vært viktig." De digitale lånerne kan lettere finne frem selv når de har tatt i bruk Bibliofil, noe som kan ha gjort behovet for kontakt med et menneske ved biblioteket lavere for dem. Også ved Nannestad har bibliofil påvirket hvilken kontakt de har med brukerne "Å få folk til å bruke bibliofil er jo genialt, lære folk å bruke den så e blir litt mer selvhjulpne," forklarte bibliotekaren, og de hadde ennå ikke fått seg noen utlånsautomat, men håpte på det i fremtiden og da ville Bibliofil bli enda viktigere, men det å få folk til å bruke de digitale tilbudene var viktig.

Ved Tønsberg og Færder opplever de at "det er mye mer kommentarer på ting vi legger ut nå. Det er ikke så mye uansett, men det er mer enn det det var før," sa bibliotekaren, det samme gjelder meldinger på meldingstjenestene til Facebook.

De vet de får kontakt med oss der, selv om det er mer sånn helt vanlige bibliotekspørsmål. Jeg tror folk tør å spørre og svare, og mene noe og.
(Tønsberg og Færder)

Det er kanskje, for noen, lavere terskel for å sende en melding via sosiale medier enn å sende en e-post eller, når bibliotekene er åpne, å spørre i skranken. Også bibliotekaren ved Malvik bibliotek opplever økt kontakt "Jo mer du bruker det, jo mer forespørsler får du jo og på innboks. Man må sette av tid til å lage innhold og til å faktisk kommunisere med lånerne," forklarte hun. Et problem med kontakt via sosiale medier eller andre meldingstjenester som ikke er e-post er når og hvordan man skal svare.

Det er vel mer at jeg har prøvd å begrense, for det er litt sånn at å få en melding på Messenger halv tolv på en lørdagskveld med noen som vil bestille en bok så er det litt sånn å prøve å ikke lese den og ikke svare. (informant Øvre Eiker)

Ved Øvre Eiker hadde de prøvd å legge inn automatisk svar for å få henvendelser mer på e-post dersom det er den type hjelp noen er ute etter. Bibliotekaren på Stord sa at hun "tror de tar kontakt via Facebook, men eg har prøvd å stenge det for at eg blir redd for at det blir

så mange informasjonskanaler. Det er sånt som man forventer at man sender på vanlig e-post." Så det kan være en utfordring å vite hva man skal svare på hvor og hvordan man eventuelt kan løse det slik at ikke det blir samtaler over alt. Særlig typiske referansespørsmål ser det ut til at bibliotekarene helst ønsker på e-post. Samtidig kunne bibliotekaren fra Øvre Eiker fortelle at "Vi ser jo at det so funker best å kommunisere med ungdom på er Messenger for eksempel," og dette var noe de måtte huske på når de prøvde å nå ut til denne gruppen. Ungdommene kan være vanskelige å nå, som flere hadde erfart med tidligere forsøk via Snapchat.

Bibliotekaren ved Grimstad bibliotek bruker Google aktivt, men en av ulempene er at når man får inn et spørsmål der så må man svare innen 24 timer eller så blir tjenesten deaktivert, "det er litt dumt da, for viss man får en melding lørdag kveld så må man inn og svare på det selv om man ikke er på jobb. Det er jo ikke noe vi får gjort noe med," sa han. Tjenesten er altså avhengig av at noen passer på selv når de har fri, ellers forsvinner funksjonen. På Messenger kan man vente til neste arbeidsdag med å sjekke, men når mange er logget på bibliotekets konto via sin egen konto eller private mobil kan det være vanskelig å la være, selv om man kan.

6.5 Digitale informasjonskanaler og bibliotekets samfunnsoppdrag

Bruker bibliotekarene de digitale informasjonskanalene som del i å oppfylle bibliotekets samfunnsoppdrag? Og hvordan har eventuelt pandemien påvirket dette? Det har jo blitt nevnt allerede at noe av bibliotekets innhold har blitt gjort digitalt, som f.eks. språkkafeer og høytlesningstilbud, men det er jo også mye som ikke kan digitaliseres, og en del som kanskje kun er digitalt?

Bibliotekaren ved Hå folkebibliotek sier at de "prøver jo å bruke det til aktiv formidling, og med nettressursene så er det jo litt mer utjevning i tilbudet, men uten oppmøte får vi jo ikke hjulpet folk." Hun forklarer videre at de har en viktig funksjon med å hjelpe folk med det digitale, og de hadde hatt kurs i bruk av det digitale før pandemien, men at det jo var vanskelig med restriksjoner. De som ikke kan det digitale mister alt tilbud og det er vanskelig å hjelpe dem. Bibliotekaren ved Øvre Eiker sa at "den møteplassfunksjonen den er vanskelig å fylle. Det vi merker når vi hadde stengt er at folk savner oss jo." De som har nytte av det digitale er de som allerede har litt ressurser fra før: "De som vi på en måte veit led mest når

vi hadde stengt, de fikk nok ikke så stor glede av det digitale heller. Det har vi tenkt en del på. Det var jo og grunnen til at vi hadde lyst til å åpne opp igjen tidlig og" (Øvre Eike). Biblioteket brukes til mye som ikke kan erstattes med digitalt tilbud, som tilgang til det digitale, leseplass og sted å være for elever og studenter osv.

Ved Øvre Eiker har de også erfart at formidling av litteratur ikke er det som får mest likerklipp på sosiale medier, men at det likevel har verdi. "Jeg tenker det skal være variert og, det er ikke nødvendigvis, at vi ikke skal, ikke bare hige etter hundre likerklipp liksom" (Øvre Eiker). Dette er i tråd med bibliotekets mandat om å være for alle, mye man gjør i det fysiske bibliotekrommet treffer smalt, men det er jo ikke slik at det nødvendigvis er feil, og det kan være lett å glemme når man jobber med de digitale informasjonskanalene, om en eller to personer setter seg på venteliste for en bok man har lagt ut noe om på Facebook eller Instagram kan det jo være verd det. Biblioteket skal være for alle, og det kan man prøve å reflektere i de digitale informasjonskanalene:

"Vi prøver jo å favne bredt da. De gangen vi har mulighet til det så gir vi et inntrykk av at biblioteket er et sted for alle. Vi involverer jo mange av lånerne våres i postene våres. At en elev på videregående her kan hjelp oss med å lag en bookface for eksempel, eller at vi tar et bilde fra språkkafeen vi har, hvor deltageren sitt og smile med hver sin kaffekopp" (informant Malvik).

De involverer folk i å lage innholdet, og prøver å vise frem at biblioteket ikke bare er for noen få, men alle. Bibliotekaren ved Malvik bibliotek tror også at ungdommer er vanskelige å nå ut til, men om du engasjerer dem på i laging av innhold til Instagram kan de begynne å følge biblioteket, kanskje dele det med vennene sine og slik får man oppmerksomheten deres. "Det er en veldig fin måte å nå ut til den målgruppa som ellers kanskje er vanskelig å lur inn i biblioteket" (informant Malvik).

"Problemet er at vi skal gjøre veldig mye for alle" sa bibliotekaren ved Tønsberg og Færder bibliotek om samfunnsmandatet, det er vanskelig å skulle dekke alle, men de hadde jo, gjennom samarbeidet med Tønsbergs Blad, kanskje nådd ut til flere. Hun trakk også frem et lokalhistorieprosjekt hvor de, en gang i månedene, trakk frem en kjent Tønsbergenser som eksempel på måter de kan bruke de digitale informasjonskanalene til å nå ut på andre måter "Jeg tror ikke det er noen motsetning der i alle fall, det er en utvidelse av det vi holder på

med, og er med på å gjøre det mer tilgjengelig for enda fler" (informant Tønsberg og Færder). Biblioteket på nett er en forlengelse av det fysiske biblioteket, og det at bøker, lydbøker, filmer osv. også er en tjeneste bibliotekene kan tilby digitalt er viktig. "Fordi at vi tilgjengeliggjør jo våre tjenester og muligheter, og ved å ha digitaltjenester så blir det jo enda mer synlig" (informant Nannestad).

Ved Grimstad bibliotek hadde de ikke promotert det digitale tilbudet fordi det var for dårlig, de hadde ikke råd til et godt e-bok tilbud. "Jeg er litt sånn oppgitt på vegne av våre brukere" (informant Grimstad), mangelen på tilbud har gjort at de ved Grimstad har vært litt tilbakeholdne digitalt og ikke utnyttet det potensialet som ligger der godt nok forklarte bibliotekaren, noe som kanskje var dumt, han forklarte at: "Det ligger mye kunnskap i det digitale på alle mulige måter, gjennom utveksling mellom mennesker, kunnskap om gjenfinning og kildekritikk og så videre. Det ligger mye der ute som biblioteket bør ta, men vi er ikke helt der ennå."

Det er greit å ikke hoppe på alle trender mener bibliotekaren ved Grimstad bibliotek, det er viktig at det er en viss kvalitetssikring også, at det å være på sosiale medier og digitale plattformer er en form for aksept av dem, og de kan jo drive salg av personopplysninger osv. Om man kaster seg på noe helt ukritisk kan man i verste fall risikere å gå "litt på akkord med mandatet sitt, og miste driftskredibilitet, og det er veldig skummelt i så fall." (informant Grimstad), konsekvensen av dette kan være å miste brukere som ikke lenger stoler på biblioteket eller at det blir vanskeligere å nå frem til politikerne. Man må være litt forsiktig, det aller meste vil jo ikke gå galt, og der mange av informantene har sagt at det bare er å prøve å feile når det kommer til innholdsproduksjon er det kanskje også slik at man skal være litt forsiktig med hva man som institusjon deler og sier.

At man skal være litt forsiktig kan jo være forenelig med et travelt bibliotek, man har ikke tid til å gjøre så mye som man kanskje skulle ønske:

"Vi prøver jo å speile biblioteket gjennom de sosiale kanalene våre, men vi kunne jo lagt ut mye mer, kanskje mer sånn seriøse ting og ikke bare åpningstider og 'tjohei denne er ledig i BookBites no', det er klart, men vi er en personalgruppe på fem, og hvor mye tid skal vi bruke på det og hvilken kunnskap skal du ha i personalgruppen?" (informant Stord)

Hvor mye tid skal de bruke? Dette er et problem for alle jeg snakket med. Balansen mellom godt innhold og tid. Det har kommet opp flere ganger i intervjuene at man gjerne skulle gjort mer, men ikke har tid.

6.6 Digitale informasjonskanaler og legitimeringsarbeid?

Bibliotekaren fra Grimstad var inne på det da han forklarte hvorfor det kanskje var greit å være litt forsiktige med de tjenestene man velger og hvilke trender man hopper på digitalt, for da kan man miste kredibilitet, men man kan kanskje også bygge den? Har bibliotekarene et bevisst forhold til legitimeringsarbeid gjennom digitale kanaler? I innholdsanalysen av det bibliotekene poster var det en del poster om bibliotekene, hva de gjør utover å låne ut bøker og holde arrangement, glimt fra hverdagen i biblioteket, poster om utstillinger (og kunstnerne bak dem) osv., men er dette noe bibliotekarene har tenkt på effekten av?

Bibliotekaren ved Hå nevnte at det var viktig å holde informasjonen på nettsider og sosiale medier oppdatert med tilbudet de har, og hva som skjer i biblioteket. "Vi bruker nettsiden på den måten, og vi prøver jo og å bruke dei, sånn som FB og egentlig, å sei det som skjer i biblioteket" (Hå), det er litt usikkerhet i svaret her, men det å holde det oppdatert og "varmt" er viktig.

"Jeg tenker det er flott at vi syns og at vi viser hva vi holder på med, at vi viser litt andre sider av oss sjøl, at når vi maler eller pusser opp litt så legger vi ut bilde av det og. Det er med på å synliggjøre oss i lokalsamfunnet rett og slett" (informant Øvre Eiker).

Man kan vise flere sider av biblioteket digitalt, vise hva som skjer på kontorer og i magasin, men også hvordan man er en del av lokalsamfunnet. Å synliggjøre tilbudet er ikke bare markedsføring, men også å vise at biblioteket er mer enn en samling bøker: "Jeg ser biblioteket som en kulturhub, at det e alt mulig. Det er ikke en boksamling no mer, det er ingen sitter og roper hysj på det her. Her har vi folkeverksted og arrangement og ja" (informant Malvik). Ved Malvik skulle de begynne med et nytt konsept hvor frivillige skulle komme og lese høyt for barn, de skulle også starte med litterær familieyoga, det å gjøre noe nytt enten ved en helt ny type arrangement eller å få lokalbefolkningen involvert er enklere ved bruk av sosiale medier, og at de er "helt priceless for å nå ut til småbarnsforeldre" (informant Malvik) for det er der de får med seg at det er noe som skjer.

"Det virker som at det fleste trur at biblioteket bare er koseplass med kosebøker liksom, at det ikke har noe større verdi enn det, og det er jo jeg, eller vi bibliotekarer helt uenige i. Det er jo en del av byråkratiet, en grunnstein som er viktig å bevare" (informant Nannestad).

Bibliotekaren ved Nannestad bibliotek tenkte at biblioteket kunne bli bedre på å vise seg frem digitalt, og vise hva et bibliotek faktisk er og kanskje også " fange oppmerksomheten til de som sitter på pengesekken og de som trenger å vite det". Lokalpolitikere og kommunal administrasjon kan nås via sosiale medier selv om de ikke selv bruker biblioteket i særlig grad. "Vi har en rådmann som følger oss veldig på Instagram, og følger med ikke sant, og det er lett å bli synlig sånn innad i kommunen og, og det har jo vært veldig viktig for oss at vi viser hva vi holder på med" (informant Øvre Eiker). Det å være til stede i bevisstheten til administrasjon og politikere kan være viktig, og når noen følger biblioteket vil de se det biblioteket selv viser frem, og det kan påvirke synet deres på hva biblioteket faktisk er for noe. Bibliotekaren fra Malvik sa også at de ble fulgt av lokalpolitikere og at å vise frem bredden i tilbudet var viktig også der. Ved Tønsberg og Færder hadde de ikke jobbet målrettet med å vise de delene av bibliotekdriften som ikke er så synlig: "Vi har kjørt litt sånn safe og tradisjonelt egentlig, vi har snakket om det, og vi kommer nok til å komme dit etter hvert tenker jeg."

Selv om politikere kan se innholdet er det også viktig å ikke bli politisk, men som bibliotekaren ved Malvik bibliotek sa: "Viss man har fulgt Malvik bibliotek over tid så e det nesten vanskelig å unngå å skjønne at vi e opptatt av bøker og bærekraft, vi e opptatt av miljø. Det blir jo et slags lite stikk til politikarn som følge oss om du skjønne." Det er rom for mye mellom linjene på nettsider og sosiale medier. Bibliotekaren ved Grimstad fortalte at de var veldig forsiktige med å være politiske da det hadde "vært et veldig komplisert bilde i Grimstad de siste åra, så vi er veldig forsiktig med hva vi gjør akkurat der." Det politiske bildet vil variere fra kommune til kommune og noen må være mer forsiktige enn andre. Bibliotekaren ved Stord nevnte også at biblioteket kan være bra for politikerne, om de forstår hvilke behov et bibliotek har: "Det er en politiker som har skjønnt det litt, men han har ikke snakket med oss, han har gått ut snakket om at biblioteket kan flytte i en bankbygning," men denne bygningen var ikke egnet til å drive bibliotek i. Hun sa også at for å få politikerne til å lytte må også brukerne av biblioteket kreve noe, ikke bare bibliotekene selv, brukerne

var veldig fornøyde, men etterlyste også flere e-bøker etter å ha blitt vant med å ha god tilgang.

6.7 Hindre for bruken av digitale informasjonskanaler

Bibliotekarene har fortalt om prøving og feiling, og det de får ut av å drive med dem.

Synliggjøring og markedsføring, men hvilke hindre har de i bruken? Det er allerede nevnt at det for noen har vært mye å lære med det tekniske, og at f.eks. krav om teksting gjør at det kan være tidkrevende arbeid. Det er også det som er det største hinderet, det er tid og penger, det tekniske og personalgruppen som er bøygene.

"Har du penger har du tid" (informant Stord), det å ha mulighet til å sitte med innholdsproduksjon eller bare vedlikehold av nettsider og kontoer uten at man også gjør andre ting kan være utfordrende. Podcastprosjektet deres er helt avhengig av at de har midler til å lage det, og bibliotekaren skulle gjerne lagd innhold til den jevnlig, men det er det ikke mulighet til når de ikke har fått bevilget penger til akkurat det: "De som bevilger penger politisk må forstå at dette er noe biblioteket må ha penger til å drive." Bibliotekaren ved Hå fortalte at de oppdaterte nettsider og sosiale medier "i ledige stunder" og at dersom det var frafall i skranken så ville de prioritere å fylle det heller enn å sitte i bakvakt hvor de gjerne gjør den type arbeid. Hun kunne også fortelle at ei ved en annen filial "hadde mer tid på kveldsvaktene og meldte seg til å jobbe litt på nettsider og Instagram" (informant Hå), de begge prioriterer praktisk informasjon over annet innhold. Den som har mulighet og vilje er den som tar på seg mer. De har tilsvarende prioriteringer ved Øvre Eiker: "Så er det også litt hvor mye tid skal man bruke på det kontra de lånerne som er fysisk hos oss da." De som kommer til biblioteket vil prioriteres, dersom man må velge.

Det er også greit å vite om man har kapasitet før man starter noe nytt: "En ting er jo å opprette en kanal, og starte en Instagramkonto for eksempel, man må jo ha en klar plan på det og man må sette av tid" (informant Grimstad). Å drifte nettsider, men særlig sosiale medier, innebærer å legge ut jevnlig, engasjere publikum over tid, og da er det viktig å "Vekte bruken av alt man gjør og se hva som er viktig og hva som er mindre viktig" (informant Grimstad). Bibliotekaren ved Malvik nevner også tidsbruk og stadig innhold: "Utfordringa e at det kosta tid og krefta, du må finn på ting og du må lag innhold hele tia."

Stopper man med sosiale medier i en periode vil man gjerne miste følgere eller prioritet i det aktuelle mediets strøm.

Det er også utfordringer knyttet til personalgruppen og prioriteringer fra sjefen.

Bibliotekaren fra Stord mente det var en utfordring å "å formidle digitalt i det hele tatt, jeg tror det kommer til å endre seg, men jeg vet jo ikke hva slags sjef jeg kommer til å få." Hun visste, som nevnt tidligere, ikke om sjefen var klar over at de hadde en Instagramkonto i det hele tatt og hadde sittet veldig alene med nettsider og sosiale medier, men hun så lyst på det: "Hun som er ansatt nå, allerede der er ting enklere. At du kan snakke samme språk." Sjefen skulle også pensjonere seg, så det var et håp om noen som var litt orientert mot det digitale skulle ansettes. Ved Tønsberg og Færder var de gått fra å være én til flere som skulle jobbe med å koordinere markedsføringen (som nettsider og sosiale medier falt under hos dem) og bibliotekaren "håper det blir litt mer helheltig da, enn når det bare er meg og alt som skal skje inne i hodet mitt". Bibliotekaren ved Øvre Eiker hadde også sittet mye alene med arbeidet, men hadde fått flere involvert og det lettet oppgaven. Hun hadde også alliert seg litt med ei i kommunikasjonsavdelingen til kommunen, og kunnet dele erfaringer og evaluere arbeidet. Flere involverte gir kanskje også mer variasjon i bidragene:

Tør å prøve, pass på at man er litt i godlune, så det ikke blir så skummelt å vise fram fjeset sitt for eksempel. Jeg vet jo det sjøl og at jeg synes det er morsommere å se på et innlegg hvor det er et menneske som sier noe. (informant Nannestad)

Det kan også være utfordrende for den enkelte å bidra med seg selv, sitt ansikt, sin stemme, for noen er det noe å bli vant til, for andre er det kanskje aldri aktuelt.

6.8 Fremtiden

Hvordan så bibliotekarene for seg at bruken ville endre seg fremover? Ville de prøve noe nytt eller jobbe videre i samme spor?

Bibliotekaren ved Øvre Eiker fortalte at "vi har egentlig ikke noe sånne tanker om å revolusjonere eller endre på ting," for det er kanskje ikke nødvendig å endre noe som fungerer greit, men heller bli bedre på man gjør.

"Tenker at det fortsatt kommer til å være viktig, og at det sikkert kommer nye plattformer vi må inn på og vise oss fram på, og at det er viktig at vi på

biblioteket følger med på hva som rører seg i samfunnet, og følger med i timen. Det er, eller jeg tror, digitale muligheter kommer til å ha mye å si" (informant Nannestad).

Bibliotekaren ved Nannestad bibliotek nevnte ingen konkrete planer, men påpekte at man må følge med både på teknologien og på samfunnet, for det skjer jo stadig endringer som også kan endre deres bruk. Ved Malvik hadde de heller ingen store endringer planlagt, men de ville bruke det mer som informasjonskanal ulike prosjekter de hadde på trappene, deriblant en frøbiblioteksatsing som skulle utvides, be om hjelp fra frivillige til et samarbeidsprosjekt med Malvik videregående og kommunen hvor de skulle lage blomstereng på ett av kommunens friområder. De hadde ikke prøvd å be om hjelp ra publikum via sosiale medier før og var spent på hvordan det ville fungere. Også ved Hå skulle de jobbe mer med det de allerede drev med, de hadde en ny ansatt som kunne driver mer på Instagram (hvor det handlet mest om dagsaktuelle ting og formidling av litteratur) og så skulle de jobbe mer med innhold til YouTube-kanalen.

Bibliotekaren ved Grimstad tenkte at de måtte kanskje prøve å målrette informasjonen de gir ut bedre for å nå spesifikke brukergrupper. "Vi har begynt å se litt på konsepter og hvordan vi kan engasjere folk," (Grimstad) de hadde fått støtte til å kjøpe utstyret de trengte til å lage podkast så da var det å finne ut best mulig måte å bruke det. De hadde også nylig kjøpt podkastutstyr ved Tønsberg og Færder bibliotek, også der jobbet de med å finne ut hva podkasten skulle være for dem. Bibliotekaren ved Stord bibliotek ønsket seg mer, de hadde hatt suksess med direktesendt digital språkkafe, hun så også for seg at live-strømming fra arrangement kunne vært bra, "og så kunne jeg tenkt meg og brukt den podkasten litt mer jevnlig, mer enn at det er litt tilfeldig når vi har penger," hun skulle gjerne hatt en fast sendetid.

Så skal det finnes overalt, alt av digitale flater og i utstillinger og ja alt vi driver med. Det er også en ting vi kanskje ikke har vært så flinke til før, at utstillingene henger sammen med en artikkel på nettsiden, henger sammen med noe vi har publisert på FB, det henger sammen med listene våre i bibliofil og BookBites. Det jobber vi med å klare å få inn det at det henger sammen

Tønsberg og Færder skulle jobbe mot større sammenheng. Bibliotekaren ved Øvre Eiker ønsket det samme: Vi har snakka en del om den der synergieffekten, at vi har kanskje en utstilling fysisk i biblioteket og så har vi en formidling på nett, og så har vi mulighet for å få hengt opp plakater". Det var en rød tråd gjennom intervjuene med alle bibliotekarene at de ønsket å jobbe bedre med det de allerede holder på med og få tettere bånd mellom det digitale biblioteket og det fysiske, gjerne ved å involvere lokalsamfunnet mer.

7 Diskusjon

I de to foregående kapitlene gikk jeg gjennom funnene fra innholdsanalysen og intervjuene. Innholdsanalysen ble organisert per bibliotek, mens intervjufunnene ble organisert etter tema. I dette kapitlet skal jeg forsøke å la de to kapitlene belyse hverandre i en diskusjon knyttet mot forskningsspørsmålene mine, de mest interessante funnene, men også teori og tidligere forskning.

7.1 Bruksendring på grunn av koronaviruset

Ett av de sentrale spørsmålene i oppgaven er hvordan bruken av de digitale informasjonskanalene endret seg når bibliotekene stengte i mars, og hvilke konsekvenser det har hatt for arbeidet. I innholdsanalysen fant jeg i hovedsak disse endringene i perioden etter 12. mars 2020: Antall informasjonsposter økte for de fleste bibliotekene om stengt bibliotek og hentebibliotek, og instruksjer i bruk av de digitale tjenestene, flere av bibliotekene begynte å anbefale e-bøker tilgjengelig i deres e-bok-tjeneste, alle hadde en eller annen form for digitale arrangement, noen delte fra hjemmekontor eller viste litt av hva som skjedde bak de stengte dørene. Disse endringene virker ikke veldig store fra utsiden, men i samtale med bibliotekarene som jobbet med noe av dette innholdet så er det klart at det var en del arbeid som gikk inn i disse postene.

En ting var å informere om at alle arrangement var avlyst og det var stengt på ubestemt tid, men også sørge for at de som lurer får svar på spørsmål om innlevering og purregebyr, og så var det det logistiske rundt det å åpne for henting av bøker. Det måtte organiseres og informeres tydelig om hvordan man går frem, og flere av bibliotekene postet fremgangsmåter for å få låne (og levere) bøker mens bibliotekrommet fortsatt var stengt, for de som ikke hadde mulighet for lånere å bestille bøker selv involverte dette også organisering av bestillinger, og så måtte de svare på spørsmål i kommentarfeltene. Nå

registrerte ikke jeg kommentar-aktivitet i min undersøkelse, men praktiske spørsmål forekom. Det ble også postet en hel del instruksjoner om hvordan benytte seg av de digitale tilbudene, flere av bibliotekene gikk over til nye e-bok tjenester i tidsrommet februar-mai 2020 (de syv bibliotekene i denne oppgaven gikk over til BookBites eller Allbok), derfor kan jeg ikke si at det var korona som førte til en økning i promoteringen av digitale tjenester siden dette skjedde parallelt, men for de som også aktivt formidler litteratur ble det viktig at bøker de anbefalte i perioden var tilgjengelige som e-bøker, f.eks. Øvre Eiker som hadde en serie videoer og poster med lesetips hvor alle bøkene var tilgjengelige i BookBites.

Det skjedde også en del bak kulissene når det kom til innholdsproduksjon fra bibliotekene i denne perioden, flere av bibliotekene opprettet – eller fant frem en lite brukt – YouTube-kanal, fordi de nå eksperimenterte med videoformatet i større grad enn før. Bibliotekarene rapporterte om eksperimenter med lengde og innhold på videoene. Flere fant ut at folk bare ser noen sekunder og det er best å holde videoene korte om de skal deles på sosiale medier, de fant ut at de manglet riktig utstyr for skikkelig gode resultat (f.eks. mikrofoner eller kamera som ikke også er noen sin private telefon). Så det å prøve å finne noe innhold å lage og poste på nettsider og sosiale medier ble et lite krasjkurs i teknologiske løsninger (og problemer).

Det som fungerte stemmer også overens med tidligere funn, som det at det Kornstad (2017) fant i sin masteroppgave om at det er det personlige som engasjerer, dette rapporterte også flere av mine informanter, at man måtte tørre å by litt på seg selv for å få bedre. Flere av informantene hadde tatt eller skulle ta kurset "23 ting om å formidle på nett" (Bibliotekutvikling.no, u.å.) som er en del av kompetansehevingen som ble politisk villet gjennom den seneste bibliotekstrategien (Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet, 2019), kurset er utviklet av fylkesbibliotekene, Deichman og Bergen Offentlige Bibliotek, koordinert av Viken fylkesbibliotek, og er forsknings- og erfaringsbasert. Kurset går gjennom hva digital formidling er og hvordan man gjør det, inkludert teknologiske tips, det ber også kursdeltagerne om å ikke være redd for å prøve seg frem, og at det er bra å starte med det utstyret man har. Dette er et ekko av det informantene fortalte meg, at man ikke trenger å være redd for å prøve, at folk er villig til å tilgi (eller til og med liker det) når man gjør feil.

Digitale arrangement var også nytt for mange, blant bibliotekene i denne undersøkelsen ble det arrangert digitale språkkafeer, digitalt folkeverksted, lesesirkelmøter, og digitale lesestunder for barn ble publisert i opptak. Dette var i det store og hele midlertidige digitale erstatninger for fysiske arrangement, og selv om bibliotekene var kjent med formatet fra fysiske arrangement var den digitale varianten en ekstra utfordring, og de hadde vekslende hell med resultatene. Jeg fikk inntrykk av at de deltagende arrangementene som språkkafeene var mer vellykkede enn strømmearrangement uten deltagelse, men dette var ikke et spørsmål jeg fikk noe videre svar på i denne undersøkelsen. De opptakene som fungerte best per informantene var lesestunder for barn gjort av en bibliotekar de kjenner fra før.

Den endringen som kanskje påvirket informantene mest når det kom til bruken av de digitale flatene var nok at de når bibliotekene stengte, og de endte opp med hjemmekontor eller kunne dra på jobb i bibliotek hvor lånerne ennå ikke slapp inn var at de hadde tid til å sitte og se på hvordan de koordinerer, hvordan de produserer, hva som fungerer, og hva som ikke fungerer. De fikk tid til å evaluere og planlegge. Informanten fra Stord hadde lagt inn ønske om å få mer sammenhengende kontortid fordi hun så nytten i å kunne få arbeidsro. Å oppdatere nettsider og sosiale medier var for flere av informantene rutinearbeid man gjorde innimellom, og når man hadde tid. For de som hadde kontortid, som informanten ved Tønsberg og Færder, så ble denne prioritert bort dersom det ble frafall i skranken. Tid til å evaluere, og kanskje også tid til å lage en strategi for bruken av de digitale informasjonskanalene for de som ikke allerede hadde det gav bibliotekarene mulighet til å gjøre endringer basert på hva som fungerte for dem, deres bibliotek og deres publikum.

7.2 Digitale informasjonskanaler og bibliotekets samfunnsoppdrag

I tidligere kapitler skrev jeg om Folkebibliotekloven (1985) og hvordan den legger føringer for driften av bibliotekene. Jeg spurte informantene om hvilke tanker de hadde om deres digitale informasjonskanaler i lys av bibliotekets samfunnsoppdrag.

To av informantene poengterte at de er et supplement til det fysiske rommet, men også at det ikke var noen erstatning, og at de som trengte det fysiske biblioteket mest ikke fikk nytten av det digitale tilbudet på samme måte. Ikke alle kan bruke de digitale tjenestene, og selv etter gjenåpningen var det vanskelig å veilede i et biblioteklokale med smittevernstiltak,

man må ofte være tett på for å vise og forklare det man gjør på en skjerm, og da er det å måtte holde en meter eller har pleksiglass mellom seg et hinder.

Bibliotekaren ved Hå påpekte at de forsøkte seg på aktiv formidling også digitalt, og flere av bibliotekene gjorde dette. De tipset om bøker på sosiale medier og nettsider, de brukte flere formater, bilder og tekst, korte videosnutter og tematisk samlende lister. Flere forsøkte også å knytte innhold opp mot aktuelle hendelser i samfunnet rundt, som høytider eller temadager med faste datoer, som kvinnedagen, verdensdagen for psykisk helse eller lister med skeiv litteratur i forbindelse med lokal/nasjonal pride feiring osv. Velger man seg nok temaer så kan man jo også gjøre innholdet i de digitale informasjonskanalene, allsidige og aktuelle.

Bibliotekaren fra Øvre Eiker påpekte at det var viktig å ikke bare være ute etter likerklipp, men også satse på variert innhold. Jeg har ikke sett på likerklippene på bibliotekenes sosiale medier i forbindelse med denne oppgaven fordi det er lite engasjement på de fleste biblioteks innhold på sosiale medier (Choi & Joo, 2018; Kornstad, 2017; Skare, 2018), men informantene fortalte at man kunne få litt mer engasjement ved å spørre direkte spørsmål og ha konkurranser med premier, men å gjøre dette jevnlig krever også at bibliotekarene har tid til å følge med på svarene som kommer, og den har de ikke så mye av. Dette kan kanskje også være en av grunnene til at de ikke oppfordrer så mye til interaksjon? Flere av informantene fortalte at de ikke ville oppfordre for mye til at lånerne bruke sosiale medier og tilhørende meldingstjenester til å kontakte dem, for det var vanskelig å la være å sjekke om det kom noe og man hadde fri. Googles spørsmålstjeneste krevde også svar innen 24 timer for å ikke bli deaktivert.

Bibliotekene hadde også svært lite informasjon å dele om koronaviruset og pandemien, de delte informasjon om smitteverntiltak, og en og annen lenke til folkehelseinstituttet sine informasjonssider, men det var svært lite om denne situasjonen som angår alle. Det ble nevnt i den nasjonale bibliotekstrategien at bibliotekene kan spille en viktig rolle med veiledning i kildekritikk og det å skille mellom ekte og falske nyheter osv. Informanten ved Grimstad nevnte at dette var en rolle de burde ta, men ikke hadde tatt på seg ennå. Per min innholdsanalyse gjaldt det også de andre seks bibliotekene.

Da jeg forsøkte å spørre om bibliotekene også brukte de digitale flatene for å vise at de oppfyller kravene i folkebibliotekloven og vise sin nytte til lokalpolitikere og kommunal administrasjon var noen av dem tydelige på at de ikke ble politisk, men at noe ville skinne gjennom. Det man velger å vise frem er et valg som sier noe om hvem man er. Jeg lurer nå på hvor grensen går for at noe skal være politisk? Ville det vært politisk å poste noe om koronaviruset utover å vise til myndighetene? Kanskje bibliotekene er overforsiktige? Kanskje har de ikke tid til å passe på eventuelle kommentarfelt, og siden bibliotekene skal være arena for offentlig samtale og debatt, kan de slå av kommentarfeltet på Facebook uten å gå på akkord med mandatet? Det er mange spørsmål her som egner seg til videre forskning på akkurat dette.

Forholdet til kommunen kan også være en påvirkende faktor i hvilken grad bibliotekene kan inkludere sine digitale informasjonskanaler i tilbudet. Informanten fra Grimstad likte ikke å promotere e-bok tilbudet fordi det var så dårlig, dette fordi de var dyre. Grimstad bibliotek og kommunen hadde også et komplisert forhold. Ved Stord bibliotek ønsket bibliotekaren at lånerne skulle si fra, at lånerne måtte be om bedre tilbud. Etter at perioden med flere tilgjengelige e-bøker savnet de dem, mange hadde også brukt e-bøker for første gang og ønsket et bedre utvalg, men da trenger bibliotekene større budsjett – og i noen tilfeller kanskje et bedre forhold til kommunen. Kommunen har også, per Folkebibliotekloven (1985) lov til å bestemme reglement for sine folkebibliotek, det eneste som kom frem i min undersøkelse var obligatorisk teksting av videoer, som jo også er med på å gjøre dem mer tilgjengelige for de som ikke kan velge å skru på lyden, så vel som de som har lyden skrudd av mens de sitter på sosiale medier, men hvor inngripende kan disse reglene være for folkebibliotekenes innholdsproduksjon og valg av digitale informasjonskanaler?

7.3 Samarbeid, målgrupper og synergi

Samarbeid var ett av målene i *Rom for demokrati og dannelse*, og ikke noe jeg egentlig satt meg fore å undersøke når jeg startet på oppgaven, men det viste seg at det for noen av bibliotekene var, eller de håpet det skulle bli en viktig del av de sosiale mediene, om ikke nettsidene. Malvik bibliotek spesielt holdt en del på med akkurat dette, de laget bokfjesposter i samarbeid med elever på den videregående skolen den ene filialen også er skolebibliotek for, dette var en måte å involvere og engasjere elevene. Øvre Eiker forsøkte det samme med Snapchat-kontoen de hadde som ungdommer hadde bruk i forbindelse med

arrangement på biblioteket. Malvik ville også søke etter frivillige gjennom sosiale medier for å se om det ble rekruttering der, det hadde dessverre ikke blitt gjort ennå da jeg gjorde mine intervjuer, men blomsterengen ble sådd, om ikke de fikk tak i frivillige hadde de tilgang på "ufrivillig" arbeidskraft da prosjektet også var i samarbeid med den videregående skolen. Flere av bibliotekene var kombinasjonsbibliotek, og de er jo både skole- og folkebibliotek i ett, så å kalle det et samarbeid i samme forstand som ment i bibliotekstrategien er kanskje ikke riktig, men de hadde også muligheter for å være en bro mellom skole, kommune og innbyggere ved å involvere seg i fellesprosjekter og invitere inn andre.

En av grunnene til at bibliotekene valgte seg sosiale medier var hvem de kunne nå med dem. Målgruppene barn og unge var vanskelige, barn under 13 kan i teorien ikke være på sosiale medier, og det må bibliotekene forholde seg til, ungdom er vanskelig å nå og flere av dem ønsket å nå dem, men visste ikke helt hvordan de skulle klare det via digitale informasjonskanaler uten å være kleine voksne som forsøkte å legge seg på deres nivå eller bruke veldig mye tid for å finne ut hvordan best bruke et sosialt medium. Aldersmessig var ikke forskjellene på hvem man nådde på Facebook og Instagram særlig ulike, men som bibliotekaren ved Øvre Eiker påpekte nådde de egen bransje mer på Instagram, bibliotek og andre kulturaktører følger gjerne hverandre, det kan også være verdi i det. Instagram var, før pandemien, lite brukt for å dele informasjon om endrede åpningstider, og egnet seg heller ikke til å dele lenker, men mer visuelt innhold, lek med innhold som bokfjes og bokryggpoesi, og fine bilder fra bibliotekene var det mer av, og man skal også kjenne det sosiale mediets funksjoner og sosiale dynamikk før man mestrer det fullt ut.

Det kan fort bli ganske rotete om man skal nå alle alltid. Informanten ved Grimstad bibliotek hadde den mest tilbakeholdne tilnærmingen til sosiale medier, men ønsket å jobbe med målretting av innhold mot brukergrupper, men det var viktig at man hadde tid til å bruke eventuelle nye sosiale medier, og vite hva man gikk inn for. I tillegg tenkte flere av bibliotekarene på at man kunne vise innbyggerne at biblioteket var mer enn bare bøker, vise bredden i tilbudet og alt det som skjer i biblioteket, samtidig som noen også visste at det var lokale politikere som fulgte dem, eller en rådmann. Lokalpolitikere og kommunal administrativt ansatte blir en veldig liten målgruppe, men den er også kanskje viktig. Kan de være en av grunnene til at de er forsiktige og ikke vil risikere å bli politiske?

Bibliotekaren fra Øvre Eiker snakket om det hun kalte synergieffekten, en rød tråd i innholdet og å maksimere bruken av innholdet man produserer. Alle bibliotekene som hadde mer enn ett sosialt medium krysspostet mellom dem, da får alle som vil sett det, man får aktivitet på de sosiale mediene, men man kan også la alle bokfjes-bildene gå over en skjerm i biblioteket, og dersom man lager en liste med tematiske anbefalinger kan man lage en utstilling i biblioteket og omvendt. Har man et arrangement kan man lage mer enn bare påminninger om arrangementet på nett osv. Dette sammen med mer sammenhengende tid og/eller en strategi kan spare bibliotekene for arbeid i fremtiden. En strategi kan også gjøre det lettere å nå ut til de målgruppene de ønsker, flere ville nå ungdom, eller bli bedre på tilgjengelighet og inkludering: å vise at alle er velkomne gjennom bildebruk og sørge for at også de som ikke hører får utbytte av videoene ved å tekste er bra tiltak. En strategi vil også kanskje la bibliotekarene utforske målgrupper og formål med de ulike typene innhold på en annen måte. Flere fikk tid til å evaluere og vurdere endringer i arbeidet når biblioteket var stengt, og det mulig at man tjener på det i lengden da det å utnytte det materialet man har, det som allerede skjer i biblioteket kan føre til at man kan bruke mindre tid på mer innhold – og kanskje samarbeid med andre, i og utenfor biblioteket, kan gjør oppgavene lettere å gjennomføre eller, som ved Malvik bibliotek, bidra til et mer kreativt arbeidsmiljø.

7.4 Videre forskning

Nå er denne oppgaven ganske detaljert, men gir likevel bare et oversiktsbilde og det er mye som kan sees nærmere på, for eksempel biblioteks bruk av spesifikke sosiale medier som ikke er Facebook, særlig sosiale medier med korte videosnutter, Snapchat, Instagram og TikTok er jo alle fokusert på dette, og det er flere av bibliotekene i jeg har sett på som har prøvd seg litt på videoformatet, men de var fortsatt veldig i en utforskningsfase i 2020.

Det vil også være interessant å finne ut mer om hvordan podkastprosjektene har gått, nå hadde flere av bibliotekene jeg undersøkte fått midler til å kjøpe inn utstyr, men ikke kommet i gang ennå. Ett hadde et prosjekt gående allerede, men det var økonomisk avgrenset. Hvordan ser dette ut om noen år? Hvilke podkaster kommer de mindre bibliotekene til å produsere? Det vil også være anledning til å finne ut mer om annen digital formidling.

Det er også en del som kanskje kan være vanskelig å forske på som hadde vært interessant å finne ut av: Hvordan opplever brukerne bibliotekenes digitale informasjonskanaler? Hva synes de er nyttig? Bibliotekene får jo tilbakemelding direkte fra dem i samtale og i interaksjon med postene.

Forholdet mellom bibliotekene og kommunen er også interessant å se nærmere på, hvordan påvirker dette bruken av digitale informasjonskilder? En av mine informanter fortalte at i sin kommune var det krav om at videoer var tekstet, mens andre ikke hadde slike krav. Hvordan påvirker kommunens retningslinjer for innhold (og bruk av sosiale medier) bibliotekene? Mine informanter var forsiktige med å bli politiske, men når blir innholdet man poster politisk? Er bibliotekarene for bekymret eller er det berettiget? En av informantene snakket om ansvaret i mandatet som folkebibliotek om å være tilbyder av kvalitetssikret informasjon, men ingen av bibliotekene jeg så på delte noe om pandemien som påvirket driften utover å lenke til kommunale retningslinjer eller offisielle anbefalinger fra nasjonale myndigheter.

8 Konklusjon

Bibliotekene har ulik tilnæringsgrad til digitale informasjonskilder – de har alle en eller annen form for nettside med grunnleggende informasjon om åpningstider, kontaktinformasjon og tjenester de tilbyr, så bygger de videre på det i ulike retninger. Noen har utfyllende informasjon til sine lånere og samarbeidspartnere (f.eks. skoler og barnehager), noen har boktips, noen har tema-sider og artikler som bygger på det som skjer i biblioteket. Alle jeg undersøkte har Facebook, noen har Instagram, YouTube, Snapchat, alle har vurdert om de skal legge til et sosialt medium eller ikke.

Jeg ser på de digitale informasjonskanalene som et sett med byggeklosser, hvor den grunnleggende informasjonen er brettet man starter med, så har man ulike klosser man kan bygge oppå der med, og man trenger ikke bruke alle. Grunnflaten kan være egne nettsider, nettsider underlagt kommunen, eller en profil på et sosialt medium, sørge for oppdatert informasjon hos Google.

Etter at man har etablert en base kan man bygge på med det man vil, noen vil kanskje bygge ut grunninformasjonen med mer utfyllende beskrivelser av tjenestetilbudet, man kan bygge på med aktiv formidling av en eller flere typer tilbud og innhold i biblioteket (fra det mer generelle til den minste nisje) eller man kan velge seg innholdsproduksjon til den kanalen

man bruker som Malvik gjør med sine humorposter som ikke nødvendigvis har noe med bibliotekets tilbud å gjøre. En annen type innhold kan være det som i min analyse falt under "fra biblioteket" som er relatert til bibliotekdriften, men ikke er formidling eller informasjon, som bilder av at de har fått opp julepynten, at de har vært på skolebesøk, fått besøk fra en barnehage, eller at noen har gitt dem en gave osv. Dette innholdet har den funksjonen at det viser mer av det som skjer i biblioteket og viser en bredde i tilbudet som kanskje ellers kommer dårlig frem.

Selv om jeg i min innholdsanalyse har tildelt alle postene en enkelt kategori, betyr ikke det at de ikke har flere funksjoner. Når bibliotekene legger ut et arrangement er det promotering av arrangementet som er hovedmålet, men det synliggjør jo også for de som ikke kommer på arrangementet eller ikke oppholder seg i biblioteket at biblioteket har dette tilbudet, og når de publiserer bilder fra arrangementet i etterkant har det den funksjonen at det viser folk at de gikk glipp av noe og at det kanskje er noe å få med seg i fremtiden, men også at arrangementet ble avholdt, kanskje vinkler de et bilde slik at man ser at det var mange i publikum og dette vil legitimere tilbudet, ved å vise at folk bruker det. Det var interessant at flere av bibliotekarene poengterte at de ikke ville bli politisk, men at ting kanskje lå litt mellom linjene likevel, samtidig var flere også svært klar over at de ble fulgt av lokale politikere og administrativt ansatte i kommunen.

Bibliotekene i denne undersøkelsen bruker sine digitale informasjonskanaler på ulikt vis, på noen områder gjør de som annen forskning viser at biblioteker gjør: de poster mye om arrangement, de legger ut grunnleggende informasjon om åpningstider, informerer og driver opplæring ved overgang til nye systemer (som ved skifte av e-boktjeneste eller bytte av katalogtilgang for lånerne). Da korona kom promoterte de i større grad de digitale tjenestene enn tidligere, og opplevde at de digitale kanalene ble eneste måte å nå ut til sine brukere. Bibliotekarene fikk også i noen grad mer tid til å vurdere egen bruk og legge strategier for fremtiden, og for de som hadde sittet mye alene med arbeidet om de digitale informasjonskanalene hadde også bruken endret seg ved at de har hatt mulighet til å dele oppgavene med flere. Hva som legges ut er delvis avhengig av hva medlemmene i personalgruppen kan og liker, flere av bibliotekarene fortalte at de i biblioteket øvde på både det teknologiske og det å være komfortabel foran kamera. Det er mange faktorer som spiller inn på hvordan de digitale informasjonskanalene brukes: størrelsen på, og

kunnskapen og interessene i, personalgruppen, bibliotekets økonomi (hvilken mulighet har de til å gi de ansatte tid til å jobbe systematisk med nettsider og sosiale medier), et ønske om å fremstå politisk nøytrale, regler fra kommunen for innhold, forholdet mellom biblioteket og kommunen.

Bibliotekarene hadde behov for sammenhengene tid til å jobbe med sosiale medier slik at de kunne være oppdatert på hvordan de sosiale mediene brukes, og hva som fungerer for dem. Selv om det kanskje er visse typer innhold som gjør det bedre på de digitale informasjonskanalene er det ikke sånn at "one size fits all" når det kommer til måten bibliotekene jobber med dem.

Litteraturliste

- Bibliotekutvikling.no. (2020a, 25. mars 2020). *Digitalt nasjonalt lånekort lansert*. Nasjonalbiblioteket. <https://bibliotekutvikling.no/2020/03/25/digitalt-nasjonalt-lanekort-lansert/>
- Bibliotekutvikling.no. (2020b, 23. mars 2020). *Krisepakke fra regjeringen og Nasjonalbiblioteket*. Nasjonalbiblioteket. <https://bibliotekutvikling.no/2020/03/23/krisepakke-fra-regjeringen-og-nasjonalbiblioteket/>
- Bibliotekutvikling.no. (u.å.). *23 ting om å formidle på nett*. Nasjonalbiblioteket. Hentet 11. november 2021 fra <https://bibliotekutvikling.no/kurs/courses/23-ting-om-digital-formidling/>
- Choi, N. & Joo, S. (2018). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*.
- Clark, M. (2021, 3. juni). Head of Instagram says Instagram is no longer a photo sharing app *The Verge*. <https://www.theverge.com/2021/6/30/22557942/instagram-no-longer-photo-app-video-entertainment-focus>
- Crawford, W. (2014). *Successful social networking in public libraries*. ALA Editions.
- Dvergsdal, H. (2019, 16. august). Emneknagg. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/.versionview/980332>
- Engelstad, F., Larsen, H. & Rogstad, J. (2017). 3 The Public Sphere in the Nordic Model. I E. Fredrik, L. Håkon, R. Jon & S.-J. Kari (Red.), *Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model* (s. 46-70). De Gruyter Open Poland. <https://doi.org/doi:10.1515/9783110546330-004>
- Enjolras, B. (2013). *Liker - liker ikke : sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Cappelen Damm akademisk.
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K. & Dag, W. (2013). *Liker - liker ikke : sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Cappelen Damm akademisk.
- Folkebibliotekloven. (1985). *Lov om folkebibliotek (LOV-1985-12-20-108)*. Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1985-12-20-108>
- Grimstad bibliotek [Grimstadbib]. (u.å.-b). *Home* [Facebookside]. Hentet 4. april 2021 fra <https://www.facebook.com/Grimstadbib/>
- Grimstad bibliotek. (u.å.-a). *About* [YouTubekanal]. Hentet 3. april 2021 fra https://www.youtube.com/channel/UC2DKXpaKtYWHHcf1z_aR5WA/about
- Grimstad bibliotek. (u.å.-c). *Tips og triks*. Hentet 4. april 2021 fra <https://grimstadbibliotek.no/tips-og-triks/>
- Grunnloven. (2004). *Kongeriket Norges Grunnlov (LOV-1814-05-17) (100)*. Lovdata. <https://lovdata.no/lov/1814-05-17/§100>
- Habermas, J. (2002). *Borgerlig offentlighet: dens fremvekst og forfall : henimot en teori om det borgerlige samfunn* (H. Høibraaten, E. Schwabe-Hansen & J. Øien, Overs.; 3. utg.). Gyldendal. (Opprinnelig utgitt 1962)
- Habermas, J., Lennox, S. & Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique*, (3), 49-55. <https://doi.org/10.2307/487737>
- Hartvig Abrahamsen, M. (2020, 21. august). Snapchat. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/.versionview/1231894>
- Hå folkebibliotek. (u.å.-a). *About* [YouTube-kanal]. Hentet 28. mai 2021 fra <https://www.youtube.com/channel/UCY2c3U5Hwc4geT1bwqEGeDA/about>
- Hå folkebibliotek [hafolkebibliotek]. (u.å.-c). *Innlegg* [Instagramprofil]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.instagram.com/hafolkebibliotek/>
- Hå folkebibliotek [hafolkebibliotek]. (u.å.-b). *Home* [Facebookside]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.facebook.com/hafolkebibliotek/>

- Instagram. (u.å.). *Instagram Features*. Hentet 2. februar 2021 fra <https://about.instagram.com/features>
- IPSOS. (2021a). *Ipsos SoMe-tracker Q3'21*. Hentet 17. november 2021 fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q321>
- IPSOS. (2021b). *Ipsos SoMe-tracker Q4'20*. Hentet 25. januar 2021 fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q420>
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg. utg.). Abstrakt.
- Joo, S., Choi, N. & Baek Tae, H. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6), 940-955. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>
- Kornstad, I. H. H. (2017). "Det er det personlige som engasjerer" *Intensjoner og praksis ved bruk av sosiale medier i norske folkebibliotek* [Masteroppgave, Høgskolen i Oslo og Akershus]. <http://hdl.handle.net/10642/5352>
- Krogh, A. H. (2021, 11. oktober). Bok-trend tar av på internett. NRK.
- Kulturdepartementet & Kunnskapsdepartementet. (2019). *Rom for demokrati og dannelse. Nasjonal bibliotekstrategi 2020-2023*. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-bibliotekstrategi-2020-2023---rom-for-demokrati-og-dannelse/id2667015/>
- Malvik bibliotek [malvikbibliotek]. (2020, 9. januar 2020). *Helsestasjonen og biblioteket i Malvik* [Facebookinnlegg]. Facebook. <https://www.facebook.com/malvikbibliotek/photos/a.147064305316507/2802408729782038/>
- Malvik bibliotek [malvikbibliotek]. (u.å.-a). *Home* [Facebookside]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.facebook.com/malvikbibliotek/>
- Malvik bibliotek [malvikbibliotek]. (u.å.-b). *Innlegg* [Instagramkonto]. Hentet 21. november 2021 fra <https://www.instagram.com/malvikbibliotek/>
- Malvik kommune. (u.å.). *Bibliotek*. Hentet 22. mars, 2021 fra <https://www.malvik.kommune.no/?cat=463874>
- Nannestad bibliotek. (u.å.-a). *About* [YouTube-kanal]. Hentet 14. august 2021 fra <https://www.youtube.com/channel/UC14Y3t5D1x44TUrYhm8WdNA>
- Nannestad bibliotek [nannestadbibliotek]. (u.å.-b). *Home* [Facebookside]. Hentet 16. august 2021 fra <https://www.facebook.com/nannestadbibliotek/>
- Nannestad bibliotek [nannebib]. (u.å.-c). *Innlegg* [Instagramprofil]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.instagram.com/nannebib/>
- NOU 1999:27. (1999). «Ytringsfrihed bør finde sted». Justis- og politidepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-1999-27/id142119/>
- Skare, R. (2018). The Public Library and Social Media: A Case Study from Tromsø, Norway. *Proceedings from the Document Academy*, 5(2). <https://ideaexchange.uakron.edu/docam/vol5/iss2/11>
- Skare, R. (2020). *Like, Share and Comment. The Use of Facebook by Public Libraries and Museums: A Case Study from Tromsø, Norway*. De Gruyter Saur.
- Statistisk sentralbyrå. (2020). 07459: *Befolkning, etter region, statistikkvariabel og år* Datasett. <https://www.ssb.no/statbank/table/07459/tableViewSorted/?loadedQueryId=10042354&timeType=top&timeValue=1>
- Stord bibliotek. (2020a, 24. november 2020). *Rom for møte - digitalt folkeverksted*. <https://www.stordbibliotek.no/2020/11/24/rom-for-mote-eit-digitalt-folkeverksted-som-onskje-a-fremme-integrering/>
- Stord bibliotek. (2020b, 23. november 2020). *Sunnbibpodden: Podcastprosjekt med Sunnhordlandsforfattarar*. <https://www.stordbibliotek.no/2020/11/23/sunnbibpodden/>

- Stord folkebibliotek. (u.å.-a). *Sunnbibpodden*. Hentet 5. april 2021 fra <https://www.stordbibliotek.no/biblioteket-sine-digitale-tenester-3-appar-pluss-litt-meir/sunnbibpodden/>
- Stord folkebibliotek. (u.å.-b). *About* [YouTubekanal]. Hentet 16. juli 2021 fra <https://www.youtube.com/channel/UCBGi2rT8OowjeaELj5KQK-g/about>
- Stord folkebibliotek. (u.å.-c). *Home* [Facebookside]. Hentet 06. desember 2021 fra <https://www.facebook.com/stord.folkebibliotek>
- Stord folkebibliotek [stordbibliotek]. (u.å.-d). *Innlegg* [Instagramside]. Hentet 06. desember 2021 fra <https://www.instagram.com/stordbibliotek/>
- Swanson, T. (2012). *Managing Social Media in Libraries* (1. utg.). Chandos Publishing.
- Tjora, A. H. (2021). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (4. utgave. utg.). Gyldendal.
- Tjøme bibliotek [Tjomebibliotek]. (2020, 22. juni 2020). *Kjærligheten er for alle!* [Facebookinnlegg]. <https://www.facebook.com/Tjomebibliotek/posts/585360285452481>
- Tjøme bibliotek [Tjomebibliotek]. (u.å.). *Home* [Facebookside]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.facebook.com/Tjomebibliotek>
- Tnbibliotek [Tnbibliotek]. (2020, 27. mars 2020). *Mange av oss er nok skyldige i å ha skaffet oss flere bøker enn vi har hatt tid til å lese.* [Instagrampost]. Instagram. Hentet 28. juni 2021 fra <https://www.instagram.com/p/B-PC7JGnQjY/>
- Tønsberg og Færder bibliotek. (2020a, 14. september 2020). *Kurs i presentasjonsteknikk og digital formidling TNB* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YiBudUi3js&ab_channel=T%C3%B8nsbergogF%C3%A6rderbibliotek
- Tønsberg og Færder bibliotek [TonsbergogFaerderbibliotek]. (2020b). *Lesesirkel for Tønsberg og Færder bibliotek* [Facebookgruppe]. Facebook. Hentet 22. juni 2021 fra <https://www.facebook.com/groups/238086630649673>
- Tønsberg og Færder bibliotek [tnbibliotek]. (u.å.-a). *About* [YouTube-kanal]. Hentet 26. februar 2021 fra <https://www.youtube.com/user/TNBibliotek/about>
- Tønsberg og Færder bibliotek [TonsbergogFaerderbibliotek]. (u.å.-b). *Home* [Facebookside]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.facebook.com/TonsbergogFaerderbibliotek>
- Tønsberg og Færder bibliotek [Tnbibliotek]. (u.å.-c). *Innlegg* [Instagramprofil]. Hentet 6. desember 2021 fra <https://www.instagram.com/tnbibliotek/>
- Øvre Eiker bibliotek. (u.å.-a). *Home* [YouTubekanal]. <https://www.youtube.com/channel/UCZR-6SptbOvb3Ib-R-5QAFA>
- Øvre Eiker bibliotek [ovreeikerbibliotek]. (u.å.-b). *Home* [Facebookside]. Hentet 21. mars 2021 fra <https://www.facebook.com/ovreeikerbibliotek/>
- Øvre Eiker bibliotek [oeikbib]. (u.å.-c). *Innlegg* [Instagramside]. Hentet 21. mars 2021 fra <https://www.instagram.com/oeikbib/>
- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Fagbokforl.
- Aalen, I. & Enli, G. (2018, 16. mars 2018). *Sosiale medier*. I G. Enli (Red.), *Store Norske Leksikon*. https://snl.no/sosiale_medier

Vedlegg 1: Intervjuguide

Intervjuguide

1. introduksjon av prosjektet, muntlig innhenting av samtykke og forklaring av databruk
2. Hvilken utdanningsbakgrunn har du?
3. Tidligere erfaring med digitale informasjonskanaler?
4. Hvilke digitale informasjonskanaler bruker biblioteket?
5. Hvorfor har de valgt akkurat disse kanalene? Eventuelt valgt bort andre?
6. Har bruken av digitale informasjonskanaler endret seg i 2020? I så fall hvordan?
 - a. Noe som har fungert bedre/dårligere enn andre ting?
7. Har de opplevd mer eller mindre kontakt med brukerne?
8. Ser de noen sammenheng mellom bruk av digitale informasjonskanaler og bibliotekets
9. samfunnsoppdrag?
10. Har de noen tanker rundt sosiale medier og legitimering av bibliotekets tjenester?
 - a. alternativ formulering bruker de digitale informasjonskanaler til å synliggjøre tjenestetilbudet for innbyggere, lokalpolitikere osv.?
11. Hvordan ser de for seg bruken av digitale informasjonskanaler i fremtiden?
 - a. Vil de benytte nye sosiale medier, vurderer de å slutte med noen de bruker per dags dato?
12. Her er det plass til spesifikke spørsmål om deres bruk som jeg eventuelt ikke hadde fått svar på ellers
13. Er det noe de vil legge til? Noe de har tenkt på som de ikke har fått spørsmål om?

Vedlegg 2: Samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet "Folkebibliotek og digitale informasjonskanaler"

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan folkebibliotek bruker digitale informasjonskanaler (nettsider, sosiale medier) og hvordan dette har endret seg i løpet av 2020 og starten av 2021. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg. Dette prosjektet er til en masteroppgave. Problemstillingen er: Hvordan ser bibliotekarer ved mellomstore folkebibliotek på bruken av sosiale medier og nettsider som informasjonskanaler nå og i fremtiden?

Formål

Dette prosjektet er til en masteroppgave. Problemstillingen er: Hvordan ser bibliotekarer ved mellomstore folkebibliotek på bruken av sosiale medier og nettsider som informasjonskanaler nå og i fremtiden? Det skal gjøres intervjuer ved ansatte ved bibliotek som har hel- eller delansvar for bibliotekets bruk av nettsider og sosiale medier. Målet er å finne ut hvordan de bruker dem og hva som har endret seg i løpet av det siste året med blant annet stengte bibliotek på grunn av pandemi, og hva de har erfart og opplevd.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Institutt for arkiv, bibliotek og informasjonsfag ved OsloMet – storbyuniversitetet er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Prosjektet fokuserer på mellomstore folkebibliotek i Norge, og henvender oss til de bibliotek som kvalifiserer. Vi benytter oss av bibliotekets offentlige epost-adresse til å sende forespørsler til bibliotek som har nettsider og/eller sosiale medier og er aktuelle kandidater. Biblioteksjef eller en annen ansatt med ansvar for nettsider/sosiale medier er aktuelle kandidater ved bibliotekene.

Hva innebærer det for deg å delta?

Deltagelse innebærer et digitalt intervju (over Zoom) på ca. 45 minutter (alt etter hvor mye det er å snakke om). Det vil bli gjort lydopptak av samtalen (ikke video). Spørsmålene vil omfatte bruk av nettsider og sosiale medier for biblioteket, hvilke endringer man har opplevd, hvordan man ser for seg å bruke disse tjenestene i fremtiden, hvordan man ser på bruken. Ditt navn og arbeidsplass vil registreres. Lydopptaket vil transkriberes i etterkant, og så slettes ved prosjektets slutt.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Det er kun student og veileder som vil ha tilgang til opplysningene, data vil lagres lokalt. OsloMet har personvernsavtaler med Zoom og Nettskjema (som står for lydopptak).

Ved publisering vil biblioteket du arbeider ved navngis, du kan selv velge om du ønsker eget navn knyttet til intervjuet eller ikke. **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er juni 2021. Da vil lydopptak slettes, og navn fjernes fra transkripsjonene dersom navnet er holdt utenfor oppgaven.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra OsloMet – storbyuniversitetet, Institutt for arkiv, bibliotek og informasjonsfag har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Kristine Vårdal (masterstudent), epost: s314670@oslomet.no. Veileder for prosjektet er Håkon Larsen, epost: haklar@oslomet.no.

Vårt personvernombud: Ingrid Jacobsen, epost: personvernombud@oslomet.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Kristine Vårdal

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet *Folkebibliotek og digitale informasjonskanaler*, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at mitt fornavn brukes i oppgaven
- at opplysninger om hvilket bibliotek jeg jobber ved publiseres

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)