

KANDIDATUPPSATS I BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP
AKADEMIN FÖR BIBLIOTEK, INFORMATION, PEDAGOGIK OCH IT
2018

Folkbibliotek och Facebook

En kvalitativ studie om folkbibliotekariers upplevelser
av användarinteraktion genom sociala medier

LOVISA FRÖJD ULLSTRÖM



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Lovisa Fröjd Ullström
Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande

- Svensk titel:** Folkbibliotek och Facebook. En kvalitativ studie om folkbibliotekariers upplevelser av användarinteraktion genom sociala medier.
- Engelsk titel:** Public libraries and Facebook. A qualitative study about public librarians' experiences from patron interaction through social media.
- Författare:** Lovisa Fröjd Ullström
- Färdigställt:** 2018
- Nyckelord:** Sociala medier, folkbibliotek, Facebook, Instagram, interaktion, kommunikation, kommunikationsmodeller

Abstract:

The use of social media offers an effective communication tool. 56% of the Swedish population use social media every day, public libraries choose to use social media with the hope of an increased patron interaction. Some researchers say that the libraries' presence on social media has never been requested by the patrons themselves, and that the interaction generally is low. The purpose of this thesis is to examine and create knowledge about the librarians' experiences from the use of social media in a library context, to interact with patrons. Three semi structured interviews were performed to obtain the purpose, they were then analysed with the help of qualitative data analysis. To interpret the material, a theoretical frame consisting of communication theories was used. The results show that the patron interaction can be summarized in three categories: one category with a two way-communication, where some interaction between library and patron happen. One category with a one way-communication, where the librarian publishes information without receiving any response. And one category showing that information sent from the librarians does not always reach outside the own organisation. Thus, the information circulates between librarians, rather than reach library patrons. The conclusion is that better policy's need to be formed in order for the libraries to reach outside their own organization and to achieve the desired two way-communication.

Innehållsförteckning

1. Inledning och bakgrund	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Problemformulering.....	2
1.3 Syfte och frågeställningar	3
1.4 Avgränsningar.....	3
1.5 Begreppsdefinitioner.....	3
1.6 Uppsatsdisposition	4
2. Litteratur och tidigare forskning	5
2.1 Bibliotek och interaktion via sociala medier	5
2.2 Bibliotekariers sociala medier-kompetens.....	8
3. Teori	10
3.1 Kommunikationsmodell: Basmodell	10
3.2 Kommunikationsmodell: Användningsmodell.....	11
3.3 Kommunikationsmodell: Konvergensmodell.....	12
3.4 Autokommunikation	13
3.5 Hur teorierna appliceras i uppsatsen.....	14
4. Metod	15
4.1 Semistrukturerade intervjuer.....	15
4.2 Kvalitativ innehållsanalys.....	15
4.3 Urval	15
4.4 Tillvägagångssätt	16
4.4.1 Utformning av intervjuguide	16
4.4.2 Intervjuer.....	17
4.4.3 Innehållsanalys.....	17
4.5 Uppsatsens tillförlitlighet.....	17
4.6 Forskningsetik.....	18
5. Resultat av innehållsanalys	19
5.1 Kontext.....	19
5.1.1 Respondentpresentationer	19
5.1.2 Uppstart av och mål med sociala medier	19
5.1.3 Riktlinjer, rutiner och strategier	20
5.1.4 Bibliotekariesamarbete	21
5.2 Upplevelser och uppfattningar	22
5.2.1 Interaktion på sociala medier	22
5.2.2 Interaktion på bibliotek vs sociala medier	24
5.2.3 Användarrespons på olika information.....	24
5.2.4 Sammanfattande uppfattningar	26

6. Vidare analys och diskussion	27
6.1 Analys av resultat.....	27
6.1.1 Sociala medier som anslagstavla	27
6.1.2 Sociala medier som interaktionsplats	29
6.1.3 Sociala medier som internnätverk.....	30
6.2 Diskussion.....	31
6.3 Sammanfattande ord och slutsatser.....	32
6.4 Vidare forskning	33
7. Källförteckning	34

Bilaga 1: Informantbrev

Bilaga 2: Intervjuguide

1. Inledning och bakgrund

Denna uppsats kan ses som ett bidrag till diskussionen kring folkbibliotek och deras användning av sociala medier, en diskussion som har gått i vågor de senaste tio åren. I ett samhälle som präglas av stark teknologisk framfart är ett av kännetecknen att vår kommunikation sker alltmer i text. Folkbiblioteken är snabba med att anpassa sig till nya samhällsskiftningar och ny teknologi, likaså de sociala medierna (Hansson, 2012, s. 91). Folkbibliotekens vara eller inte vara på sociala medier är ett ämne som diskuterats vitt och brett (se exempelvis Bing, 2008), men hur denna kommunikation upplevs av bibliotekarierna, vad den ger och inte ger, har inte diskuterats i samma utsträckning. Fokus för denna uppsats ligger därför på hur folkbibliotekarier upplever interaktionen med biblioteksanvändare via sociala medier.

1.1 Bakgrund

Vårt samhälle genomgår en stor förändring i och med den digitala utvecklingen, användningen av internet och sociala medier har ökat explosionsartat de senaste åren. I rapporten *Svenskarna och Internet* konstateras att över hälften av Sveriges befolkning hanterar sociala medier dagligen (Davidsson & Thoresson, 2017, s. 36). I och med att fler människor använder smartphones har också användningen av sociala medier ökat, eftersom dessa nås enkelt genom telefonen (King, 2015, s. 6). Den ökade användningen av sociala medier har medfört stora konsekvenser för oss, bland annat genom att våra vardagsrutiner har ändrats på ett omfattande sätt, då väldigt stor del av vår uppmärksamhet går till internet (Hansson, 2012, s. 21). Samtidigt har också själva kommunikationssättet ändrats, eftersom vi mer än tidigare kommunicerar genom sociala medier och text, vi är även mer frikostiga av att dela med oss av bilder. I doktorsavhandlingen *Becoming Together and Apart: Technoemotions and other posthuman entanglement* förklarar Eva Svedmark att samhörigheten är viktig även på internet, då det är i de sociala medierna vi kommunicerar med varandra (Svedmark, 2016, s. 3). Denna användardelaktighet, med så kallat användargenererat innehåll, är definitionen av en web 2.0-tjänst.

Web 2.0 är en term som myntades av Tim O'Reilly år 2005. Web 2.0 kallas också "den sociala webben", vilket syftar på den interaktivitet webbplatser av karaktären web 2.0 präglas av. Några av de kriterier som avgör om en webbplats kan klassas som web 2.0 eller inte, är huruvida den har ett användargenererat innehåll, att användaren har kontroll över sin information och att designen är interaktiv och användbar. Sidor som till exempel Facebook och Twitter har blivit närmast synonyma med begreppet web 2.0 (O'Reilly, 2005).

Det användarvänliga perspektivet i web 2.0 och de sociala medierna väckte resonans i biblioteksvärlden, och begreppet *bibliotek 2.0* skapades. Meredith Farkas konstaterar i artikeln *Going where the patrons are* att biblioteken alltid gjort sitt bästa för att komma till användarna och finnas där användarna är. Hon menar att det inte borde vara någon skillnad på att erbjuda fysisk eller virtuell service (Farkas, 2007, s. 27), King i sin tur menar att sociala medier är ett verktyg som folkbiblioteken kan använda i sin strävan efter kontakt med användarna (King, 2015, s. 5). Biblioteken, som försöker hänga med i utvecklingen och gärna vill synas, hakade därför gärna på den trend som utvecklades när

olika företag, organisationer och institutioner blev mer aktiva genom sina hemsidor, bloggar och sociala medier. Exakt vad begreppet bibliotek 2.0 innefattar har diskuterats, men fokus är framförallt användarcentreringen, interaktionen mellan bibliotek och användare, och sättet som bibliotekets tjänster levereras till användarna (Holmberg, Huvila, Kronqvist-Berg, Nivakosk & Widén-Wulff, 2009, s. 13–15). Denna interaktion och möjlighet för användarna att vara med och påverka verksamheten förutsätter naturligtvis att kommunikation sker, och att biblioteken faktiskt lyssnar på användarna och uppmuntrar dem till delaktighet.

Sammanfattningsvis kan konstateras att web 2.0-tjänsterna idag har blivit en naturlig del av vår vardag, och att biblioteksvärlden också har anammat de sociala medierna för att försöka skapa kontakt med användare. Joacim Hansson påtalar i sin bok *Folkets bibliotek?* att folkbiblioteken tycks känna en teknikstress (Hansson, 2012, s. 96). För att kunna hålla sig relevanta gör de vad de kan för att anpassa sig till omvärlden, och för att kunna finnas där användarna är. Problemet tycks vara att ingen, eller väldigt få, har efterfrågat folkbibliotekens närvaro på sociala medier (Hansson, 2012, s. 167). Hansson resonerar vidare kring det faktum att få studier hittills är gjorda (år 2012), men trots det tyder mycket på att de som är mest aktiva på folkbibliotekens sociala medier är bibliotekarierna själva.

I masteruppsatsen *Men vad håller de på med? En kvalitativ studie av fem svenska universitetsbiblioteks användning av Facebook och Twitter*, publicerad vid Uppsala universitet, diskuterar Alexis Wiklund att biblioteken förväntar sig att de sociala medierna ska leda till vissa saker, som exempelvis kommunikation och interaktion med användare, samt utveckling av biblioteksverksamheten och dess användargrupp (Wiklund, 2016, s. 7). Wiklund påpekar att bibliotekarierna tycks ha en förväntan på de sociala medierna och att dessa ska skapa intressen och nya biblioteksanvändare, men biblioteken har haft problem med att etablera tvåvägskommunikation för att få användarna att interagera med biblioteket aktivt. Kunskapen kring området tycks något diffus, och det verkar saknas kunskap kring folkbibliotekariernas faktiska upplevelser av interaktion genom sociala medier, information som är viktig för att kunna vidareutveckla användningen av dem.

1.2 Problemformulering

Användningen av sociala medier tar upp mycket tid för en stor del av den svenska befolkningen dagligen. Undersökningar visar att 56% av den svenska befolkningen hanterar sociala medier varje dag (Davidsson & Thoresson, 2017, s. 36). De sociala medierna kan ses som redskap för att kommunicera med både varandra och institutioner. De svenska folkbiblioteken, som alltid är snabba med att anamma ny teknik för att hålla sig relevanta, arbetar också ofta i stor utsträckning med sociala medier. Parallellt finns det röster som menar att biblioteken försöker erbjuda en tjänst som aldrig efterfrågats, och att kommunikationen med användare inte äger rum i så stor utsträckning (Hansson, 2012, s. 167; Wiklund, 2016, s. 84). I spänningsförhållandet mellan bibliotekens användning av sociala medier och det perspektiv som säger att denna tjänst inte efterfrågats, ser jag en lucka värd att undersökas, nämligen hur bibliotekarierna upplever användarinteraktionen de erbjuder via sociala medier.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka samt skapa kunskap kring folkbibliotekariers uppfattningar och upplevelser av användningen av sociala medier i folkbibliotekskontext. Följande frågor ställs för att kunna uppnå syftet:

- Hur uppfattar folkbibliotekarier användningen av de sociala medierna för interaktion med biblioteksanvändarna?
- Hur kan dessa uppfattningar förstås?
- Varför upplever folkbibliotekarierna det så?

För att besvara dessa frågor har tre semistrukturerade intervjuer med folkbibliotekarier genomförts. Dessa har sedan analyserats med hjälp av kvalitativ innehållsanalys och diskuterats med hjälp av en teoretisk referensram bestående av olika kommunikationsvetenskapliga modeller.

1.4 Avgränsningar

Uppsatsen är avgränsad till att handla om folkbibliotek och folkbibliotekariers upplevelser av användarinteraktion genom sociala medier. Avgränsningen har gjorts för att kunna jämföra och kontrastera folkbibliotekariernas upplevelser och uppfattningar. Just folkbibliotek har valts eftersom biblioteksanvändarna representeras av en heterogen grupp, då folkbiblioteken är tillgängliga för alla. Detta innebär att biblioteksanvändarna kan antas bestå av exempelvis både studenter, forskare, nyanlända, unga, äldre, och fler därtill.

1.5 Begreppsdefinitioner

Sociala medier används som samlingsterm för olika webbapplikationer; exempelvis bloggar och sociala communitys som Facebook. Även plattformar som används för delning av video och musik kan räknas in här (Fuchs, 2014, s. 32). Det väsentliga i sociala medier är att det kan ske en tvåvägskommunikation, det vill säga en interaktion, till skillnad från till exempel massmedier som använder sig av en envägskommunikation (Sociala medier, 2018). I denna uppsats avser begreppet *sociala medier* de medier där en tvåvägskommunikation är möjlig. Detta innefattar alla de medier som kan vara sociala, allt från blogg till Snapchat. Jag lät respondenterna själva föra diskussionen kring de medier de oftast använder, diskussionen kom att handla främst om Facebook och Instagram, i viss utsträckning även Twitter, medan bloggar nämns någon gång.

Biblioteksanvändare avser i denna uppsats de personer som på något sätt nyttjar biblioteket och bibliotekets tjänster. Notera att detta inte begränsar sig till låntagare, det kan även vara personer som följer biblioteket på sociala medier, besöker bibliotekets aktiviteter et cetera. Jag har valt att specificera detta begrepp då olika typer av användare diskuteras frekvent i uppsatsen. Jag vill skapa en distinktion mellan biblioteksanvändare som använder sociala medier, och de användare som finns på sociala medier men inte är biblioteksanvändare.

Bibliotekskontext är ett begrepp jag har använt mig av i uppsatsens syfte. Jag har valt att specificera detta begrepp för att tydliggöra att jag inte diskuterar folkbibliotekariernas upplevelser av sociala medier i folkbiblioteket som fysiskt rum, utan åsyftar det folkbibliotekarierna upplever i sina arbetsroller.

Kommunikation och *interaktion* diskuteras kontinuerligt i uppsatsen. *Interaktion* fungerar som ett samlingsbegrepp och inkluderar all form av kontakt som sker via de sociala medierna, det vill säga textmeddelanden, skickade bilder, gillningar eller reaktioner på inlägg. Begreppet *kommunikation* kommer att användas mer specifikt i diskussion kring textmeddelanden som utbyts, i form av exempelvis användarfrågor eller respons på de inlägg som bibliotekarier postar på sociala medier. Interaktion kommer alltså att användas som ett generellt begrepp, medan kommunikation är av mer specifik karaktär.

1.6 Uppsatsdisposition

Uppsatsens inledande kapitel har bestått av inledning och bakgrund. I detta kapitel har även problemformulering, syfte, frågeställningar, avgränsningar och begreppsdefinitioner presenterats. I nästkommande kapitel, uppsatsens andra, presenteras litteratur och tidigare forskning. Därefter följer tredje kapitlet med presentation av den teoretiska referensram som används i uppsatsen. Det fjärde kapitlet innehåller metodpresentation, med datainsamlingssätt, analysätt, respondenturval, tillvägagångssätt, uppsatsens tillförlitlighet och forskningsetiska principer. I det femte kapitlet presenteras resultatet av innehållsanalysen. Därefter följer analys och diskussion i kapitel sex.

2. Litteratur och tidigare forskning

I detta kapitel har jag sammanställt forskning som handlar om folkbibliotek, sociala medier och kommunikation med biblioteksanvändare. Forskningen presenteras i två kapitel. I de flesta fall har litteraturen varit ämnesöverlappande, vilket komplicerat en kapitelindelning. Rubrikerna nedan är därför övergripande. Den valda litteraturen studerar olika kontexter. Den främsta forskningen fokuserar specifikt på de svenska folkbiblioteken, men i något fall diskuteras finska folkbibliotek, amerikanska folkbibliotek och även ett isländskt folkbibliotek. Även någon studie som handlar om akademiska bibliotek har tagits upp. Jag har valt att ta med litteratur som behandlar olika typer av bibliotek, dels för att jag anser att resonemangen som förs i denna litteratur kan lyftas ur sitt sammanhang och appliceras även på andra bibliotekstyper, och dels för att valet av folkbibliotek berodde på deras breda användargrupp, som ju även innefattar exempelvis studenter. Med samma resonemang har jag i vissa fall valt att ta med litteratur som fokuserar på andra geografiska regioner. Sociala medier är ett globalt verktyg för kommunikation. När det kommer till strategier för att hantera dessa och hur organisationers profiler och användare på sociala medier bemöts av användare är jag av åsikten att dessa inte är geografiskt bundna, och således applicerbara i flera sammanhang.

2.1 Bibliotek och interaktion via sociala medier

År 2016 skrev Otilia Sundahl & Frida Sundling en kandidatuppsats med namnet *En bild säger mer än tusen ord: Bibliotekariers arbete med Instagram som marknadsföringsverktyg*, vid Linnéuniversitetet. Uppsatsens syfte är att undersöka hur folkbibliotekarier använder sig av Instagram som marknadsföringsverktyg. I uppsatsen diskuteras även sociala medier mer generellt, hur bibliotekarier upplever samarbetet sinsemellan och hur de upplever interaktionen med biblioteksanvändarna (Sundahl & Sundling, 2016). Sundahl & Sundlings uppsats bygger på intervjuer med sex folkbibliotekarier, och resultatet visar att bibliotekarierna ser de sociala medierna som ett naturligt sätt att kommunicera med användare. Flera bibliotekarier nämner att Instagram fungerar som ett effektivt verktyg för att nå de grupper som biblioteket inte når med traditionella marknadsföringsverktyg, till exempel den så kallade yngre målgruppen, som i Sundahl & Sundlings uppsats gick upp till 35 år (Sundahl & Sundling, 2016, s. 17). Bibliotekarierna i uppsatsen nämner även att de ser Instagram som en möjlighet att visa upp en annan sida av biblioteket, och inte bara den stereotypa, samt att visa upp verksamhetens bredd och vad som sker på biblioteket. I uppsatsen ger flera av bibliotekarierna uttryck för det problematiska i att kommunikationen på Instagram kan bli för intern. Med det menar bibliotekarierna att de ofta främst når fram till den egna professionen. Vissa av bibliotekarierna ser detta som ett problem, medan vissa reflekterar över det som en form av inspiration för sitt eget arbete (Sundahl & Sundling, 2016, s. 18).

I Sundahl & Sundlings uppsats framkommer att interaktionen mellan bibliotek och användare generellt sett är låg. Främst är det andra bibliotek som gillat bibliotekens Facebooksidor, vilket lett till en envägskommunikation inom den egna professionen (Sundahl & Sundling, 2016, s. 23). Något de olika bibliotekarierna är överens om är att det finns en brist i riktlinjer gällande hur Instagram sköts, och att ett policydokument skulle kunna utveckla bibliotekens arbete med sociala medier (Sundahl & Sundling, 2016, s. 21). Trots att deras uppsats är nischad på Instagram finns det frågor och

diskussionsämnen som gör det gynnsamt att dra paralleller mellan våra uppsatser. Exempelvis när det kommer till hur bibliotekarierna ser på användningen av Instagram för kommunikation och marknadsföring, att bibliotekarierna upplever kommunikationen som för intern och att det finns en brist när det kommer till riktlinjer och policydokument.

Interaktion diskuteras även i Maria Kronqvist-Bergs avhandling från 2014: *Social Media and Public Libraries. Exploring information activities of Library Professionals and Users*. I denna avhandling, framlagd vid Åbo akademi, är Kronqvist-Bergs fokus att undersöka hur bibliotekarier och användare ser på samspelet mellan bibliotek och sociala medier. Kronqvist-Berg fokuserar sin diskussion kring bibliotekens användning av Facebook och bloggar. Hon kommer bland annat fram till att bibliotekarierna spelar en avsevärd roll för att skapa interaktion med användarna via sociala medier. Det framkommer att bibliotekarierna ser de sociala medierna som en naturlig utveckling av verksamheten, medan biblioteksanvändarna är kvar i det traditionella perspektivet av biblioteket som en fysisk plats (Kronqvist-Berg, 2014, s. 75). Kronqvist-Berg bygger sin avhandling på ett empiriskt material genererat av enkäter. Dessa har besvarats av bibliotekarier och biblioteksanvändare i Finland. Kronqvist-Berg har även gjort en innehållsanalys av ett urval av bibliotekens Facebooksidor. Facebook är vanligast för att nå ut och interagera med biblioteksanvändare (Kronqvist-Berg, 2014, s. 106). Kronqvist-Bergs resultat visar en väsentlig skillnad i den tid de olika bibliotekarierna kan investera i sociala medier. Vissa av bibliotekarierna kunde ägna femton minuter per vecka, medan vissa kunde ägna femton timmar per vecka på att hantera sociala medier. Den främsta anledningen för att använda sociala medier var biblioteksutveckling, marknadsföring och att hålla biblioteket relevant. Vad gäller hinder för användningen av sociala medier dominerade tidsbrist, men otillräcklig kompetens var också en anledning. Nästan 90% av de tillfrågade bibliotekarierna trodde dock att bibliotek 2.0-tjänster kan locka nya användare till biblioteken (Kronqvist-Berg, 2014, s. 110).

Kronqvist-Bergs avhandling kan användas som en jämförelse till resultaten i denna uppsats. Det faktum att bibliotekarierna spelar en avsevärd roll för interaktion med användarna, att förutsättningarna för användningen av de sociala medierna varierar (hur mycket tid som kan läggas) samt den uppfattning bibliotekarierna verkar ha av sociala mediers förmåga att hålla biblioteket relevant.

År 2014 skrev Andrea Hofmann en artikel titulerad med frågan *Hur bibliotek 2.0 är bibliotek idag?* Hennes artikel tar avstamp i de förändringar som präglade biblioteksvärlden när hon just examinerats som bibliotekarie, vid högskolan i Borås år 2007. De förändringar Hofmann reflekterar över handlar om web 2.0 och bibliotek 2.0 (Hofmann, 2014, s. 18). Det finns skillnader mellan de sociala medier-tjänster som användes då (2007, när artikeln skrevs), och tjänsterna som används sju år senare. Bland annat reflekterar Hofmann över att det år 2007 fanns tjänster som tillät bibliotekarierna att skapa eget innehåll, på exempelvis Wikis och bloggar. Häri skapade bibliotekarierna egna plattformar där interaktion med användarna kunde ske. Dessa plattformar hade gemensamt att det var biblioteket som stod bakom dem, biblioteket var den aktör som bjöd in. Hofmann diskuterar sedan vidare att Facebook fick sitt genombrott runt år 2007, och idag är det just Facebook många använder sig av, även biblioteken. Skillnaden med tidigare plattformar är att allt nu måste bygga på Facebooks regler, exempelvis raderas opassande bilder (Hofmann, 2014, s. 20). Detta kräver också att biblioteken skapar innehåll som användarna attraheras av. Hofmann beskriver det som att hon känner sig

mer som en kommunikatör eller informatör när hon arbetar med sociala medier, eftersom hon hela tiden måste anpassa sig efter Facebooks regler och klä sig i, som hon kallar det, "facebook-identiteten" (Hofmann, 2014, s. 20). Hofmann ställer frågan hur bibliotekens identitet och funktion passar in i det. Hon påtalar att biblioteken idag snarare följer användarna dit de är på väg, för att försöka synas så gott som möjligt. Hennes poäng är att användaren går förbi bibliotekens Facebooksidor, och att dessa snarare fungerar som skyltar och plakat. De sociala medierna har mer blivit en plats för utrop, än en plats för interaktion (Hofmann, 2014, s. 20). Hofmanns resonemang kommer främst att lyftas in för att diskutera Facebook som en plats för utrop snarare än interaktion.

Alexis Wiklund skrev 2016 en masteruppsats, vid Uppsala universitet, med titeln *Men vad håller de på med? En kvalitativ studie av fem svenska universitetsbiblioteks användning av Facebook och Twitter*. I uppsatsen undersöker Wiklund hur högskolebibliotek använder sociala medier, specifikt med fokus på Facebook och Twitter. Hennes intresseområden ligger på varför biblioteken väljer att använda sociala medier, vilken information biblioteken vill förmedla samt om medierna används i olika syften. Wiklunds resultat visar att Facebook främst används för att marknadsföra och informera om biblioteket, samt för att kommunicera med användare. Twitter används oftare för att kommunicera med forskare och för att utföra omvärldsbevakning (Wiklund, 2016, s. 60).

Wiklund kommer också fram till att bibliotekarierna saknar en förståelse för hur biblioteket borde använda de sociala medierna i marknadsföringssyfte, samt att bibliotekarierna saknar en förståelse kring hur de ska initiera en tvåvägskommunikation med användare (Wiklund, 2016, s. 87). Detta innebär alltså att den kommunikation bibliotekarierna försökt föra över de sociala medierna främst har resulterat i envägskommunikation. Wiklund ställer sig i uppsatsen tveksam till att de sociala medierna ens är ett effektivt redskap för att kommunicera med användare. Hon resonerar kring det faktum att bibliotekarierna vill kommunicera med sina användare, men att de inte vet vad denna kommunikation ska bestå av, och därför skulle biblioteken behöva ta fram bättre styrdokument för detta (Wiklund, 2016, s. 92). De resonemang och tankar Wiklund för fram i sin uppsats är intressanta för min uppsats på flera sätt. Särskild fokus kommer att läggas på jämförelser av bibliotekariernas bristande förmåga för tvåvägskommunikationen och diskussionen kring policydokument.

Temat envägskommunikation och förutsättningar för att kommunicera genom sociala medier diskuteras i masteruppsatsen *Are we social enough for social media? A study of social media use within Icelandic public libraries*. Uppsatsen är skriven av Katrín Níelsdóttír och publicerad vid University of Iceland år 2017. Níelsdóttír studerar i denna uppsats användningen av sociala medier i ett folkbibliotek och vilken roll dessa har. Níelsdóttírs material bygger på nio kvalitativa intervjuer. Hennes resultat visar att bibliotekarierna upplever sociala medier som ett bra verktyg för biblioteket, både för att ge en positiv bild av biblioteket som sådant, men också för marknadsföring av aktiviteter (Níelsdóttír, 2017, s. 58). Níelsdóttírs resultat avslöjar även att biblioteken stöttar användningen av sociala medier, men att de sociala medierna inte direkt administreras. Bibliotekarierna uttryckte ett behov av riktlinjer för att kunna sköta dem mer effektivt (Níelsdóttír, 2017, s. 48). Även denna masteruppsats är gynnsam att dra paralleller till för bristen på policydokument. Envägskommunikation och bibliotekariernas generella inställning till de sociala medierna som effektiva är andra jämförbara punkter.

2.2 Bibliotekariers sociala medier-kompetens

Att bristen på policydokument försvårar bibliotekens hantering av de sociala medierna har framkommit i den tidigare litteraturen. En annan sak som försvårar är bristande kompetens för att sköta de sociala medierna.

För att kunna använda de sociala medierna på ett effektivt sätt måste man besitta viss kompetens. Detta var utgångsläget i ett experiment utfört på högskolebiblioteket Saint Peter's i USA. Daisy DeCoster & Mary Kate Naatus beskriver experimentet närmare i artikeln *Experiential Learning in Digital Marketing: A Library Social Media Takeover*, publicerad år 2017. Premissen för artikeln, och projektet, var att många akademiska bibliotek använder sig av kommunikation via sociala medier, men en del bibliotekarierna ställde sig frågande till hur effektivt dessa egentligen fungerar (Decoster & Naatus, 2017, s. 84). Ett universitetsbibliotek tillät ett team av elever, som för tillfället studerade marknadsföring via digitala kanaler och sociala medier, att ta över bibliotekets Facebook-konto. De fick också uppgiften att starta ett Instagram-konto och att göra biblioteket synligt där. Projektet var övervägande positivt. Dels upplevde bibliotekarierna en ökad interaktion med användare, och dels ledde experimentet till att man etablerade en strategi för sina sociala medier (Decoster & Naatus, 2017, s. 84).

Efter experimentet tog högskolebiblioteket beslutet att en av de studenter som arbetade extra i biblioteket skulle få möjlighet att jobba vidare med sociala medier. Det ledde till att bibliotekets Facebook- och Instagram-profiler fortsatte utvecklas. Bibliotekarierna kunde se en ökad användarinteraktion och att en ny gemenskap mellan användare och bibliotek byggdes upp (Decoster & Naatus, 2017, s. 86). I utvärderingen av den nya arbetsroll man skapat för studenten som skötte de sociala medierna framkom det att bibliotekarierna inte varit helt nöjda med hur eleven formulerat sig i statusuppdateringar. Bibliotekarierna framhöll att studenten förvisso var professionell i sitt språk, men att hon inte var noggrann med skiljetecken, vilket irriterade dem något. Det medförde dock ytterligare en utveckling, eftersom bibliotekarierna på egen hand utvecklade ett dokument med vanliga formuleringar och vanliga felaktigheter (Decoster & Naatus, 2017, s. 86). Ett sådant dokument underlättar framtida användning av sociala medierna, och bidrar även till ett korrekt språkbruk i desamma.

Denna artikel tydliggör på ett effektivt sätt att kunskap kring sociala medier och kommunikation genom dem kan effektivisera användningen. I den tidigare litteraturen har bristande policys och styrdokument lyfts, i denna artikel stärks vikten av utformade dokument för att användningen ska fungera korrekt. Artikeln kommer att lyftas in i diskussioner kring just policys, och vissa paralleller kommer att dras till bibliotekariernas inställning till ett korrekt språk.

I juni 2015 skrev Kristine Techavanich ett diskussionsinlägg publicerat på *Public Libraries Online*. Inlägget heter *Libraries of Instagram*, och här förklarar Techavanich att biblioteken kan använda sig av Instagram för att visa upp sig på ett nytt sätt. Techavanich argumenterar för att de bilder och videos som samlas på Instagram-profiler berättar om den roll biblioteket spelar i samhället. Det blir också ett effektivt marknadsföringsredskap för att inspirera användare att besöka biblioteket. Techavanich argumenterar för det effektiva med att använda sig av hashtags för att innehållet ska bli synligt för en bredare publik (Techavanich, 2015). *Hashtags*, #, en digital märkning som

används för att kategorisera innehåll på sociala medier (Hashtags, 2018). På så sätt kan användare enkelt hitta information som handlar om just deras intressen. Hon menar att hashtagsen uppmuntrar ett deltagande från både biblioteksanvändare och bibliotekarier, dels på grund av möjligheten att hitta intressanta saker, men också för att man uppmuntras att delta i utmaningar som till exempel #bookface, där man placerar en bok på ett sådant sätt att det ser ut som att man är en del av omslaget, och #libraryshelfie, vilket är en bild på ens bokhylla. Förutom dessa hashtags finns geografiska taggningar, vilket Techavanich menar är ett jättebra sätt för användare att se hur andra användare upplever och använder sig av biblioteket. Detta diskussionsinlägg visar hur sociala medier kan användas på ett effektivt sätt.

The librarian 2.0: Identifying a typology of librarians' social media literacy är en artikel skriven av Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges och Verdegem (2015). I artikeln presenterar författarna olika typer av sociala medier-användare som finns bland folkbibliotekarier. Författarna diskuterar att med internets utveckling, och en ökad användning av sociala medier, så har även bibliotekens och bibliotekariens roller förändrats. Den moderna bibliotekariens roll är att använda och distribuera information i många olika format, och därför måste hen också kunna använda all digital och social media (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015, s. 284). Författarna belyser det faktum att utmaningen ligger i att det är en trend att de flesta offentliga institutioner faktiskt använder sociala medier, och det visar på de nya kunskaper man måste ha på 2000-talet. Dessa kunskaper innefattar till exempel kommunikation, digital litteracitet och social kompetens. Författarna menar att man måste inneha dessa kunskaper för att kunna delta i kunskapssamhället (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015, s. 284). De vill i sin studie undersöka om bibliotekarier är förmögna att använda sociala medier effektivt, och har skapat begreppet *social media literacy* (SML) för detta ändamål. SML ska förstås som praktisk kompetens, men också motivationen att använda de sociala medierna effektivt och på ett passande sätt, för interaktion och kommunikation (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015, s. 290).

Genom sin studie tar författarna fram fyra typer av användare som de ser hos bibliotekarierna, dessa kallar de 1. *social media workers*, 2. *social media laggards*, 3. *social media literate users* och 4. *social media sparettime users*. Kategori 1 använder de sociala medierna i bibliotekskontext i högre utsträckning än hemma, dessa har en hög nivå av SML. Kategori 2 ser på de sociala medierna negativt, de använder dem varken hemma eller på jobbet. Kategori 3 använder sociala medier mycket både professionellt och privat och har en hög nivå av SML. Kategori 4 använder mest sociala medier privat, och har en genomsnittlig nivå av SML (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015, s. 288). Studiens resultat visar att de flesta av bibliotekarierna hamnade i kategori 3, därefter kategori 4 och kategori 1. Kategori 2, som innehöll de som är negativa till sociala medier, hamnade sist. Resultatet, menar de, tyder på att de sociala medierna ökar i värde, både professionellt och privat (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015, s. 289–290). Denna artikel kommer att lyftas in i diskussionen gällande bibliotekariernas hantering av sociala medier, för att resonera kring deras kompetens.

3. Teori

Då syftet med denna uppsats är att undersöka samt skapa kunskap kring folkbibliotekariers uppfattningar och upplevelser av användarinteraktion genom sociala medier i folkbibliotekskontext, har jag valt olika kommunikationsmodeller som teoretisk referensram. Kommunikation är något som uppmärksammas mer och mer de senare åren, speciellt i studiet av organisationer, och Larsåke Larsson framhåller i sin bok *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (2008) att kommunikativa förhållanden spelar stor roll för organisationer, därför har också kravet på effektiv kommunikation ökat (Larsson 2008, s. 13).

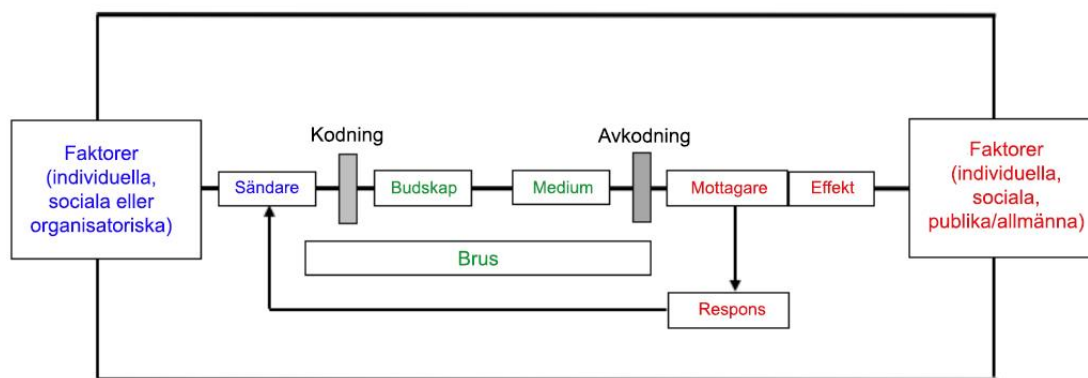
I kommunikationsvetenskaplig kontext definieras information som det som uppstår i kommunikation, och Larsson hävdar att människor behöver information för att finna en mening i tillvaron (Larsson 2008, s. 32). Det finns dock många saker som gör kommunikation problematisk. Sådana problem är till exempel att meddelanden drunknar i brus och störningar, fördröjs eller skickas fel. Det kan också vara så att meddelanden kastas bort, eftersom mottagaren inte har något behov av dem. Detta kan också bero på misstro till avsändaren, olika kulturella referenser, eller att meddelandet är fel utformat. Larsson betonar att meddelanden kan vara svåra att förstå om de är formulerade felaktigt eller komplicerat. Meddelanden kan också förändras i sitt innehåll från sändaren till mottagaren (Larsson, 2008, s. 15), något som diskuteras vidare i nästkommande stycke *3.1 Kommunikationsmodell: Basmodell*. Det organisationer arbetar med är planerad, eller strategisk kommunikation. Till den strategiska kommunikationen formulerar man ofta olika policys eller styrdokument. I denna kategori finns inte bara större övergripande mål, utan även återkommande åtgärder och dagliga rutiner (Larsson, 2008, s. 34).

Det finns två huvudsakliga kommunikationsmodellvägar att gå: dels den traditionella, där kommunikationsprocessen är linjär mellan avsändaren och mottagaren. Dels en väg där kommunikationsprocessen är en ömsesidig kontakt mellan avsändare och mottagare, eller består av ett kontaktnätverk. Den första processen kan även kallas *envägskommunikation*, vilket innebär att en organisation talar *till* en mottagare. Den andra processen kallas *tvåvägskommunikation*, vilket innebär ett samtal *med* en mottagare (Larsson, 2008, s. 47). I kommande stycken presenteras olika kommunikationsmodeller. Först presenteras en basmodell i kommunikation. Därefter presenteras användningsmodellen, vilken är en mottagarorienterad modell. Sedan presenteras konvergensmodellen, en modell som bygger på interaktion. Sist presenteras autokommunikationen i en modell, vilken bygger på att sändare och mottagare är samma enhet. Dessa modeller kommer sedan att användas i analysen av empirin.

3.1 Kommunikationsmodell: Basmodell

Redan i slutet av 40-talet utformades basmodellen, denna har omformats ett par gånger sedan dess. Modellen har förändrats allt eftersom olika forskare har använt den, kritiserat den och utvecklat den (Larsson, 2008, s. 49). De begrepp som fanns i den första basmodellen används dock fortfarande; *sändare*, *budskap*, *medium (potentiellt brus)*, *mottagare*, *effekt*. Dessa begrepp har blivit självklara begrepp inom kommunikationsvetenskapen. De är relativt självförklarande; sändaren skickar ett budskap via ett medium vilket mottagaren får, där det ger effekt. Brus innebär de olika

störningar som kan uppstå och påverka meddelandet, så att meddelandet tolkas på ett annat sätt av mottagaren, än sändaren avsåg (Larsson, 2008, s. 48). Det som senare tillförts basmodellen är *feedback* (*respons*), det vill säga ett svar eller en reaktion på det sändaren skickat ut. Även *kodning* och *avkodning* har lagts till. Detta handlar om den mening avsändaren har med meddelandet, och den mening mottagaren lägger i tolkningen av meddelandet (Larsson, 2008, s. 48). Ytterligare saker som lagts till är de faktorer som påverkar avsändar- och mottagarenheterna, det vill säga *bakgrunder*, *självuppfattningar*, *omgivningar*, *organisationer*. Det senaste tillskottet är *kontexten*, som avser i vilket sammanhang kommunikationen sker. Med dessa tillskott ser modellen idag ut som nedan (Larsson, 2008, s. 49). Folkbiblioteket representeras här av sändaren, och mottagarna är användarna.



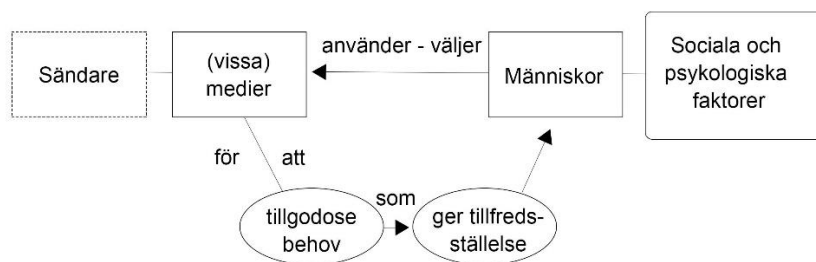
Figur 1: Basmodell.

Återskapad efter modellen i Larsåke Larssons bok
 "Tillämpad kommunikationsvetenskap" (2008, s. 49).

3.2 Kommunikationsmodell: Användningsmodell

En modell som skiljer sig från basmodellen är användningsmodellen. En stor skillnad från basmodellen är att basmodellen tydliggör hur ett meddelande sänds ut till en mottagare, samt tas emot. Användningsmodellen tydliggör istället hur en mottagare väljer att söka reda på de meddelanden hen vill ha och är därför ett effektivt verktyg för att se hur människor fungerar gentemot medier (Larsson, 2008, s. 51).

Modellens utgångspunkt är att människor har behov som tillfredsställs när de använder vissa medier. Denna modell utgår från att användaren är aktiv och väljer sina medier fritt för att kunna tillfredsställa sina informationsbehov. Det är därför användaren som avgör ifall någon vidare kommunikation ska ske. Resultatet beror på hur användaren uppfattar innehållet i mediet. Denna modell har kritiserats av olika forskare eftersom den inte tar hänsyn till kontext och sociala aspekter (Larsson, 2008, s. 51). Dessa aspekter är viktiga eftersom de kan påverka avsändaren av ett meddelande, vilket i sin tur kan präglade det meddelande som skickas ut.

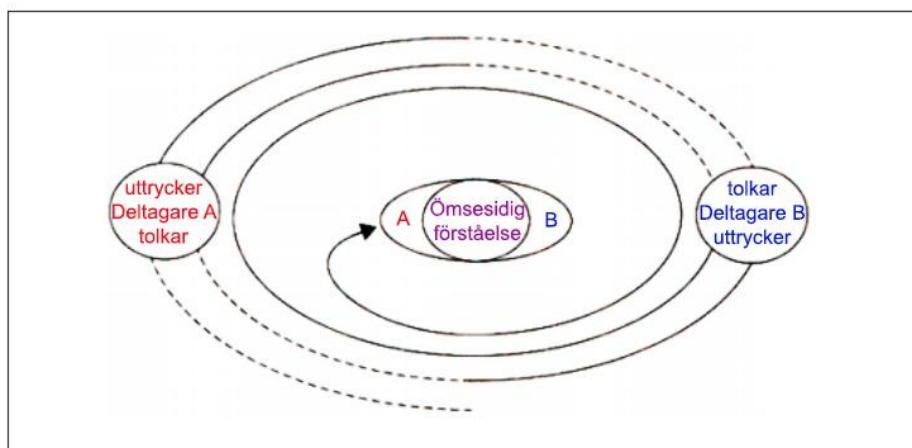


Figur 2: Användningsmodell.

Återskapad efter modellen i Larsåke Larssons bok "Tillämpad kommunikationsvetenskap" (2008, s. 51).

3.3 Kommunikationsmodell: Konvergensmodell

Användningsmodellen fokuserar på hur mottagare väljer medier själv, och det är mottagaren som avgör huruvida en vidare kommunikation sker. Konvergensmodellen i sin tur växte fram när forskningen ändrade sitt perspektiv på kommunikation från ett ensidigt massmedialt fenomen till att se på kommunikationen som interpersonell (det vill säga hur människor förhåller sig till varandra) och relationsbetonad (Larsson, 2008, s. 52). Denna modell bygger på tanken att människor i sociala relationer vill nå en ömsesidig förståelse i sin kontakt och kommunikation. Informationen som kommuniceras mellan personer är föränderlig, eftersom kommunikationsdeltagarna har sina egna tolkningar av informationen, men målet är att informationen ska ge ett samförstånd och kollektiva beslut (Larsson, 2008, s. 52).



Figur 3: Konvergensmodell.

Återskapad efter modellen i Larsåke Larssons bok "Tillämpad kommunikationsvetenskap" (2008, s. 53).

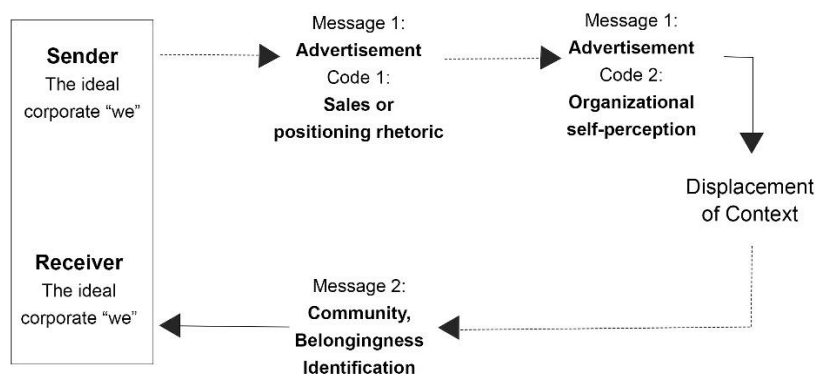
I denna figur illustreras hur uttryck och tolkning av information sker i konvergensmodellen. I en spirallrörelse uttrycks att deltagare A tolkar information hen har fått, och uttrycker sedan sin tolkning av denna, varpå deltagare B gör sin tolkning av A:s uttryck, och B uttrycker sedan informationen med sin tolkning. Spiralen representerar alltså kommunikationen, som fortsätter till det att ömsesidig förståelse är uppnådd. Denna modell kan appliceras både på fysisk kontext och kommunikation genom exempelvis sociala medier (Larsson, 2008, s. 53).

Jag nämnde i början av stycket att användningsmodellen och konvergensmodellen skiljer sig åt. Basmodellen och konvergensmodellen är olika på flera sätt, men en sak skiljer sig särskilt; konvergensmodellen har en annan syn på responsen. I konvergensmodellen sker detta konsekvent, eftersom responsen är vad som krävs för att nå ömsesidig förståelse. Informationsutbytet sker i en spiral, där informationen skickas vidare och förändras successivt i förloppet, eftersom deltagarna tolkar och uttrycker informationen olika (Rogers & Lawrence Kincaid, 1981, s. 61–62).

3.4 Autokommunikation

Autokommunikationen skiljer sig helt från de tidigare tre kommunikationsmodellerna. De tidigare modellerna handlar om hur kommunikation äger rum mellan en intern och en extern part, eller hur en extern part tar del av information från en intern part. I autokommunikationen är det istället en intern part som kommunicerar inom sig själv. Autokommunikation är vad som sker när sändaren av ett meddelande också agerar som mottagare av samma meddelande, något som ofta sker inom organisationer (Christensen, 1997, s. 199). Kommunikation riktad mot en extern publik når inte ut, och stannar istället i den interna publiken. Nedan finns en figur över autokommunikationens förlopp.

De andra kommunikationsmodellerna kokas ner till ett sändare-mottagare-förhållande, där sändare och mottagare är olika enheter. I autokommunikationsmodellen agerar istället sändaren även som mottagare (Christensen, 1997, s. 201). Christensen formulerar det som att ett meddelande som är riktat mot en extern målgrupp inte når ut, utan tolkas istället av den interna målgruppen (Christensen, 1997, s. 201–203). Observera att detta innebär att sändare och mottagare inte alltid är enskilda personer, utan även kan representeras av organisationer. Ett meddelande som är tänkt att nå ut externt men hålls internt i organisationen räknas även det som en autokommunikation, eftersom både sändaren och mottagaren är organisationen.



Figur 4: Autokommunikationsmodell.

Återskapad efter modellen i Lars Thøger Christensens artikel
"Autocommunication Theory" (1997, s. 201).

Istället för att förklara autokommunikationen med ett mig-till-mig-förlopp, kan den alltså beskrivas med ett oss-till-oss-förlopp. Christensen beskriver det som att detta också kan handla om intern marknadsföring, och säger att många organisationer använder sig av

detta i kommunikationen med sina medarbetare. Dessa meddelanden brukar ofta spegla organisationens självbild, och används för att sporra medarbetarna att bli bättre i sin yrkesroll (Christensen, 1997, s. 201–203). I denna uppsats diskuteras autokommunikationen dock främst som något oavsiktligt. Autokommunikationen diskuteras i de fall en sändare (ett folkbibliotek) skickat ut meddelanden som de tänkta mottagarna (användare) missar, och de faktiska mottagarna blir andra folkbibliotek. Här sker en autokommunikation eftersom meddelandet stannar inom den egna professionen, och ibland till och med egna organisationen, istället för att nå ut till mottagarna.

3.5 Hur teorierna appliceras i uppsatsen

Som nämnts i inledningen till denna uppsats så beskrivs sociala medier ofta som ett lämpligt verktyg för att nå ut till användare. Denna kommunikationsvariant finns representerad i basmodellen, och kommer att användas för att generellt diskutera hur folkbiblioteken sänder ut information på sociala medier för att nå ut till användare. På ett liknande sätt kommer användningsmodellen att användas, användningsmodellen kommer att diskuteras i relation till bibliotekens envägskommunikation, där biblioteken sänder ut information vilken inte alltid får respons. Kommunikationen mellan folkbibliotek och användare representeras av konvergensmodellen, denna modell kommer att användas för att diskutera de fall där en tvåvägskommunikation faktiskt äger rum mellan folkbibliotek och användare. Autokommunikationen kommer att användas för att diskutera huruvida folkbibliotekens information når ut över huvud taget, eller stannar inom den egna professionen. Jag tror att dessa teorier kan vara till hjälp för att förstå folkbibliotekens interaktion med användarna genom sociala medier. Kommunikationsmodellerna kan tydliggöra vilken typ av interaktion som faktiskt äger rum.

4. Metod

I detta kapitel beskriver jag semistrukturerade intervjuer och varför dessa är ett lämpligt val för min uppsats. Jag beskriver utformningen av min intervjuguide, hur jag gjorde mitt urval och hur själva kontakten med respondenterna samt intervjuerna gick till. Jag diskuterar uppsatsens tillförlitlighet och beskriver sedan mitt analysredskap och redogör för de forskningsetiska principer jag har tagit hänsyn till i uppsatsen.

4.1 Semistrukturerade intervjuer

Då uppsatsens syfte är att ta reda på hur folkbibliotekarier upplever användningen av de sociala medierna var semistrukturerade intervjuer ett naturligt val. Den främsta anledningen till valet av denna metod var just viljan att nå folkbibliotekariernas *upplevelser*, vilka bedömdes tydligast komma fram i intervjuer. Alan Bryman påpekar att det viktigaste i en kvalitativ intervju är att man når information om ”hur de intervjuade upplever sin värld och sitt liv och att intervjuerna rymmer flexibilitet” (Bryman, 2011, s. 419). Den semistrukturerade intervjun har en fördel i det att den är mer avslappnad och flexibel i jämförelse med den strukturerade. Intervjun kan på sätt och vis mer liknas vid ett, något kontrollerat, samtal. Den semistrukturerade intervjun följer inte ett fast schema, istället har en intervjuguide utformats som tillåter att jag som intervjuare även ställer följdfrågor och uppmuntrar respondenten att utveckla sina svar. Som intervjuare innebär detta att jag får anpassa mig och strukturera om intervjuguiden under intervjuens gång.

4.2 Kvalitativ innehållsanalys

Kvalitativ innehållsanalys är den vanligaste analysmetoden när det kommer till kvalitativa studier. Den definieras på olika sätt, men essensen är forskarnas strävan att förstå den sociala verkligheten (Wildemuth, 2009, s. 308). Den kvalitativa innehållsanalysen kan ha både deduktiva och induktiva ansatser (Wildemuth, 2009, 309–311), denna uppsats är av induktiv karaktär då den resonerar kring fenomen och kopplar in teorier efteråt. Det transkriberade materialet analyserades alltså med kvalitativ innehållsanalys. Det väsentliga i denna analysform är att man vill förstå den sociala verkligheten, snarare än att generera statistik. Tanken är att teman och slutsatser ska hittas genom granskning av empirin (Wildemuth, 2009, s. 308).

4.3 Urval

Urvalet av respondenter till denna uppsats har gjorts huvudsakligen slumpmässigt. Detta har gjorts genom en kombination av slumpmässigt urval och ett delvis målinriktat urval. Jag ville att de folkbibliotek som användes i studien skulle vara så slumpmässiga som möjligt, samtidigt ville jag ha folkbibliotek med relativt jämna förutsättningar. Jämna förutsättningar innebär i denna kontext att biblioteken skulle ha en aktuell hemsida, och en aktiv Facebook-sida med 500–2000 följare. Med aktiv Facebook-sida avses en Facebook-sida som uppdaterats åtminstone en gång i veckan, de senaste tre månaderna. Jag valde att avgränsa antalet följare, för att resultaten skulle kunna jämföras och diskuteras kring, men att förklaringen till potentiella skillnader i interaktion inte alltid skulle kunna förklaras med för stora skillnader i antalet följare. Valet av Facebook som urvalskomponent grundar sig helt på att Facebook är den sociala media som flest personer

i Sverige använder dagligen (Davidsson & Thoresson, 2017, s. 43). Vilka möjliga andra sociala medier folkbiblioteken använde sig av var inte av intresse i detta skede av undersökningen, utan fick framkomma under intervjuernas gång.

Med möjligheten att genomföra intervjuer via videosamtal kände jag mig inte begränsad att välja folkbibliotek baserat på orter. Urvalet har därför skett oberoende av geografisk plats, slumpmässigt, men med hänsyn till de avgränsningar som beskrevs i föregående stycke. Jag kontrollerade folkbibliotekens hemsidor och Facebook-sidor, och tog därefter kontakt med dem. Den första kontakten skedde via mail. Först och främst kontrollerade jag huruvida det fanns information på folkbibliotekens hemsidor kring vilka bibliotekariéer som arbetade med sociala medier. Fanns det sådana kontaktuppgifter kontaktade jag folkbibliotekarién direkt, annars kontaktade jag folkbiblioteket via en allmän informationsadress. Jag skickade ut sex mail innan jag fick jakande svar av tre, vilket var det avsedda urvalet.

Informantbrevet som skickades till folkbibliotekarierna finns bifogat till uppsatsen som Bilaga 1.

4.4 Tillvägagångssätt

Nedan beskrivs hur intervjuguiden utformades, intervjuerna genomfördes och transkriberades, samt hur den genererade empirin analyserades.

4.4.1 Utformning av intervjuguide

Intervjuguiden har utformats med stöd från Alan Brymans bok *Samhällsvetenskapliga metoder* (2011). Jag har utformat en intervjuguide där områdena i mitt syfte och mina frågeställningar täcks in. Jag har organiserat uppsatsens teman i en viss ordning, för att lättare få översikt och kunna ändra frågeföljden. Frågorna har också formulerats på ett sådant sätt att de ska kunna ge svar på forskningsfrågorna, men har inte formulerats för specifikt. Jag har använt ett språk som är begripligt i tal, för att intervjun ska flyta på utan hinder. Jag har försökt formulera frågorna öppet, det vill säga, försökt undvika ledande frågor. Jag ställer även vissa frågor om bakgrund för att sätta respondenterna i kontext (Bryman, 2011, s. 419–422).

Intervjuguiden strukturerades upp i sex olika teman: Respondentbakgrund, bakgrund och riktlinjer för arbetet med sociala medier, samarbete kring de sociala medierna, syftet med de sociala medierna samt delning av information. Två pilotintervjuer genomfördes för att testa intervjuguiden, se hur frågor och samtal flöt och bedöma ungefärlig intervjulängd. Det noterades under pilotintervjuerna att flera frågor i guiden var snarlika upprepningar av tidigare frågor. Dessa störde dock inte samtalet, utan fick vara kvar. Efter respondentintervjuerna framkom det även att dessa frågor fungerade som upptäckare, då luckor som lämnats i tidigare svar täcktes av dessa upprepande frågor.

Intervjuguiden finns bifogad till uppsatsen som Bilaga 2.

4.4.2 Intervjuer

Respondenterna informerades redan i kontaktmailet om att intervjun behövde spelas in. Jag frågade ytterligare en gång innan intervjuens start om detta var okej, vilket samtliga godkände. Jag informerade även om de forskningsetiska principer jag tar hänsyn till (se avsnitt 4.7 *Forskningsetik*). Vid två av intervjuerna besökte jag respondenterna på deras arbetsplatser, och intervjuerna tog plats i deras egna arbetsrum. Den tredje intervjun genomfördes via Skype. Samtliga respondenter valde intervjuplats. Fördelen med detta var att respondenterna kunde känna sig bekväma och avslappnade. Att genomföra intervjun via Skype medförde naturligtvis en oro för tekniska felaktigheter, men uppkopplingen från båda håll var god och videokvalitén var väldigt god, varför jag tror att jag fick samma mängd information från denna respondent som de övriga två.

Intervjuerna spelades in med hjälp av en diktafon. Denna ställdes något åt sidan, så att den inte tog uppmärksamhet från samtalet och störde, men ändå spelade in med god ljudkvalitet. Respondenterna fick paus mellan sitt svar och nästkommande fråga för att kunna fylla ut sitt svar om så önskades. I slutet av intervjuerna frågade jag respondenterna om jag kunde kontakta dem igen om något var oklart, vilket samtliga godkände. Jag frågade också ifall de ville ha transkriberingen skickade till sig för att kunna kontrollera materialet, vilket ingen av dem ansåg nödvändigt. Efter detta genomfördes transkriberingen. Transkriberingen genomfördes samma dag eller dagen efter intervjun. Transkriberingarna har gjorts ordagrant, men inte med ett talspråk. Jag var noggrann med att transkribera respondenternas pauser och ofullständiga meningar, men jag transkriberade inte alla fyllnadsljud såsom ”eh”, detta för att ge materialet en skriftspråklig karaktär (Kvale & Brinkmann, 2009, s. 197).

4.4.3 Innehållsanalys

Den kvalitativa innehållsanalysen gick till på så sätt att det transkriberade materialet studerades noga, varpå vissa teman formades. Materialet i transkriberingarna färgkodades i stycken efter vilka teman de tillhörde. På så sätt kunde material med samma teman samlas från de olika intervjuerna och sedan presenteras i sina egna kategorier, där respondenternas svar kunde presenteras grupperade för vidare analys. Detta genererade materialet i nästa kapitel (5. *Resultat av innehållsanalys*). Först presenteras respondenterna i ett bakgrundsstycke, empirin presenteras sedan i de teman som kommit fram under analysen; bibliotekariernas samarbete och attityd, policy och styrdokument, kommunikation och respons, upplevelser av användningen.

4.5 Uppsatsens tillförlitlighet

Uppsatsens reliabilitet är svårbedömd. Om bedömningen av reliabiliteten ligger i vilken utsträckning undersökningen går att upprepa, kan den sägas vara låg. Detta eftersom det generellt sätt är svårt att upprepa kvalitativ forskning, eftersom de sociala omständigheterna varierar mycket (Bryman, 2011, s. 352–354). Å andra sidan kan uppsatsens reliabilitet sägas vara hög, eftersom tillvägagångssättet är detaljerat beskrivet, så en upprepning är tekniskt sett möjlig. Validiteten bedömer jag också som god, då resultaten denna uppsats stämmer överens med andra på samma tema (Sundahl & Sundling, 2016; Wiklund, 2016; Kronqvist-Berg, 2014). Detta torde indikera ett visst mått av möjlig generalisering. Respondentvalidering har dock inte skett i denna studie.

Respondenterna gavs möjlighet att validera det transkriberade materialet för att säkerställa att det de sagt uppfattats rätt. Samtliga avböjde dock denna möjlighet.

Jag vill ändå understryka att jag i denna uppsats inte gör några anspråk på att producera ett generaliserbart material, då urvalet är litet. Min uppfattning är dock att även ett litet urval kan säga mycket. Biblioteken och bibliotekarierna som används i denna uppsats har valts (relativt) slumpmässigt, och ett slumpmässigt urval kan sägas bidra till en representativ bild av ett fenomen. Uppsatsen skulle därför kunna sägas ge en representativ bild, ett generaliserbart exempel, av hur de sociala medierna upplevs av folkbibliotekarier.

4.6 Forskningsetik

Jag har tagit hänsyn till grundläggande etiska principer i denna uppsats. De principer som tillämpats är informations-, samtyckes-, konfidentialitets- och nyttjandekraven. Detta innebär mer specifikt att informanterna har blivit informerade om uppsatsens syfte och att deras deltagande är frivilligt. Samtliga har givit sitt samtycke till deltagandet. Informanterna gavs även möjlighet att läsa igenom transkriberingarna för medgivande innan dessa användes för analys i uppsatsen (Bryman, 2011, s. 131–132).

Alla de uppgifter jag samlat in kring folkbiblioteken, rutinerna och personalen har hanterats på ett sådant sätt att ingen obehörig kunnat nå dem, eller förstå vilka folkbibliotek som åsyftas. Detta genom fingerade namn och generella beskrivningar av både folkbibliotek och folkbibliotekarier. Informationen jag har samlat in har använts endast och enbart för uppsatsens ändamål.

5. Resultat av innehållsanalys

Detta avsnitt börjar med en bakgrundspresentation av respondenterna, för att ge läsaren ett sammanhang. Här presenteras information som framkom under intervjuerna men som inte kommer att analyseras vidare. Informationen kan däremot komma att lyftas in i analys- och diskussionskapitlen, för att ge kontext till resultatet. Bakgrunden, *5.1 Kontext*, består av dessa stycken:

- Respondentpresentationer
- Uppstart av och mål med sociala medier
- Riktlinjer, rutiner och strategier
- Bibliotekariesamarbete

Därefter presenteras empirin, *5.2 Upplevelser och uppfattningar*, i styckena:

- Interaktion på sociala medier
- Interaktion på bibliotek vs sociala medier
- Användarrespons på olika information
- Sammanfattande uppfattningar

5.1 Kontext

För att underlätta läsningen och diskussionen av materialet har jag valt att ge mina respondenter fingerade namn. Observera att dessa inte har någon reell koppling till respondenterna.

5.1.1 Respondentpresentationer

Respondent 1, kallas här efter Anna. Anna är utbildad bibliotekarie och hennes arbetsuppgifter är varierande, de inkluderar bland annat digitala medier. Anna har ett visst ansvar i utvecklingen av bibliotekets hemsida, och har arbetat med sociala medier i fem år på två olika bibliotek.

Respondent 2, kallas här efter Maja. Maja arbetar som barn- och ungdomsbibliotekarie. Hennes huvudsakliga arbetsuppgifter inkluderar exempelvis bokcirklar för unga vuxna och sagostunder för småbarn. Biblioteket Maja arbetar på har använt olika sociala medier i cirka sju år.

Respondent 3, kallas här efter Lisa. Lisa är anställd för att arbeta med den digitala delen av biblioteksverksamheten. Hon arbetar med hemsidautveckling och är med i en arbetsgrupp för sociala medier. Hon har arbetat med sociala medier på bibliotek i över tio år.

5.1.2 Uppstart av och mål med sociala medier

Anna säger att anledningen till att hennes bibliotek valde att börja använda sociala medier egentligen inte var speciellt professionellt betingad. Istället var det flera på hennes arbetsplats som började märka att bibliotek runt omkring dem tog plats i den virtuella sfären, varför även de blev intresserade och såg det som ett potentiellt sätt att nå nya användare. Maja uttrycker ett liknande scenario, men på hennes bibliotek fanns det en

tydligare ambition att verkligen synliggöra biblioteket genom de sociala medierna. Lisa började arbeta på sitt bibliotek i samband med uppstarten av sociala medier, argumenten för ett användande var framför allt marknadsföring och informationsdelning. På Annas bibliotek tyckte man att det vore "roligt" att kunna visa upp bibliotekets verksamhet inifrån, eftersom det sker mycket som inte syns utåt. Idag har man hittat ett tydligare fokus och mål med sociala medier. Anna säger att de närt en förhoppning om att nå fler yngre användare. Maja menar att det inte behöver ta så lång tid att sköta en Facebooksida, men att hon tror att det ger mycket i längden. På Lisas bibliotek gick diskussionen ungefär som på Annas, man ville ge biblioteket utrymme att synas. Lisas biblioteks mål var marknadsföring och informationsdelning, men också användarinteraktion.

På respondenternas folkbibliotek är det främst två sociala medier man använder sig av; Facebook och Instagram. Alla tre respondenter berättar att Facebook är det primära sociala mediet, men respondenterna Maja och Lisa även använder Instagram på sina bibliotek. På Annas folkbibliotek har Instagram prioriterats ned och används inte i så stor utsträckning eftersom "det är svårare att få kontakt där och synas tycker vi, så vi håller oss till Facebook." (Anna)

5.1.3 Riktlinjer, rutiner och strategier

Vad gäller formulerade riktlinjer eller policydokument för användningen av de sociala medierna skilde sig svaren åt något mellan respondenterna. På Annas folkbibliotek finns formulerade riktlinjer, men dessa är inte speciellt specifika. Anna har själv varit med och formulerat detta dokument, som främst innehåller en punktlista på saker som är viktiga att beakta innan man postar något på de sociala medierna. Vidare uttrycker Anna också att hon "tror att det sitter lite i ryggmärgen på en bibliotekarie vad man bör och inte bör posta" (Anna). Med detta menar hon att bibliotekarier är vana vid ämnen som berör diskriminering, upphovsrätt, personuppgifter och liknande. De skulle aldrig lägga upp något som är diskriminerande och de försöker hålla innehållet till böcker eller bibliotek.

Lisa visar ett policydokument liknande Annas, men med något klarare formuleringar. Dokumentet innehåller inte bara punkter på saker att anpassa sig till i användningen, utan innehåller även vilka mål folkbiblioteket har med de sociala medierna. Som exempel kan nämnas att man vill "möta målgruppen där de är, och försöka nå ny användare" samt "visa bredden i bibliotekets verksamhet" (Policydokument 1, Lisa). På frågan gällande huruvida formulerade policydokument finns svarar respondenten Maja att detta inte finns på hennes folkbibliotek. Eftersom det främst är Maja själv "som jobbar med det [sociala medier], så jag har det i huvudet kan man säga." (Maja)

Även rutinerna kring inläggspostning skiljer sig en del åt på tre olika folkbiblioteken. På respondentens Annas bibliotek postar man inlägg på Facebook varje dag, en rutin man är noggrann med:

"Oftast lägger vi ju upp nåt varje dag, men ibland blir det inte det... Främst är det kanske då att vi inte hinner, och sen när vi är lediga och så, så är det ju inte nån som lägger upp." (Anna)

Innehållsmässigt har man på Annas bibliotek inte heller några speciellt rutiner, men det är viktigt att informera om öppettider och evenemang. Det ser liknande ut på Lisas bibliotek:

”Vi har ju temaveckor, eller temamånader ibland, på vårt bibliotek. Och då anpassas ju innehållet på sociala medier väldigt mycket efter det. Men det är inte så att vi har bestämt hur mycket som ska postas, eller vad eller när.” (Lisa)

På respondenten Majas folkbibliotek uppdateras Facebooksidan minst en gång i veckan. Huvudsakligen postar hon biblioteksinformation, såsom öppettider, evenemang, bokcirklar och liknande.

5.1.4 Bibliotekariesamarbete

Det finns sociala medier-grupper på Annas och Lisas folkbibliotek, dessa grupper arbetar med att utveckla de sociala medierna. Maja arbetar ensam, hon förklarar att hon visserligen sköter det tekniska, men hennes kollegor kommer ofta med innehållsförslag till de sociala medierna, så hon upplever ett indirekt samarbete. Att andra bibliotekarierna kommer med tankar kring vad som borde postas på de sociala medierna ger även Anna uttryck för.

Gemensamt för de tre respondenterna är att samtliga nämner i intervjuerna att diskussionsfokus mellan folkbibliotekarierna ligger på vad som ska postas och inte på de sociala medierna. Respondenterna är måna om att täcka alla områden, det vill säga information om öppettider, kommande evenemang, litteraturtips, men samtidigt vill de inte upprepa sig. En allmän utvärdering av de sociala medierna sker också kontinuerligt, i sociala medier-grupper eller i samtal med kollegor.

Anna och Maja framhåller att de är nöjda med samarbetet med sina kollegor. Lisa uttryckte till en början att samarbetet med hennes kollegor gällande de sociala medierna fungerar bra, men efter att ha begrundat sitt svar några minuter tillade hon att samarbetet ”oftast” fungerar bra. Lisa berättade vidare att hon tycker att flera av kollegorna är slarviga när de postar på sociala medier. Riktlinjerna som finns formulerade innehåller ingenting om språk och formuleringar, därför håller inläggen varierande kvalitet.

”Sen blir det så varierande kvalitet på det som läggs upp. Vissa använder hashtags, vissa skriver faktiskt på engelska, vissa skriver knappt nånting... och så är det då dom som stavar väldigt dåligt. Jag tycker det är pinsamt, det låter kanske... elitistiskt. Men när man jobbar med böcker och läsning så tycker jag att man ska kunna begära att folk kan stava ordentligt.” (Lisa)

Härefter förtydligar Lisa sig, och säger att hon naturligtvis har full respekt för personer med läs- och skrivsvårigheter, men hon menar att om inte texten till inläggen blir förståelig fyller dessa inlägg inget syfte. Hon upplever det som att det ger en oseriös bild av biblioteket. Lisas uttalanden tyder på att hon ser de sociala medierna som viktiga. Den bild biblioteket ger av sig själv på sociala medier är representativ för verksamheten.

5.2 Upplevelser och uppfattningar

5.2.1 Interaktion på sociala medier

Gällande vilka sociala medier som föredras och upplevs som mest aktiva, interaktions- och kommunikationsmässigt, ger de tre respondenterna ungefär lika svar. Alla tre resonerade kring det faktum att det tycks svårare att faktiskt kommunicera med användare genom Instagram, medan den generella interaktionen (vilken består av både gillningar och kommunikation) med användare via Facebook upplevs högre. Anna resonerar kring vad skillnaderna kan bero på, hennes uppfattning är att Facebook är mer kommentarsvänligt, vilket ger effekten av en ökad kommunikation. Instagram beskriver Anna mer som en ”klicka gilla, gå vidare”-plats, hon beskriver det som att kommunikationen inte är lika naturlig via Instagram. Majas erfarenheter av Instagram är liknande:

” (...) det känns inte som en kommunikation, det känns mer som en monolog. Speciellt på Instagram, där blir det väldigt sällan svar... Det är... mer svar och frågor om saker på Facebook.”
(Maja)

Lisas svar går i linje med Annas och Majas. Hon uttrycker det som att hon inte riktigt vet hur stor roll de sociala medierna spelar för kommunikationen med biblioteksanvändarna, eftersom hon helt enkelt inte upplever speciellt mycket kommunikation. Hon får visserligen en del kommentarer, och påpekar att hon ändå uppskattar de sociala medierna, eftersom biblioteket synliggörs.

Interaktion i form av gillningar är dock något alla tre respondenter svarar att de faktiskt får en del av. Enligt respondenten Anna fungerar de sociala medierna ungefär som de på hennes bibliotek hade förväntat sig, men hon önskar att användarna överlag hade kommenterat inläggen mer. Oftast bekräftas inläggen av gillningar, något hon också uppskattar eftersom hon själv tycks se det som en form av interaktion. Anna resonerade en del kring vad det kan bero på att kommentarer så ofta uteblir, hon förklarar det med att folk har blivit ”kommentarslata”. Det är lättare att bara klicka på gilla, speciellt sedan Facebook dessutom har infört reaktioner under gilla-knappen.

”Men sen tycker ju jag att... även om dom är lata med att kommentera, så är det ju också kul när dom klickar gilla. Det är ju också kontakt egentligen... dom visar liksom att dom har tagit del av vad man delat.” (Anna)

Majas och Lisas upplevelser är överensstämmande med Annas. Maja upplever inte att hon får svar på sina inlägg speciellt ofta, men när användarna har klickat gilla så får hon ändå bekräftelse på att informationen gått fram. Lisa lyfte även fram att vissa av de kommentarer hon får består av namntagningar, det vill säga användare som tipsar andra användare om exempelvis evenemang. Att användare gillar inläggen, eller klickar på gilla, tycks alltså vara uppskattat av respondenterna eftersom de får en bekräftelse på att informationen i inläggen har nått fram. Samtliga respondenter ger dock uttryck för att sakna respons i form av kommentarer. Gillningar är uppskattade, men bidrar inte till den tvåvägskommunikation respondenterna eftersträvar.

Huruvida respondenterna upplever att interaktionen med biblioteksanvändarna har förändrats sedan det att biblioteket började med sociala medier skiljer sig något åt. Anna upplever inte att interaktionen egentligen har förändrats, men eftersom Facebook erbjuder en plats till för interaktion och kommunikation, menar hon att denna i så fall har ökat. Majas upplevelse är att frågorna i det fysiska biblioteket kan ha gått ner något, eftersom biblioteksanvändare får information och svar på frågor på Facebook. I övrigt kan hon inte se någon förändring i kommunikationen med användarna sedan de började med sociala medier. Ett liknande svar ger Lisa. Hon säger att kommunikationen inte har förändrats med användarna, i så fall har den snarare ökat. Hon säger att hon definitivt pratar med biblioteksanvändare på biblioteket i samma utsträckning som tidigare.

Både Anna och Lisa är av åsikten att folkbiblioteken skulle missa något om de inte använde sig av sociala medier. Främst framhåller de att folkbiblioteket synliggörs genom de sociala medierna, och att detta fungerar som en marknadsföring. Lisa tillägger också att hon har noterat att användarna tar del av informationen på Facebook, även om interaktion i form av kommentarer och gillningar ofta uteblir. Lisa har nämligen flera gånger varit med om att det kommit in biblioteksanvändare på biblioteket och startat diskussioner om något som biblioteket har postat på Facebook. På så sätt tycks Facebook fungera som en anslagstavla för vissa användare.

”Jag vet ju att folk kollar på Facebook, även om dom inte klickar gilla. Ibland kommer ju folk in här och säger typ ’Jag såg på Fejan att det skulle vara öppet, vilken tur!’, men dom personerna har ju inte klickat gilla eller kommenterat. Facebook blir liksom som... som... jamen marknadsföring.” (Lisa)

Det framkommer också att Anna noterat att många av bibliotekets följare själva är bibliotekarier. Detta, menar hon, är egentligen inte speciellt konstigt, eftersom hon själv följer flera bibliotek på sina privata sociala medier-sidor. Hon förklarar att det beror på intresse och fungerar som en inspirationskälla. Även Lisa har gjort denna erfarenhet. Lisa uppfattar kommunikationen med andra bibliotekarier som en typ av fortbildning, eftersom bibliotekarierna både får och ger tips. Lisa berättar vidare att hur givande det än upplevs att kommunicera med andra bibliotekarier via sociala medier, så är det frustrerande att inte uppnå samma typ av tvåvägskommunikation med övriga användare. Lisa har dock ingen förklaring till vad detta beror på: ”Jag vet inte hur det kommer sig egentligen... nånstans brister vi i detta. I våra rutiner då. Det är nåt att arbeta mer med.” (Lisa)

Lisa reflekterar vidare kring kommunikationen genom sociala medier. En anledning till att kommunikationen uteblir, menar hon, kan bero på att hennes bibliotek är dåliga på att svara på frågor. När hon ombeds utveckla, säger hon att i de fall användarna kommenterar, är det inte så ofta de får svar, och detta är något hennes sociala medier-grupp nyligen har haft uppe till diskussion på ett möte. Enligt Lisa kan man som ansvarig för en Facebook-sida (exempelvis) inte förvänta sig att användarna ska initiera en kontakt, eller att användarna fortsätter prata om personen eller organisationen som ansvarar för sidan inte svarar. Lisa förklarar det med att ”det är ju som att ringa upp nån och vänta på att dom ska säga nåt spännande. Jag tycker ansvaret ligger hos oss.” (Lisa)

Hon vet inte vad det beror på att biblioteket brister här, men gissar att eftersom det på hennes bibliotek är flera personer som använder samma konto så försvinner notiserna när någon annan loggar in. Vissa av bibliotekarierna verkar tycka att det inte är deras plats att svara på frågor till inlägg som de inte postat, men då faller det ju på den tidigare bibliotekarien att också minnas vad hen postat, samt gå tillbaka och leta reda på inlägget för att kunna ge respons, något Lisa menar ofta glöms bort.

5.2.2 Interaktion på bibliotek vs sociala medier

Den största skillnaden Anna kan se gällande interaktionen mellan folkbibliotekarier och användare på folkbibliotek och sociala medier, är att på biblioteket blir det ett samtal, en tvåvägskommunikation, jämfört med på Facebook. Anna säger att man kapar småpratet på Facebook. På biblioteket stannar ofta biblioteksanvändarna och pratar en stund, om lite allt möjligt, men på Facebook blir samtalen mer specifika och direkta. Anna tror även att detta är något som sker på Internet i stort, och att det inte är ett fenomen som rör bara bibliotek och sociala medier.

”Det blir mer samtal på plats i biblioteket, det är den största skillnaden. Som sagt så pratar vi inte så mycket på Facebook. Sen är det ju med Facebook att man kapar småpratet. Har du tänkt på det? I biblioteket blir det ju mer prat om ditt och datt. Om vädret, om boken personen har lånat och allt möjligt. Men på Facebook är det ju mer direkt, man pratar ju bara om det man ska så att säga.
(Anna)

Majas och Lisas upplevelser är ungefär desamma som Annas. På plats i folkbiblioteket har de konversationer, något som inte sker i samma utsträckning på Facebook. Maja förklarar detta med att det är lättare att prata på biblioteket, medan hon tycker att Facebook känns som en kommentarsplats eller informationsdelningsplats. Oftare blir det småprat på biblioteket, och Maja upplever biblioteksanvändarna som mer öppna där. Detta tror hon kan förklaras av att många människor är ensamma och saknar ett socialt umgänge. Lisas upplevelser är desamma, hon uttrycker också att användarnas vilja att prata på biblioteket ibland kan upplevas som lite stressande eftersom det ofta är ont om tid.

5.2.3 Användarrespons på olika information

Gällande vad som postas på de sociala medierna ger de tre respondenterna övervägande samma svar, det handlar främst om biblioteksinformation, till exempel öppettider, evenemang och liknande. Ibland läggs bilder och boktips upp, exempelvis relaterade till olika litteraturpris. På Majas folkbibliotek har man också ett samarbete med stadens kulturhus, fysiskt innebär det att man lånar varandras lokaler vid vissa evenemang, och att utställningar kan ske på både kulturhuset och biblioteket. På de sociala medierna innebär det biblioteket också tipsar om sådant som sker på kulturhuset, och kulturhuset tipsar om biblioteket evenemang.

Respondenterna berättar vidare att när de postar på Instagram, är det huvudsakligen bilderna som är fokus, därför följer det inte med speciellt mycket information på Instagram. På Facebook postas också en hel del bilder, men i bildtexten finns överlag mer

information publicerad. På Lisas och Majas bibliotek postas många bilder från verksamheten i stort, det handlar om allt från vad man arbetar med om dagarna, vad som krävs i förberedelserna inför olika evenemang och hur unika böcker i beståndet kan se ut. Lisas nyckelord för syftet med de sociala medierna är användarkommunikation, synliggörande och marknadsföring. Respondenten Annas svar kan ses som en sammanfattning av det Lisa och Maja berättat; på hennes folkbibliotek kan det man vill förmedla på de sociala medierna kan kokas ner till information och kultur.

Alla tre respondenter svarade dessutom att de är väldigt noggranna med att inte dela information som är diskriminerande på något sätt. De föredrar att dela bilder som de själva tagit, föreställande exempelvis magasinet med unika, gamla böcker, bilder från evenemang, och bibliotekarier som håller upp böcker för boktips.

Både Anna och Lisa diskuterar att de vill visa en annan sida av biblioteket. Med ”annan sida” menar de att det tycks finnas en bild av bibliotek och bibliotekarier som torra och tråkiga, vilket Anna tycker är en förlegad och tråkig generalisering.

”Det finns ju en bild av oss bibliotekarier, att vi är dammiga och glasögonprydda typer utan humor. Det är hemskt men sant [att denna fördom finns]. Ibland tror jag att det är vi som är sådär torra som... som har bäst humor, haha.” (Lisa)

Annas och Lisas svar antyder att de vill visa en mer humoristisk sida av biblioteket, möjligen som ett sätt att locka nya biblioteksanvändare. Båda upplever att dessa inlägg är mycket uppskattade, och här tror de att användarna interagerar med dem mest. Dessa inlägg genererar flest kommentarer och gillningar, tror de. Lisas teori är att det beror på att den inre verksamheten annars inte är synlig, och folk är nyfikna. Hon uttrycker det som att vi idag överlag lever i ett ganska transparent samhälle, där vi får ta del av väldigt mycket från privatpersoners liv och hur olika organisationer sköts, och därför är användarna nyfikna även gällande biblioteket. Anna förklarar det sammanfattande som att bilder på bibliotekets kringarbete ger en djupare förståelse för användarna om vad som krävs och vilket hårt jobb det ligger bakom biblioteksverksamheten, vilket hon menar inte alltid annars syns.

De tre respondenterna verkar ha samma upplevelser av respons på inlägg som handlar om bibliotekets öppettider. Någon gång har en användare kommenterat och önskat trevlig ledighet eller liknande, ibland någon användare som varit upprörd för att biblioteket ska vara stängt. Alla ger dock lika svar i det att det inte sker någon direkt kommunikation kring dessa inlägg, men inläggen bekräftas av gillningar. Boktipsen brukar generera viss diskussion bland användare, vilket Lisa tror beror på att inlägg av denna typen öppnar upp för användarna att posta sina egna tankar och erfarenheter. En liknande erfarenhet har Anna, som menar att alla inlägg som handlar om böcker, tips och händelser, tycks skapa mer kommunikation och interaktion mellan både användare och bibliotekarier, och användare och användare. Alla tre respondenter har dessutom en uppfattning om att inlägg som innehåller bilder tycks vara mer intressanta för användare, då dessa får fler gillningar än inlägg bestående av enbart text.

5.2.4 Sammanfattande uppfattningar

Respondenternas sammanfattande uppfattningar av användningen av de sociala medierna, är att det är ett "roligt" och "värdefullt" verktyg. Roligt eftersom det kan användas för att skapa kontakt, kommunicera med andra bibliotekarier och för att man kan visa upp en annan sida av biblioteket än den traditionella. Värdefullt för att det erbjuder en effektiv plats att snabbt dela information som har möjlighet att nå ut till många användare. Respondenten Maja framhåller dock att tidsbrist gör att de sociala medierna ibland känns påfrestande, eftersom hon har svårt att hinna med. Lisa uttrycker också att de sociala medierna är påfrestande ibland, för henne är det jobbigt när responsen från användare uteblir och när samarbetet med andra bibliotekarier skaver. Både Anna och Maja konstaterar också de att de hade önskat en högre användarrespons och kommunikation med användarna genom de sociala medierna. Samtliga framhåller dock att sociala medier är en viktig plats för biblioteket att synas på, att det fungerar i marknadsföringssyfte.

6. Vidare analys och diskussion

Den primära forskningsfrågan i denna uppsats är ”Hur uppfattar folkbibliotekarier användningen av de sociala medierna för interaktion med biblioteksanvändarna?” (se avsnitt 1.2 *Syfte och frågeställningar*). Med detta i åtanke kommer analysen behandla resultatdelen 5.2 *Upplevelser och uppfattningar*, då avsnitt 5.1 *Bakgrund* främst var tänkt att ge kontext till de sammanhang bibliotekarierna verkar inom. Bakgrunden i sig kommer därför inte analyseras, men delar kan komma att lyftas in i analysdiskussionen.

6.1 Analys av resultat

Efter resultatpresentationen såg jag mönster i empirin som grupperade sig i tre nya, teman, inspirerade av de olika kommunikationsmodeller som presenterades i 3. *Teori*. Dessa presenteras nedan i olika kategorier tillsammans med teoretiska sammanhang.

6.1.1 Sociala medier som anslagstavla

Min tolkning är att alla tre respondenter ger uttryck för att ofta uppfatta de sociala medierna som en linjär kommunikationsprocess som huvudsakligen består av en envägskommunikation (Larsson, 2008, s. 47). Respondenterna är eniga i att interaktionen och kommunikationen på de sociala medierna är låg, speciellt på mediet Instagram. Respondenten Maja uttrycker det som att hon ofta upplever att hon håller en monolog på de sociala medierna, snarare än att hon kommunicerar med användarna. Anna nämner också att de sociala medierna fungerar ganska bra, men att biblioteket önskar att interaktionen och kommunikationen med användarna skett i högre grad. Med detta sagt svarar de alla tre att det ändå är positivt att de sociala medierna synliggör biblioteket, och att dessa fungerar som marknadsföring. Speciellt Facebook är en effektiv plats att dela kort information på, och biblioteket hade inte syntes lika bra utan sociala medier. Lisa resonerar vidare kring detta och menar att hon har träffat flera biblioteksanvändare som tar del av informationen på de sociala medierna utan att ge respons. Detta har blivit tydligt genom att användare besökt folkbiblioteket och fört diskussioner kring information som postats på Facebook. Detta får respondenten Lisa att se bibliotekets Facebook-sida som ett slags virtuell anslagstavla för användarna.

Respondenterna i denna uppsats tycks ha samma erfarenheter av de sociala medierna som respondenterna i Kronqvist-Bergs (2014) och Wiklunds (2016) studier, nämligen att kommunikationen upplevs som en envägskommunikation. Envägskommunikationen är ett linjärt förlopp mellan sändare och mottagare som saknar respons. Larsson argumenterar för att denna linjära metod ibland är lämplig (2008, s. 47), speciellt i de fall där det viktigaste är att informationen når ut. Exempel på sådana situationer ges i denna uppsats, när respondenterna påstår att Facebook är en effektiv plats för marknadsföring. Det linjära förloppet i envägskommunikationen kan därför sägas vara rimligt i just dessa fall. Som framkom av intervjuerna i denna uppsats uppstår det komplexa i det faktum att folkbibliotekarierna inte är ute efter en linjär envägskommunikation, utan att de generellt sett anlägger en interaktionsbetonad ambition. Folkbibliotekarierna i denna uppsats eftersöker en tvåvägskommunikation, vars uteblivande en av respondenterna resonerar kring att hennes folkbibliotek själva är ansvariga för.

Lisa berättar att på hennes folkbibliotek har arbetsgruppen som ansvarar för sociala medier nyligen haft uppe till diskussion att de själva är dåliga på att svara på användarnas frågor genom sociala medier. Lisa är av åsikten att man inte kan begära att användarna ska kommunicera om inte biblioteket svarar. Om man använder basmodellen för kommunikation (se 3.1 *Kommunikationsmodell: Basmodell*) för att studera dessa försök till interaktion tycks det som att bibliotekarierna som kommunicerar ut ett meddelande upplever att de inte får respons i form av kommentarer, därmed genomför de en envägs kommunikation. Det finns tendenser som antyder att meddelandet gått fram till mottagare, till exempel att mottagare kommit in och diskuterat informationen på folkbiblioteket, och i flera fall har mottagaren faktiskt försökt skicka feedback. Feedbacken råkar ut för brus (störningar), i detta fall är Lisas hypotes att notiserna försvinner och bibliotekarierna glömmer bort vilka inlägg de postat, så feedback når aldrig tillbaka till sändaren.

Kronqvist-Berg diskuterar en liknande situation i sin doktorsavhandling. Hon framhåller argumentet att bibliotekarierna spelar en avsevärd roll för att skapa interaktion med biblioteksanvändare via sociala medier (Kronqvist-Berg, 2014, s. 75). Baserat på informationen i föregående stycke tycks dock folkbibliotekarierna sakna kunskap kring inte bara initierandet av en sådan kommunikation, utan även brista i sitt mottagande av mottagarens feedback. Detta lägger det kommunikativa ansvaret hos användarna, vilket gör att kommunikationen uteblir. Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem skriver i sin artikel att i och med den digitala utvecklingen så har också bibliotekariernas roller förändrats. Idag måste en bibliotekarie kunna använda både digitala och sociala medier. De slår fast att man måste ha kunskaper om kommunikation, digital litteracitet och social kompetens för att lyckas med detta (2015, s. 285). Detta verkar vara något som brister hos ett flertal sociala medier-användare, i både professionell och privat kontext. För att jämföra Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegems uttalanden med den bild respondenterna i denna uppsats ger, så tycks det finnas både brister och styrkor hos respondenterna. Författarna tog fram fyra olika typer av användare (dessa återfinns på sida 9 i denna uppsats). Deras resultat visar att bibliotekarierna hamnar främst i kategori tre och fyra, det vill säga att de använder sociala medier mycket både professionellt och privat eller använder mest sociala medier privat. Resultatet går att jämföra med det resultat denna uppsats når. Respondenterna har själva valt att arbeta med de sociala medierna, och de ger uttryck för att använda sociala medier privat. Ändå uteblir en respons från bibliotekariernas (respondenternas) håll. En möjlig förklaring till detta är att bibliotekarierna blir osäkra i sin professionella roll. Om de är vana sociala medier-användare privat vet de tekniskt sett hur dessa fungerar, men det kan vara skillnad på att använda dem privat och professionellt. Detta är också en anledning till behov av policy. Med sådana hade bibliotekarierna haft tydligare mål att arbeta mot och regler att förhålla sig till, vilket möjligen hade underlättat kommunikationen.

Envägs kommunikationen kan även diskuteras med hjälp av användningsmodellen (Larsson, 2008, s. 51), i vilken mottagaren/användaren själv avgör om kommunikation ska ske. Modellen säger att människor har informationsbehov och det är vissa medier som tillfredsställer dessa behov. Enligt denna modell beror resultatet på hur viktigt användaren tycker att informationen är (Larsson, 2008, s. 51). En utebliven reaktion kan därmed tolkas som att den delade informationen inte är tillräckligt intressant. Alexis Wiklund för en liknande diskussion i sin magisteruppsats från 2016. Wiklund säger att det saknas en uttalad uppfattning om hur biblioteken ska initiera en tvåvägs kommunikation med

användarna, vilket resulterade i att bibliotekarierna i hennes studie försökte föra en tvåvägskommunikation, men denna resulterade främst i en envägskommunikation. Baserat på detta ställer hon sig frågan om dessa sociala medier verkligen är ett effektivt redskap för kommunikation med användare (Wiklund, 2016, s. 90).

6.1.2 Sociala medier som interaktionsplats

Samtliga respondenter upplever ändå någon form av tvåvägskommunikation genom de sociala medierna. De har varit eniga i svaren kring de vilken respons de får från de olika medierna, det vill säga att Facebook är en mer interaktionsvänlig plats i avseendet kommunikation, medan det sker interaktion i form av gillningar på både Facebook och Instagram. Vad gäller interaktion i form av gillningar, så svarar samtliga respondenter att de faktiskt får relativt många sådana. Anna säger till exempel att hon tycker att de sociala medierna fungerar bra, men att interaktionen oftast består av gillningar. Både hon och Maja menar att då vet man ju i alla fall att användarna har tagit del av den information som har delats. Denna typ av interaktion går att förklara med hjälp av användningsmodellen (Larsson, 2008, s. 51).

Enligt användningsmodellen är det användaren själv som avgör ifall kommunikation ska ske, det är då intressant att diskutera gillningar som en form av interaktion. Användarna tar del av meddelanden som biblioteket sänder ut via sociala medier, och beroende på hur användarna ger respons sker en interaktion. Genom att klicka på gilla-knappen på bibliotekets utsända meddelande sker en interaktion, eftersom användarna bekräftar att de tagit del av informationen. Respondenterna gav olika exempel på detta, alla tre nämnde att de faktiskt får gillningar på sina inlägg. Respondenten Anna nämner att hon uppskattar gillningarna, och respondenten Maja säger att när användaren klickat gilla får hon bekräftat att informationen nått ut. Lisa la även till att hon ibland får kommentarer i form av namn-taggingar, att användare tipsar varandra om olika saker. Detta är ytterligare en bekräftelse på att de faktiskt tagit del av informationen, och är ett tecken på det som kallas spridningsteori. Spridningsteorins syfte är att förklara hur olika budskap förmedlas genom olika kanaler (Larsson, 2008, s. 50), att användarna delar information vidare på detta sätt är ett exempel på spridning.

Respondenterna framförde också att de får olika typer av interaktion beroende på vad de postat för information på sina sociala medier. Gillningar var den vanligaste interaktionen på inlägg som handlade om bibliotekens öppettider och annan saklig information. Däremot får inlägg som handlar om till exempel boktips och händelser generellt sätt fler kommentarer och diskussioner. Respondenten Lisa tror att inlägg av den typen öppnar för användarna att posta egna tankar och erfarenheter. I dessa situationer kan kommunikationen förklaras med konvergensmodellen (Larsson, 2008, s. 53). Modellen är särskilt intressant här eftersom den skapades som resultat av ett ökat intresse för interpersonella kommunikationsformer (det vill säga hur människor förhåller sig till varandra). Kärnan i denna modell är tanken om att människor interagerar för att nå en djup kontakt och en ömsesidig förståelse. Användare som kommunicerar i stil med konvergensmodellen konverserar i en spiral, där ena parten uttrycker ett meddelande, och den andra parten tolkar det. Denna konversation cirkulerar sedan till det att man nått förståelse för varandra.

Två av respondenterna berättar att de vill visa en annan sida av biblioteksverksamheten. De vill gå emot de fördomar som finns kring bibliotek och bibliotekarier. Båda respondenterna upplever dessa inlägg som väldigt uppskattade, och de tror att det är här de får mest respons i form av kommentarer. Detta är intressant att förklara med hjälp basmodellen, eftersom en kontext spelar in i sammanhanget: Anta att användaren har en förutfattad mening av hur biblioteksverksamheten ser ut och fungerar, det vill säga, användaren har en förutfattad mening av biblioteksverksamhetens kontext. När biblioteket sänder ut information via sociala medier som visar på en annan typ av verksamhet än användaren förväntat sig, spelar användarens förutfattade kontext in i tolkningen av meddelandet. Analysen är att dessa inlägg genererar fler kommentarer eftersom det skapats en förvåning hos användaren. Innehållet i det meddelande biblioteket skickade ut är tillräckligt intressant för att användaren ska ge feedback. Jämför detta med den tidigare analysen, där det diskuterades att en möjlig anledning till utebliven feedback helt enkelt är ett ointressant innehåll (6.1.1 *Sociala medier som anslagstavla*).

Tvåvägskommunikation i form av en ömsesidig interaktion mellan bibliotek och användare verkar överlag vara något respondenterna menar händer på biblioteket som fysisk plats, oftare än på sociala medier. En av de största anledningarna till detta är att det tycks vara mer naturligt att inleda en konversation på biblioteket. Respondenten Anna menar att småpratet inte existerar på Facebook. Alla tre respondenter är av uppfattningen att det oftare tenderar att bli samtal på biblioteket, det ses som en naturlig konversationsplats, medan Facebook snarare beskrivs som en kommentarsplats av respondenterna. Tvåvägskommunikationen tycks kännas mer naturlig i biblioteksmiljön, och bibliotekarierna uttrycker en längtan att överföra denna kommunikation till sociala medier-miljö. En viss tvåvägskommunikation uppstår även, men inte i samma utsträckning. Detta resonemang går i linje med Kronqvist-Bergs doktorsavhandling, där hon nämner att bibliotekarierna ser de sociala medierna som en naturlig utveckling av verksamheten, medan användarna överlag är kvar i ett traditionellt perspektiv där biblioteket är en fysisk plats (Kronqvist-Berg, 2014, s. 75). Detta går stick i stäv med det uttalande som finns presenterat i problemformuleringen; kanske vill biblioteken erbjuda en tjänst som aldrig efterfrågats.

6.1.3 Sociala medier som internnätverk

Två av respondenterna i min studie uttryckte att de noterat att flera av följarna på deras sociala medier själva är bibliotekarier. Anna säger att detta inte är speciellt konstigt, hon följer själv flera bibliotek på sina privata sociala medier. Det beror på att hon ser sidorna som en källa till inspiration, och för att hon har ett intresse för professionen och verksamheten. Även Lisa förde resonemang kring detta. Det framkom att Lisa hade en del kommunikation med andra bibliotekarier på bibliotekets Facebook-sida, vilket hon såg på ungefär som fortbildning, eftersom de får och ger tips. I Sundahls & Sundlings kandidatuppsats från 2016 framkommer ett liknande resultat. Bibliotekarierna i Sundahl & Sundlings studie uttryckte att det var problematiskt att diskussionen på Instagram tenderade att bli intern, eftersom de främst nådde fram till kollegor (Sundahl & Sundling, 2016, s. 18). Bibliotekarierna i deras studie nämnde även att det främst var andra bibliotek som följde bibliotekskontona, vilket genererade en envägskommunikation (Sundahl & Sundling, 2016, s. 23).

Resultaten i denna uppsats är lika de Sundahl & Sundling når i sin uppsats. En skillnad är att Sundahl & Sundling kallar det envägskommunikation, medan jag är mer benägen att tolka resultaten som mer komplexa. Eftersom det sker en diskussion emellan biblioteken, och bibliotekarierna, cirkulerar ändå information. Jag skulle därför säga att detta handlar om att det uppstått en autokommunikation. I avsnitt 3.4 *Autokommunikation* beskrivs denna kommunikationsmodell mer detaljerat. Kärnan är att den som är sändare av ett meddelande även är mottagare. Sändare och mottagare behöver inte vara enskilda personer, utan kan handla om hela organisationer. Ett meddelande som är avsett att bli externt, det vill säga utanför organisation, blir istället internt, det vill säga stannar i organisationen. Respondenterna i denna uppsats och bibliotekarierna i Sundling & Sundahls studier har haft samma upplevelse av meddelanden som inte når utanför den egna organisationen. Denna kommunikationsprocess ger inte någon ny information, men kontexten i vilken meddelandet tolkas kan vara olika, vilket gör att meddelandet kan tolka olika och då förändras informationens betydelse. Christensen (1997) menar att detta kan beskrivas som en intern marknadsföring, vilket kan jämföras med respondenten Lisas svar, där hon nämner fortbildning.

6.2 Diskussion

Baserat på min undersökning och de paralleller som gjorts till relevant litteratur i uppsatsen, framstår ett interaktionsmönster som verkar bestå av tvåvägskommunikation huvudsakligen på det fysiska biblioteket, och envägskommunikation på de sociala medierna. De sociala medierna erbjuder visserligen en effektiv plats för att marknadsföra och synliggöra biblioteket, men samtliga bibliotekarier uttrycker en önskan om kommunikation som ingen av dem verkar uppleva. Tvåvägskommunikationen består av kommentarer, ibland konversationer men oftast gillningar, medan det verkar som att den huvudsakliga kommunikationen är envägskommunikation och dessutom med tydliga drag av autokommunikation. Jag ställer därför ungefär samma fråga som Kronqvist-Berg gjorde i sin avhandling: hur sociala är egentliga de sociala medierna? Respondenterna i min studie uttryckte även att det inte fanns formulerade policys för hanteringen av de sociala medierna. Det fanns enklare förhållningspunkter hos två av respondenterna, medan den tredje uttryckte det som att hon ”hade allt i huvudet”. Detta är något som respondenterna i Sundahl & Sundlings uppsats också gav uttryck för, och de menade att ett policydokument skulle kunna utveckla bibliotekens arbete med sociala medier (Sundahl & Sundling, 2016, s. 21). Liknande resonemang för Kronqvist-Berg i sin doktorsavhandling. Nästan 90% av de tillfrågade bibliotekarierna menade också att bibliotek 2.0-tjänster kan locka nya användare till biblioteken (Kronqvist-Berg, 2014, s. 110). Detta kan jämföras med respondenterna i min uppsats, som överlag uppvisat en väldigt optimistisk inställning till sociala medier, trots att de själva påpekat brister i form av låg interaktion, speciellt då kommunikation.

Det är intressant att lyfta fram den positiva bild bibliotekarierna ändå har av de sociala medierna. Är det en optimistisk autokommunikation, med möjligheten att bygga nätverk med andra bibliotekarier, som färgar den övriga användarinteraktionen? Räcker den bristfälliga kommunikation som sker? Eller projiceras en önskan om att de sociala medierna ska fungera väl, på hur de faktiskt fungerar? En diskussion jag vill lyfta i detta sammanhang är den term som ofta nämns i samband med studier av biblioteksverksamheter; biblioteken vill finnas där användarna är (Hansson, 2012; Axelsson, 2008; Farkas, 2007). Detta är även en tanke respondenterna i uppsatsen ger

uttryck för, de använder de sociala medierna för att synliggöra sin verksamhet och kommunicera med användare. Men upplever verkligen bibliotekarierna att de är där användarna är när interaktionen, framför allt kommunikationen, brister? Om de sociala medierna ska kunna fungera effektivt när det handlar om användarinteraktion måste organisationen i sig tydliggöra hur de ska användas för att uppnå önskat resultat. Bibliotekarierna uppvisar redan resonemang kring vilka inlägg som faktiskt skapar interaktion. De är medvetna om dessa inläggs möjlighet att generera tvåvägskommunikation, vilket är vad biblioteken eftersträvar. Jag tror att det finns en bristande kunskap och kompetens när det kommer till hantering av sociala medier. Bristande kompetens och kunskap samt behovet av ordentligt formulerade policys nämns i flera studier (Vanwynsberghe, Vanderlinde, Georges & Verdegem, 2015; Sundahl & Sundling, 2016; Wiklund, 2016; m. fl.). Det verkar vara ett problem som spänner över en stor del av de bibliotekarier som använder sociala medier. Kanske är det sociala medierna mer lämpade som marknadsföringsverktyg och en plats för autokommunikation, eftersom samtliga bibliotekarier i denna studie ett flertal gånger påpekar att det fungerar väl att biblioteken synliggörs. Det ska också nämnas att de sociala medierna även fungerar som ett kontaktnät inom den egna professionen, där bibliotekarier diskuterar och byter erfarenheter.

6.3 Sammanfattande ord och slutsatser

I problemformuleringen till denna uppsats finns uttalandet ”Parallellt finns det röster som menar att biblioteken försöker erbjuda en tjänst som aldrig efterfrågats, och att kommunikationen med användare inte äger rum i så stor utsträckning (Hansson, 2012; Wiklund, 2016).” Sammanfattningsvis kan jag konstatera att detta stämmer, åtminstone delvis. Interaktionen *är* låg, det är något som konstaterats i flera studier nu. Men varför den är så låg menar jag att det fortfarande inte finns ett tydligt svar på. Det måhända att bibliotekens närvaro på sociala medier aldrig varit efterfrågad, men det är inte samma sak som att den är oönskad. Jag tror snarare att problemet ligger i en bristande kunskap kring skötseln av de sociala medierna, och att dessa varit mer gynnsamma och det funnits tid, ekonomi och möjlighet att sköta dem. Som sista steg i studien ska jag nu göra ett försöka att sammanfatta svar till de frågeställningar jag formulerat i inledningen.

Hur uppfattar en folkbibliotekarie användningen av de sociala medierna för interaktion med biblioteksanvändarna? Det övervägande svaret som samtliga respondenter var ense om är att de sociala medierna upplevs som roliga verktyg att använda, och de vill fortsätta jobba med dem. Interaktionen är relativt låg, åtminstone ur kommunikationsperspektiv. Interaktion sker oftare i form av gillningar, vilket bibliotekarierna förvisso uppskattar, även om de saknar den textbaserade kommunikation i form av meddelanden och kommentarer.

Hur kan dessa uppfattningar förstås? Jag har analyserat och tolkat folkbibliotekariernas uppfattningar av användningen av sociala medier med hjälp av olika kommunikationsmodeller. Dessa visar att folkbibliotekarierna upplever envägskommunikation, där bibliotekets sociala medier snarast fungerar som en anslagstavla, avsedd för marknadsföring eller reklam. Folkbibliotekarierna upplever dock viss form av tvåvägskommunikation genom de sociala medierna, främst med andra bibliotekarier. Resultatet visar att det tycks finnas en osäkerhet bland bibliotekarierna i denna uppsats när det kommer till att initiera kontakt genom sociala medier, och hur

responsen från bibliotekarie till användare ska se ut. Folkbibliotekarierna upplever också en form av autokommunikation, då den information de skickar ut via sociala medier ibland hålls internt, istället för att sändas externt.

Varför upplever folkbibliotekarierna det så? Att bibliotekarierna upplever de sociala medierna som ”roliga” och ”givande” kan förklaras med de resultat som visade att de sociala medierna kan liknas vid interna nätverk, där bibliotekarier konverserar med och bekräftar varandra. Denna sista punkt är intressant i sig, då den kan liknas med fortbildning åt bibliotekarierna.

Slutsatsen är att den bristande interaktionen kan bero på två saker: antingen vill användarna inte interagera med biblioteken på sociala medier. Då skulle biblioteken kunna ta fokus från arbetet med de sociala medierna och anlägga en mer avslappnad inställning till användningen av dem, eftersom det skulle bli en stor uppgift att få användarna att ändra inställning. Det andra alternativet är att bibliotekarierna inte vet hur de ska använda de sociala medierna på ett effektivt sätt för att nå ut, kommunicera och ge respons. Denna uppsats uppvisar tendenser från båda dessa alternativ. Den låga användarinteraktionen kan tolkas som ett bristande intresse, och folkbibliotekarierna i studien uttrycker en osäkerhet kring hur de ska ta dialogen med användarna vidare. Oavsett måste biblioteken bestämma sig för hur värdefulla de sociala medierna är för verksamheten, och hur mycket man vill satsa på dem. Vill man vidareutveckla arbetet med de sociala medierna måste policys och styrdokument utvecklas och ses över för att kunna skapa fastare rutiner. Bibliotekarierna som ska arbeta med det bör också erbjudas någon form av utbildning som handlar om kommunikation genom sociala medier.

6.4 Vidare forskning

Som förslag på vidare forskning skulle jag framför allt föreslå en vidare utredning av autokommunikation på bibliotekens sociala medier. Vilka följare har egentligen biblioteken? Här är en potentiell idé att kvantitativt utreda hur stor procent av ett biblioteks Facebook-sida som följs av andra bibliotek eller bibliotekarier. I samma kategori kan man utreda vilka som kommunicerar och om vad, för att testa de uttalanden som gjorts kring sociala medier som fortbildningsplats.

Vidare forskning skulle också kunna röra bibliotekens policys och styrdokument när det kommer till de sociala medierna. Hur väl utformade är de? Följs de? Finns de över huvud taget? Det kan också vara gynnsamt att studera olika bibliotekstypers interaktion via olika sociala medier. Som sista punkt föreställer jag mig att en undersökning gjort med omvänt perspektiv skulle behövas. Istället för att se hur biblioteken använder de sociala medierna, undersök hur användarna upplever dem och vad användarna menar att de får ut av eller önskar sig av bibliotekets närvaro på sociala medier. Att finnas där användarna är, är inte tillräckligt om man inte först kan fastslå vad användarna vill eller hur man ska nå dem.

7. Källförteckning

Opublicerade källor

Intervju med Maja	2018-01-25	(1 tim: 2 min)
Intervju med Anna	2018-01-26	(56 min)
Intervju med Lisa	2018-02-02	(1 tim: 14 min)

Policydokument, Lisa: Policydokument från respondentens Lisas bibliotek (1 sida).
Policydokument, Anna: Policydokument från respondenten Annas bibliotek (1 sida).

Publicerade källor

Axelsson, A-S. (2008). Libraries, social community sites and Facebook. *Scandinavian Library Quarterly*, 41(2), 18–19.

Bing, R. (2008, 1 april). Personalen upprörd – bibliotek får inte vara med på Facebook. *Kristianstadsbladet*. Hämtad från <http://www.kristianstadsbladet.se/bromolla/personalen-upprord-bibliotek-far-inte-vara-med-pa-facebook/>

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder* (uppl. 2). Stockholm: Liber AB.

Christensen, L. T. (1997). Marketing as auto-communication. *Consumption Markets & Culture*, (1)3, 197-227. doi: 10.4135/9781483376493.

Davidsson, P. & Thoresson, A. (2017). *Svenskarna och internet 2017. Undersökning om svenskarnas internetvanor*. Hämtad från Internetstiftelsen i Sveriges webbplats: https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2017.pdf

Decoster, D. & Naatus, M. K. (2017). Experiential Learning in Digital Marketing: A Library Social Media Takeover. *Business Education Innovation Journal*, 9(1), 84-88. <https://osf.io/t8k7h>

Farkas, M. (2007). Going where the patrons are: Outreach in MySpace and Facebook. *American Libraries*, 38(4), 27. https://bocescareer.wikispaces.com/file/view/Farkas_goingwhere.pdf

Fernandez, J. (2009). A SWOT Analysis for Social Media in Libraries. *Library Staff Publications*, 9, 35-37. https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=lib_staffpub

Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. London: Routledge.

Fuchs, C. (2014). *Social media: A Critical Introduction*. London: Sage.

Hansson, J. (2012). *Folkets bibliotek? Texter i urval 1994–2012*. Lund: BTJ förlag.

Hashtags. (2018). I *NE.se*. Hämtad från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/hashtag>

Hofmann, A. (2014). Hur bibliotek 2.0 är bibliotek idag? *Bibliotek i samhälle*. 2014(4), 18–20. https://globalarkivet.se/sites/default/files/documents/2015-05/bis_2014_4_s18-20.pdf

Holmberg, K., Huvila, I., Kronqvist-Berg, M., Nivakoski, O. & Widén-Wulff, G. (2009). *Bibliotek 2.0. Deltagarkultur i förändring*. Lund: BTJ förlag.

King, D. L. (2015). Managing Your Library's Social Media Channels. *Library Technology Reports*, 51(1). 5-35. <http://journals.ala.org/ltr/issue/download/260/20>

Kronqvist-Berg, M. (2014). *Social Media and Public Libraries. Exploring information activities of Library Professionals and Users*. (Doktorsavhandling, Åbo Akademi, Åbo). Hämtad från http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/94661/kronqvist_maria.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (andra upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Larsson, L. (2008). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (tredje upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Níelsdóttir, K. (2017). *Are we social enough for social media? A study of social media use within Icelandic public libraries*. (Masteruppsats, Félagsvísindasvið Háskóla Íslands, Reykjavík). Hämtad från <https://skemman.is/bitstream/1946/26970/1/Ready%20to%20send.pdf>

O'Reilly, T. (2005). What is web 2.0? Hämtad 2018-02-27 från <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Rogers, E. M. & Lawrence Kincaid, D. (1981). *Communication networks. Toward a new Paradigm for research*. New York: The free press.

Sociala medier. (2018). I *NE.se*. Hämtad från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sociala-medier>

Sundahl, O. & Sundling, F. (2016). *En bild säger mer än tusen ord. Bibliotekariers arbete med Instagram som marknadsföringsverktyg*. (Kandidatuppsats, Linné-universitetet, Kalmar/Växjö). Hämtad från <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:948212/FULLTEXT01.pdf>

Svedmark, E. (2016). *Becoming Together and Apart: Technoemotions and other posthuman entanglement*. (Doktorsavhandling, Umeå universitet, Umeå). Hämtad från <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:927080/FULLTEXT02.pdf>

Techavanich, K. (2015). Libraries of Instagram. Hämtad 2018-03-11 från

<http://publiclibrariesonline.org/2015/06/libraries-of-instagram/>

Vanwysberghe, H., Vanderlinde, R., Georges, A. & Verdegem, P. (2015). The librarian 2.0: Identifying a typology of librarians' social media literacy. *Journal of Librarianship and Information Science*, (47)4, 283-293. doi: 10.1177/0961000613520027

Wiklund, A. (2016). *Men vad håller de på med? En kvalitativ studie av fem svenska universitetsbiblioteks användning av Facebook och Twitter*. (Masteruppsats, Uppsala universitet, Uppsala). Hämtad från <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:936850/FULLTEXT01.pdf>

Wildemuth, B. M. (2009). *Applications of social research methods to questions in information and library science*. Westport, Conn: Libraries Unlimited.

Bilaga 1: Informantbrev

Helsingborg, 15/1 2018

Hej!

Jag kontaktar er eftersom jag håller på att skriva en kandidatuppsats om folkbibliotek och sociala medier. Jag har noterat att ni har aktiva sidor på sociala medier, och skulle gärna intervjua er för uppsatsen.

Mina studier sker vid Högskolan i Borås, på Bibliotekarieprogrammet. Det område jag är intresserad av är folkbiblioteks användning av sociala medier, mer specifikt bibliotekariens upplevelser av användningen av sociala medier. Jag skulle därför vilja intervjua en eller flera bibliotekarier som arbetar med just det.

Intervjun kommer ta ca 1 timme och behöver genomföras i januari. Både bibliotekarierna och biblioteket kommer att vara anonyma. Intervjun måste spelas in för att kunna transkriberas och analyseras, men kommer inte att bifogas i uppsatsen. Efter intervjun skickas en sammanfattning till er, så att eventuella missuppfattningar kan korrigeras. Uppsatsen är beroende av kvalitativa intervjuer, så ert deltagande skulle vara väldigt uppskattat.

Om ni är intresserade av att delta, kontakta mig via mail med ert namn och telefonnummer så ringer jag upp er för att bestämma tid och plats.

Kontakta gärna mig eller min handledare om ni har några frågor om projektet.

Tack för att ni tog er tid.

Vänliga hälsningar
Lovisa Fröjd Ullström
lovisaullstrom@gmail.com
0704-57 09 27

Projekthandledare:
Maria Lindh, högskolan i Borås
maria.lindh@hb.se
033-435 5905

Bilaga 2: Intervjuguide

Respondentbakgrund

- Berätta om dina arbetsuppgifter på biblioteket.
- Vad är din roll på biblioteket och i arbetet med sociala medier?
- Hur länge har du jobbat med sociala medier på bibliotek?
- Hur kom det sig att du började arbeta med sociala medier?

Bakgrund och riktlinjer till bibliotekets arbete med sociala medier

- När började biblioteket använda sig av sociala medier?
- Finns det formulerade riktlinjer för användningen? Om det finns, skulle jag kunna få en kopia?
- Finns det några speciella rutiner kring de sociala medierna? T ex frekvens, innehåll, representation etc.

Samarbete kring sociala medier på biblioteket

- Är ni flera som jobbar med sociala medier på biblioteket?
- Finns det en diskussion mellan bibliotekarierna om hur ni använder sociala medier? Vad handlar diskussionen om?
- Hur upplever du arbetet? Är det roligt? Givande? Negativt?
- Hur upplever du samarbetet med de andra bibliotekarierna?

Syftet med att använda sociala medier

- När ni bestämde er för att börja använda sociala medier, vilka tankar fanns då?
- Vad ville ni uppnå när ni började använda sociala medier?
- Vad är det övergripande målet med användningen av sociala medier idag?

Användningen av sociala medier

- Vilka olika sociala medier används av biblioteket?
- Hur tycker du att användningen av de sociala medierna fungerar?
- Fungerar de sociala medierna så som ni hade hoppats? Varför? Varför inte?
- Hur ser du på sociala mediers roll för kommunikationen med biblioteksanvändarna? Med andra grupper i samhället?
- Har kommunikationen med låntagare förändrats sedan biblioteket införde sociala medier? Hur?
- Hur upplever du att det är att ha kontakt med biblioteksanvändarna via sociala medier jämfört med i det fysiska biblioteket?
- Vad kommunicerar man om på de sociala medierna? Skiljer sig kommunikationen åt? Hur?
- Hur upplever du responsen från biblioteksanvändare på de sociala medierna som biblioteket använder?
- Om ni inte skulle använda sociala medier, vad skulle det innebära?

Delning av information

- Vilken typ av information brukar bibliotekarierna dela på sociala medier?
- Delar ni olika information på olika sociala medier?
- Hur brukar ni tänka kring det ni lägger upp? Är det något speciellt ni vill förmedla?
- Finns det något ni är noggranna med att inte dela?

- Finns det något annat du vill lägga till?
- Kan jag kontakta dig igen om något behöver förtydligas?