

“Biblioteken har fortfarande begränsningar och är just
nu inte en mötesplats”
En jämförelse av Facebookanvändning på bibliotek

CAROLINA GÖRANSSON



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Författaren/Författarna

Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: “Biblioteken har fortfarande begränsningar och är just nu inte en mötesplats”: En jämförelse av Facebookanvändning på bibliotek

Engelsk titel: “The libraries still have limitations and are not a meeting space right now”: A comparison between Facebook use in libraries

Författare: Carolina Göransson

Färdigställt: 2022

Abstract: This study investigated what Swedish public and academic libraries expressed on their Facebook pages. This study looked at similarities and differences between public and academic libraries through the lens of the Four spaces model by Jochumsen et al. (2012). Data was collected from three public and three academic libraries’ Facebook posts. The data was analyzed through qualitative content analysis, inspired by Zhang and Wildemuth (2017).

The results indicated that Facebook was used partly in different ways in public and academic libraries. Public libraries used Facebook to promote literature, human rights, and they also focused on posts for younger audiences. The academic libraries mostly focused on helping students with their studies. There were also some differences within the same library type; for instance, one of the academic libraries did not focus on content for students.

The four spaces model Jochumsen et al. (2012) considers the changing roles of the public library in society and how libraries can show legitimacy in their new environment. Results indicated that the public libraries primarily expressed the learning space, and secondarily, the inspiration space. Academic libraries mostly expressed the learning space. The meeting space and the performative space were seldom expressed, both in public and academic libraries.

Nyckelord: Facebook, folkbibliotek, akademiska bibliotek, sociala medier, four spaces model, komparativ studie

Innehåll

1. Inledning.....	2
1.1 Problemformulering.....	2
1.2 Syfte och frågeställningar	3
2. Litteraturoversikt	4
2.1 Sökprocessen och avgränsningar av litteraturen.....	4
2.2 Kategorier av sociala medieposter	5
2.3 Undersökningar i svensk kontext.....	7
2.4 Bibliotekens sociala medier och Four spaces-modellen.....	8
2.5 Sammanfattning av litteraturgenomgången	8
3. Teori	8
3.1 Four spaces-modellen	9
4. Metod.....	10
4.1 Koder och kategorier.....	10
4.2 Tillvägagångssätt och analys av Facebookinläggen	12
4.3 Urval	13
4.4 Kvalitetskriterier.....	16
5. Resultat	17
5.1 Kategoriernas innehåll	17
5.2 Stockholms stadsbibliotek	18
5.3 Göteborgs stadsbibliotek	19
5.4 Malmö stadsbibliotek.....	19
5.5 Stockholms universitetsbibliotek	21
5.6 Göteborgs universitetsbibliotek.....	22
5.7 Uppsala universitetsbibliotek	22
6. Diskussion och slutsatser	23
6.1 Vad förmedlar biblioteken i sina Facebookposter?	23
6.2 Likheter och skillnader utifrån Four spaces-modellen.....	25
6.3 Reflektion kring urval och metod.....	27
6.4 Förslag till fortsatt forskning	28
7. Källor	29
Bilaga	

1. Inledning

Sociala medier har i mångt och mycket ändrat spelplanen för hur organisationer och företag når ut och håller kontakten med sina användare (Taneja & Toombs, 2014). Genom sociala medier går det att skapa ett starkt engagemang hos användarna och därmed göra det möjligt att nå ut med sitt budskap på ett mer effektivt sätt jämfört med traditionella medier (Taneja & Toombs, 2014, s. 250-251). Sociala medier skapar vidare möjlighet att skraddarsy informationen utifrån användarnas behov, att erbjuda en tvåvägskommunikation och att bygga relationer (Clark & Melancon, 2013, s. 132; Taneja & Toombs, 2014, s. 250). Även biblioteken använder i allt större utsträckning sociala medier för att nå ut till användarna (Farkas, 2007, s. 27). Facebook är inget undantag i denna bemärkelse utan används av olika slags bibliotek i kommunikationen med användarna (Dryden, 2014, s. 11). Folkbibliotek och akademiska bibliotek använder exempelvis Facebook för att skapa inkludering samt för uppsökande verksamhet (Abdullah et al., 2015, s. 37-38). En av fördelarna med att använda Facebook är att en stor del av bibliotekens användare antagligen redan har Facebookkonton, vilket underlättar för biblioteken att nå ut till sin målgrupp (Dryden, 2014, s. 11).

I denna studie har jag undersökt vad svenska folkbibliotek och akademiska bibliotek (det vill säga högskole- och universitetsbibliotek), förmedlar i sina Facebookposter. Enligt tidigare studier (Aharony, 2010; Engqvist Jonsson, 2013) har det framkommit skillnader mellan vad folkbibliotek och akademiska bibliotek förmedlar via sociala medier. Detta är även något som denna studie ämnat undersöka, nämligen de skillnader som gått att utröna i vad dessa två bibliotekstyper förmedlar i Facebook.

1.1 Problemformulering

Bibliotekens användning av sociala medier är ett ämne som fått stor uppmärksamhet i forskningen, och även gett upphov till studier som tar upp olika aspekter av denna företeelse (Joo et al., 2018, s. 941). En av dessa aspekter handlar om skillnader mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek. Det har visat sig att de skilda aktiviteterna, professionella intressena och åsikter hos folkbibliotek respektive akademiska bibliotek avspeglas i deras sociala medier (Aharony, 2010, s. 347). I en studie av amerikanska bibliotek visade det sig exempelvis att folkbibliotek använde Twitter framför allt för att nå ut med information om framtida event på bibliotek, medan akademiska bibliotek å andra sidan tog tillfället i akt att använda Twitter främst för att informera om sina samlingar (Aharony, 2010, s. 345). Studien i fråga visade även att folkbiblioteken i större utsträckning än de akademiska biblioteken delade med sig om sådant som låg utanför den direkta biblioteksverksamheten (Aharony, 2010, s. 345-346). I en svensk studie framkom att folkbiblioteken till stor del publicerade bok- och medietips, samt information om kulturella evenemang, medan de akademiska biblioteken i större utsträckning än folkbiblioteken publicerade information om forskning, studentliv och digitala resurser (Engqvist Jonsson, 2013, s. 29-30).

Mycket av den internationella forskningen jag funnit är fokuserad på antingen folkbibliotek eller akademiska bibliotek (Jmf. Joo et al., 2018; Lam et al., 2019). Det är däremot mer knapphändert med studier som tar upp jämförelser mellan vad dessa två

bibliotekstyper publicerar via sociala medier. Jag har funnit några få engelskspråkiga studierna som specifikt jämför folkbibliotek och akademiska bibliotek och dessutom utgår från vad dessa bibliotekstyper publicerar på sociala medier. De studier jag funnit har några år på nacken och samtliga finns med min litteraturgenomgång (Jmf. Aharony, 2010; Chen et al., 2012; Xie & Stevenson, 2014).

Beträffande forskning i svensk kontext har jag endast hittat studentuppsatser som ägnat sig åt att undersöka detta ämne. Många av dessa svenska studier har liksom i den internationella forskningen fokuserat antingen på folkbibliotek eller akademiska bibliotek (t.ex. Anderson & Muttala, 2012), och i vissa fall även andra typer av bibliotek (t.ex. Sahlberg, 2018). Jag har endast funnit en studie, i form av en magisteruppsats, som gör en jämförelse av Facebookanvändningen specifikt mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek i svensk miljö (Engqvist Jonsson, 2013). Det begränsade utbudet av tidigare studier motiverar behovet av att ytterligare undersöka skillnader i vad som förmedlas mellan dessa två bibliotekstyper.

Något annat som motiverar denna studie är det som Aharony (2012, s. 369) samt Xie och Stevenson (2014, s. 520) nämner om att forskning om hur Facebook används i biblioteken kan hjälpa bibliotekarier att göra medvetna val i hur de kan använda bibliotekets Facebookkonto för att nå ut till användarna. Abdullah et al. (2015, s. 44) är inne på samma spår med att betona vikten för bibliotekarier att förstå de olika användningsområdena som sociala medier har, för att på så vis kunna lägga upp strategier för hur biblioteken på bästa sätt ska kunna nå ut till sina målgrupper. Denna studie utgör en aspekt av den kunskapen som biblioteken behöver för att skapa en medvetenhet om vilken information de egentligen förmedlar via sociala medier.

Som tidigare nämnts i detta kapitel framhäver folkbibliotek och akademiska bibliotek sin verksamhet på olika vis i sociala medier. För att synliggöra skillnader och likheter mellan bibliotekstyperna i denna studie valde jag att använda mig av en teoretisk referenspunkt i form av Four spaces-modellen (the four spaces model) av Jochumsen et al. (2012). Four spaces-modellen visar på fyra olika inriktningar för folkbiblioteket, där biblioteket kan ses som ett rum för antingen inspiration, kunskap, social aktivitet eller skapande verksamhet (Jochumsen et al., 2012, s. 589-593). En mer utförlig beskrivning av de olika rummen i modellen ges i avsnitt 3.1 *Four spaces-modellen*.

1.2 Syfte och frågeställningar

Denna studie syftar till att bidra med kunskap kring likheter och skillnader mellan hur folkbiblioteken och de akademiska biblioteken i denna undersökning använder sig av Facebook. Beskrivningen av bibliotekstyperna görs med stöd av Four spaces-modellen av Jochumsen et al. (2012) Genom att analysera bibliotekens Facebookposter utifrån denna modell har målet varit att skapa en förståelse av vad biblioteken förmedlar via Facebook utifrån Four spaces-modellens fyra rum: inspirationsrummet, kunskapsrummet, det sociala rummet och det skapande rummet. Jochumsen et al. (2010, s. 3) förtydligar att dessa fyra rum bör ses som metaforer för de möjligheter som det fysiska- och virtuella biblioteket har potential att förverkliga, snarare än att se dem som rum i en fysisk bemärkelse. Four spaces-modellen kan på så vis konkretisera vilken inriktning som de olika bibliotekstyperna valt i sitt Facebookflöde.

Detta syfte har jag valt att besvara genom följande två frågeställningar:

1. Vad förmedlar biblioteken i sina Facebookposter?

2. Vilka likheter och skillnader finns i vad som förmedlas i bibliotekens Facebookposter med utgångspunkt i Four spaces-modellen av Jochumsen et al. (2012)?

Denna studie har möjliggjorts genom att analysera Facebookinlägg för tre folkbibliotek och tre akademiska bibliotek. Det är endast bibliotekens egna Facebookinlägg som undersökts inom ramen för denna undersökning. Analysmetoden som använts är en kvalitativ innehållsanalys inspirerad av det tillvägagångssätt som Zhang och Wildemuth (2017, s. 320-323) föreslår. Denna undersökning gör inga anspråk på generaliserbarhet då det är en kvalitativ studie.

2. Litteraturöversikt

I detta kapitel beskrivs först vilka databaser som använts för att hitta litteraturen, hur litteraturen valts ut och på vilka grunder. Efter detta följer en presentation av hur tidigare studier kategoriserat innehållet av bibliotekens sociala medier. Därefter presenteras de svenska studierna inom ämnesområdet. Efter detta görs en genomgång av studier inom ämnesområdet som använt sig av Four spaces-modellen. Sist i detta kapitel görs en sammanfattning av litteraturöversikten.

2.1 Sökprocessen och avgränsningar av litteraturen

Min sökprocess inleddes i citeringsdatabasen *Scopus*, där jag gick igenom de ämnesrelevanta artiklar som rankat högt i fråga om antal citeringar. Genom att gå igenom de källor som artiklarna i *Scopus* refererade till fick jag på så vis fram ytterligare ett par relevanta artiklar. Jag gjorde sedan en sökning i databasen *LISA* (Library & Information Science Abstracts) där jag hittade några andra ämnesrelevanta artiklar. För att hitta svenska studier använde jag mig av *DiVA* (Digitala Vetenskapliga Arkivet), där jag fann flera studentuppsatser som behandlade ämnesområdet i en svensk kontext. I *DiVA* fanns det även några få uppsatser som också skrivit om Four spaces-modellen i relation till bibliotekens sociala medier.

Det som kännetecknar den litteratur som presenteras i detta kapitel är att den fokuserar på bibliotekens textinlägg via sociala medier. Studier som tar upp exempelvis bibliotekariers eller användares upplevelser av bibliotekets sociala medier är inte i fokus i denna litteraturgenomgång. Dock görs ett undantag, i litteraturöversikten nämns en studie av Abdullah et al. (2015) som utgår från bibliotekariernas perspektiv i stället för att undersöka textinläggen på de sociala medierna. Orsaken till att studien av Abdullah et al. (2015) finns med har att göra med att denna studie undersöker hur folkbibliotek och akademiska bibliotek använder Facebook i syfte att skapa inkludering samt för uppsökande verksamhet. Både inkludering och uppsökande verksamhet kan relateras till vissa aspekter i Jochumsen et al. (2012) Four spaces-modellen. Till exempel skulle det

sociala rummet kunna bidra till inkludering medan inspirationsrummet skulle kunna relateras till uppsökande verksamhet (Jochumsen et al., 2012, s. 590, 592).

Trots att min studie endast undersöker Facebook har jag valt att inkludera olika typer av sociala medier i litteraturöversikten. Orsaken till detta är att det i tidigare undersökningar (t.ex. Aharony, 2010; Chen et al., 2012) framkommit gemensamma mönster i vad som förmedlas i olika typer av sociala medier.

En annan avgränsning som gjorts i litteraturöversikten är att jag främst tagit med studier som jämför folkbibliotek med akademiska bibliotek. Ett undantag är dock avsnitt 2.4 *Bibliotekens sociala medier och Four spaces-modellen* som tar upp två studier som endast undersökt folkbibliotek. Bakgrunden till detta är att jag inte hittat litteratur som både tar upp Four spaces-modellen och på samma gång jämför dessa två bibliotekstyper.

Efter att ha gjort en genomgång av ämnesområdet har jag fått en uppfattning om att tidigare gjorda studier framför allt fokuserar på antingen folkbibliotek eller akademiska bibliotek, medan studier som tar upp jämförelser mellan dessa bibliotekstyper är mindre vanliga. Än mer begränsat blir litteraturutbudet när studierna fokuserar specifikt på vad dessa två bibliotekstyper publicerar via sociala medier. Det vill säga när jag väljer bort studier som utgår från användarperspektivet, alltså hur bibliotekarier eller användare upplever användningen av bibliotekens sociala medier. Jag har dock, med några undantag (se tidigare stycken i detta avsnitt), valt att hålla mig till dessa urval i litteraturgenomgången trots det begränsade litteraturutbudet, då jag anser att denna litteratur är mest relevant för min studie.

2.2 Kategorier av sociala medieposter

Något som framträder i flera av studierna som handlar om sociala medier hos biblioteken är att de fokuserar på att kategorisera de sociala medieposterna utifrån typ eller funktion. Ett exempel på detta är Aharonys (2010) undersökning om användningen av Twitter hos folkbibliotek och akademiska bibliotek i USA. I studien delades bibliotekens tweets in i fyra huvudkategorier: bibliotek (library), extern information (information about), diverse (miscellaneous) samt teknologi (technology) (Aharony, 2010, s. 345-346). Hos båda bibliotekstyperna förekom huvudkategorierna i samma storleksordning som nämns ovan, men det fanns vissa inbördes skillnader mellan biblioteken inom dessa huvudkategorier.

En av dessa skillnader var att folkbibliotek skrev mer än akademiska bibliotek om sådant som var relaterat till kategorin **bibliotek**, det vill säga information om bibliotekets samlingar, nyheter om biblioteket eller referensfrågor. I fråga om vad som mer exakt twittrades om visade det sig att folkbiblioteken framför allt använde Twitter för att informera om framtida program på biblioteket, men även, om än i en något mindre utsträckning, för att tipsa om böcker. Akademiska bibliotek tog å andra sidan tillfället i akt att använda Twitter i synnerhet för att informera om sina samlingar. Akademiska bibliotek valde även, om än i en något mindre utsträckning, att skriva om de bibliotekstjänster som erbjöds, och i viss mån informera om framtida evenemang på biblioteket. Kategorin **extern information** visade sig vanligare förekommande hos folkbiblioteken än de akademiska biblioteken. 'Extern information' är inte en ordagrann översättning av 'information about' men jag anser att denna översättning ger en mer

rättvisande bild av dess innebörd. Extern information handlade om vad biblioteken delade med sina användare om det som låg utanför den direkta biblioteksverksamheten. Exempel på denna kategori var information om framtida evenemang, kurser samt utställningar som låg utanför bibliotekets verksamhet. **Diverse**-kategorin utgjordes av följande element: lokala nyheter, hälsa, ” (...) tips/guides (...) personal information, health, congratulations, how to write references, thanks, and general sayings.” (Aharony, 2010, s. 346). Diverse-kategorin förekom i en större utsträckning hos akademiska bibliotek än hos folkbibliotek. **Teknologi** inkluderade tweets om teknologi i största allmänhet samt tweets som specifikt handlade om webb och tekniska applikationer. Denna kategori var dock mycket vanligare förekommande hos de akademiska biblioteken än hos folkbiblioteken.

I en annan studie synliggjorde Chen et al. (2012) i bland annat USA, Kina och Kanada hur folkbibliotek och akademiska bibliotek använde Facebook och andra sociala medier. Här delades interaktionerna in i fyra olika kategorier, vilka fick namnen informationsspridning (information dissemination), kunskapsdelning (knowledge sharing), kommunikation (communication) och kunskapsinsamling (knowledge gathering) (Chen et al., 2012, s. 4). Den vanligast förekommande kategorin för både folkbibliotek och akademiska biblioteks sociala medier var **informationsspridning**, vilket innebar uppdatering av nyheter och händelser som ägde rum på biblioteket. På andra plats återfanns kategorin **kunskapsdelning**, vilken innebar att bibliotekarier eller användare delade med sig av sina kunskaper om sina informationsresurser. På tredje plats återfanns kategorin **kommunikation**, med vilket avser de konversationer som skedde mellan enskilda personer som exempelvis konversationer användare emellan eller konversationer mellan användare och bibliotekarier. Den minst förekommande kategorin var **kunskapsinsamling**, vilket innebar att bibliotekarier försökte förbättra biblioteket eller uppnå annat mål genom att samla in information från användarna.

Hur kulturella institutioner (vilket i denna kontext inkluderar bland annat folkbibliotek och akademiska bibliotek) använde sociala medier för sina digitala bibliotek i USA har undersökts av Xie och Stevenson (2014). Undersökningen delade in användningen av de digitala bibliotekens sociala medier i fyra olika kategorier (Xie & Stevenson, 2014, s. 516, 518-519), vilka förklaras närmare i följande stycke:

Sociala medier för **upplysande** (informative) ändamål, var något som samtliga kulturella institutioner i undersökningen använde sig av. Kategorin upplysande handlade om praktisk information som användarna skulle kunna behöva om exempelvis tillfälliga förändringar på biblioteket. **Marknadsföring** (marketing/promotion) av det digitala biblioteket eller den kulturella institutionen var också vanligt förekommande i de sociala medierna. Denna kategori handlade exempelvis om att göra reklam om nya tillskott i samlingarna eller kommande event på de kulturella institutionerna eller i det digitala biblioteket. **Direktkontakt** (peer-to-peer connections) var en annan förekommande typ av social medieanvändning där interaktionen skedde direkt mellan bibliotekarien/institutionen och användaren. Ännu en kategori som förekom på sociala medier var **informationsdelning** (information sharing), vilket innebar att de kulturella institutionerna använde sociala medier för att länka samman eller dela sina egna digitala informationsresurser med andra digitala eller fysiska informationsresurser.

I en studie av folkbibliotek och akademiska bibliotek i bland annat USA, England och Kina undersökte Abdullah et al. (2015) hur biblioteken använde sig av sociala medier som en del av sina inkluderande/uppsökande verksamheter (outreach activities). Undersökningen utgick från bibliotekariernas perspektiv, i form av ett frågeformulär som vände sig till de som låg bakom inläggen på bibliotekens sociala medier. På så vis skiljde sig denna studie från de ovan nämnda studierna som i stället undersökte de faktiska inläggen i sociala medier. Abdullah et al. (2015, s. 37) kom fram till att respondenterna i båda bibliotekstyperna använde sociala medier för att skapa inkludering och som ett verktyg i sin uppsökande verksamhet på följande vis:

Folkbibliotek postade biblioteksnyheter i de sociala medierna i både inkluderande och uppsökande syften, medan uppsökande verksamhet framför allt var syftet med folkbibliotekens bokrekommendationer. De akademiska biblioteken, å andra sidan, hade oftast på samma gång både inkluderande och uppsökande syften med det som postades på sina sociala medier, som exempelvis när de akademiska biblioteken postade om biblioteksutställningar och bokrekommendationer. Uppsökande verksamhet var däremot ett bakomliggande syfte till varför de akademiska bibliotekens postade om biblioteksnyheter. Det bör noteras att respondenterna själva fick avgöra vilka typer av aktiviteter på de sociala medierna som syftade till att skapa inkludering respektive för uppsökande ändamål. Det framgår vidare inte i artikeln av Abdullah et al. (2015) utifrån vilka utgångspunkter som respondenterna kategoriserade de olika aktiviteterna som inkluderande- respektive uppsökande verksamhet.

Studierna presenterade här ovan, bortsett från studien av Abdullah et al. (2015), fokuserar specifikt på vad folkbibliotek och akademiska bibliotek publicerar via sociala medier. Inläggen har i dessa fall ofta hamnat i samma kategorier för de båda bibliotekstyperna. Däremot skiljer sig fördelningen i kategorierna mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek i dessa studier. De kategorier som studierna valt är delvis överlappande men det finns också unika kategorier i de olika undersökningarna. Ett återkommande tema i flera studier är att biblioteken använder sig av Facebook främst som en envägskanal, i syfte att nå ut med information till användarna (Aharony, 2012, s. 366; Xie & Stevenson, 2014, s. 515). Att använda Facebook framför allt som envägskommunikation är en tendens som återkommer även hos de svenska biblioteken enligt Engqvist Jonsson (2013, s. 30). Konsekvensen av detta blir enligt Aharony (2012, s. 366) att biblioteken går miste om den möjlighet som Facebook skulle kunna erbjuda i form av en plats för diskussioner och samtal.

2.3 Undersökningar i svensk kontext

Som tidigare nämnts i denna undersökning verkar det finnas få studier som jämför den sociala medieanvändningen mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek i Sverige. Jag har endast funnit en studie, i form av en magisteruppsats av Engqvist Jonsson (2013), som specifikt jämför hur folkbibliotek och akademiska bibliotek använder Facebook i en svensk kontext. Denna kvantitativa studie bestod av ett urval av 67 svenska bibliotek, och använde sig av bland annat relationsmarknadsföringsteori för att beskriva bibliotekens Facebookanvändning (Engqvist Jonsson, 2013, s. 2-3, 13-15). Undersökningen kom fram till både likheter och skillnader i vad de två bibliotekstyperna publicerade på Facebook (Engqvist Jonsson, 2013, s. 29-30, 32). En av dessa gemensamma nämnare var att

folkbiblioteken och de akademiska biblioteken använde Facebook främst som en envägskommunikation. De akademiska biblioteken publicerade dock oftare än folkbiblioteken information om forskning, studentliv och digitala resurser. Folkbiblioteken publicerade å andra sidan fler bok- och medietips, samt information om kulturella evenemang. Engqvist Jonsson relaterade skillnaden i Facebookanvändningen av dessa två bibliotekstyper till de skilda funktioner och uppdrag som dessa bibliotek har i samhället.

2.4 Bibliotekens sociala medier och Four spaces-modellen

Det finns studier i svensk kontext som fokuserar på bibliotekens användning av sociala medier i relation till Four spaces-modellen. Här kommer en redogörelse för två studier, varav båda är magisteruppsatser, vilka undersöker den sociala medieanvändningen på folkbibliotek.

Anderson och Muttala (2012) undersökte hur de olika rummen i Four spaces-modellen manifesterades i Facebook- och Twitteranvändning hos svenska folkbibliotek. Studien kom fram till att bibliotekens sociala medier främst fokuserade på biblioteket som ett inspirationsrum och socialt rum och i mindre utsträckning fanns kunskapsrummet med (Anderson & Muttala, 2012, s. 61). Något som däremot helt saknades i Facebookposterna var det skapande rummet (Anderson & Muttala, 2012, s. 61). I en studie av Ekelund (2019) analyserades hur svenska folkbibliotek använde sig av Instagram. Detta gjordes bland annat i syfte för att reda på vilka biblioteksroller som uttrycktes genom den visuella kommunikationen. Biblioteksrollerna som framträdde relaterades sedan till de fyra rummen i Four spaces-modellen. Undersökningen kom fram till att samtliga fyra rummen i Four spaces-modellen kom till uttryck via bibliotekens Instagram, men att inspirationsrummet uttrycktes starkast av de fyra rummen (Ekelund, 2019, s. 48-49).

2.5 Sammanfattning av litteraturgenomgången

Aharony (2010, s. 347) påpekade att det fanns det vissa skillnader i Twitteranvändningen mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek, vilket enligt forskaren i fråga hade sitt ursprung i de olika bibliotekstypernas skilda aktiviteter, professionella intressen, status och åsikter. I en annan studie av Aharony (2012, s. 366) argumenterades för att biblioteken inte drog nytta av den möjlighet som Facebook kunde erbjuda i form av ett forum för diskussion. Facebook användes i stället främst som en envägskanal, i syfte att nå ut med information till användarna (Aharony, 2012, s. 366). Att både folkbiblioteken och de akademiska biblioteken använde Facebook främst som en envägskommunikation är något som även Engqvist Jonsson (2013, s. 30) samt Xie och Stevenson (2014, s. 515) instämde med. Abdullah et al. (2015) utgick från ett annat perspektiv genom att undersöka hur biblioteken använde sociala medier specifikt för inkluderande- och uppsökande verksamhet.

3. Teori

I denna studie har Four spaces-modellen av Jochumsen et al. (2012) använts för att synliggöra likheter och skillnader hos de bibliotek som ingått i urvalet.

Trots att Four spaces-modellen är utformad specifikt för folkbibliotek (Jochumsen et al., 2012, s. 586), har modellen även tillämpats på akademiska bibliotek i den här undersökningen. Orsaken till att jag valt Four spaces-modellen är att den enligt Jochumsen et al. (2012, s. 588-589) går att använda både i det fysiska- och det virtuella biblioteket. Utifrån detta perspektiv kan det argumenteras för att modellen är lämplig för att undersöka Facebookinlägg, då dessa är en av bibliotekens digitala informationskanaler.

Med tanke på att modellen är utformad specifikt för folkbibliotek kan det förmodas att den också är mer tillämpbar för folkbibliotek jämfört med akademiska bibliotek. Det finns dock en fördel med att utgå från en och samma teoretiska modell för att undersöka de olika bibliotekstyperna. Genom att analysera biblioteken utifrån en och samma måttstock, i detta fall i form av Four spaces-modellen, framträder de olika bibliotekstypernas likheter och skillnader tydligare.

Då Four spaces-modellen är central för min studie beskriver jag den närmare i följande avsnitt.

3.1 Four spaces-modellen

Grunden till Four spaces-modellen kan spåras tillbaka till samhällsdebatten om bibliotekens förändrade roll i det nya informationssamhället som växt fram, och hur biblioteket kan skapa legitimitet under dessa förutsättningar (Jochumsen et al., 2010, s. 2). Four spaces-modellen kan ses som en visions- och verksamhetsmodell, och är sammanlänkad med de fyra samhällsliga mål som biblioteken förväntas stödja, nämligen: upplevelser, 'involvement', 'empowerment' samt innovation (Jochumsen et al., 2010, s. 2). Upplevelser och 'involvement' är framför allt relaterat till den enskilda individens behov för att uppnå välbefinnande. 'Empowerment' och innovation är däremot i första hand relaterat till samhällsliga mål i form av samhällets behov av självständiga medborgare som kan lösa vardagens problem och även uttrycka sin konstnärliga förmåga.

Modellen framhäver fyra typer av inriktningar som biblioteken har möjlighet att skapa för användarna, fritt översatt från Jochumsen et al. (2012, s. 590-594) har jag gett dessa inriktningar följande namn: inspirationsrummet, kunskapsrummet, det sociala rummet och det skapande rummet. Dessa rum bör dock enligt Jochumsen et al. (2012, s. 590), inte ses som fysiska rum, utan i stället fungera som metaforer för de möjligheter som det fysiska- och virtuella biblioteket har potential att förverkliga. De fyra rummen i Four spaces-modellen ska inte tvunget ses som åtskilda från varandra, utan dessa rum utgör snarare olika aspekter i verksamheten som också överlappar varandra (Jochumsen et al., 2010, s. 3, 5). Här nedan följer en sammanfattning av de olika rummen i Four spaces-modellen utifrån hur Jochumsen et al. (2012, s. 590-594) beskriver dem.

Inspirationsrummet (inspiration space) – i detta rum skapas meningsfulla upplevelser utanför de mer välbekanta valen. Det finns en koppling mellan inspirationsrummet och upplevelseekonomin (experience economy), vilket åsyftar vikten för verksamheter att sticka ut från mängden och kunna erbjuda en konkurrenskraftig upplevelse bland de många upplevelser det finns att välja mellan. Enligt detta synsätt är det inte längre tillräckligt att enbart erbjuda god service och bra utbud, viktigt är även att kunna erbjuda

unika upplevelser. Inspirationsrummet är relaterat till framför allt upplevelser och innovation.

Kunskapsrummet (learning space) – här är fri tillgång till information i fokus. Informationen erbjuds i en informell miljö, den är kostnadsfri, villkorslös och utgår från användarens eget behov och erfarenheter. Kunskapen kan inhämtas på olika sätt som exempelvis via lek, kurser och skapande verksamhet. Kunskapsrummet kan framför allt sammanlänkas med begreppet empowerment och upplevelser. Empowerment innebär enligt Jochumsen et al. att medborgarna blir självständiga och lär sig att hantera de problem som kan uppstå i vardagen.

Det sociala rummet (meeting space) – med detta menas en öppen och offentlig plats som varken är arbetet eller hemmet, som kan äga rum fysiskt eller via sociala medier. I detta sammanhang möts människor med olika värderingar och intressen som kanske inte skulle ha träffats i andra sammanhang. Biblioteket blir på så vis en slags demokratisk träffpunkt där vem som helst kan umgås, samtala eller debattera om exempelvis samhället eller politiken. Det sociala rummet kan ge upphov till det som Jochumsen et al. benämner som empowerment och involvement. Begreppet involvement beskrivs av Jochumsen et al. (2012, s. 589) i följande citat: "(...) involvement in her or his quest for meaning and identity in a complex society(...)". Involvement är också kopplat till individens eget behov för att uppnå välbefinnande enligt Jochumsen et al. (2010, s. 2).

Det skapande rummet (performative space) – åsyftar en möjlighet för människor att interagera med varandra för att utveckla sin kreativitet och sitt skapande. Denna plats ger verktyg och professionellt stöd för kreativitet och skapande och kan röra sig om uttrycksformer som exempelvis spel, skrivande, video och ljud. Detta rum kan även hjälpa biblioteket att nå ut till sin målgrupp genom att erbjuda publicering och distribuering av verken samt fungera som en scen för användarna. Syftet med det skapande rummet är att framför allt skapa involvement och innovation. Med innovation åsyftas den kreativa processen med att exempelvis hitta lösningar på problem, utveckla nya koncept eller ägna sig åt skapande verksamheter.

Four spaces-modellen har i detta kapitel behandlats på ett övergripande plan. Hur modellen används specifikt för denna studie förklaras närmare i kapitel 4. *Metod*.

4. Metod

Först ut i detta kapitel beskrivs hur jag gått till väga med analysen av Facebookinläggen, efter detta beskrivs urvalsprocessen. Sist ut i detta kapitel resonerar jag kring studiens trovärdighet. I detta kapitel problematiseras inte min urvals- och analysmetod, utan detta görs i stället i avsnitt 6.3 *Reflektion kring urval och metod*.

4.1 Koder och kategorier

För denna undersökning har jag valt analysmetoden kvalitativ innehållsanalys inspirerad av det tillvägagångssätt som förespråkas av Zhang och Wildemuth (2017, s. 320-323). Kvalitativ innehållsanalys kan ses som tolkande process, där både det explicita och

implicita i texten kan vara av intresse (Zhang & Wildemuth, 2017, s. 318). Kodningen innebär alltid att vi gör en tolkning, då kodningen innefattar användning av den vardagliga kunskap vi bär med oss (Bryman, 2018, s. 380). Mot bakgrund av att texter kan tolkas på olika sätt har jag använt mig av talande citat från Facebookinläggen, för att på så vis ge läsaren en inblick i hur jag tolkat texten.

Något som är centralt för innehållsanalysen är själva kodningen. När jag nämner att jag 'kodat', 'kodning' och dylikt betyder det inte per automatik att det är koder jag skapat, utan det kan också röra sig om kodning av kategorier.

De koder/kategorier jag skapat induktivt ur materialet har framför allt använts för att besvara första frågeställningen: *Vad förmedlar biblioteken i sina Facebookposter?* Jag har dock även använt mig av tidigare forskning som inspiration när jag kodat. En av koderna har jag exempelvis valt att kalla för inkludering. Denna kod är inspirerad av begreppen empowerment och involvement, utifrån de definitioner som Jochumsen et al. (2010, s. 2, 2012, s. 589) ger av dessa begrepp. Kategorierna som utgår från de fyra rummen i Four spaces-modellen har använts för att besvara den andra frågeställningen: *Vilka likheter och skillnader finns i vad som förmedlas i bibliotekens Facebookposter med utgångspunkt i Four spaces-modellen av Jochumsen et al. (2012)?* De kategorier jag slutligen kom fram till i kapitel 5. *Resultat* har dock inte direkt kunnat svara på forskningsfrågorna i denna studie. Kategorierna som presenteras i resultatdelen utgör i stället en grund för den tolkning som görs i kapitel 6. *Diskussion och slutsatser*, där frågeställningarna slutligen besvaras.

I kodningsprocessen har jag oftast skapat koder som sedan använts som utgångspunkt för att skapa kategorier. Undantagen är de fyra rummen i Four spaces-modellen som direkt kodats som kategorier. Innebörden av koderna/kategorierna har ibland fått ändrats under kodningsprocessen, exempelvis då det visat sig att samma kod haft olika innebörd i olika texter. I många fall har koder klustrats ihop till bredare kategorier medan andra koder visat sig oanvändbara.

För att exemplifiera hur jag arbetade med kodningen visas här ett citat från Uppsala universitetsbibliotek som gör reklam för en föreläsning om: "(...) bibliotekets byggnader under 400 år och gästböckerna som använts (...) föreläsningen ingår i bibliotekets serie Library Lunchtime Learning, korta föreläsningar på olika matnyttiga teman att lyssna på under lunchen." De koder jag ursprungligen tilldelade detta inlägg var: *Universitetets historia*, *Föreläsning* och *Library lunchtime learning*. I detta fall valde jag endast att behålla koden *Universitetets historia* som fick utgöra en del av den större kategorin: *Samlingar och historia*. De andra koderna använde jag mig inte av över huvud taget då jag inte lyckades kategorisera dem på något sätt som hjälpte mig att besvara mina forskningsfrågor. Vissa koder var så pass breda att de fick utgöra egna kategorier. En sådan kod som direkt blev en kategori var *Litteratur*. Dock märkte jag efterhand en skillnad i vad som inkluderades i kategorin *Litteratur* i Uppsala universitetsbiblioteks Facebook och i de andra biblioteken som också blev tilldelade denna kategori. Denna kategori fick därför byta namn till *Samlingar och historia* hos Uppsala universitetsbiblioteks Facebook. Som kan noteras i bland annat kapitel 5.1 *Kategoriernas innehåll* har jag skapat en kategori som heter *Yngre*. Denna kategori åsyftar inlägg som är avsedda för barn och/eller ungdomar. Jag gjorde inte någon distinktion mellan inlägg

som var riktande till barn eller ungdomar, då en sådan åtskillnad inte hade varit till någon nytta för att besvara syftet i studien.

Även om detta är en kvalitativ studie räknade jag ändå förekomst av de olika koderna och kategorierna via sorteringsfunktionen i Excel. På så vis fick jag en uppskattning om vilka koder/kategorier som utmärkte de olika biblioteken och kunde därmed enklare se likheter och skillnader mellan biblioteken i fråga.

4.2 Tillvägagångssätt och analys av Facebookinläggen

Som analysmetod valde jag att låta mig inspireras av de åtta steg av kvalitativ innehållsanalys som föreslås av Zhang och Wildemuth (2017, s. 319-323). Jag följde dock inte dessa steg fullt ut, eller helt enligt den ordningsföljd som föreslås av dessa författare. Här nedan följer en beskrivning av hur jag analyserade Facebookinläggen.

På grund av att webbsajter kan förändras med tidens gång valde jag att ta kopior på analysmaterialet, vilket är något som Bryman (2018, s. 374) rekommenderar. Detta gjordes genom att kopiera in all text från Facebookurvalet till Excel. Enligt Zhang och Wildemuth ska texten delas in i grundläggande enheter innan kodningen äger rum. Vanligen brukar texten delas in tematiskt där varje tema uttrycker en idé. Beroende på vilken indelning av texten som görs kan detta påverka kodningsprocessen. För denna undersökning valde jag att dela in varje Facebookpost som en analysenhet, då inläggen postats separat vid olika tidpunkter och hade unikt innehåll. Ibland bestod Facebookposterna endast av en rubrik samt en internlänk till ett Facebookevenemang, där det gick att finna mer information om evenemanget. I dessa fall valde jag att använda mig av informationen från internlänken och betraktade information från denna som ett ursprungsinlägg.

Efter att jag la in alla Facebookposter i Excel skapade jag koder som sedan användes som utgångspunkt för att skapa kategorier. I detta skede kodade jag dock inte de fyra rummen i Four spaces-modellen. Jag skrev inte ner koderna och deras innebörd i ett kodningsschema, vilket är tvärtom vad Zhang och Wildemuth rekommenderar. Författarna i fråga förespråkar att skriva ner koderna då detta gör det enklare att vara konsekvent med kodningen. Utöver ett kodningsschema föreslår ovan nämnda författare att kodningen bör kontrolleras för potentiella misstag som kan ha gjorts under kodningens gång. Detta är något jag däremot tog hänsyn till genom att jag kodade varje bibliotek två gånger.

Nästa steg var att skapa kategorier utav koderna. Denna gång valde jag dock att skapa ett kodningsschema, i vilken jag skapade egna namngivna kategorier (se bilagan). Under kodningsprocessen gjorde jag anteckningar för framträdande mönster hos varje bibliotek jag kodat. På samma vis som med koderna gick jag igenom tilldelade kategorier för varje bibliotek vid två tillfällen.

I nästa steg kodade jag Facebookposterna utifrån Four spaces-modellens fyra rum. För att göra detta utgick jag från den beskrivning som Jochumsen et al. (2012, s. 590-594) ger av de olika rummen. För att översätta teorin till kategorier krävdes både en förenkling av modellen samt en egen tolkning för vad jag ansåg utgjorde essensen av de olika rummen.

För att koda utifrån Four spaces-modellens fyra rum använde jag ett kodningsschema (se bilagan). Jag var även noga med att som tidigare kontrollera kodningen genom att gå igenom tilldelade kategorier två gånger. Jag använde inte tidigare skapade koder eller kategorier för att koda de fyra rummen. Kodningen av rummen gjordes i stället fristående med inspiration från hur rummen beskrivs hos Jochumsen et al. (2012, s. 590-594).

Efter att jag kategoriserat samtliga bibliotek valde jag att analysera varje bibliotek var för sig. Jag gjorde beskrivningar för varje bibliotek utifrån fritextkategorierna och kategorierna skapade från Four spaces-modellen. Sedan gjorde jag en översiktlig jämförelse mellan biblioteken.

Som ett sista skede i analysen behövde jag ta beslut om vilka delar av resultatet som skulle få representera den slutgiltiga rapporten samt hur resultaten skulle presenteras. I presentationen av studiens resultat valde jag att understödja tolkningen med karaktäristiska citat från materialet för att skapa en god balans mellan beskrivning och tolkning.

4.3 Urval

4.3.1 Urval av socialt medium

Orsaken till att jag valde att fokusera på Facebook i den här undersökningen är att Facebook är det mest använda sociala nätverket i Sverige för de som är 26 år eller äldre enligt 2018 års siffror från undersökningen *Svenskarna och Internet* (Davidsson et al., 2018). Det finns därför skäl att misstänka att Facebook åldersmässigt utgör en mer representativ bild av, åtminstone, folkbibliotekets användare jämfört med andra sociala medier. Till skillnad från folkbibliotekens breda målgrupp förefaller det däremot rimligt att utgå ifrån att akademiska bibliotek i första hand vänder sig till studenter samt till personalen på det egna lärosätet. Många av dessa studenter kan tänkas vara yngre än 26 år. Trots att yngre personer generellt sett föredrar Instagram och Snapchat är det fortfarande många som i åldrarna 16-25 år som använder Facebook (Davidsson et al., 2018). Därför föll slutligen valet på Facebook som är populärt både bland och yngre och äldre åldersgrupper (Davidsson et al., 2018).

4.3.2 Urval av bibliotek

I denna studie valde jag att fokusera på bibliotek som vänder sig till en bred målgrupp, och dessutom har många användare på Facebook. Genom sin stora målgrupp på Facebook har dessa bibliotek en möjlighet att få genomslag i sin kommunikation. Därmed ansåg jag det vara av intresse att se hur dessa bibliotek använder sitt potentiella inflytande genom att analysera innehållet i dessa biblioteks Facebookposter.

Urvalet i denna studie bestod av tre stadsbiblioteks Facebookposter i storstadsregionerna: Stockholm, Göteborg och Malmö. I urvalet ingick också tre akademiska bibliotek tillhörande Stockholms-, Göteborgs- och Uppsala universitet. Även de akademiska biblioteken låg i större städer, vilket innebär att denna studie har ett storstadsfokus. I nedanstående stycken ges en närmare förklaring av hur urvalet gjordes.

Jag valde att endast undersöka det huvudsakliga Facebookkontot för biblioteken. Det innebär att eventuella biblioteksfilialer som hade egna Facebookkonton inte ingick i urvalet. Att jag specifikt valde att undersöka endast stadsbibliotekens huvudsakliga Facebookkonton beror på att de vänder sig till en bredare publik än biblioteksfilialerna. De akademiska biblioteken valdes med utgångspunkt i att det är de tre svenska lärosäten som har flest antal registrerade studenter samt erbjuder utbildningar inom ett brett fält. På så vis kunde jag säkerställa att urvalet utgick från bibliotek som hade en bred målgrupp och ett stort antal användare på Facebook.

Hur många följare som biblioteken har på Facebook går att se på respektive biblioteks startside på Facebook. Att vara Facebookföljare innebär att automatiskt få Facebookuppdateringar från det konto man följer (Facebook Hjälpcenter, 2021). Jag gjorde ett urval utifrån antal följare på bibliotekets Facebooksida då detta skulle kunna ses som en indikation på att användarna önskar hålla sig uppdaterade om just det biblioteket. Det kan dock finnas specifika orsaker till att ett bibliotek får många följare på Facebook, Tomlin (2014, s. 29-37) talar exempelvis om hur uppdateringsfrekvens och relationsbyggande kan påverka antal följare.

Jag har av resonemanget i stycket ovan dragit slutsatsen att en effekt av en framgångsrik Facebookstrategi skulle kunna leda till att bibliotek tillhörande exempelvis mindre städer eller mer nischade lärosäten skulle kunna få oproportionerligt stort antal följare i förhållande till hur stor den potentiella målgruppen är. Detta var en bidragande orsak till att jag utöver antal Facebookföljare valde att göra mitt urval för folkbibliotek utifrån de städer med den största befolkningen. Utifrån samma tänkesätt valde jag akademiska bibliotek tillhörande de universiteten med störst antal registrerade studenter.

Då Facebook är digitalt kan allmänheten ta del av utbudet på bibliotekens Facebook. Det innebär att målgruppen mellan det fysiska biblioteket och dess Facebooksida kan skilja sig. Bibliotekets Facebooksida vänder sig till fler målgrupper än de boende i staden på samma sätt som det akademiska bibliotekets Facebooksida inte endast vänder sig till studenter och personal på universitetet. Utifrån tidigare studier är dock en betydande del av innehållet på bibliotekens sociala medier relaterat till målgruppen för det fysiska biblioteket. Exempelvis används sociala medier i stor utsträckning för uppdatering av nyheter och händelser som äger rum på folkbiblioteket och det akademiska biblioteket (Jmf. Chen et al., 2012, s. 4), vilket huvudsakligen kan tänkas vara av intresse för målgruppen för det fysiska biblioteket.

4.3.3 Urval av stadsbibliotek

När jag valde ut vilka tre folkbibliotek som skulle ingå i undersökningen utgick jag från statistik över de fem största städerna i Sverige och sedan kontrollerade jag antalet följare för respektive folkbibliotekets Facebooksida i dessa fem städer. Av dessa fem städer valde jag sedan ut de tre folkbibliotek som hade störst antal följare. Antal följare i fallande storleksordning blev med detta urval Göteborg, Malmö och Stockholm.

Urvalet visas i tabellen nedan. Tabellen visar folkmängd för de fem största svenska städer den 31 december år 2020 enligt statistik från SCB (www.scb.se). För varje stadsbibliotek visar tabellen också antal följare på respektive bibliotekets Facebook (Göteborgs

stadsbibliotek, 2021; Linköpings stadsbibliotek, 2021; Stadsbiblioteket i Malmö, 2021; Stadsbiblioteket i Uppsala, 2021; Stadsbiblioteket Stockholm, 2021). I tabellen framgår att befolkningmängden inte alltid korrelerar med antal följare på Facebook. Göteborgs kommun har exempelvis långt fler Facebookföljare än de övriga kommunerna. Denna skillnad har dock inte undersökts i denna studie.

Stadsbibliotek	Antal, folkmängd i kommunen	Antal följare på stadsbibliotekets Facebook
Stockholm	975 551 (1)	12 921 (3)
Göteborg	583 056 (2)	28 532 (1)
Malmö	347 949 (3)	14 857 (2)
Uppsala	233 839	*4 500
Linköping	164 616	2 795
*Hos Stadsbiblioteket i Uppsala är exakta antal följare inte angivet, det står endast '4.5 tn [det vill säga tusen] följare'.		

4.3.4 Urval av akademiska bibliotek

De tre akademiska biblioteken har valts ut genom att utgå från de fem universiteten med störst antal registrerade studenter. Med utgångspunkt i dessa fem universitet tog jag sedan fram statistiken över de tre akademiska bibliotek med flest Facebookföljare som tillhör något av dessa fem universitet. Antal Facebookföljare i fallande storleksordning blev det akademiska biblioteket på Stockholms universitet, Uppsala universitet och Göteborgs universitet. För att tydliggöra urvalet har jag här nedan gjort en tabell över de fem universitet som är med i urvalet. I tabellen visas statistiken för de fem universiteten höstterminen år 2020 rangordnade efter antal registrerade studenter på respektive universitet taget från Universitetskanslersämbetet, förkortat UKÄ (uka.se). I statistiken framgår även antal följare på Facebook per akademiskt bibliotek (Göteborgs universitetsbibliotek, 2021; Stockholms universitetsbibliotek, 2021; (Universitetsbiblioteket, Lunds universitet, 2021; Uppsala universitetsbibliotek, 2021).

Universitet	Antal registrerade studenter på lärosätet	Antal följare på det akademiska bibliotekets Facebook
Stockholms universitet	37 484 (1)	6 213 (1)
Göteborgs universitet	36 003 (2)	1 577 (3)
Uppsala universitet	35 556 (3)	2 560 (2)
Lunds universitet	32 036	1 523
Linnéuniversitetet	24 335	?*
*På Linnéuniversitetsbibliotek står det att sidan ej är tillgänglig vilket innebär att jag räknat bort den från urvalet.		

4.3.5 Urval av Facebookposter

Det empiriska material som analyserats i denna studie är folkbibliotekens och de akademiska bibliotekens egna Facebookinlägg. Jag valde att utgå från 50 Facebookposter per typ av bibliotek med start från 31:e oktober 2021 och sedan analyserade jag alla Facebookposter som låg i följd tillbaka i tiden tills jag uppnådde 50 inlägg per bibliotek.

Att jag valde specifikt att undersöka 50 inlägg beror främst på att var ett lämpligt antal inlägg i förhållande till denna studies omfattning. En annan orsak var att jag inte ville gå tillbaka för långt i tiden, då jag önskade en aktuell bild av vad som förmedlas på Facebook. Trots en begränsning på antal poster innebär detta en skillnad i tidsperiod som analyserades mellan de olika biblioteken då vissa bibliotek postade mer frekvent än andra. Inlägg för följande tidsperioder har analyserats för de olika biblioteken:

- Stockholms stadsbibliotek: 2021-10-30 till 2021-10-08
- Göteborgs stadsbibliotek: 2021-10-30 till 2021-10-05
- Malmö Stadsbibliotek: 2021-10-29 till 2021-07-08
- Stockholms universitetsbibliotek: 2021-10-27 till 2021-01-04
- Göteborgs universitetsbibliotek: 2021-10-31 till 2021-08-18
- Uppsala universitetsbibliotek: 2021-10-29 till 2021-04-30

Endast bibliotekens ursprungsposter undersöktes i denna uppsats då studien fokuserade på bibliotekens Facebookinlägg som inte var en direkt respons på någon annans inlägg. Därmed har bibliotekens eventuella svar på andras inlägg inte ingått i analysmaterialet. Då användaren inte var i fokus för denna undersökning analyserades inte heller den respons i form av gilla-markeringar eller kommentarer som biblioteken fick av sina Facebookposter. Tekniska funktioner i Facebook undersöktes inte heller. Bilder eller videor analyserades inte heller i denna studie, då det innebar ett för omfattande arbete i förhållande till studiens omfång. Ibland förekom dubletter av samma Facebookpost och då tog jag endast med en av dessa Facebookposter. Även i de fall där dubletter av samma Facebookpost publicerades som två olika poster, på svenska och engelska, så ingick enbart den svenska Facebookposten i urvalet.

4.4 Kvalitetskriterier

Att bedöma kvalitativa studier kräver andra typer av kvalitetskriterier jämfört med kvantitativ forskning (Bryman, 2018, s. 467, 475). Lincoln och Guba föreslår att kvalitativa studier bör bedömas utifrån bland annat trovärdigheten (Bryman, 2018, s. 467). Som kriterium för trovärdigheten påpekar de att forskningen bör utföras enligt de regler som satts upp för undersökningen. Detta är något jag tagit fasta på i undersökningen genom att se till att kodningen förhöll sig konsekvent över tid, vilket annars kan vara en av utmaningarna med just kodning (Bryman, 2018, s. 378, 465). Ett annat kriterium som Lincoln och Guba föreslår är pålitlighet (Bryman, 2018, s. 468). Med pålitligheten avser dessa författare att det går att få en insyn i hela forskningsprocessen. Jag har tagit hänsyn till detta kriterium genom att redogöra för hur jag gjorde undersökningen. Dessutom har jag valt att understödja resonemangen i resultatet med talande och representativa citat från materialet. På så vis har jag möjliggjort transparens där läsaren själv kan bilda sig en uppfattning om mina resonemang är rimliga i förhållande till observationerna.

I många fall är det problematiskt att överföra resultatet från kvalitativa undersökningar till andra miljöer och sammanhang på grund av att urvalet oftast är begränsat (Bryman, 2018, s. 466-467). Denna undersökning gör därför heller inga anspråk på generaliserbarhet.

5. Resultat

Först ut i detta kapitel förklaras innehållet av de kategorier jag skapat i kodningsprocessen. Sedan redovisas resultatet från samtliga bibliotek som ingått i urvalet för denna studie. Varje bibliotek redovisas separat med tilldelade kategorier utifrån vad som kännetecknar just det specifika biblioteket. I slutet av varje redogörelse framkommer hur de fyra rummen uttrycks i det aktuella bibliotekets Facebookflöde.

I resultatet redogör jag inte för de kategorier som endast förekom vid enstaka tillfällen hos ett bibliotek. Effekten av detta blir att vissa bibliotek beskrivs med ytterst få kategorier. Jag har dock gjort ett undantag från detta i fråga om kategorin *Mänskliga rättigheter* som finns med i redovisningen för Stockholms universitetsbibliotek, trots att kategorin endast förekom i enstaka fall för detta bibliotek. Orsaken till att jag har med kategorin för biblioteket i fråga är för att kunna jämföra den med de andra folkbiblioteken. Kategorierna som skapats utesluter inte varandra, utan kan kombineras fritt med varandra med några få undantag (se undantagen i *5.1 Kategoriernas innehåll*). På vissa sätt kan kategorierna vara överlappande, exempelvis som i fallet med kategorin *Litteratur* och kategorin *Yngre*. Detta innebär att ett inlägg som exempelvis gör reklam om sagoläsning för barn hamnar i båda ovanstående kategorier.

Inte heller de fyra rummen i Four spaces-modellen exkluderar varandra denna undersökning. Det innebär att ett inlägg, eller till och med en mening, kan karaktäriseras av flera rum. Kategorierna som motsvarar de fyra rummen har jag redogjort för oavsett i vilket utsträckning de förekommer. Orsaken till detta är att även avsaknaden av ett eller flera rum i texten ger en indikation om vilken inriktning som de olika bibliotekstyperna har valt i sitt Facebookflöde.

5.1 Kategoriernas innehåll

Kategorierna som förklaras i detta avsnitt har jag själv valt namnet på. En redogörelse av hur jag tolkat kategorierna som motsvarar de fyra rummen i Four spaces-modellen redogörs inte för här, utan återfinns i bilagan.

Forskning - Denna kategori behandlar forskning och det har visat sig vara endast hos Stockholms universitetsbibliotek som denna kategori förekommer i mer än enstaka tillfällen. De inlägg som handlar om att på något sätt hjälpa studenter med något forskningsrelaterat räknas inte in i denna kategori utan hamnar i kategorin *Studenthjälp*. Bortsett från kategorin *Studenthjälp* kan denna kategori kombineras med vilken som av de övriga kategorierna.

Litteratur – Kategorin *Litteratur* är inlägg som på något vis förespråkar litteratur som exempelvis evenemang med författarsamtal, boktips, bokcirkel eller frågesport om litteratur för att ta några exempel. Det är en bred kategori som är möjlig att kombinera med samtliga kategorier. Då många av inläggen förespråkar litteratur på olika vis, förekommer den ofta tillsammans med andra kategorier.

Mänskliga rättigheter - *Mänskliga rättigheter* är en kategori som fungerar som ett paraplybegrepp för exempelvis inlägg om demokrati, inkludering eller hbtq. Denna kategori går att kombinera med samtliga kategorier.

Samlingar och historia - Denna kategori inkluderar information om de specifika samlingar av olika slag som finns på biblioteket eller universitetet. Kategorin kan även innefatta inlägg om digitalisering av samlingarna samt bibliotekets eller universitetets historia. Det har visat sig vara endast hos Uppsala universitetsbibliotek som denna kategori förekommer i mer än enstaka tillfällen. Kategorin i fråga är möjlig att kombinera med samtliga kategorier.

Studenthjälp - Inlägg i denna kategori handlar om att på olika sätt hjälpa studenten med information som kan underlätta i studierna. Denna kategori går att kombinera med samtliga kategorier (förutom kategorin *Yngre* då dessa två kategorier är relaterade till olika målgrupper).

Yngre - Kategorin *Yngre* avser poster riktade till barn och/eller ungdomar. Denna kategori går att kombinera med de övriga kategorierna (förutom kategorin *Studenthjälp*).

5.2 Stockholms stadsbibliotek

En betydande del av Facebookposterna var relaterade till kategorin *Litteratur* på olika sätt. Det rörde sig om exempelvis boktips, föreläsningar och samtal om böcker och författare samt frågesport om litteratur.

Kategorin *Yngre* var ett återkommande inslag bland Facebookinläggen, och fokuserade framför allt på litteratur, och då särskilt i form av sagor. Sagor beskrevs som något mysigt eller som i inlägget om Halloween som något spännande, som exempelvis: ”Gillar du sånt som är lite läskigt och lite äckligt? Då ska du hänga hos oss på läslovet. Tipspromenad, rysligt pyssel, mysrytiga sagostunder (...)”. Det fanns några få inlägg som fokuserade på skapande och kreativa aktiviteter såsom rollspelsworkshop, cosplaytävlingar och skivrarverkstad. Som till exempel följande inlägg: ”Med hjälp av kreativa övningar kommer vi igång med/utvecklar skrivandet och inga förkunskaper krävs.”

Endast enstaka inlägg var kopplade till kategorin *Mänskliga rättigheter*. Dessa inlägg var främst relaterade till hbtq som exempelvis: ”Hör Mian Lodalen berätta om hur homosexuella har behandlats i Sverige under 1900-talet och om hur viktigt det är att ge dem upprättelse.”

I fråga om de fyra rummen kan nämnas att Stockholms stadsbibliotek i störst utsträckning fokuserade på kunskapsrummet. Även inspirationsrummet återkom ofta i materialet, även om det inte var i samma utsträckning som kunskapsrummet. Inspirationsrummet förekom framför allt i stor utsträckning i poster avsedda för barn. Ofta förekom inspirationsrummet tillsammans med kunskapsrummet som exempelvis i följande post: ”Om du har läst boken eller ej spelar ingen roll, vi utlovar en tidsresa för alla som är intresserade av Stockholms förflutna, jämlikhetsdebatt för mer än hundra år sedan och ungt bohemliv i Vasastan.” Att utlova en ’tidsresa’ tolkar jag som dess syfte var att inspirera medan resterande i inlägget ovan hör till kunskapsrummet. Till en något mindre del fanns det poster som skulle kunna

kategoriseras till det sociala rummet, ett exempel är en post om en bokcirkel: ”Läs boken i förväg och dela tankar och åsikter i samtal med andra läsare och två bibliotekarier.” I några enstaka poster fanns det skapande rummet med, dock endast i aktiviteter som vände sig till yngre personer. Samtliga poster representerade något eller några av rummen.

5.3 Göteborgs stadsbibliotek

Facebookposter i kategorin *Yngre* förekom genomgående i materialet. Det var varierande typer av inlägg som vände sig till denna målgrupp. Inläggen visade på en bredd av olika ämnen så som boktips, uppträdande samt aktiviteter inom tryckteknik, spökjakt och att teckna zombies. Ett exempel var följande post: ”Låna böcker eller gå på spökjakt. Hjälps oss hitta spöken som gömmer sig i parken och få ett pris!”

En återkommande kategori hos Göteborgs stadsbibliotek var *Mänskliga rättigheter*. En typ av inlägg inom denna kategori som ibland förekom hos Göteborgs stadsbibliotek handlade om att på olika sätt göra läsning tillgängligt för fler. Ett inlägg gjorde exempelvis reklam för lättläst litteratur i form av e-böcker via bibliotekets app. Ett annat inlägg gjorde reklam för en bokcirkel med fokus på lättlästa böcker: ”Vill du läsa och prata om lättlästa böcker? Då får du inte missa stadsbibliotekets digitala bokcirkel med böcker på extra lätt svenska.” Några få inlägg fokuserade även på framför allt lokala demokratifrågor som exempelvis följande inlägg: ”Den 19-20 oktober blir det fullspäckat program på Stadsbiblioteket på temat visseblåsare, antikorruption och lokala demokratifrågor.”

Litteratur var också en återkommande kategori hos detta biblioteks Facebookinlägg. Det biblioteket främst skrev om inom denna kategori var samtal kring böcker och författare samt boktips från biblioteket. Följande exempel illustrerar ett av dessa boktips: ”(...) ibland dyker det upp en och annan hemlighetsfullt skimrande pärla där man som läsare står och väger från ena foten till den andra ända fram till de sista avgörande sidorna.”

Facebookposterna gav i huvudsak uttryck för kunskapsrummet och inspirationsrummet, varav både förekom frekvent i materialet. Exempel på där båda dessa rum avspeglades visas i följande citat där kunskapsrummet synliggörs i första meningen och inspirationsrummet i sista meningen: ”Prova på den miljövänliga och färgsprakande trycktekniken risografi (...) Trycktekniken risografi är roligt, fritt och beroendeframkallande!” Poster riktade till yngre personer utgjordes till stor del av inspirationsrummet och i andra hand i form av kunskapsrummet och det skapande rummet. Det sociala-, och det skapande rummet förekom endast i fåtal fall bland Facebookposterna. Ett av dessa exempel visar på båda dessa rum: ”Hit kan du komma och lära dig bygga eller starta ditt eget projekt och bygga det tillsammans med andra.” Ett fåtal poster avspeglade inte några rum och de kännetecknades av att vara korta texter med reklam om evenemang som andra organisationer höll i.

5.4 Malmö stadsbibliotek

Facebookposter som tillhörde kategorin *Yngre* förekom genomgående i materialet. En del av dessa inlägg handlade om boktips, och i några fall uppmuntrade biblioteket om att lämna in recensioner och i gengäld få en bok. Det fanns också en hel del evenemang som

exempelvis sagoläsning, bokcirkel och frågesport. Några inlägg handlade även om personliga berättelser av exempelvis Malmö biblioteks läsambassadörer, ungdomar i Malmö eller biblioteket som delade berättelser om ungdomar. En del av inläggen som vände sig till barn och ungdomar fokuserade på hbtq-frågor eller inkludering. Ett inlägg med fokus på hbtq var exempelvis: ”Idag är det äntligen sagostund igen (...) Välkommen på normkreativ sagobrunch!” Det fanns även inkluderande inlägg som exempelvis följande berättelse från en Malmöbo som berättade om sin skolgång: ”Jag ville motbevisa mig själv. Jag ville bevisa för mig själv att jag kan nå mina drömmar och mål om jag kämpar för att nå dem.” Det var framför allt inspirationsrummet som framträdde i inläggen riktade till yngre personer, som exempelvis: ”Läs på uteplatsen, i köket, på lekplatsen! Läs överallt! Och när du har läst tre böcker så får du en bok av biblioteket.” Kunskapsrummet, det sociala rummet och det skapande rummet fanns samtliga representerade i inlägg för den yngre målgruppen, dock endast i mindre omfattning.

En återkommande typ av inlägg var inom kategorin *Litteratur*. Bibliotekets inlägg inom denna kategori handlade främst om evenemang med författarsamtal eller boktips. Något återkommande bland litteraturposterna var att flera handlar om hbtq. Exempel på detta är följande citat som gör reklam för ett framtida evenemang som biblioteket anordnade: ”Om hur du blir en bättre allierad till den nära dig som utforskar sig själv och normbrytande identiteter.”

Facebookposter inom kategorin *Mänskliga rättigheter* förekom genomgående i materialet. Några av inläggen inom denna kategori hade fokus på demokratifrågor i världen. Främst handlar dessa om Dawit Isaak som exempelvis följande inlägg: ”Imorgon 23 september är det 20 år sedan Betlehems far, Dawit Isaak, fängslades i Eritrea där han sedan dess har hållits fängslad utan rättegång.” Några av posterna tog även upp WorldPride-veckan i Malmö som exempelvis följande citat: ”Vilken härlig WorldPride-vecka vi har haft hittills! Har du deltagit i något digitalt event, gjort något roligt pyssel eller upptäckt något nytt att läsa?” Särskilt framträdande var kategorin *Mänskliga rättigheter* i de inlägg som vände sig till den yngre målgruppen. Inläggen inom denna kategori som vände sig specifikt till yngre personer fokuserade på hbtq-frågor eller inkludering som exempelvis följande citat: ”Boken utspelar sig på ett badhus och handlar om vänskap och att göra saker en inte vågar. Den finns att låna på lovori och flera andra romska varieteter samt på svenska.”

Malmö stadsbibliotek gav främst uttryck för kunskapsrummet och inspirationsrummet, vilka förekom genomgående i materialet. Kunskapsrummet bestod i flera fall av bokrekommendationer från bibliotekarier i de olika biblioteksfilialerna runt om i Malmö. Här följer exempelvis ett boktips av en bibliotekarie som ” (...) tipsar om ”Selamlık” av Khaled Alesmael, i vilken vi får följa en ung homosexuell man i dennes vardag både i det krigsdrabbade hemlandet Syrien och på flyktingboende i Sverige.” Inspirationsrummet kännetecknades av inlägg som hade en personlig prägel där biblioteket tog ställning för mänskliga rättigheter som exempelvis: ”Vilken härlig WorldPride-vecka vi har haft hittills! Har du deltagit i något digitalt event, gjort något roligt pyssel eller upptäckt något nytt att läsa?” eller ”Varje namn är ett människoöde, en familj i ovisshet och ett brott mot mänskliga rättigheter.” Det sociala- och skapande rummet förekom endast i mindre utsträckning i materialet. En av posterna framhävde att biblioteket har en uppgift som skulle kunna motsvara det sociala rummet, men förklarade att detta inte var möjligt för

biblioteket att uppfylla denna roll nu på grund av pandemin: ”Biblioteken har fortfarande begränsningar och är just nu inte en mötesplats.” Det var främst poster som riktade sig till yngre personer som utgjorde det sociala rummet. Ett exempel är följande citat ”Var med i Bella & Balagans bokklubb för dig 9–13 år! Vi träffas online måndag den 16 augusti klockan 17.00 och pratar om ”Tulpanpojken” av Christina Wahldén.” Posterna som riktade sig till yngre utgjordes dock oftast av inspirationsrummet medan de andra rummen förekom i mindre utsträckning för denna målgrupp. Följande citat visar ett exempel på ett inlägg som utgörs av inspirationsrummet riktat till en yngre målgrupp: ”Läs tre böcker, skriv eller rita vad du tycker om dem och sen får du en bok av biblioteket.” En del poster kännetecknades inte av något rum, varav flera av dessa poster fokuserade på praktisk information om biblioteket.

5.5 Stockholms universitetsbibliotek

Något vanligt förekommande för Facebookinläggen på Stockholms universitetsbibliotek var kategorin *Studenthjälp*. Ett vanligt förekommande exempel inom denna kategori var tips på hur bibliotekets resurser skulle kunna användas som exempelvis: ”Vill du få snabba, men effektiva tips om hur du får tillgång till bibliotekets artiklar via Google Scholar? Kom på vår 15 minuters-föreläsning onsdag 21 april kl 12 via Zoom!” En annan typ av vanliga inlägg i denna kategori handlade om praktisk information om bibliotekets öppettider samt lokalernas och webbplatsens tillgänglighet som exempelvis: ”Nästa vecka har vi öppet längre på vardagarna, kl. 8-16. Du hittar som vanligt aktuella öppettider på vår webbplats: su.se/biblioteket/oppettider.”

En annan typ av kategori som till viss del förekom i urvalet har fått namnet *Forskning*, och denna kategori förekom endast hos Stockholms universitetsbibliotek. En del av dessa poster inom kategorin var kopplade till information om ’Open Access Week’, vilket i en av posterna benämndes som en ” (...) viktig fråga för Stockholms universitetsbibliotek, som vill ta striden med förlagen.” Några av posterna gjorde även reklam för podden med namnet ’Bakom bokhyllan’ som exempelvis: ”Vår vetenskapspodd Bakom bokhyllan belyser både forskning och studieliv genom konsten, klimatet, konspirationsteorierna och allt däremellan.” Som framgår i citatet ovan fokuserade även podden på studieliv, trots detta placerade jag inlägg om podden under kategorin *Forskning* och inte *Studenthjälp*. Jag valde kategorin *Forskning* i detta fall då podden inte gav konkreta tips som studenten skulle kunna använda sig av.

Stockholms universitetsbibliotek gav främst uttryck för kunskapsrummet, denna kategori förekom frekvent i materialet. Mycket av det i kunskapsrummet framstod som i första hand riktat till studenter, men även till viss del för forskare/personal på universitetet. Det märktes både genom att de vanligt förekommande inläggen om studieteknik som exempelvis ”Är du student vid Stockholms universitet eller Försvarshögskolan och vill veta mer om var du hittar vetenskaplig information?” I ett inlägg framgick det exempelvis explicit att målgruppen var studenter och forskare: ”Föreläsningen är gratis och riktar sig till studenter och forskare på Stockholms universitet.” De inlägg som gjorde reklam för podden ’Bakom bokhyllan’ behandlade mer generella ämnen som både studenter och forskare/personal på universitetet skulle kunna tänkas vara intresserade av som exempelvis: ”Tiden under coronapandemin har för många inneburit ett arbets- eller studieliv på distans (...) Hur har den här snabba digitala omställningen påverkat oss, på

kort och lång sikt?” Inspirationsrummet förekom endast i ett fåtal poster på Stockholms universitetsbiblioteks Facebook. Även i inspirationsrummet verkade posterna rikta sig till i första hand till studenter, vilket märktes genom poster relaterade till studier som exempelvis ”Var pluggar du? På någon av bibliotekets läsplatser, eller har du hittat någon egen favoritplats?” Det sociala rummet förekom endast i något enstaka fall och det skapande rummet fann jag inte i någon av posterna. En stor del av inläggen kunde inte placeras i något av rummen. Dessa poster som inte representerade något av rummen handlade huvudsakligen om tillgängligheten på biblioteket och på dess webbplats.

5.6 Göteborgs universitetsbibliotek

En återkommande kategori på Göteborgs universitetsbiblioteks Facebook var *Studenthjälp*. Exempelvis gavs i posterna tips på studieteknik och hur databaserna kunde användas. Ett fåtal poster fokuserade även på studenter med särskilda studiebehov som exempelvis följande kommentar: ”Om du har en läsnedsättning kan vi på biblioteket hjälpa till med anpassad kurslitteratur, längre lånetid på kursböcker och tillgång till lässtudio.”

En annan typ av återkommande inlägg var kategorin *Litteratur*. I fallet med Göteborgs universitetsbibliotek bestod kategorin nästan uteslutande av boktips, och då var det framför allt boktips om böcker som inte var relaterade till studierna. Som exempelvis följande inlägg: ”Journalisten (...) har skrivit en intressant bok där hon ger en vetenskaplig förklaring till det hela : det är hjärnan som går igång på shopping!”

Göteborgs universitetsbibliotek gav främst uttryck för kunskapsrummet, vilket förekom genomgående i materialet. Kunskapsrummet kännetecknades i stor utsträckning av inlägg som riktade in sig på att hjälpa studenter på olika sätt, det vill säga den kategori som jag valt att kalla för *Studenthjälp*. Ett fåtal poster i kunskapsrummet fokuserade även på att hjälpa studenter med särskilda behov som exempelvis följande inlägg: ”Om du har en läsnedsättning kan vi på biblioteket hjälpa till med anpassad kurslitteratur, längre lånetid på kursböcker och tillgång till lässtudio.” Kunskapsrummet återkom även i inlägg inom kategorin *Litteratur*, som exempelvis i följande inlägg: ”För den som är intresserad av vad som egentligen händer med kroppen under yogautövande, har här en mycket genomarbetad bok att tillgå.” Till en mindre del fanns det poster som skulle kunna kategoriseras som inspirationsrummet. Inlägg som utgjorde inspirationsrummet bestod endast av boktips som exempelvis: ”Ett inställt Göteborgsvarv kan ge oro i själen – trösten finner vi i vanlig ordning i litteraturen (...)”. Det sociala rummet förekom i ett fåtal poster, och då endast i samband med frågelekar där svar önskades i chatten, som exempelvis i följande inlägg: ”Denna stora maskin bor på Samhällsvetenskapliga biblioteket. Den jobbar flitigt mån-fre i bibliotekets tjänst. Vet någon vad maskinen gör?” Jag fann inte några inlägg som gick att hänföra till det skapande rummet. En stor del av posterna kunde inte heller kategoriseras som något av rummen. Dessa poster bestod i huvudsak om praktisk information om biblioteket.

5.7 Uppsala universitetsbibliotek

En kategori som ofta återkom i materialet hos Uppsala universitetsbibliotek har jag valt att kalla för *Samlingar och historia*. Denna kategori var unik för Uppsala

universitetsbibliotek och handlade om universitetets och dess biblioteks olika samlingar. Exempel på detta är bibliotekets samling av kartor som följande inlägg gör reklam om: "På biblioteket finns stora samlingar av tryckta och handritade kartor från senmedeltid till dagens moderna utgivning." Något som också kännetecknade denna kategori var ett fokus på digitalisering av samlingarna. I många fall nämndes det hur samlingarna var digitala och hur biblioteket arbetade med digitalisering av samlingarna: "Här görs digitaliserat material ur samlingarna tillgängligt för undervisning, forskning och för en bred allmänhet, nationellt och internationellt." Kategorin *Samlingar och historia* framhävde även till viss del bibliotekets/universitetets historia i inläggen, som exempelvis följande inlägg visar prov på: "Krister Östlund och Annika Windahl Pontén talar om bibliotekets byggnader under 400 år och gästböckerna som använts." Inlägg om litteratursamlingarna eller Uppsala universitet förekom även, vilket exemplifieras i följande inlägg: "Underlag till Wikners historia har Gardell funnit i de efterlämnade papper som testamenterades till Uppsala universitetsbibliotek och deponerades i en blecklåda under särskilda villkor."

Uppsala universitetsbibliotek gav främst uttryck för kunskapsrummet, och detta rum var något som förekom frekvent i materialet. Många av de poster som utgjorde kunskapsrummet handlade framför allt om bibliotekets samlingar men även till viss del om digitalisering av samlingarna och universitetets historia. Följande inlägg visar ett exempel på hur kunskapsrummet uttrycktes hos bibliotekets Facebook: "I våra samlingar finns mycket material av och om Karin Boye, inte minst hennes egna manus och dagböcker." Inspirationsrummet återkom ibland i materialet. Ett fåtal av de inlägg som tillhörde inspirationsrummet handlade om studentlivet i Facebook, som exempelvis följande inlägg: "Sköna maj välkommen! Sista nationen ut: Södermanlands-Nerikes Nation (...) Här kommer ett gäng bilder från deras majmiddag - Våryra!" Några av de inlägg som tillhörde inspirationsrummet handlade även om samlingarna på universitetet medan några inlägg uppmärksammade särskilda dagar i kalendern: "Ännu ett nedslag i almanackan och Alvin - 23 juli är varmkorvens dag! På det temat hittar vi den här bilden med okänd fotograf från 1950-talet och Vaksala torg." Varken det sociala rummet eller det skapande rummet fanns med i de Facebookposter som ingick i detta bibliotek. En del poster visade inte karaktäristik av något rum. Det rörde sig olika typer av inlägg som exempelvis praktisk information om biblioteket eller reklam för lediga jobb på biblioteket.

6. Diskussion och slutsatser

Först ut i detta kapitel besvarar jag mina två forskningsfrågor utifrån resultatet av undersökningen. Jag diskuterar även resultatet i förhållande till tidigare forskning. Detta följs av en diskussion kring urval och metod. Sist ut ges förslag på fortsatt forskning.

6.1 Vad förmedlar biblioteken i sina Facebookposter?

För att besvara denna frågeställning har jag valt att sammanfatta och jämföra biblioteken med varandra för att på så vis få en förståelse av vad de förmedlar. Jag jämför sedan resultatet med tidigare forskning.

6.1.1 Jämförelse mellan biblioteken i vad som förmedlas

Något som förenade de tre folkbibliotekens Facebookposter var ett fokus på kategorin *Litteratur* med exempelvis inlägg om boktips och samtal om böcker. Även de inlägg som riktade sig till yngre personer handlade ofta om litteratur. Här framkom en skillnad i inläggen som vände sig till vuxna respektive yngre personer. För inlägg riktade till vuxna framkom en mer traditionell syn på litteratur i form av boktips, samtal eller föreläsningar om eller av författare. I de litteraturrelaterade inläggen för yngre personer fanns ett fokus på att väcka känslor hos målgruppen som exempelvis spänning, glädje eller inspiration. För yngre fanns det även en stor bredd av aktiviteter som erbjöds utöver litteraturen. Samtliga tre folkbibliotek riktade en betydande del av inläggen till barn och ungdomar, den kategorin jag valt att kalla för *Yngre*.

Malmö stadsbibliotek var det folkbibliotek som postade flest inlägg kopplat till den kategorin jag valt att kalla för *Mänskliga rättigheter*. Denna kategori fungerade som ett paraplybegrepp för exempelvis inlägg om demokrati, inkludering och hbtq. Malmö stadsbibliotek hade inlägg om samtliga dessa exempel i kategorin. Särskilt vanligt i Malmö stadsbibliotek var inlägg om hbtq samt personliga berättelser riktade till yngre personer. Hos Göteborgs stadsbibliotek förekom även kategorin *Mänskliga rättigheter* genomgående i materialet. Göteborgs stadsbiblioteks inlägg inom denna kategori handlade om att göra läsning tillgängligt för fler med fokus på lättlästa böcker. Stockholms stadsbibliotek hade endast ett fåtal inlägg kopplade till kategorin *Mänskliga rättigheter* varav inläggen i denna kategori främst handlade om hbtq.

En likhet mellan det akademiska biblioteket i Stockholm respektive Göteborg var att båda fokuserade på inlägg med studierelaterad information, exempelvis genom användbara tips för studenter. Detta fokus på studentrelaterat innehåll saknades hos Uppsala universitetsbiblioteks Facebook, som endast hade ett fåtal poster som vände sig uttalat till studenter. Stockholms universitetsbibliotek skiljde sig från de två andra akademiska biblioteken genom sitt fokus på forskningsrelaterade inlägg. Göteborgs universitetsbibliotek valde i en aspekt att följa samma väg som folkbiblioteken: att skriva om boktips, framför allt inom skönlitteratur, något som de andra akademiska biblioteken inte gjorde. Uppsala universitetsbibliotek avvek från de övriga biblioteken genom återkommande inlägg om sina samlingar samt digitalisering av dessa, liksom inlägg om bibliotekets och universitetets historia.

6.1.2 Jämförelse av biblioteken i förhållande till tidigare forskning

I litteraturgenomgången finns flera exempel på forskningsresultat som överensstämmer med vad denna undersökning kommit fram till. Genom att jämföra biblioteken med varandra har jag funnit vissa skillnader mellan folkbiblioteken och de akademiska biblioteken, något som tidigare forskning också kommit fram till. Aharony (2010, s. 347) relaterade exempelvis skillnader i Twitteranvändningen mellan folkbibliotek och akademiska bibliotek till de olika bibliotekstypernas skilda aktiviteter, professionella intressen, status och åsikter. Även i denna studie framkom skillnader som skulle kunna vara relaterade till bibliotekens olika uppgifter i samhället. Ett exempel var att samtliga tre folkbibliotek hade en stor andel inlägg riktade till yngre personer medan Stockholms- och Göteborgs universitetsbibliotek fokuserade på inlägg som syftade till att hjälpa

studenter i sina studier. Engqvist Jonsson (2013, s. 29-30) kom fram till att de akademiska biblioteken oftare än folkbiblioteken publicerade information om forskning, studentliv och digitala resurser. Aharony (2010, s. 346) kom i sin undersökning fram till att akademiska bibliotek var mer fokuserade på teknologi i sina sociala medier jämfört med folkbiblioteken. Resultatet från min studie stämmer överens med dessa tidigare forskningsresultat på det stora hela vid en jämförelse mellan bibliotekstyperna. Men i vissa hänseenden avvek enskilda akademiska bibliotek från dessa övergripande mönster, något som nämns mer om längre fram i detta avsnitt.

I denna studie har jag valt att skapa en kategori som heter *Mänskliga rättigheter*. Denna kategori förekom främst hos folkbiblioteken, om än i varierande utsträckning. Kategorin innefattar bland annat inlägg med fokus på inkludering, något som går att relatera till tidigare forskning. Jochumsen et al. (2010, s. 2) nämner exempelvis begreppet empowerment, vilket är relaterat till samhällseliga mål i form av samhällets behov av självständiga medborgare som kan lösa de problem som uppstår i vardagen. Empowerment och inkludering har en gemensam nämnare i att båda begreppen syftar till att möjliggöra för fler att ta del av de möjligheter som finns i samhället. Jochumsen et al. (2010, s. 2) nämner även begreppet involvement, vilket är kopplat till individens eget behov för att uppnå välbefinnande. Även detta begrepp går att relatera till inkludering. Resultatet i min studie pekar på att det främst var folkbiblioteken som fokuserade på inkluderande inlägg.

Det mest överraskande resultatet i denna studie var de skillnader jag fann mellan de tre akademiska biblioteken. Det är något som den tidigare forskningen jag gått igenom inte fokuserat på. Exempelvis framkom i mitt resultat att Göteborgs universitetsbibliotek hade återkommande inlägg i form av boktips, något som saknades hos de andra akademiska biblioteken. Göteborgs universitetsbibliotek följde därmed inte den tendens som Engqvist Jonsson (2013, s. 30) såg i sin studie om att folkbiblioteken publicerade fler boktips än de akademiska biblioteken. Ett annat exempel var att Uppsala universitetsbibliotek inte fokuserade på inlägg med studentrelaterad information, vilket de andra akademiska biblioteken gjorde. Detta resultat går också stick i stäv med det som Engqvist Jonsson (2013, s. 29) kom fram till om att de akademiska biblioteken postade inlägg specifikt för studenter. Stockholms universitetsbibliotek skiljde sig från de andra akademiska biblioteken genom inlägg som var inriktade på forskning. Uppsala universitetsbibliotek gick också sin egen väg genom att fokusera på sina samlingar i inläggen. Denna betoning på samlingarna skulle kunna ge en indikation om att Uppsala universitet i viss mån vänder sig till andra målgrupper än enbart studenter och personal på universitetet. Uppsala universitets samlingar kan av förståeliga skäl vara av intresse för en större allmänhet, vilket kan vara anledningen till att denna typ av inlägg var så vanligt förekommande på deras Facebook.

6.2 Likheter och skillnader utifrån Four spaces-modellen

Något som varit av stor vikt med att undersöka både folkbibliotek och akademiska bibliotek har varit att kunna göra en jämförelse dem emellan. Genom att undersöka hur dessa bibliotekstyper skiljer sig sinsemellan utifrån Four-spaces modellen framkommer tydligare skillnader i vad de förmedlar. Här nedan görs en sammanfattning av de främsta likheterna och skillnaderna som jag fann bland biblioteken.

De fyra rummen presenterades på relativt likartat sätt i de tre folkbiblioteken. Kunskapsrummet uttrycktes i störst utsträckning men även inspirationsrummet fanns med i stor utsträckning. Hos Stockholms stadsbibliotek var det en något större skillnad på antal poster som avspeglade kunskapsrummet jämfört med inspirationsrummet, men inspirationsrummet förekom trots det ofta i urvalet. Något annat som de tre folkbiblioteken hade gemensamt var att det sociala rummet och det skapande rummet endast fanns med i ytterst begränsad utsträckning i Facebookposterna.

Något annat utmärkande för de tre folkbiblioteken var att inlägg riktade till yngre personer utgick från inspirationsrummet i större utsträckning än kunskapsrummet. Kunskapsrummet var dock också vanligt förekommande i inlägg riktade till yngre. Även det sociala rummet förekom ibland i inlägg riktade till denna målgrupp. Det skapande rummet förekom, om än i liten utsträckning, i inlägg riktade till den yngre generationen. Detta kan jämföras med folkbibliotekens inlägg för vuxna som generellt sett saknade representation av det sociala- och skapande rummet.

Samtliga tre akademiska bibliotek gav främst uttryck för kunskapsrummet i sina Facebookinlägg. Inspirationsrummet förekom hos alla tre akademiska bibliotek, om än endast i begränsad utsträckning jämfört med kunskapsrummet. Inga av de tre akademiska biblioteken använde sig av det sociala rummet i någon större utsträckning och ett av de akademiska biblioteken saknade helt representation av detta rum. Det skapande rummet lyste helt med sin frånvaro för samtliga akademiska bibliotek.

Det kan även vara av intresse att notera vilka skillnader jag funnit mellan mitt resultat och tidigare litteratur inom ämnesområdet. Anderson och Muttala (2012) samt Ekelund (2019) använde sig av Four spaces-modellens fyra rum för att undersöka svenska folkbibliotek på Facebook- och Twitter respektive Instagram. Anderson och Muttala (2012, s. 61) kom fram till att svenska folkbibliotek främst fokuserade på biblioteket som ett inspirationsrum och socialt rum, och i mindre utsträckning fanns kunskapsrummet med. Ekelund (2019, s. 48-49) kom fram till att bland svenska folkbibliotek var det inspirationsrummet som uttrycktes starkast av de fyra rummen men att samtliga fyra rum fanns med. Det framkommer här en skillnad i vad som kommit fram i tidigare studier jämfört med resultatet jag kom fram till i denna studie. I min undersökning visade det sig i stället att kunskapsrummet uttrycktes i störst utsträckning, även om inspirationsrummet också ofta förekom för de tre folkbiblioteken. Då studierna skiljer sig i urval och utförande reflekterar jag dock inte närmare i dessa skillnader som framkommit.

Här nedan följer min tolkning av hur skillnader och likheter hos biblioteken i denna studie uttrycks utifrån Four spaces-modellen av Jochumsen et al. (2010, s. 2, 2012, s. 590-594). Utifrån inspirationsrummets synsätt räcker det inte längre att endast erbjuda en god service och ett bra utbud. Utöver detta behöver biblioteket leverera en unik upplevelse. Genom att folkbiblioteken förmedlas som ett inspirationsrum skapas en känsla av att de kan erbjuda unika och konkurrenskraftiga tjänster och upplevelser. Folkbiblioteken har valt att särskilt fokusera på inspirationsrummet för sin yngre målgrupp. Det kan tolkas som att de inte förväntar sig att kunskapsrummet kan tänkas tilltala barn på samma sätt som inspirationsrummet. Folkbibliotekens fokus på både kunskapsrummet och inspirationsrummet står i viss kontrast med de akademiska biblioteken som främst förmedlar kunskapsrummet medan inspirationsrummet får mindre utrymme. Utifrån

kunskapsrummets logik ligger fokus på information, i syfte att göra medborgarna rustade för det moderna samhällets behov. Inspirationsrummet kan tolkas som underordnat kunskapsfokuset för de akademiska biblioteken. Det kan framstå som förväntat att kunskap, till skillnad från inspiration, är i fokus för de akademiska biblioteken. Men huruvida detta har varit ett medvetet val hos de akademiska biblioteken är dock svårt att gissa sig till.

Det är oklart av vad som blir effekten av att det sociala rummet och det skapande rummet har en så pass underordnad roll på bibliotekens Facebook i denna studie. Framför allt kanske detta är en fråga för folkbiblioteken, vars Four spaces-modell fungerar som en visions- och verksamhetsmodell (Jochumsen et al., 2010). Malmö stadsbibliotek framhäver i ett inlägg att biblioteket har en uppgift som skulle kunna motsvara det sociala rummet, men förklarar att det inte är möjligt för biblioteket att uppfylla denna roll nu på grund av pandemin. Eller som Malmö stadsbibliotek själva uttrycker det i ett av sina inlägg: "Biblioteken har fortfarande begränsningar och är just nu inte en mötesplats." Detta väcker en fråga om folkbiblioteken skulle och bör kunna visa mer av det sociala- och skapande rummet i sina Facebookinlägg även under en pandemi?

6.3 Reflektion kring urval och metod

Materialet som ligger till grund för denna studie har samlats in från januari till oktober år 2021. Då det samtidigt pågått en pandemi under denna tidsperiod kan detta ha inverkat på slutresultatet av denna studie. Ett exempel på hur pandemin påverkat biblioteken finns i rapporten *Bibliotek 2020: Offentligt finansierade bibliotek*, där det nämns hur folkbiblioteketen under pandemin i många fall gått över till att i större utsträckning videostreama sina evenemang (Ranemo, 2020, s. 7). I linje med detta noterade jag hur vissa Facebookinlägg som analyserades framhävde hur pandemin på olika sätt påverkade aktiviteterna på det fysiska biblioteket. Exempelvis fanns det i min studie flera pandemirelaterade inlägg som exempelvis att förseningsavgifter tillfälligt slopas, information om att biblioteket öppnar upp efter restriktionerna eller att det endast är självservice vid lånedatorerna. Det fanns även några exempel på Facebookposter om hur psykiskt välmående påverkas av pandemin. Eftersom denna studie enbart samlat in data under samma period som det pågått en pandemi kan också resultaten antas vara färgade av denna kontext. Exempelvis kan en tänka sig att fysiska aktiviteter har varit begränsade under pandemin, och om säg folkbiblioteken "normalt" har mer fysiska aktiviteter, medan akademiska bibliotek inte har det, så skulle detta kunna leda till att biblioteken ter sig mer lika än de vanligen är i vissa aspekter under denna pandemi. Men utan att jämföra resultaten med en annan tidsperiod är det svårt att säga något om exakt hur resultaten färgats. Hade jag valt en annan tidsperiod som urval skulle det kunnat ha varit helt andra kategorier som hamnat i förgrunden, därför bör dessa resultat och slutsatser betraktas ur kontexten av just denna pandemi.

Något annat som bör nämnas gällande urvalet är att jag bara undersökte de femtio senaste inläggen per bibliotek. Dessa femtio inlägg är inte nödvändigtvis representativa för bibliotekens Facebookinlägg. Det är dessutom stora skillnader i hur ofta biblioteken postar inlägg på sin Facebooksida. Perioderna jag analyserat skiljer sig mellan de olika biblioteken som exempelvis att analysperioden för Stockholms stadsbibliotek endast sträcker sig i knappt en månads tid under hösten medan undersökt period för Uppsala

universitetsbibliotek sträcker sig i flera månader från slutkanten av våren till hösten. Inläggen kan förstås skilja sig mellan olika årstider för biblioteken vilket gör det problematiskt att jämföra inläggen från de olika biblioteken med varandra. Ett konkret exempel på årstidsbundet inlägg är Malmö folkbiblioteks inlägg om 'sommarboken', vilket är en aktivitet för barn som erbjuds under sommarlovet. Därmed kan både fördelningen av mina egna namngivna kategorier liksom Four spaces-modellens olika rum få olika proportioner beroende på årstid. Framtida studier hade kunnat undvika denna brist genom att välja spridda inlägg under samma tidsperioder för samtliga bibliotek i stället för att välja de femtio senaste inläggen från varje bibliotek.

Jochumsen et al. (2010, s. 3, 5) framhäver att de fyra rummen inte bör ses som åtskilda rum, utan att rummen i stället utgör olika aspekter i verksamheten som också överlappar varandra. Trots detta valde jag i denna undersökning att dela in texten i inläggen utifrån dessa fyra rum. Det bör noteras att den här typen av kodning innebär en subjektivitet kring vad som räknas in som inspirationsrummet, kunskapsrummet, det sociala rummet och det skapande rummet. Denna inbakade subjektivitet i Four spaces-modellen har en svaghet i att den gör det svårt att på ett rättvist sätt jämföra mitt resultat med tidigare forskning inom ämnesområdet då indelningen i de olika rummen kommer skilja sig mellan de olika undersökningarna.

Four spaces-modellen är ursprungligen skapad för att förstå folkbibliotek och dess funktioner. Det kan därmed argumenteras att vissa aspekter hos akademiska bibliotek inte tydligt representeras med modellen. Jag argumenterar dock att den inbyggda subjektiviteten i Four spaces-modellen lämpar sig för att generalisera modellen även till akademiska bibliotek för den typen av kvalitativ studie jag gjort. På grund av denna inbyggda subjektivitet fungerar det bättre att använda en kvalitativ, än en kvantitativ studie. En kvantitativ studie hade inte kunnat generaliseras väl till akademiska bibliotek eftersom den inte tydligt hade kunnat fånga upp aspekter som inte explicit specificeras i Four spaces-modellen.

Slutligen finns det en poäng med att analysera biblioteken utifrån en och samma måttstock, i detta fall i form av Four spaces-modellen. På så vis framträder de olika bibliotekstypernas likheter och skillnader tydligare.

6.4 Förslag till fortsatt forskning

Den här studien fokuserar på vad som förmedlas via Facebook hos folkbibliotek och akademiska bibliotek. En av begränsningarna med denna studie är att den endast tar upp bibliotekens perspektiv och därmed bortser från användarnas perspektiv. För att skapa en mer nyanserad bild av Facebookanvändning skulle det kunna vara av intresse att i en framtida studie undersöka användarnas perspektiv på sociala medier. Exempelvis vad användarna upplever att biblioteken förmedlar på sociala medier.

7. Källor

- Abdullah, N., Chu, S., Rajagopal, S., Tung, A., & Kwong-Man, Y. (2015). Exploring libraries' efforts in inclusion and outreach activities using social media. *Libri*, 65(1), 34–47. <https://doi.org/10.1515/libri-2014-0055>
- Aharony, N. (2010). Twitter Use in Libraries: An Exploratory Analysis. *Journal of Web Librarianship*, 4(4), 333–350. <https://doi.org/10.1080/19322909.2010.487766>
- Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib Proceedings*, 64(4), 358–372. <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- Anderson, I., & Muttala, E. (2012). *Vad gör biblioteken på Facebook och Twitter? En studie av fyra biblioteks användande av sociala nätverk*. [Magisteruppsats, Högskolan i Borås]. DiVA. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1308534/FULLTEXT01.pdf>
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3 uppl.). Liber.
- Charnigo, L., & Barnett-Ellis, P. (2007). Checking Out Facebook.com: The impact of a digital trend on academic libraries. *Information Technology and Libraries*, 26(1), 23–34. <https://doi.org/10.6017/ital.v26i1.3286>
- Chen, D. Y., Chu, S. K., & Xu, S. (2012). How do libraries use social networking sites to interact with users. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1–10. <https://doi.org/10.1002/meet.14504901085>
- Clark, M., & Melancon, J. (2013). The influence of social media investment on relational outcomes: A relationship marketing perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 5(4), 132–142.
- Davidsson, P., Palm, M., & Melin Mandre, Å. (2018). *Svenskarna och internet 2018*, 48-61. Internetstiftelsen i Sverige. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet2018/sociala-medier/#aldrar-facebook-instagram-snapchat-faceboektjanster>
- Dryden, A.R. (2014), “Libraries and marketing with technology”, in Thomsett-Scott, B.C. (Ed.), *Marketing with Social Media: A LITA Guide*, American Library Association, Chicago, IL, 1-24.
- Ekelund, M. (2019). *Bilden av bibliotekets roller. Marknadsföring av ett folkbibliotek på Instagram*. [Masteruppsats, Högskolan i Borås]. DiVA. <http://hb.diva-portal.org/smash/get/diva2:1386006/FULLTEXT01.pdf>
- Engqvist Jonsson, A.-K. (2013). *Biblioteket på Facebook. En studie av hur akademiska bibliotek och folkbibliotek i Sverige använder sig av Facebook*. [Magisteruppsats, Högskolan i Borås]. DiVA. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1308982/FULLTEXT01.pdf>

Facebook Hjälpcenter. (14 december 2021). *Följ*. Facebook.
<https://www.facebook.com/help/382751108453953>

Farkas, M. (2007). Going where patrons are: Outreach in MySpace and Facebook. *American Libraries*, 38(4), 27–27.

Göteborgs stadsbibliotek (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/stadsbiblioteketgbg/about/?ref=page_internal

Göteborgs universitetsbibliotek (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/goteborgsuniversitetsbibliotek/about/?ref=page_internal

Jochumsen, H., Skot-Hansen, D., & Hvenegaard, C. (2010). A new model for the public library in the knowledge and experience society. https://static-curis.ku.dk/portal/files/173562136/A_new_model_for_the_public_library.pdf

Jochumsen, H., Hvenegaard Rasmussen, C., & Skot-Hansen, D. (2012). The four spaces - a new model for the public library. *New Library World*, 113(11/12), 586–597.
<https://doi.org/10.1108/03074801211282948>

Joo, S., Choi, N., & Baek, T. H. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6), 940–955. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>

Lam, E. T. H., Au, C. H., & Chiu, D. K. W. (2019) Analyzing the use of Facebook among university libraries in Hong Kong. *The Journal of Academic Librarianship*. 45(3), 175–183.

Linköpings stadsbibliotek (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/linkopingsstadsbibliotek/about/?ref=page_internal

Ranemo, C. (2020). *Bibliotek 2020: Offentligt finansierade bibliotek*. Kungliga biblioteket. <https://www.kb.se/samverkan-och-utveckling/biblioteksstatistik/hamta-ut-statistik.html>

Sahlberg, C. M. (2018). "Eftersom det är som min dagbok". *Skolbibliotek och Instagram*. [Masteruppsats, Uppsala Universitet]. DiVA. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1263870/FULLTEXT01.pdf>

Stadsbiblioteket i Uppsala (14 december 2021). *Om*. Facebook.
<https://www.facebook.com/stadsbiblioteketiupsala/about>

Stadsbiblioteket Stockholm (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/stadsbiblioteket/about/?ref=page_internal

Stadsbiblioteket i Malmö (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/malmostadsbibliotek/about/?ref=page_internal

Stockholms universitetsbibliotek (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/stockholmsuniversitetsbibliotek/about/?ref=page_internal

Universitetsbiblioteket, Lunds universitet (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/UBLund/about/?ref=page_internal

Uppsala universitetsbibliotek (14 december 2021). *Om*. Facebook.
https://www.facebook.com/uppsalauniversitetsbibliotek/about/?ref=page_internal

Taneja, S., & Toombs, L. (2014). Putting a face on small businesses: Visibility, viability, and sustainability the impact of social media on small business marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*, 18(1), 249–260.

Tomlin, M. (2014). Using Facebook to market libraries. I B. C. Thomsett-Scott (Red.), *Marketing with social media : a lita guide* (s. 29-41). American Library Association.

Witte, G. G. (2014). Content generation and social network interaction within academic library Facebook pages. *Journal of Electronic Resources Librarianship*, 26(2), 89–100.
<https://doi.org/10.1080/1941126X.2014.910356>

Xie, I., & Stevenson, J. (2014). Social media application in digital libraries. *Online Information Review*, 38(4), 502–523. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2013-0261>

Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2017). Qualitative analysis of content. I B. M. Wildemuth (Red.), *Applications of social research methods to questions in information and library science* (2 uppl., s. 318-329). Libraries Unlimited.

Bilaga

Här nedan återges texten från de kolumner jag skapade i Excel samt de kategorier jag skapade i kodningsschemat.

Typ av bibliotek

Här ska bibliotekstypen kodas. Endast ett svarsalternativ är möjligt.

- Stadsbibliotek Stockholm
- Stadsbibliotek Göteborg
- Stadsbibliotek Malmö
- Universitetsbibliotek Stockholm
- Universitetsbibliotek Göteborg
- Universitetsbibliotek Uppsala

Datum

Avser vilket datum posten publicerades.

Inlägg

Under denna rubrik kopieras själva inlägget in från Facebook.

Egna namngivna koder

Under denna rubrik sammanfattar jag mina reflektioner med egna namngivna koder utifrån vad som kännetecknar texten. Om möjligt försöker jag återanvända koderna. Jag har inte använt något kodningsschema för koderna.

Egna namngivna kategorier

Forskning - Denna kategori behandlar forskning och det har visat sig vara endast hos Stockholms universitetsbibliotek som denna kategori förekommer i mer än enstaka tillfällen. De inlägg som handlar om att på något sätt hjälpa studenter med något forskningsrelaterat räknas inte in i denna kategori utan hamnar i kategorin *Studenthjälp*. Bortsett från kategorin *Studenthjälp* kan denna kategori kombineras med vilken som av de övriga kategorierna.

Litteratur – Kategorin *Litteratur* är inlägg som på något vis förespråkar litteratur som exempelvis evenemang med författarsamtal, boktips, bokcirkel eller frågesport om litteratur för att ta några exempel. Det är en bred kategori som är möjlig att kombinera med samtliga kategorier. Då många av inläggen förespråkar litteratur på olika vis, förekommer den ofta tillsammans med andra kategorier.

Mänskliga rättigheter - *Mänskliga rättigheter* är en kategori som fungerar som ett paraplybegrepp för exempelvis inlägg om demokrati, inkludering eller hbtq. Denna kategori går att kombinera med samtliga kategorier.

Samlingar och historia - Denna kategori inkluderar information om de specifika samlingar av olika slag som finns på biblioteket eller universitetet. Kategorin kan även innefatta inlägg om digitalisering av samlingarna samt bibliotekets eller universitetets historia. Det har visat sig vara endast hos Uppsala universitetsbibliotek som denna kategori förekommer i mer än enstaka tillfällen. Kategorin i fråga är möjlig att kombinera med samtliga kategorier.

Studenthjälp - Inlägg i denna kategori handlar om att på olika sätt hjälpa studenten med information som kan underlätta i studierna. Denna kategori går att kombinera med samtliga kategorier (förutom kategorin *Yngre* då dessa två kategorier är relaterade till olika målgrupper).

Yngre - Kategorin *Yngre* avser poster riktade till barn och/eller ungdomar. Denna kategori går att kombinera med de övriga kategorierna (förutom kategorin *Studenthjälp*).

Four spaces-modellen

Här görs en kategorisering av inläggen utifrån de olika rummen. Ett inlägg kan utgöras av flera rum.

Inspirationsrummet - När det i inlägget ställs en fråga, görs en uppmaning eller beskrivs något med känslouttryck. Inläggen i detta rum bygger på värderingar/känslor snarare än fakta.

Kunskapsrummet - När inlägget ger ökad kunskap om en företeelse eller där det framhävs vad man kan lära sig. I denna kategori räcker det inte att man gör reklam för något om man inte ger förklaring om vad det är man ska lära sig. Det räcker inte att exempelvis länka till ett kunskapsrelaterat evenemang utan evenemanget behöver presenteras med fakta. Samma sak när det ges information om exempelvis en bok behöver det framkomma information om boken. Endast översiktlig information om hur man exempelvis söker information eller vilka som uppträder på ett evenemang räknas inte med, det måste ges någorlunda ingående kunskap för att räknas till detta rum.

Sociala rummet - När inlägget framhäver möjligheten att delta i någon slags social gemenskap, exempelvis en bokcirkel, att fika eller frågelekar. Det räcker att inlägget gör reklam för en social aktivitet, det behöver inte ges en utförlig förklaring om aktiviteten. Sådant som inte räknas med i detta rum är erbjudande om att få hjälp med exempelvis informationssökning eller att bara sitta som icke deltagande publik.

Skapande rummet - Här är fokus på den skapande processen. För att räknas till denna kategori räcker det att det framgår att det är en skapande aktivitet, så biblioteket behöver inte ge utförlig information om aktiviteten. Dock behöver det framgå i inlägget att syftet med aktiviteten är att skapa något.