

Slutrapport för projektet

# Sociala medier : nåt för alla



Ett projekt drivet av Regionbibliotek Stockholm  
i samarbete med läns- och folkbibliotek  
Finansierat av .SE  
<http://delning.nu>

Rapporten författad av  
Sandra Sporrenstrand, projektledare

## INNEHÅLL

Inledning.....	3
Bakgrund till projektet .....	3
Mål och syften.....	3
Projektbeskrivning .....	3
Kursen .....	3
Målgrupp .....	4
Medarbetare.....	4
Deltagande bibliotek .....	4
Folkbildningen .....	5
Resultat.....	6
Kursen, kursdeltagarna och handledningen på webbplatsen.....	6
Handledningen på bibliotek .....	12
Marknadsföring .....	13
Måluppfyllelse.....	13
Webbstatistik.....	14
Erfarenheter, utvärdering och analys .....	14
Deltagarnas aktivitet på webbplatsen .....	14
Deltagarnas inställning till sociala medier .....	16
Deltagarnas omdömen.....	16
Bibliotekspersonal och sociala medier .....	17
Kursen efter projekttidens slut .....	17
X Projektets ekonomi .....	18
X Deltagarlistor med kursdeltagarnas namn .....	18



## INLEDNING

Det här är slutrapporten för projektet *Sociala medier : nåt för alla*, som drevs under perioden 1 mars till 31 december 2011 av Regionbibliotek Stockholm i samarbete med ett antal läns- och folkbibliotek runtom i landet. Projektet har kretsat kring en webbkurs i sociala medier kallad Delning ([delning.nu](http://delning.nu)).

## BAKGRUND TILL PROJEKTET

### Internetstatistik ...

## MÅL OCH SYFTEN

Mätbara mål:

- Lärplattformen för kursen skulle skapas.
- Virtuellt och fysiskt stöd skulle ges.
- 2000 användare skulle påbörja kursen under 2011, varav 750 under våren.
- 50 % av deltagarna skulle genomföra 50 % av kursmomenten.
- Resultatet av projektet skulle spridas via rapport/artikel under vintern 2011/2012.

Syften:

- Att bibliotek och folkbildning ska arbeta gemensamt för att överbrygga digitala klyftor som har med deltagarkulturen och webb 2.0 att göra.
- Att arbeta för att öka kunskapen om tjänster som ger möjlighet till deltagande hos personer som saknar denna kunskap och vill tillägna sig den.
- Att ge den stora gruppen sällananvändare en möjlighet att lära sig de sociala medierna till nytta och nöje.
- Att genom de sociala medierna öka användningen av samhällets internetjänster.
- Att visa att folkbiblioteken är offentliga lärmiljöer, där människor kan få hjälp fysiskt och virtuellt med den nya tekniken, för att kunna ta del av tjänster och skapa innehåll på internet.

## PROJEKTBESKRIVNING

Genom att erbjuda allmänheten en kostnadsfri, webbaserad och därmed nationell kurs i sociala medier har projektet fyllt en lucka i utbildnings- och fortbildningsutbudet, och tack vare folkbibliotekens fysiska handledning i samband med webbkursen har målgruppen kunnat inbegripa personer med både mindre och större internetvana.

## KURSEN

Vid tillkomsten av kursen Delning (<http://delning.nu>, den s.k. lärplattformen) hämtades inspiration från fjolårets projekt ”Sociala medier – hur funkar bloggar, Facebook, Wikipedia...? En kurs för dig som vill veta mer”. Liksom i det tidigare projektet användes verk-

tyget ning.com (vilket innebär att kurswebbplatsen i sig är ett socialt nätverk), men struktur och innehåll förändrades.

Följande moment ingår i Delning (med beskrivningar av tjänsterna, kursuppgifter som syftar till att praktiskt prova på att använda tjänsterna och i vissa fall fördjupningsuppgifter):

1. Ning
2. Facebook
3. Twitter
4. Bloggar
5. Wikipedia
6. Flickr och YouTube
7. Google
8. Spotify
9. RSS och nyheter
10. Bibliotekshemsidor

Syftet med det första momentet, ”Ning”, är att ge en introduktion till kursens och webbplatsens upplägg och det sista, ”Bibliotekshemsidor”, finns med som ett exempel på webbplatser som kombinerar information med interaktiva tjänster, och naturligtvis också med syftet att marknadsföra folkbiblioteken och deras service. De övriga momenten, 2-9, rör de sociala webbtjänster som är mest använda och som många personer är nyfikna på.

Eftersom kursen är helt webbaserad kan deltagaren gå den i egen takt och även själv avgöra ambitionsnivå. För att kursen ska räknas som slutförd och diplom skickas ut krävs att vart och ett av de tio momenten redovisas i en bloggpost på webbplatsen samt att det i bloggposterna framgår att alla uppgifter som ingår i momenten utförts. Kursdeltagarna har under projekttiden haft tillgång till stöd på så sätt att de kunnat skriva sina frågor på den s.k. ”Support-sidan” eller direkt till någon av handledarna, som presenterades på förstasidan.

## MÅLGRUPP

Till projektets målgrupp hörde alla som inte använder sociala medier som vardagsredskap och som behöver mer kunskaper och stöd för att upptäcka och prova på interaktiva webbtjänster av olika slag. Det fanns därmed ingen särskilt inriktning vad gäller exempelvis ålder, även om många som tillhör ovan nämnda kategori återfinns bland äldre.

## MEDARBETARE

Utöver projektledaren fungerade ytterligare mellan sex och åtta personer som handledare på webbplatsen. De deltagande medarbetarna växlade något mellan det att handledargruppen kom till i början av april fram till slutet av projektet, de flesta bibliotekarier på folkbibliotek, men även medarbetare på länsbibliotek förekom som handledare.

## DELTAGANDE BIBLIOTEK

Följande bibliotek ingick i förteckningen över deltagande bibliotek på webbplatsen, med upplysningen till kursdeltagarna att det gick bra att vända sig till dessa bibliotek för att få personlig hjälp. Vissa av dem erbjöd organiserad handledning av olika slag, Förteckningen innehåller allt från huvudbibliotek till små filialer.

Arvika: Arvika bibliotek  
Björkvik: Björkviks bibliotek  
Forssjö: Forssjö bibliotek  
Gustafs: Gustafs bibliotek  
Gävle: Stadsbiblioteket Gefle Vapen  
Göteborg: Stadsbiblioteket Göteborg  
Hyltebruk: Hylte folkbibliotek  
Julita: Julita bibliotek  
Karlstad: Karlstads stadsbibliotek  
Katrineholm: Katrineholms bibliotek  
Kinna: Bibliotek Mark, huvudbiblioteket  
Leksand: Leksands bibliotek  
Mantorp: Mantorps bibliotek  
Mjölby: Mjölby bibliotek  
Nacka: Bibliotek Fisksätra  
Nacka: Bibliotek Nacka Forum  
Nyhem: Nyhems bibliotek  
Sandviken: Sandvikens folkbibliotek  
Sköldinge: Sköldinge bibliotek  
Sollentuna: Sollentuna bibliotek  
Stockholm: Medborgarplatsens bibliotek  
Stockholm: Sture bibliotek  
Stora skedvi: Stora skedvi bibliotek  
Strängsjö: Strängsjö bibliotek  
Säter: Sätters bibliotek  
Trollhättan: Trollhättans stadsbibliotek  
Vaggeryd: Vaggeryds bibliotek  
Valla: Valla bibliotek  
Vingåker: Vingåkers bibliotek  
Värnamo: Värnamo bibliotek  
Västerås: Huvudbiblioteket  
Västerås: Önsta-Gryta bibliotek

## FOLKBILDNINGEN

Trots att flera av kommunerna gjorde försök att engagera lokala studieförbund kom inget regelrätt samarbete till stånd. Det stannade vid att flera studieförbund på olika sätt mottog information om Delning. Det har därefter i vissa kursdeltagares redovisningar på webbplatsen

framgått att de registrerat sig på Delning efter att ha fått tips om detta på kurser arrangerade av studieförbund.

## RESULTAT

### KURSEN, KURSDELTAGARNA OCH HANDLENINGEN PÅ WEBBPLATSEN

I resultatbeskrivningen kring kursen, kursdeltagarna och handledningen på webbplatsen redogörs för iakttagelser som gjorts under projektets gång och resultat hämtade från en enkätundersökning som vände sig till de registrerade medlemmarna på delning.nu under projekttidens slut.<sup>1</sup>

#### HUR HAR KURSEN, DESS MOMENT OCH UPPGIFTER FALLIT UT?

Att döma av responsen har webbtjänsterna som ingår som kursmoment i många fall upptäckts av personer som utan kursen inte skulle ha testat dem, på grund av bristande kunskap eller motivation, vilket är just vad kursen syftar till. Men en (för de allra flesta) frivillig webbkurs, som endast ger ett diplom när samtliga moment är genomgångna, till skillnad från exempelvis högskoledistanskursernas poäng, kan inte räkna med hög motivation hos deltagarna. Engagemanget har därför varit högst varierande.

Antalet registrerade deltagare och antalet skrivna bloggposter (redovisade moment) på webbplatsen har varit ungefär detsamma under hela kurstiden, vilket alltså innebär i genomsnitt en bloggpost per person. I praktiken handlar det dock om en stor grupp inaktiva personer, en kanske nästan lika stor grupp personer som gjort någon enstaka uppdatering eller uppgift och en liten grupp som varit mycket aktiva.

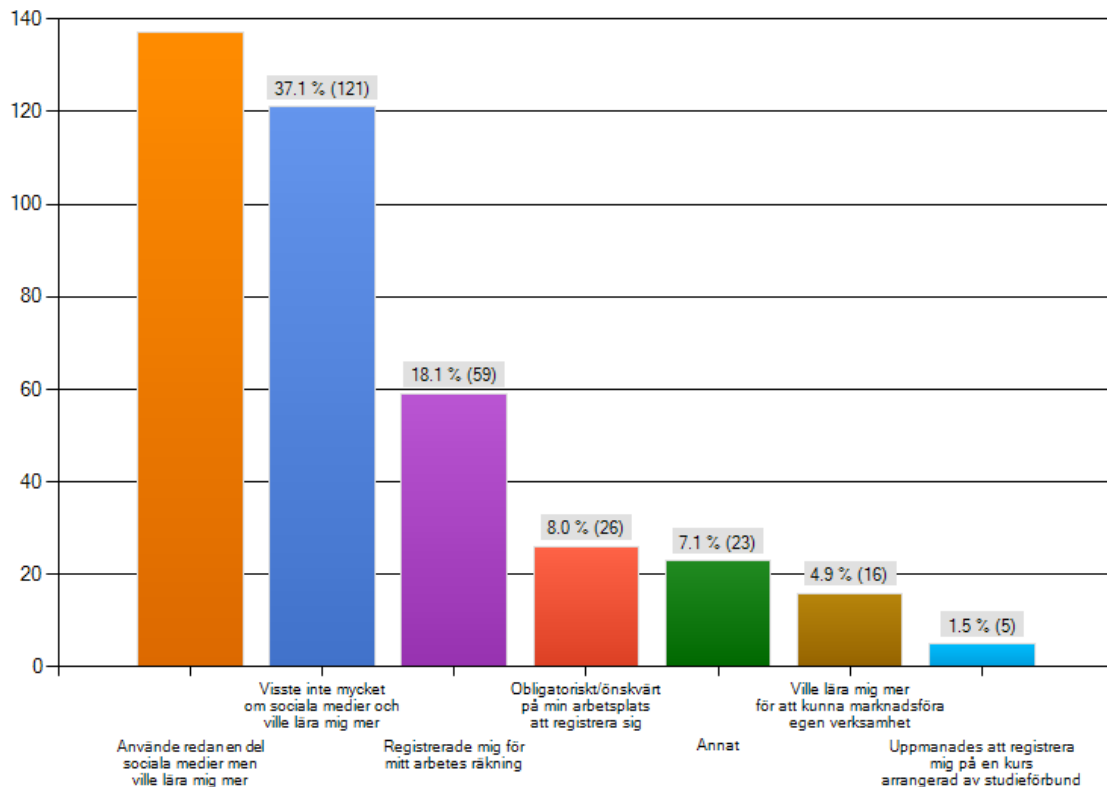
Redan från början registrerade sig många enbart av nyfikenhet, utan avsikt att göra uppgifter (detta trots att all information på webbplatsen är tillgänglig även för icke registrerade personer). Mot slutet av året blev det mer och mer vanligt med bloggposter där kursdeltagaren skrev att han eller hon tagit del av instruktionerna, men inte ville prova den webbtjänst det gällde. Det skulle kunna vara ett tecken på att dessa personer uppmanats att registrera sig och utföra uppgifter på Delning som en del av en annan kurs, i exempelvis ett biblioteks eller ett studieförbunds regi, istället för att ha valt det själva. Men det är också ett av tecknen på att många vill veta mer om sociala medier utan att vilja ta steget till praktisk erfarenhet, vilket innebär att skaffa konton o.s.v.

Följande diagram ur enkätundersökningens resultat ger en bild av skälen till att kursdeltagarna registrerat sig.

---

<sup>1</sup> Enkätundersökningen gjordes med hjälp av ett frågeformulär (7 frågor) på webben skapat med verktyget SurveyMonkey (surveymonkey.com). Den pågick under perioden 28 december 2011 – 9 januari 2012. En påminnelse skickades ut 4 januari 2012, då 1503 medlemmar var registrerade. Svarsantalet 330 ger en svarsfrekvens på 22,4 %, då 30 av det totala antalet medlemmar räknats bort, vilket är det ungefärliga antalet personer som är registrerade medlemmar på delning.nu och samtidigt har exempelvis en handledande funktion.

### Varför registrerade du dig på Delning? (Ange ett eller flera svar.)

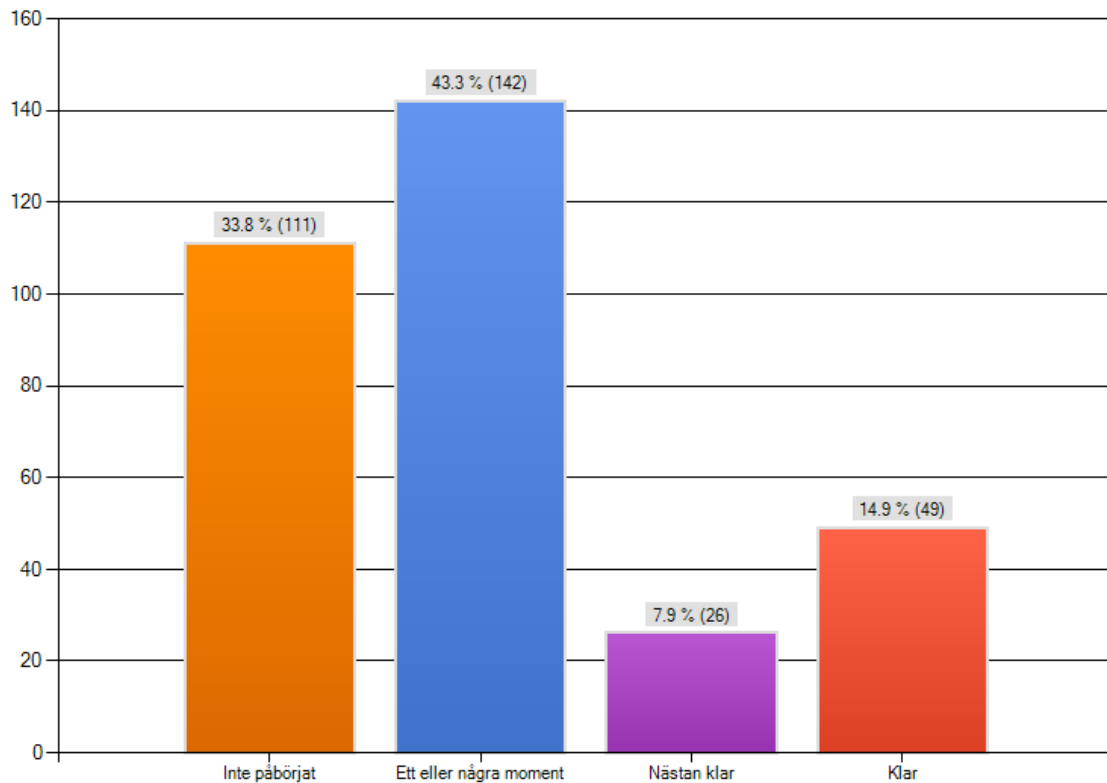


Den vanligaste bakgrunden bland personerna som besvarat enkäten är att man har provat på sociala medier i någon mån men anser att man skulle ha nytta av en grundkurs för att lära sig mer, vilket kan innebära att man vill ha en större förståelse och/eller lära sig fler tjänster (42 %). Något färre (37,1 %) uppger att de registrerat sig för att de inte vet mycket om sociala medier, underförstått att de inte har kommit igång med att använda någon av tjänsterna. Totalt uppger 26,1 % att de registrerat sig för sitt arbetes räkning (sannolikt ofta inom bibliotek/kulturförvaltning), frivilligt eller obligatoriskt, och bland dessa, har redovisningar och kommentarer på webbplatsen visat, har det funnits både nybörjare och avancerade sociala medier-användare. Under rubriken ”Annat” uppges exempelvis skälen att man vill lära sig för att kunna lära andra eller att man redan arbetar med att lära ut sociala medier och är nyfiken på den här kursens upplägg.

Följande diagram visar hur långt personerna som besvarat enkäten kommit i kursen.



### Hur långt har du kommit i kursen hittills?



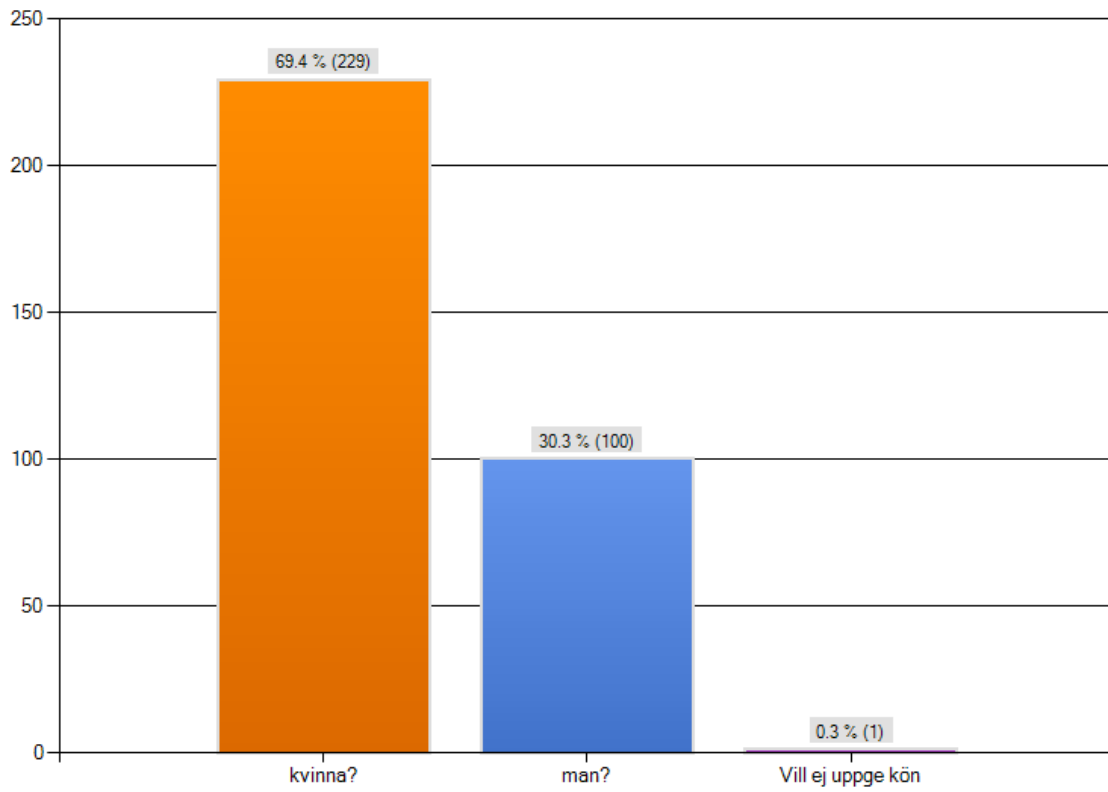
Enkäten skickades ut till samtliga registrerade medlemmar på delning.nu, med andra ord personer som registrerat sig på kursen tidigast mars 2011 och senast den dag då enkäten skickades ut för andra och sista gången, 4 januari 2012. Hur denna spridning ser ut mellan personerna som valde att besvara enkäten är okänt, men andelen personer som uppger att de ännu inte påbörjat kursen är hög (33,8 %). Att dessa personer ändå valde att besvara enkäten tyder på att engagemanget för kursen är högre än vad som framgår av kursdeltagarnas aktivitet på webbplatsen.

Enkätens sjätte fråga rörde synpunkter på den support som erbjuds på kursen och där fanns även möjlighet att svara i fritext. Av 64 svar tar 14 upp tidsbrist och önskan om att komma igång eller komma igång på nytt. Enkätens sjunde och sista fråga löd ”Har du någon övrig kommentar om kursen?” och av 163 svar rör 44 detsamma. Skälen till att så många – oombett – vill framhålla detta varierar förmodligen, kanske handlar det om ett dåligt samvete över att man påbörjat något man inte är i närheten av att avsluta, men ofta vill man, uttalat och troligen även outtalat, säga att kursen bör få finnas kvar, trots att de själva ännu inte varit så aktiva som de velat.

#### VILKA REGISTRERADE SIG PÅ KURSEN?

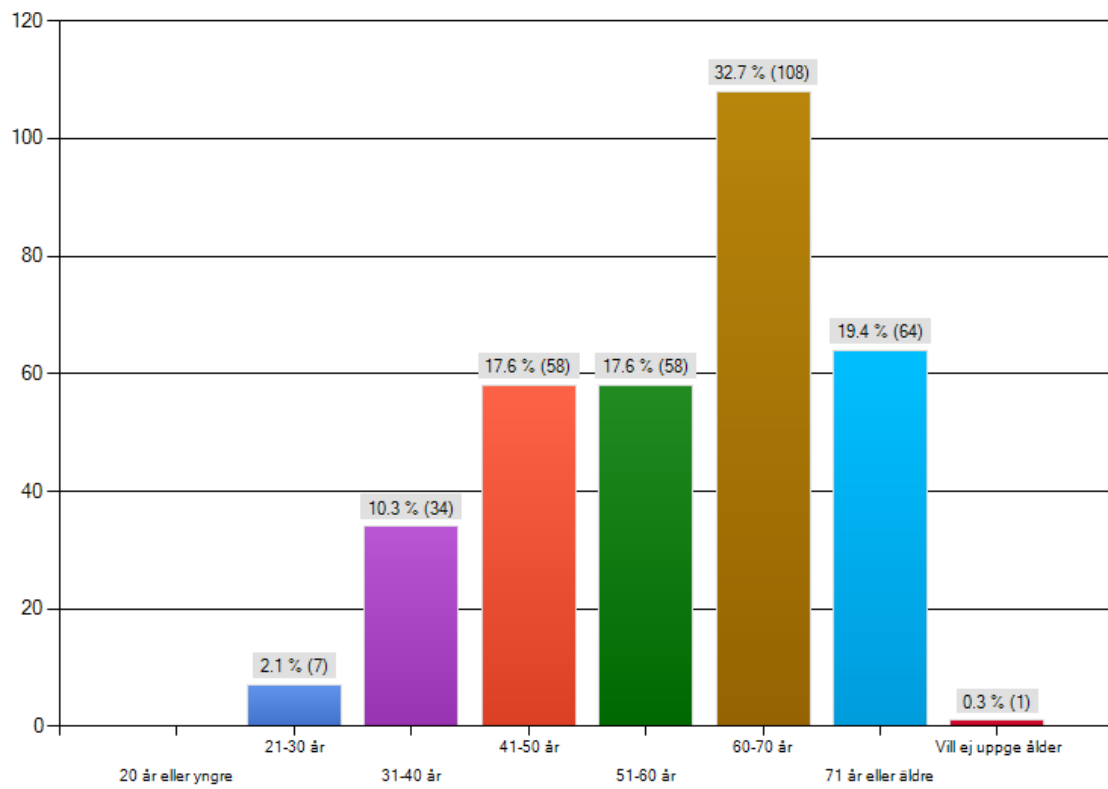
De första frågorna i enkäten avsåg att ge en bild av vilka personer som registrerade sig på kursen.

### Är du ...



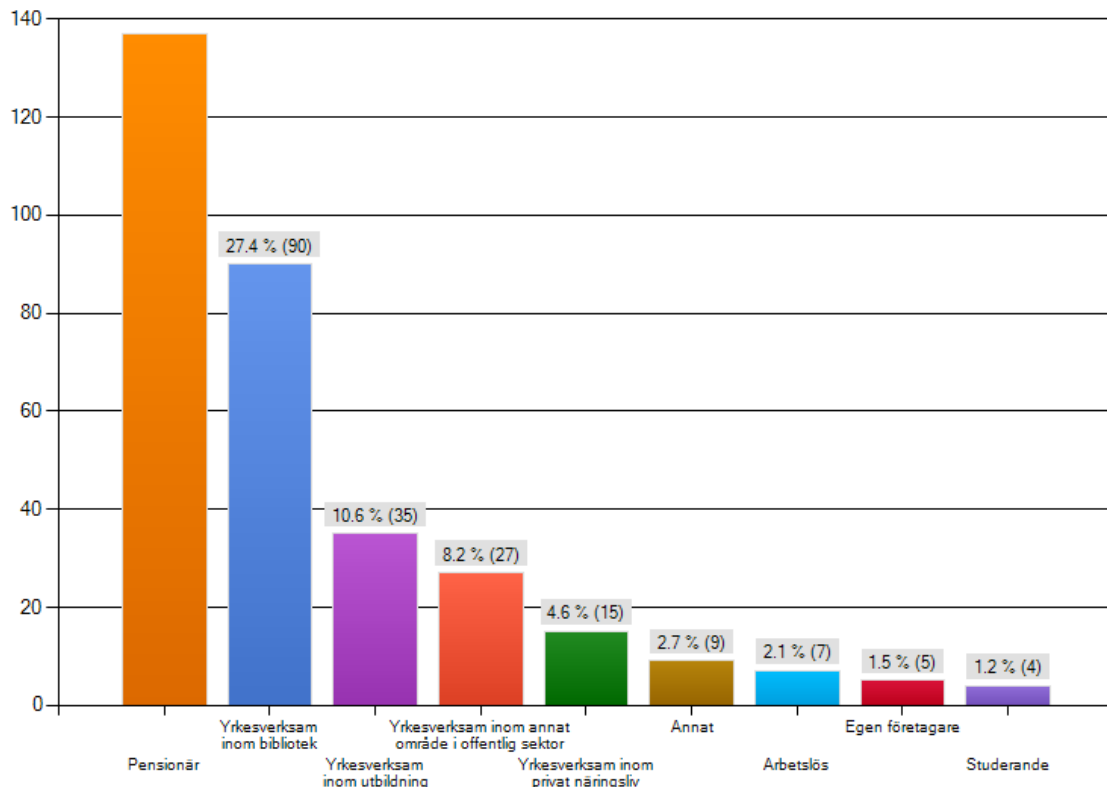
Fördelningen mellan de kvinnor och män som besvarat enkäten, ca 70 % respektive 30 %, motsvarar sannolikt fördelningen bland det totala antalet deltagare.

### Hur gammal är du?



Unga lockas inte alls av kursen, medan personer över 60 år är i majoritet bland deltagarna.

### Vad har du för sysselsättning?



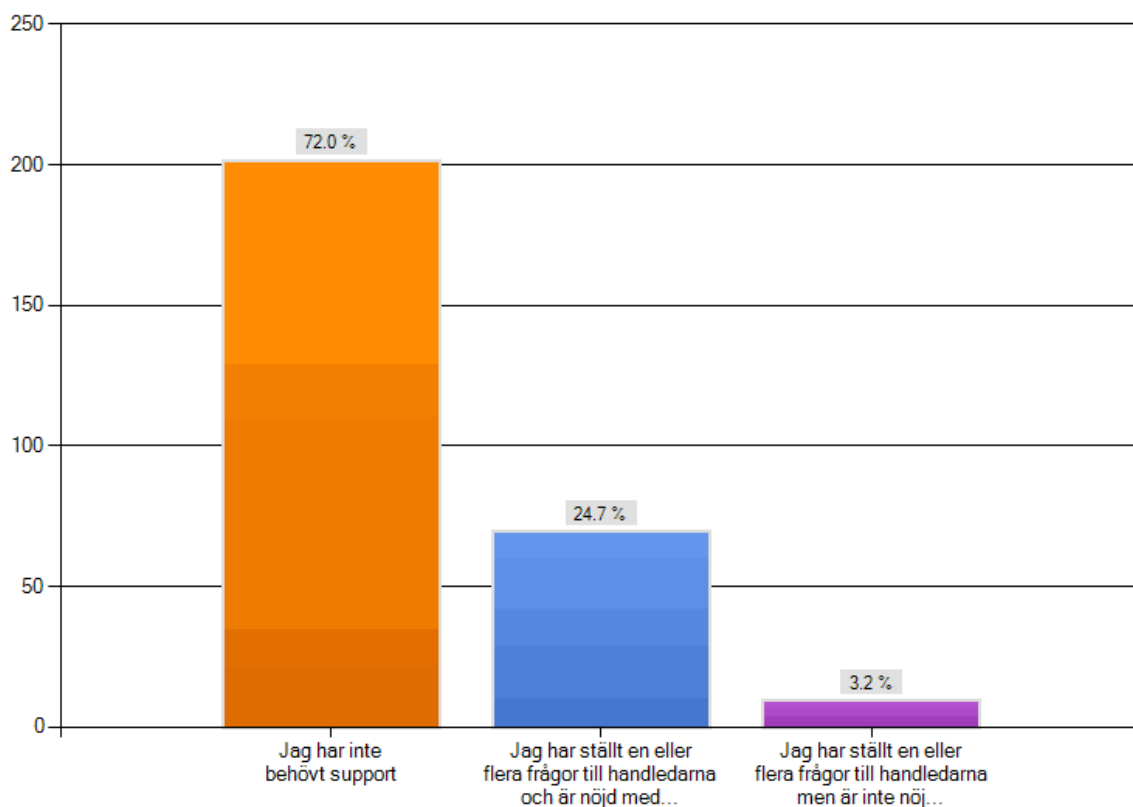
Några faktorer har gjort att särskilda grupper registrerat sig på kursen. Viss information om Delning har riktats särskilt till pensionärer (t.ex. en artikel i Veteranen, Sveriges Pensionärsförbunds tidning) och i någon mån har de deltagande biblioteken gått ut med riktad information till särskilda grupper (t.ex. företagare och Seniornet). På vissa håll i landet, på läns-, kommun- eller biblioteksnivå, har bibliotekspersonalen respektive personalen inom kulturförvaltningen uppmanats att gå igenom kursen. Enligt enkätresultatet är pensionärerna den i särklass vanligaste kategorin bland kursdeltagarna, vilket kan förklaras med att behovet av en grundkurs i sociala medier är särskilt stor bland pensionärerna. Det är åldersgruppen med minst internetvana.

#### HUR HAR HANDEDNINGEN/SUPPORTEN SETT UT?

Handledargruppens funktioner var dels att svara på kursdeltagarnas frågor när problem eller funderingar uppstod och dels att hålla uppe motivationen. Det ligger i sakens natur att webbplatsen och dess funktioner kunde te sig svårbegripliga för målgruppen, vilket gjorde att det var svårt att t.ex. styra alla frågor till Support-sidan, där de var tänkta att ställas. För att så många som möjligt av kursdeltagarna skulle få tillfredsställande hjälp krävdes därmed att handledarna var aktiva och manuellt sökte upp deltagarnas frågor på webbplatsen.

Enkätfrågan som rörde webbplatsens support besvarades så här.

### Hur har du upplevt supporten på webbplatsen?



Majoriteten av personerna som besvarat enkäten har inte behövt support, medan de flesta av dem som utnyttjat möjligheten svarar att de är nöjda med hjälpen. I frågans kommentarsfält har många uppgett att de inte utnyttjat supporten eftersom de inte kommit igång med kursen, flera ger beröm för bra handledning och några säger att de haft svårt att förstå både uppgifterna och handledarnas svar. Vissa talar om att de fått hjälp från andra håll, t.ex. biblioteket.

### HANDLENINGEN PÅ BIBLIOTEK

De deltagande biblioteken har haft mycket skiftande förutsättningar och har också valt olika sätt att engagera sig i projektet och dra nytta av kursen Delning för sina besökares räkning. Följande varianter har förekommit:

- Biblioteket har exempelvis med hjälp av affischer låtit besökarna veta att kursen finns och att de kan vända sig till biblioteket om de behöver hjälp (detta var ett minimivillkor att uppfylla för att biblioteket skulle anses vara delaktigt i projektet).
- Biblioteket har gett besökarna möjlighet att boka in en tid för personlig hjälp med kursen.
- Biblioteket har erbjudit handledning vid fasta tider, då kursdeltagare eller vem som helst som är nyfiken på sociala medier kan ställa frågor.
- Biblioteket har erbjudit handledningstillfällen som inbegripit undervisning om specifika moment i kursen.

- Biblioteket har arrangerat föreläsningar om sociala medier, med anknytning till kursen.

Några kommentarer från biblioteken:

*Vår uppfattning är att de som kan lite mer om datorer och internet och inte är med i sociala nätverk är svårövertalade, de har ofta valt att inte vara med.*

*Delning kursen har varit bra, dock har själva Ning-bloggen varit en liten barriär för många att förstå sig på. Flera har inte velat registrera sig på t.ex. Facebook och pga detta har de alltså inte gjort själva kursen. Jag har använt och utgått ifrån kursen när jag undervisat och sedan anpassat kursmaterialet efter de deltagare jag har haft.*

*Väldigt bra kurs, vi önskar att den kan fortsätta hela 2012. Minst... :-) Tar lite tid för våra nybörjare att våga sig på detta!*

*För att vara en webbkurs till allmänheten tycker jag det var för mycket text och för få instruktionsfilmer.*

Hur intresse och uppslutning sett ut tycks ha berott bland annat på i vilken mån biblioteket redan hade en upparbetad verksamhet kring IT-hjälp för besökarna. Totalt har minst 215 personer tagit del av handledning på biblioteken, vilken i många fall kommit igång först efter sommaren.

## MARKNADSFÖRING

Delning har marknadsförts med affischer och flyers via biblioteken och via bibliotekens hemsidor, bloggar och andra webbkanaler. Kursen har vid flera tillfällen tagits upp i lokaltidningars artiklar rörande bibliotekens IT-verksamhet för allmänheten. Att kursdeltagare sprider informationen till varandra blir uppenbart när flera från samma arbetsplats registrerar sig, liksom makar och även föräldrar och barn.

## MÅLUPPFYLLELSE

- *Lärplattformen för kursen skulle skapas.*  
Detta skedde under februari 2011. 1 mars 2011 började informationen om kursen att spridas.
- *Virtuell och fysisk support skulle ges.*  
Virtuell support erbjöds så snart de första kursdeltagarna registrerat sig och sköttes av en fast grupp handledare från början av april 2011.
- *2000 användare skulle påbörja kursen under 2011, varav 750 under våren.*  
Den 750:e deltagaren registrerade sig i juni och vid årets slut var 1492 personer registrerade på kursen.
- *50 % av deltagarna skulle genomföra 50 % av kursmomenten.*  
I genomsnitt genomförde kursdeltagarna endast 10 % av kursmomenten.
- *Resultatet av projektet skulle spridas via rapport/artikel under vintern 2011/2012.*

Detta sker i och med denna slutrapport.

## WEBBSTATISTIK

Med hjälp av Google Analytics fördes statistik för delning.nu från mitten av mars 2011 och framåt. Så här ser besöksstatistiken ut fram till årsskiftet.



## ERFARENHETER, UTVÄRDERING OCH ANALYS

Här beskrivs hur väl projektet kan anses ha lyckats, vilka väntade och oväntade erfarenheter som gjorts och idéer för kommande satsningar, framför allt utifrån vad kursdeltagarna visat och uttryckt, men även ur avsändarnas perspektiv, nämligen biblioteken och dess personal.

### DELTAGARNAS AKTIVITET PÅ WEBBPLATSEN

Antalet registrerade deltagare och deltagarnas motivation och aktivitet på webbplatsen var viktiga frågor under hela projektiden. Det var långt ifrån stiltje på kursen – de aktiva deltagarna kunde vara mycket aktiva, ställa många frågor och delge sina tankar kring sociala medier, vilket gott och väl kunde hålla en handledargrupp sysselsatt – men i förhållande till de uppsatta målen borde deltagarna både ha varit fler och mer angelägna att genomföra kursen.

Förra årets motsvarande sociala medier-kurs vände sig till Stockholms län men fick i praktiken deltagare från hela landet, sammanlagt drygt 1200. En del av förklaringen till att det var svårt att förmå fler att registrera sig på Delning kan vara att marknaden i någon mån var mättad. En annan faktor är den begränsade tiden – det tar tid att sprida information om en webbkurs bland personer som inte är speciellt aktiva på webben.

Bland de registrerade deltagarna var följande scenarier typiska:

- En stor del av deltagarna utförde endast det första momentet och uttryckte entusiasm inför kursen men tog sig inte tid att fortsätta.
- Vissa registrerade sig av nyfikenhet, men utan avsikt att göra uppgifter.
- Vissa var endast intresserade av några enstaka moment.
- Vissa var intresserade av att lära sig mer om sociala medier, men inte av att prova på själva tjänsterna (mer om detta nedan).

Dessa förhållanden får sägas vara naturliga för en frivillig webbkurs där inga krav kan ställas på deltagarna.

Så hur fungerade den morot kursen hade att erbjuda, nämligen diplom? Ca 45 personer utförde samtliga moment under 2011 och fick diplom, vilket är en låg procentuell andel, men intressant i sammanhanget är att många deltagare var mycket angelägna om att få diplom, vilket tog sig uttryck i att man ansåg sig vara berättigad till ett diplom utan att ha utfört alla uppgifter.

En av två viktiga faktorer för att hålla uppe motivationen är aktiva handledare. Ett par deltagarröster från enkätundersökningen:

*Handledaren har frågat och kommenterat det jag gjort och det har känts jättebra!*

*Jag är imponerad av att handledarna följer upp och kommenterar mina aktiviteter och mina uteblivna sådana.*

Det finns ingen gräns för hur aktiv en handledargrupp kan vara, genom kommentarer och uppföljning, mer än hur stora resurser som läggs på gruppen, i form av arbetstid och antal personer.

Den andra faktorn är själva belöningen. Även om deltagarens syfte med att registrera sig på kursen bör vara en önskan att lära sig mer om sociala medier vet vi att det inte alltid är tillräckligt för att hålla uppe engagemanget, särskilt med tanke på att målgruppen är ickeanvändare, till skillnad från personer som redan från början har ett stort intresse kombinerat med förmåga att på egen hand lära sig nya tjänster. På vissa kurswebbplatser har man härmat spelvärlden och låtit poängsamlande och möjligheten att gå vidare till högre nivåer utgöra motivationen för deltagaren. På ett liknande sätt skulle en kurs i sociala medier tydligare kunna visa hur långt man kommit, hur väl man lyckats och vad som återstår för att målet ska nås.

Är det låga deltagandet ett misslyckande? Motivationen hade kunnat ökas på olika sätt, men det är samtidigt nödvändigt att visa respekt för varje persons vilja och ambitionsnivå. Många känner ett obehag inför sociala medier just på grund av en press från omvärlden som de uppfattar som osund, en känsla som inte bör förstärkas.

Några ord bör också sägas om den plattform där kursaktiviteten skulle ske. Ning.com är ett bra och prisvärt verktyg för att skapa ett socialt forum där medlemmar kan gå med, skriva blogginlägg och kommentarer, ha kontakt med varandra o.s.v., men det är inte optimalt som



ett verktyg för att konstruera en kurs, i synnerhet när inte kursen vänder sig till personer som är ovana vid just sociala medier. En stor del av handledarnas arbete handlade därför om att hjälpa deltagarna att förstå själva kursplattformen.

## DELTAGARNAS INSTÄLLNING TILL SOCIALA MEDIER

När det gäller sociala medier tycks det vara mycket vanligt att nyfikenhet och skepsis går hand i hand. När en kurs i sociala medier marknadsförs, i synnerhet en som bibliotek står bakom, blir det därför viktigt att kunna försvara dess existensberättigande och att förklara att satsningen inte betyder att alla är ålagda att börja använda sociala medier, utan att alla som vill skaffa sig större kunskaper ska ha en möjlighet att göra det.

Att kursen uppnår sitt syfte blir tydligast i de kursmomentredovisningar där deltagaren uttrycker att han eller hon antligen förstått hur en viss webbtjänst fungerar och meningen med att använda den. Några deltagare verkar också ha blivit positivt överraskade av sin egen förmåga, när de upptäcker att något de aldrig tidigare gjort visar sig vara riktigt roligt.

Som på så många andra områden krävs praktisk erfarenhet för att sociala medier ska bli begripliga, och besvärligt och obehagligt nog, tycker många, innebär det i de allra flesta fall att man måste skaffa konton och uppge personlig information. Många kommentarer, i enkätundersökningen och under kursens gång, har skrivits om detta. En kurs i sociala medier behöver med andra ord inbegripa ett tydligt avsnitt om vad det innebär att uppge information om sig själv på webben. Frågan fick möjligen för lite utrymme på Delning.

Det finns också ett tydligt motstånd när det gäller att göra sin röst hörd och vara med och påverka och bidra, vilket ju ofta är själva målet med delaktighet i sociala medier. Några exempel: I redovisningen av Wikipedia-momentet säger många uttryckligen att man inte vill redigera någon artikel, i bloggmomentet att man inte vill kommentera på något blogginlägg och i momentet om att läsa nyheter på webben att man inte vill kommentera på någon nyhetsartikel. Man vill alltså inte utnyttja de sociala, interaktiva funktionerna i sociala medier, i synnerhet när de går utanför ens sfär (medan t.ex. aktiviteten på Facebook kan hållas innanför en bestämd sfär).

## DELTAGARNAS OMDÖMEN

Nästan hälften av de ”övriga kommentarer” som skrevs i enkätundersökningen var rent beröm, för själva initiativet och för kursen, vilket är mycket glädjande. Flera nämner att de vill att fler ska få gå den och att man uppskattar en kostnadsfri kurs.

*Fantastiskt bra att man blir erbjuden sådan här "utbildning" utan att det kostar något!*

*Bra, lärrik och lätt att förstå.*

*Toppen! Hade aldrig förstått det jag förstått om inte Delning funnits! TACK!*

*Tycker att det är mkt bra att den finns, den är enkel att gå igenom och ta till sig, bra med frivilligt, ingen press.*

En handfull kommentarer var direkt negativa, till exempel dessa.

*Jag tycker den är svår att förstå och vad den går ut på. Verkar mer vara ett socialt medium än kurs.*

*Började men tyckte att det var oklart vad jag skulle göra. Så det blev nada medesamma. Tvärstopp alltså.*

Hur pedagogisk man uppfattar kursen beror vilken nivå man befinner sig på från början. Den som knappt har några kunskaper i att använda internet alls behöver en kurs där handledaren finns till hands rent konkret. En webbkurs är fel format. Den som å andra sidan har en hel del internetvana har inte så stor glädje av en grundkurs i sociala medier. Men den som befinner sig däremellan, har någorlunda lätt för att navigera på internet men inte har kommit igång med sociala medier, är precis rätt målgrupp. På grund av de olika deltagarnas olika förutsättningar talar vissa om Delning som en kurs som verkligen börjar med grunderna, medan andra menar att kursen kräver stora förkunskaper.

## BIBLIOTEKSPERSONAL OCH SOCIALA MEDIER

Sociala medier väcker känslor. Bibliotekspersonal som fått en presentation av Delning har reagerat med allt från oro till stor entusiasm, och kunskapsnivåerna skiljer sig mycket, från person till person och från bibliotek till bibliotek. Av flera skäl finns behov av allsidig information om sociala medier för bibliotekspersonal – personer som arbetar med information har som få andra glädje och nytta av att kunna ta del av tjänster där information sprids, samlas, delas, filtreras och sorteras, och utvecklingen mot att dessa personer också förväntas kunna lära ut den typen av kunskaper har gått fort.

Delning har därför fått en dubbel funktion på ett flertal bibliotek – den har vänt sig till allmänheten, men också fungerat som internutbildning för personalen. På ett antal bibliotek valde man att över huvud taget inte vända sig till allmänheten, utan att enbart se till att personalen tog del av kursen. Men den vanligaste kommentaren har varit att personalen borde och har uppmuntrats att gå kursen, men att den inte prioriterats. Bland alla enkätbesvarare som uppger att man velat men inte haft tiden att gå kursen tycks bibliotekspersonalen vara relativt välrepresenterad. Synen på sociala medier på bibliotek, personalens egna kunskaper och möjligheterna att lära ut dem till allmänheten, var en viktig fråga långt före Delning och kommer att så förbli.

## KURSEN EFTER PROJEKTTIDENS SLUT

Redan under projektets början kommenterade flera bibliotek att projekttiden var kort. På något håll bestämdes att man tyvärr inte ville engagera sig i projektet om det inte skulle bli en förlängning. Mot projekttidens slut höjdes också många röster bland kursdeltagarna, som själva ville få tid att gå klart kursen och kunna rekommendera andra att gå den, liksom bland grupper som Seniornet, som ville kunna ta del av kursen efter årsskiftet. Strax före årsskiftet bestämdes att kurstiden förlängs och att Delning under sex månader drivs som ett samarbete

mellan ett antal länsbibliotek. Därmed är delning.nu fortfarande en aktiv sida, gamla deltagare fortsätter med kursen och nya kommer till.

**X PROJEKTETS EKONOMI**

**X DELTAGARLISTOR MED KURSDELTAGARNAS NAMN**

## BILAGA

Synpunkter på kursens respektive moment ingick inte i enkätundersökningen, men kunde utläsas av kursdeltagarnas redovisningar och kommentarer under projektets gång. Här följer en grov sammanfattning utifrån de intryck kursdeltagarnas kommentarer gjort.

- *Ning*: Här var uppgifterna mycket enkla och grundläggande och nödvändiga att bemästra för att kursens övriga uppgifter skulle klaras av. Den som fick problem här kom inte mycket längre. Av dem som inte hade bekymmer med detta var det en relativt stor grupp som gjorde det här momentet, men inga fler. Resten av momenten krävde betydligt mer arbete.
- *Facebook*: De personer bland nybörjarna som hade kommit gång med någon social webbtjänst hade oftast börjat med Facebook. Kommentarer kunde antingen handla om att det var en tjänst man använde varje dag eller om att man mycket motvilligt registrerat sig på Facebook, som man redan från början hade negativa uppfattningar om (för utlämnande, för tidskrävande o.s.v.).
- *Twitter*: Förmodligen tjänsten med högst tröskel. Många uttryckte att den verkar meningslös, medan några upptäckte tjänstens egenskap som nyhetsförmedlare och vissa uppskattade den kortfattade formen. Därutöver fanns förstås personer som använt Twitter i större eller mindre utsträckning sedan tidigare och hunnit få upp ögonen för dess förtjänster.
- *Bloggar*: Här gällde uppgifterna att på olika vägar upptäcka den rika bloggfloran och att kommentera på valfritt blogginlägg. En vanlig positiv respons var att deltagarna upptäckt intressanta bloggar, en vanlig negativ att man inte ville kommentera. Man ville alltså inte se bloggar som ett socialt medium, men gärna ta del av dem som envägskommunikation.
- *Wikipedia*: Här ville många dela med sig av sina åsikter om uppslagsverket, vilka spände mellan lovord och totalt avståndstagande. Även här var det svårt att uppmuntra vissa till att aktivt bidra genom att redigera en artikel.
- *Flickr och YouTube*: Kanske väckte dessa tjänster minst känslor. Många var redan bekanta med YouTube. Uppgiften att ladda upp bilder på Flickr fick bara några få avgjort positiva eller negativa kommentarer.
- *Google*: Sannolikt hade alla redan kommit i kontakt med Google. I momentet ingick en rad olika sökfunktioner, varav några var nya för vissa men det mesta var allmänt bekant, medan de sociala funktionerna fanns med i fördjupningsdelen.
- *Spotify*: Tjänsten uppfattades av många som mycket generös, trots de inskränkningar som gjorts just under projekttiden när det gäller att lyssna på musik gratis.
- *RSS och nyheter*: De positiva kommentarerna handlade om att man äntligen förstått vad RSS är. De negativa att man inte heller här vill vara aktiv genom att exempelvis kommentera på en nyhetsartikel.
- *Bibliotekshemsidor*: För de många biblioteksanställda var uppgifterna här inget nytt. Bland övriga har det lett till att åtminstone vissa upptäckt digitala tjänster som det lokala biblioteket erbjuder och som de inte kände till sedan tidigare.