

Synlighed på FFU-bibliotekerne

Vi følger op på Vinterinternatets tema om 'synlighed' og spørger, hvad FFU-bibliotekerne gør for at synliggøre biblioteket og gøre brugerne opmærksomme på bibliotekets services

Camilla Boelsgaard Lund og Mette Bechmann, CBS Library

Vi er til stede på hjemmesiden, på intranet for studerende og ansatte samt på Facebook og Instagram, hvor det sidste har bedst rækkevidde. Vi deler opslag med CBS' kommunikationsfolk, som deler videre.

I en del år har vi skrevet **nyhedsbreve til forskere**, og der udkommer ca. seks om året. Her har vi fokus på services eller ressourcer, vi har anskaffet. Desuden viser en storskærm på campus vores events, som f.eks. referencebar og talks i CBS Library Forum.

Vi har kurser for både studerende og ansatte. Ansatte får en email hver gang, der er kursus, så det er en slags email-marketing. Studerende ser vores kurser på deres intranet og opslag på skærme. Derudover afholder vi flere gange om året **CBS Library Forum events**, hvor en eller flere forskere kommer forbi biblioteket og fortæller om deres forskning, og som noget nyt får vi den centrale kommunikationsafdeling til at dele vores events på CBS' LinkedIn-profil.

Hvert år stiller vi os uden for biblioteket og hjælper med henvisninger og litteraturlister op til den store afleveringsdag for bachelorer og kandidater. I år prøvede vi at lave en **pop-up Search & Coffee**, hvor vi flyttede os til en anden del af biblioteket, for at blive synlige for de studerende der sidder og skriver opgave i biblioteket, men ikke kommer ned og snakker med os i skranken. Vi gav kaffe og hjælp med litteratursøgning.

Vi har et godt samarbejde med mange undervisere, deltager selv i en del undervisning og spreder budskabet om biblioteket på den måde. Hvert institut på CBS har en kontaktbibliotekar tilknyttet, som promoverer biblioteket, blandt andet med et roadshow, der viser de services, vi leverer.

Vi taler også med studieadministrationens kommunikationsfolk om for eksempel **studie-startskampagner**, som fylder ret meget hvert år og bruger CBS' design og tvister studie-startsbudskaberne med en biblioteksvinkel.

Jens Dam, Syddansk Universitetsbibliotek

Ved Syddansk Universitetsbibliotek benytter vi os både af traditionelle markedsføringsmetoder som plakater, roll-ups, flyers, og annoncering på skærme rundt omkring på campus og af forskellige digitale formidlingsplatforme. Men også digitale platforme, som SDU stiller til rådighed, for at nå ud til de forskellige målgrupper. Vores offentlige hjemmeside, sdu.dk/bibliotek, er en central kanal, hvor offentligheden kan finde information om bibliotekets tilbud, men SDUnet (intranet) og MitSDU (studerer-portal) er specifikt rettet mod henholdsvis SDU-ansatte og studerende. Sociale medier spiller også en vigtig rolle.

Universitetsbiblioteket arrangerer og deltager i en række events, workshops og kurser, der introducerer studerende til bibliotekets faciliteter og services. Derudover tilbyder biblioteket specialiserede kurser og vejledning, som f.eks. **Book en Bibliotekar-ordningen**, hvor brugerne kan få individuel hjælp.

Et nyere initiativ vi forsøger at udbrede, er vores **Kahoot og Happy Library hour**, hvor medarbejdere fra biblioteket ruller afsted med en 'bananbåd' og holder pop-up events ude på de enkelte fakulteter.

Biblioteket indgår i mange eksterne samarbejder og projekter, der bidrager til synligheden. Dette inkluderer partnerskaber med lokale gymnasier, forskningsinstitutioner, og regionale kulturinstitutioner. Projekter som **Citizen Science og Mediacamp** for gymnasier er eksempler på initiativer, der både fremmer bibliotekets synlighed og bidrager til samfundssengagement.

Ved biblioteket inddrager vi aktivt brugerne i udviklingen af nye services og materialer. Dette sker f.eks. gennem feedback og dialog med studerende og ansatte og **brugerdrøven materialeanskaffelse**, men også ved at inddrage VIP'er og studerende via universitetets Biblioteksudvalg, der årligt drøfter biblioteksservices, og f.eks. behandler bibliotekets accessionspolitik.

Anna Slyngborg, AU Library

På AU Library arbejder vi kontinuerligt med at øge synligheden af bibliotekets mange services og faciliteter, både med fokus på den information og data, vi leverer, men også på det rum til fordybelse og fællesskab, som vi stiller til rådighed. Vi har et ønske om at styrke og videreudvikle biblioteket på en måde, der gør det endnu mere tydeligt for brugerne, hvordan og til hvad, de kan bruge biblioteket. Gennem fokus på sammenhængen mellem **de mange forskellige fysiske biblioteksrum** og vores digitale tilstedeværelse, herunder ensretning af kommunikationen på de forskellige brugerrettede platforme, opbygger vi et fælles ståsted.

Der er – og vil altid være – plads til lokale initiativer på de individuelle betjeningssteder. Det er med til at skabe ejerskab, hjemlighed og tilhørsforhold både blandt kolleger og brugere. Men vi har også et ønske om at fremstå med et mere genkendeligt udtryk, og en **tydelig fælles identitet**, der gør det nemmere for brugerne at genkende og navigere i vores tilbud. Derfor arbejder vi på at blive bedre til at dele lokale initiativer på tværs og samarbejde om tiltag, der fremmer bibliotekets synlighed. Dette arbejde finder sted i et netværk med fokus på brugerbetjening, kommunikation og synlighed.

Som noget nyt har vi netop introduceret den første af **to årlige temauger**, der fremadrettet skal være med til at øge bibliotekets synlighed gennem øget tilstedeværelse og fokus på et aktuelt tema, hvilket skaber ekstra opmærksomhed og engagement i og omkring biblioteket. Hertil er det en øvelse i samarbejde og visuel koordinering for kolleger. De første to temauger kommer til at handle om AI og kritisk kildebevidsthed, og i løbet af ugen vil blandt andet en **pop-op bogvogn** rulle forbi en

stor del af AU Library's betjeningssteder med chokolade og quizzer, ligesom der vil hænge plakater i biblioteksrummene, posts og stories på Instagram, og vi blive afholdt ekstra åbne kurser med gratis kaffe og kage.

Inge Kongsgaard, Det Kgl. Akademi Bibliotek

På Det Kongelige Akademis bibliotek betragter vi synliggørelse som en vigtig del af vores formidlingsindsats, og det er et arbejdsområde med høj prioritet.

Det er vores erfaring, at det først og fremmest er de personlige relationer og bibliotekarernes formidling ved fysisk tilstedeværelse, som bedst sikrer en synliggørelse af biblioteket og vores services.

På basis af den erfaring har vi knyttet en **personlig bibliotekspartner** til hvert af de syv institutter, som Akademiet består af. Som bibliotekspartner møder du de faglige miljøer i forskellige sammenhænge, og med tiden udvikler sig stabile faglige relationer mellem bibliotekspartneren og forskere samt undervisere. Det er i høj grad her, de faglige miljøer får øjnene op for alt det, biblioteket kan.

Synliggørelse af biblioteket og vores services er derudover indlejret i vores undervisning i informationskompetencer til alle studerende – fra bachelor til ph.d. Et særligt **momentum er studiestart** i september, hvor vi arrangerer rundvisninger og biblioteksintroduktioner i stort antal samt deltager i intro-events arrangeret af Akademiets studieadministration. Her møder de studerende bibliotekarerne personligt, og det skaber særlig god grobund for at formidle vores services og ressourcer.

Synliggørelse af biblioteket finder også sted, når vi f.eks. arrangerer **forfattersaloner** og lægger hus til nogle af Akademiets udstillinger.

I det digitale univers arbejder vi kontinuerligt med nyhedsopslag om biblioteket og vores services på Instagram, Facebook og LinkedIn samt hjemmeside og intranet. Trykte plakater og postkort hører også med i ny og næ.

Derudover arbejder vi med at synliggøre services i vores biblioteksbase på en måde, så brugerne under deres søgninger ledes ind på nye veje og går på opdagelse i nye muligheder – blandt andet i **'Forskningsassistent AI'**, der nu ligger som beta version i biblioteksbasen bib.kglakademi.dk.