

Resumé af resultater af spørgeskemaundersøgelse: "Status for bibliotekernes tiltag overfor de unge"

CBJ/
26092006

Spørgeskemaundersøgelse gennemført fra d. 22. – 26. sept. 2006 blandt tilmeldte deltagere til Bib*Lab kursus "Der er unge på biblioteket!" d. 27. september 2006, Gentofte Hovedbibliotek.

1. Den aktuelle status på unge-området

Hver tredje af deltagerne svarer, at der er en ungepolitik eller –strategi på deres bibliotek, mens hver fjerde svarer, at de er på vej.

På en fjerdedel af deltagernes biblioteker findes der ikke en ungepolitik eller –strategi.

Lidt over halvdelen af deltagerne svarer, at der er en ansvarlig for unge-initiativer på deres bibliotek, mens en tredjedel ikke har en sådan. Hver tiende bibliotek er på vej på dette område.

Over halvdelen samarbejder med institutioner for unge, mens lidt mere end hver tiende er på vej. En fjerdedel af bibliotekerne har ikke et sådant samarbejde.

Halvdelen af bibliotekerne samarbejder med unge-rådgivere, mens hver tredje ikke gør.

2/3 af bibliotekerne har ikke temaet "unge" fast på dagsordenen på internemøder, mens knap hver tredje har.

60% af de deltagende biblioteker har ikke dialoger med unge-gruppen om tiltag og problemfelter, mens 1/3 af bibliotekerne har.

- ⇒ Inden for alle spørgsmålene har mellem hver tredje og godt halvdelen af deltagerne i undersøgelsen kunnet svare bekræftende. Det betyder, at der er findes erfaringer på alle de forskellige områder, der blev spurgt til (unge-politik, en unge-ansvarlig, samarbejde med unge-institutioner mv.), og at der dermed er basis for udveksling af ideer og erfaringer bibliotekerne imellem.
- ⇒ Endvidere peger undersøgelsen på, at bibliotekerne – inden for svarkategorierne - pt. primært arbejder med udviklingen af en ungepolitik eller –strategi.
- ⇒ Af konkrete eksempler på inddragelsen af de unge, svarer én, at de på biblioteket har en anmelderklub hver anden uge. Medlemmerne er pt. 13 år. Biblioteket bruger klubben som pejlemærke for, hvad der rører sig blandt de unge. Det er endvidere muligt for de unge at komme med forslag til indkøb.
- ⇒ En svarer, at der er nedsat en projektgruppe, der specielt arbejder med hele unge-området på biblioteket.

2. Afdækning af den aktuelle praksis på unge-området

Den fysiske indretning:

Godt halvdelen af deltagerne svarer, at der på deres bibliotek findes en særlig afdeling for unge, mens godt hver tredje ikke har en sådan afdeling. Hver tiende svarer, at de er på vej.

For samtaleområder er det lige omvendt: her svarer hver tredje bibliotek bekræftende, mens halvdelen svarer benægtende. Hver tiende svarer, at de er på vej.

2/3 har ikke PC-område(r) forbeholdt unge, mens knap hver tredje har.

- ⇒ Godt halvdelen af bibliotekerne har indrettet en afdeling forbeholdt de unge og hver tiende er på vej. Det betyder at unge-afdelinger er ved at være udbredt på 6 ud af 10 af de deltagende biblioteker.
- ⇒ Knap hver tredje bibliotek i undersøgelsen har et PC-område forbeholdt unge. Blandt besvarelserne fra de biblioteker, der ikke har et sådan PC-område forbeholdt unge, er der eksempler på andre praktiske løsninger: et PC-område forbeholdt både børn og unge; en PC for unge i ungdomshjørnet; et bibliotek har flyttet filialens ungdomsafdeling til et rum, der støder op til PC-afdelingen
- ⇒ Af konkrete eksempler på, at bibliotekerne bruger den fysiske indretning til at imødekomme de unges behov, nævner én, at de på biblioteket har et mediehjørne med film, musik, spil, blade og bøger for unge mellem 13 og 25 år. Der er planer om at udvide mediehjørnet med caféområde og flere materialer
- ⇒ En anden skriver om åbningen af en "Lounge", som er et område, hvor der er samlet materialer, der henvender sig til en yngre og mere livsstilsbevidst målgruppe. Loungen åbnede i juni og tilpasses løbende bibliotekspersonalets observationer og målgruppens tilbagemeldinger
- ⇒ En enkelt beskriver, hvordan de har imødekommet de unge ved fx at tillade snak i mobiltelefon i et særligt område ("Loungen")
- ⇒ Samme respondent beskriver, at Loungen er for alle – men at især yngre skal kunne "genkende sig selv" i området, blive tiltrukket af det og føle sig velkommen.

Materialeudbud:

4 ud af 6 svarer, at de arbejder med udbuddet af bøger, musik og magasiner, mens 7 ud af 10 svarer, at de arbejder med udbuddet af computerspil.

- ⇒ Af eksempler på andre materialetyper, der også arbejdes med kan nævnes: ps2; X-box; spillefilm; dvd; udenlandsk litteratur; playstation 3-spil til hjemlån; tegneserier også engelske; fantasy; chicklit; faglitteratur på engelsk og internationale magasiner.
- ⇒ Af konkrete eksempler på tiltag vedrørende materiale-udbud nævner to, at de har oprettet "team ung", der skal se nærmere på hhv. materialer til unge og materialepolitikken overfor de unge
- ⇒ Af andre tiltag ifm. bibliotekernes materialeudbud nævnes: oprettelse af en anmelderklub for 13-19årige; afsættelse af 50.000 kr. specielt til indkøb af efterspurgte materialer til unge; månedlige temaer; indkøbsture og gratisblade.

Aktiviteter:

Godt halvdelen af deltagerne i undersøgelsen svarer, at de på biblioteket har særlige arrangementer henvendt til de unge, mens en tredjedel svarer, at de ikke har.

Hver tredje har særlige unge-projekter allerede, mens hver fjerde svarer, at de er på vej. Lidt under halvdelen svarer, at der ikke er unge-projekter på deres bibliotek.

- ⇒ Unge-arrangementer og unge-projekter er ved at vinde frem på bibliotekerne. 60% af deltagerne svarer, at de enten har eller er på vej med særlige unge-arrangementer, mens lidt over halvdelen svarer at de enten har eller er på vej med særlige unge-projekter.

- ⇒ Af konkrete eksempler på tiltag målrettet de unge nævnes: samarbejde med områdets skoler; afholdelse af en årlig koncert for unge; rollespils-arrangement og foredrag af folk udefra.

Reklame/ PR:

Omkring 60% af deltagerne svarer, at de forsøger at nå de unge gennem plakater og gennem hjemmeside og/eller netbaserede tilbud.

Kun 14% svarer, at de pt. bruger sms til at nå de unge, mens 17% svarer, at de er på vej. Omkring 2/3 bruger ikke sms.

4 ud af 10 forsøger allerede nu at nå de unge ved at samarbejde med ungeinstitutioner og – organisationer, mens 14% svarer, at de er på vej. Hver tredje bruger ikke denne kanal til markedsføring/reklame af biblioteket overfor de unge.

- ⇒ De deltagende biblioteker bruger primært plakater og internet til at markedsføre biblioteket overfor de unge. Overhalvdelen bruger allerede nu internettet mens yderligere knap 20% svarer, at de er på vej
- ⇒ Mere sløjt står det til med at bruge de unges ynglingslegetøj – mobiltelefonen. Kun 14% bruger sms til reklame allerede, mens knap 20% svarer, at de er på vej. 2 ud af 3 svarer, at de ikke bruger sms til at nå de unge.
- ⇒ Af konkrete eksempler på andre reklame- og markedsføringstiltag overfor de unge nævnes: udarbejdede flyers til unge-arrangementer kommes i ungdomsbøger, CD'ere, står ved PC'er etc.; annoncer; pressemeddelelser; bibliotekspersonale har været ude blandt de unge, fx på gymnasiet med flyers i frokostpausen; biblioteksorientering i 8.-9. klasse.