

# Vorfundur Samtaka forstöðumanna almenningubókasafna

haldinn í Samkomuhúsinu Grundarfirði föstudaginn 16. maí 2014.

Formaðurinn Sunna Njálisdóttir setti fundinn og bauð fundarmenn velkomna og bað Margréti Ásgeirsdóttur að rita fundargerð.

## **Marianna Friðjónsdóttir um samfélagsmiðla, gagn þeirra og möguleika.**

Marianna býr í Kaupmannahöfn og ræddi við vorfundarmenn á Skype.

Bókasöfn sitja á risa fjársjóði sem hægt er að miðla á fjölbreyttan hátt. Í dag höfum við netið og Google og allar upplýsingarnar sem búið er að setja í stafrænt form og miðla á þann hátt. Það sem hefur gerst er að miðlunin hefur færst frá því að vera einstaklingsmiðlun í að miðla til margra. Heimurinn í dag vill gagnvirkni – upplifunin er önnur en við bókina. Gangvirk miðlun hefur önnur áhrif en miðlun úr bók. Í dag tekur fólk upp sína upplifun og miðlar henni með þeim sem eru í kringum þá, t.d. í gegnum síma. Breytingin er gígantísk, hvernig við vinnum saman og höfum áhrif hvert á annað í gegnum þessa augnabliksmiðlun sem nú er.

Hvar erum við stödd í því að tala saman? Samskiptamátinn hefur breyst, fréttirnar og upplýsingarnar berast strax. Kröfur neytenda hafa breyst gífurlega. Neytendur vilja fá upplýsingar og samskipti í rauntíma. Í dag sættum við okkur ekki við að þurfa að bíða. Hvar þurfum við að vera til að geta miðlað frá einum til margra?

Flest fyrirtæki / bókasöfn eru með heimasíður sem eru í misjöfnu standi. Vandamálið í dag er að heimasíðan – sem er upprunalindin – þar sem upplýsingarnar eru – geta ekki talað við neytendur. Ekki er hægt að dreifa áfram því sem er á síðunni vegna þess kerfis sem þær eru hannaðar í. Tími heimasíðunnar er þó ekki liðinn undir lok. Facebook og Twitter hafa tekið yfir hluta af hlutverkum hennar með tengslum sem leiða upplýsingarnar á milli. Fyrirtækin þurfa að velja hvar þau vilja vera og hvar er notendahópur þeirra. Hvar tekur markhópurinn við sögunum sem hann vill fá. Bókasafnageirinn – fræðigeirinn er að fara meira og meira inn í myndræna miðlun, t.d. vídeófyrirlestra frá prófessorum. Marianna skoðaði Facebooksíður safnanna og þótti gaman að sjá hvað söfnin eru farin að nota mikið af myndefni. Wordpress er mjög gott kerfi fyrir almenna vinnslu fyrir heimasíðu. Smartsímar og lesbretti og þannig tæki þurfa að geta lesið þær.

Tölfræði: Við notum að meðaltali 25-30% af tíma okkar á netinu á facebook, við að miðla, búa til efni og fylgjast með. Heimsóknum á heimasíður fækkar og samskiptasíður hafa vinninginn. 50% þeirra sem eru á Facebook vilja frekar nota Facebook síðu fyrirtækisins til að vera í samskiptum heldur en að nota heimasíðuna. Facebook Like síður eru viðskiptasíður. Við erum fljótari að fá upplýsingar á Facebook síðum fyrirtækja heldur en að taka upp tólið og hringja og bíða í röð. Mörg stórfyrirtæki geta sparað 30% á þjónustuliðum eins og símakostnaðmeð að vera í sambandi á Facebook. Snapchat og Twitter bjóða ekki upp á sömu kosti og Facebook. Ungmenni „flytja“ að heiman tímabundið en snúa tilbaka þar sem fjölskylda, vinir og viðskipti eru.

Öll þróun t.d. á Facebook er miðuð við skjásíma og töflur því notendur þeirra eru fleiri en á venjulegum tölvum. Evrópa er spennandi. Þar eru 282 milljónir manna eru virkir á mánuði. Öраста þróunin er í Asíu og Afríku þar sem flestir tengjast beint í gegnum síma en ekki í tölvu. Facebook er ekki auglýsingasíða heldur vettvangur lifandi gagnvirkra samskipta. Það sem maður þarf að gera

Þegar maður kemur sér upp Facebook Like síðu er að rækta sambandið við þá sem hafa líkað hana. Það er ekki alveg að marka þá tölu einstaklinga sem hafa líkað síðuna heldur hve margir eru að baki tölunni Reads and Engagement þ.e. hve margir hafa líkað við innihaldið, lesið, commentað, dreift og þess háttar. Þetta segir til um hvernig efnið hefur dreifst. Við förum eingöngu inn á Facebook síður þegar við sjáum efni sem vekur athygli okkar inni á fréttastreyminu okkar. Fréttastreymið er eins og fljót sem við hendum fiskum út í. Notendurnir eru veiðimenn sem fylgjast með streyminu og grípa það sem er áhugavert. Við eigum að nota forsíðumyndina, skipta henni ört út en texti hennar má þó ekki ná yfir meira en 20%. Borgarbókasafn notar forsíðu myndir sínar rétt, býr til afslappað andrúmsloft þar sem gott er að vera og gaman og allir geta komið og sagt sína skoðun þótt við stýrum umræðunni. Þess vegna þurfum við að hlusta á það sem fólk er að segja, hver er umræðan, newsjacking.

Það er mikilvægt að búa til Event – fá fólk með! Þetta heitir að taka eitthvað sem er í gangi og búa til nýja sögu – newsjacking – event. Bókasöfn geta gefið umræðunni meira vægi með því sem þau hafa að bjóða. Þau þurfa að gefa frá sér, samskipti þurfa að byggast á gleði og ánægjunni að miðla, við erum okkar eigin fréttastöð. Þurfum ekki lengur að senda bara fréttatilkynningu, við getum sjálf sett upp það sem okkur finnst skipta máli með því að segja sögur. Það er kallað content marketing – innihaldsmarkaðssetning. Hvað gengur í hópinn okkar og hverju geta þau eða vilja miðla áfram. Við veljum sjálf þær upplýsingar sem við viljum taka á móti. Segjum sögur sem markhópurinn okkar kveikir á og vill deila áfram í sitt eigið félagslega net. Við þurfum að hugsa um nokkra tæknilega hluti, er lýsingin góð, eru lykilorð sem eru notuð í leitarvélum að skila okkar síðu ofarlega í leitarniðurstöðum? Þessi grunnvinna skiptir máli. Myndir sem segja sögu deilast 130% meira en textinn. Hverju vill fólk deila – hvað slær mest í gegn? Það er fólk sem er glatt og brosir.

Áherslurnar hjá okkur hafa breyst mikið undanfarin ár. Til að innihaldsmarkaðssetning geti vakið athygli þarf áhuga til að segja frá, nota sögu sem hefur skiljanleg skilaboð og höfðar til tilfinninga og helst mynd af fólki. Hvað er mögulegt innan þess tíma og tækniramma sem við höfum á söfnum. Við erum ekki fréttastofa en þurfum að meta tímann og markmið okkar. Hvað getum við framleitt hratt fyrir Facebook? Það er hægt að taka myndir, vídeó – stutt – t.d. hverjir eru á safninu þegar eitthvað er í gangi, tölfræði með myndrænum hætti, tilvitnanir sem eru settar upp sem myndir og dreifast vel. Bókasöfn eru t.d. með allar þessar upplýsingar og það tekur stuttan tíma að búa til myndirnar. Deila Slidesherar, potcast til að hafa á heimasíðu og Facebook samfélagssíðu t.d. til að vekja athygli á að það eru hljóðbækur í söfnum. Þetta er allt hægt að gera með ókeypis forritum. Þegar okkur tekst að veiða athygli fólks þá fer það að kíkja á annað á síðunni sem er þungmeltara, mikilvægara.

Hvað á að uppfæra oft. Reglulega er svarið! Fer eftir því hvað síðan er stór. Sögurnar mega ekki bara snúast um okkur og naflann okkar – heldur upplýsingar sem koma notendum að gagni. Viðburðir – að telja niður í viðburði – setja niðurtalningu á Eventið. Munum að notendur sjá bara efnið þegar það flýtur fram hjá – vekja athygli á viðburðum með 80-140 táknum, einu sinni á dag. Notaðu notað efni. Bjóða fólki að tjá sig – bjóða fólki að setja inn myndir tengdu efninu á síðunni okkar. Það verður að fara yfir stillingar svo að fólk geti sett inn myndir. Svo er hægt að nýta þetta sem upplýsingar. Notum aldrei Boost uppfærslu né Promote your page. Förum frekar inn í auglýsingastjórnann eða auglýsingaherferð ef við viljum koma auglýsingunni okkar í stærri dreifingu.

Youtube og Facebookvideó eru algjört must í dag. Youtube er ein af stærstu leitarvélum heims. Þrjár vefsíður eru stærstar, Facebook, Google og Youtube. Yoube er í eigu Google. Við erum að fara meira

og meira inn í vídeófasa til að viðla upplýsingum og þekkingum. Gott er að vera með gmail sem við notum fyrir samfélagsmiðlana. Hægt er að búa til G+ business reikning og Youtube Canal (ekki persónulega síðu) sem hægt er að hlekkja frá Youtube yfir á Facebook. Hægt að endurnýta þetta innihald – nota vídeóin aftur og aftur ef þau eru ekki runnin út á tíma.

Facebook síðan er verkfæri. Persónuleg síða er lykilinn að Facebook. Persónuleg síða er síðan félagi í hópum. Í hópum eru raunsamskipti, skjöl og dagatal fyrir event. Gott í nútímasamskiptum að hafa þau tæki og tól til að geta verið í raunverulegum gagnvirkum samskiptum. Facebook pages - viðskiptasíður – Like síðurnar. Þær eru byggðar upp til að geta verið í samskiptum við markaðinn, markhópinn. Munur á því hvernig við tengjumst persónulega og viðskiptalega. Mikilvægt er að nota Insides á Facebook sem er tölfraði sem veitir okkur innsýn og skilning á markhópnum okkar, kyn, aldur, áhugamál o.fl. Insides er besta tækið til að skoða póstana – uppfærslurnar, hvað er að virka best? Linkar – myndir eða hvað? Textauppfærslur eru finar í bland en ná yfirleitt ekki mikilli dreifingu nema þær spyrji spurninga eða séu að biðja fólk að gera eitthvað. Ef enginn er að gera neitt með uppfærslurnar þá erum við í vandræðum – ekki á réttri leið. Það er langhlaup að koma Facebook í rétt horf. Ef við erum aðeins með einn eða tvo stjórnendur á Facebook þá ætti að breyta því og koma fleiri stjórnendum að. Þeir hafa fjölbreytt hlutverk: svara fyrirspurnum, setja inn fréttir, myndir. Ef við höfum fleiri stjórnendur þá höfum við fleiri notendur því hver stjórnandi kemur inn með sína vini. Ef ég hef áhuga fyrir efninu þá hefur minn hópur áhuga fyrir efninu.

Hvaða tæki höfum við til að vinna með? Töflur, smartsíma ... við getum nýtt þessi tæki til að búa til uppfærslu á stundinni. Það eru ókeypis forrit eða öpp til að stjórna Facebook viðskiptasíðum.

Marianna ætlar að senda hlekki að síðum sem eru verkfærakistur, ókeypis öpp og myndforrit.

Spurning frá Lindu í Bolungarvík um heimasíður, hvort þær séu að detta út. Heimasíður voru eini staðurinn sem fólk gat fylgst með og fengið upplýsingar um fyrirtækið. Það er mikill munur á samfélagsmiðlum og heimasíðu, þar er miðlað og talað en á heimasíðunni eru allar hillurnar sem farið er inn á þar sem hægt er að finna efni sem segir meira um fyrirtækið heldur en hægt er að gera á Facebook. Skjöl og ýtarlegri þekking er á heimasíðunni en samtalið er á Facebook. Galdurinn er að tengja þarna á milli. Heimasíðan þarf að geta talað við samfélagsmiðilinn, það verður að vera hægt að linka af heimasíðu yfir á Facebook á réttan hátt. Aðalmálið er að breytingin er ör og við þurfum að fylgjast með, megum ekki vera hrædd við þróunina. Bókasöfn og starfsmenn þeirra eru heppin að vera í pottinum þar sem þetta kraumar allt.

Samtalinu við Maríönnu lauk 10:18.

### **Njörður Sigurjónsson kynnir nám menningarstjóra á Bifröst.**

Stjórnun menningartengdra fyrirtækja og stofnanna tengist listum, sviðslistum, söfnum og bókasöfnum og menntastofnunum.

Hvað er menningarstjórnun? Kennit á Bifröst síðan 2004. Stjórnunarnám; fjármálastjórnun, mannauðs- og markaðsmál og fleira. Leggja áherslu á gagnrýna umfjöllun um stjórnun og hlutverk stjórnenda. Lögð áhersla á rannsóknir, athuganir til að dýpka þekkinguna á ákveðnum sviðum.

Mikilvægt er að kynnast samnemendum sínum og reynslu þeirra. Það er mikilvægur og stór hluti námsins.

Hvað er áhugavert við menningarstjórnun og það svið? Umfjöllun um menningartengd markmið og hvernig þeim verður best náð. Hvað gerir menningarstofnun sérstaka, öðruvísi en aðrar stofnanir eða fyrirtæki? Hvaða markmiðum er erfitt að ná, hver eru þau og hvernig er hægt að ná þeim. Hámarks hagnaðar er yfirleitt ekki markmiðið þegar fjallað er um markmið menningarstofnana á Vesturlöndum.

Hlutverk menningarstjórnandans, virkni menningarfyrirtækja og umhverfi þeirra. Ekki eru til rannsóknir sem sýna fram á að lærðir stjórnendur séu betri en ólærðir stjórnendur. Vondir stjórnendur verða ekki endilega góðir stjórnendur þótt þeir fari í nám. Stjórnun er söluvara. Ný viðmið og gildi sem koma með stjórnunarfræðum. Í náminu er unnið með vandamál eða virk mál nemenda af vinnustaðnum. Þess vegna er gott að fólk í starfi fari í námið.

Hvað er áhugavert við menningarrekstur á Íslandi. Ísland hefur verið með langhæstu upphæðina sem stjórnvöld setja í cultural activities. Reyndar eru íþróttir og trúmál inni í þeirri tölu. Aðsókn og notkun almennings á ýmsum menningarafurðum er miklu hærra hér heldur en í nágrannalöndum okkar. Safnaheimsóknir – Íslendingar eru mjög duglegir miðað við nágrannana. Við höfum vinninginn í útgáfu bóka miðað við hausatölu.

Mætti gjarnan vera meira til af tölum um bókasöfn og útlán og fleira þeim tengdum. Hagstofan hefur ekki staðið sig. En þetta er óplægður og forvitnilegur akur.

Þrátt fyrir mikilvægi menningarmála og skapandi greina í hagkerfinu þá er lítið um stefnumörkun og rannsóknir á þessu sviði. Oft er umræðam frekar neikvæð sem er undarlegt miðað við hvað menningarmál eru stór grein, margir sem vinna við hana, hvað mikið fer í hana og hvað hún gefur af sér og skiptir máli. Stefnumörkun er aðeins að lagast í þessum málum á Íslandi. Sveitarfélög hafa verið að setja sér menningarmálastefnur. Íslensk menningarstefna var sett og samþykkt á Alþingi 2013. Þessi stefna er lítið annað en viljayfirlýsing þáverandi ríkisstjórnar og lítill áhugi á því plaggi hjá núverandi ríkisstjórn. Menningarstefnur sveitarfélaga hafa oft ekki skýr markmið. T.d. stefnum við að – en ekki talað um hvernig á að ná markmiðunum. Menning er lífgæði.

Njörður sendir glærur sínar með punktum frá kynningunni.

**Skypefundur – Upplýsingafræði – staðan í dag.** Jóhanna Gunnlaugsdóttir og Ágústa Pálsdóttir kynna nýja upplýsingafræðinámið.

Glærur sem þær fara yfir sáust ekki og verða sendar seinna. Jóhanna segir að þörf fyrir framhaldsnám sé vaxandi. Þróunin er að kenna nám sem við á og fella niður grunnám. Það tíðkast í Bretlandi og Bandaríkjunum að kenna upplýsingafræði á masterstigi. Það hefur verið meiri aðsókn í meistaranámið en grunnnámið. Þverfagleg námskeið, glæra: Talið er gott að hafa aðra grein með upplýsingafræði, sérhæfing er góð. Nú er upplýsingafræðin kennd sem sérþekking. Farið var í kynningarátak og því eru mjög margir nýnemendur skráðir til náms í haust.

Ágústa segir frá náminu: Námsleiðir í framhaldsnámi: diplománám, MIS, meistaranám og doktorsnám. Glæra 2: námsleiðir – skilgreind kjörsvið. Vísað í kennsluskrá HÍ. Mikil uppstokkun varð í faginu við þessa breytingu, hætt var að kenna til BA prófs. Landsbókasafn mun sjá um kennslu í

skráningu, flokkun og lykjun. Þetta er greininni afskaplega mikilvægt þar sem í Landsbókasafni starfa helstu sérfræðingar í þessum fögum sem styrkir námið mjög mikið. Greinin hefur búið að því að fá sérfræðinga úr atvinnulífinu inn í kennslu t.d. frá Borgarbókasafni. Breytingar fela í sér að námskeið sem áður voru 10 einingar eru nú 8 einingar. Engin samkennsla lengur. Aðrar kröfur gerðar inni í námskeiðinu. Í örðum skilgreindum kjörsviðum eru gerðar kröfur um sömu skyldunámskeið.

Diplomanám er hugsað sem styttri námsleið. Þeir sem ljúka námskeiðinu fá diplomaskírteini og eiga síðan alltaf kost á því að fá einingarnar metnar inn í frekara framhaldsnám. Ágústa hélt áfram að lýsa þessum fjórum kjörsviðum og greindi frá ýmsu fleiru varðandi nemdendur. Almennt er ánægja yfir aðsókninni og þeim hópi nemenda sem hafa sótt um.

### **Pálína Magnúsdóttir: Stefnumótun Borgarbókasafns, framtíðarbókasafn og framtíðarsýn.**

Mikilvægast: glæra um hlutverk um nútímabókasafnið – ekki bara að lána bók, heldur frekar þekkingarleit, sköpun, upplifun – að vera. Beðið var um að fá þessa glæru senda – góð yfirlitsslæra fyrir alla.

Bókasafnið í Hjörning á Jótlandi er upplifun

Við eigum að hætta bak við skrifborðið og fara út á gólf – bókaverðir með vesti fullt af vösum með vinnutólum sínum t.d. spjaldtölvuna.

Sköpun t.d. söguhringur kvenna í Borgarbókasafni sett á mynd og nú er listaverkið komið á kaffipakka Kaffitárs.

Lærdómsrými – frír aðgangur að upplýsingu og þekkingu- tilraunastarfsemi – fablab – upplifun og uppgötvun barna og fullorðinna, að upplifa og uppgötva.

Þátttaka – þriðji staðurinn – milli vinnu og heimilis – fólk hittist eða bara er – skiptist á skoðunum eða ekki.

Þekking reynsla – framkvæmdarými – sköpun – listaverk

Bibliotek Rentemastervej - verkefni sem vekur athygli á ákveðnum bæjarhluta. Bibliotek – húsið heitir Bókasafn – vel þekkt vörumerki sem er jákvætt – ekki látið heita Kulturhus – menningarhús þar sem það hefur annan skilning hjá fólki – ekki eins alþýðlegt.

Modelprogrammet for biblioteker: vefur um „at skabe inspiration og åbne mulighedsfeltet op for folkebibliotekets forandringsagenter“ sem Hólmkell sendi í vetur.

Verið er að vinna að stefnu Borgarbókasafns frá 2014 – 2020 – notuð eru stykkorð: lýðræði, menning, menntun, uppspretta, fyrirmynd. Hætt að nota orðalagið að stefna að ... Leiðir að markmiðum eru skýrar.

Þátttökumenning: nýtt orð í stefnumótunarorðaforða.

Borgarbókasafn sameinast Gerðubergi. Bókasöfnin í borginni verði menningarmiðstöðvar, menningarmiðjur, fræðsla, menning og afþeyging, viðburðir í hverjum borgarhluta. Ný deild – viðburðadeild verður stofnuð innan Borgarbókasafns.

Menningarmiðstöðvar í hverju hverfi eiga að taka mið af hverfinu – hvað virkar þar. Foldasafn flytur í Spöngina í Grafavogi.

Pálína vill breyta ímyndinni hjá fólki – að það hætti að sjá bókasöfn sem suss staði og sjái það sem menningarmiðstöðvar.

Linda frá Bolungavík spyr hvort upplýsingafræðingar nái að breytast í takt við breytingar á bókasafnaímyndinni. Pálína segir Borgarbókasafn ekki þurfa að hafa áhyggjur því fjöldi starfsmanna er mikill og ráðið inn eftir þeirri þekkingu sem þörf er hverju sinni. Annað kannski með söfn úti á landi sem geta ekki ráðið marga með fjölþætta þekkingu og reynslu til að sinna öllum hlutverkunum. Pálína mælir með framhaldsnámi t.d. í menningarmiðlun og menningarstjórnun til að ná því að uppfylla þarfar almenningsbókasafna í dag. Ekki víst að nám í Upplýsingafræði í dag sé á þessum nótum – meiri áhersla lögð á skjalastjórnun.

### **Grisjun og samnýting safnkosts. Martha hildur Richter og Pálína Magnúsdóttir.**

Söfnin eru mismunandi stór. Stór söfn þurfa samt að grisja þótt þau hafi nóg pláss. Bókasöfn eru að verða menningarmiðstöðvar og eru meira en bækur. Upphaflega áttu söfnin að eignast, varðveita og miðla bókum ásamt öðrum safnkosti. Útlán eru ekki alltaf færri þar sem fjöldi bóka er minni. Rannsóknir hafa sýnt að útlán aukast eftir grisjun, safnkostur verður sýnilegri og meira aðlaðandi. Eldri kynslóðir eru aldar upp í að henda ekki bókum og fella ekki tré. Í dag er vitað að grisjun er nauðsynleg svo það sem eftir stendur njóti sín hvort sem eru tré eða bækur. Aðstaða og viðhorf í dag varðandi aðstöðu og grisjun hefur breyst í kjölfar breyttra áherslna og markmiða og hlutverka almenningsbókasafna. Þjónusta, eftirspurn og nýting er það sem gengið er út frá í dag.

Grisjun safnkosts á Íslandi. Flest söfnin hafa verið og eru stútfull af bókum. Erfitt hefur verið að marka nýja stefnu í innkaupum og grisjun. Grisjun er ekki einfalt mál – tillfinningamatið er mjög sterkt. Söfn með troðfullar hillur eru óaðlaðandi og óaðgengileg. Ef við værum að selja vörur þá mundum við hafa meiri útstillingar.

Of lítil grisjun er teygjanlegt hugtak – ýmislegt getur valdið; stefnuleysi, þekkingaleysi, andstaða og tregða starfsmanna, íbúa, stjórnenda og margt fleira. Áhugasviði, engin eða röng innkaupastefna. Ef safnkostur og bókaínnkaup eru ómarkviss þá sitjum við uppi með safn dauðra bóka. Við þurfum alltaf að vera að endurskoða og þá verður safnið lifandi. Stefnu um þróun safnkosts sé virk og í stanslausri þróun. Skrifleg stefna er mikilvæg svo að grisjun og innkaup séu virk. Ekki er hægt að æða í hillur til að skapa pláss eða hætta að kaupa inn ákveðið efni af því að allt er fullt í þeim flokki.

Hver er ábyrgur fyrir safnkosti, þróun, áherslu og grisjun? - stjórnandi, faglegir aðilar og almennt starfsfólk. Allir verða að leggjast á eitt til að vinna saman að þessu. Uppbygging safnkosts þýðir að stundum þarf að kalla til fagaðila í einhverjum flokkum, tónlist, myndasögum. Innkaup mega ekki vera háð áhugasviði þess sem kaupir inn – þá verða gloppur og safnið sinnir ekki sínu hlutverki. Bókasafn Mosfellsbæjar ætlar að fara í að gera framkvæmdaáætlun grisjunar, skilgreina safnkostinn, hvar á að byrja og fleira þess háttar.

CREW Continous Review Evaluation Weeding – samfelld endurskoðun, mat og grisjun.

Er bókin skítug og eða skemmd? – þetta er um 20% af því sem ætti að henda – dauður safnkostur. Vandinn liggur í þeim bókum sem hvorki eru skemmdar eða úreltar.

Hversu mörg ár eru frá útgáfu?

Hversu mörg ár frá síðasta útláni?

Inniheldur bókin villandi eða rangar upplýsingar – úrelt?

Hefur ný bók verið gefin út um efnið?

Er hægt að kaypa nýtt eintak í stað þess skemmda?

Skriptir bókin ekki lengur máli – er hún úrelt?

Er hægt að nálgast bókina annars staðar – þurfa allir að eiga bókina?

#### Hvað þarf að hafa í huga?

Skoða safnkostinn í heild – tilgangur safnsins, notendur, óskir og þarfir

Marka stefnu

Endurskoða skipulag og niðurröðun safnkostsins

Huga að framsetningu safnkostsins

Setja innkaupa- og grisjunarstefnu í samhengi

Yfirmenn bera ábyrð – allir verða að vera virkir

Tryggja að allir starfsmenn gangi í takt um þessi mál

Regluleg endurskoðun allra þátta

Dýrt að safna endalaust!

Merkja hillur til að auðvelda lánþegum að finna efni – mikilvægt mál.

Samnýting safnkosts. Millisafnalán – samvinna og samnýting milli sveitarfélaga sérstaklega af eldra safnefni – þá er það af hinu góða. Ekki æskilegt að lána nýtt efni í önnur söfn. Erfiðara að samnýta nýtt efni. Samvinna byggist ekki á því að segja að bókasafnið geti fengið nýjan safkost frá öðrum sem aðrir hafa borgað.

**Hlíf Arndal og Heiðrún Dóra Eyvindardóttir segja frá verkefninu „bókabærinn“ fyrir austan fjall.**

Fyrirmyndin eru bókabæir í Noregi. Verkefni sem er klasaverkefni Flóahrepps, Árborgar, Ölfuss, Hveragerðis - 50 km hringur, bækur frá þessu svæði, persónur, staðir. Skýrsla gerð – hvaða framtíð er fyrir þennan bókabæ?

Heiðrún sagði frá frumkvöðlinum í breska bókabænum í Wales. Þessi hugmynd er komin út um allan heim.

Hlíf segir frá rástefnu alþjóðasambands bókabæja. Fólki fannst skrýtið að það væru fulltrúar frá bókasöfnum (á Íslandi). Bókasöfn hafa ekki komið nálægt stofnun bókabæja erlendis. Töldu slæmt að hafa svo mörg bókasöfn á kostnað á bóksala. Veitti innsýn í hvernig samtökin starfa.

Aðaláherslan er að finna notuðum bókum nýtt heimili og nýja notkun. Rætt um börn og bókabæi – hvað er hægt að gera. Hlíf og Heiðrún ætla að deila hugmyndum sem þarna komu fram með Finu á netinu.

**Hólmkell sendir fréttir af stöðu Next Library í gegnum netið.**

**Björg Ágústsdóttir frá Alta stjórnar vinnufundi um ný viðfangsefni og tækifæri almenningsbókasafna í nútíma safmfélagi.**

Skýrsla berst síðar.

Fundi lauk um 16:20.