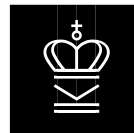




Anbefalinger ved digital formidling i KUBIS

1. INDLEDNING.....	2
2. ANBEFALINGER.....	2
3. KOMMUNIKATION OVER FOR/MED BRUGEREN:.....	3
3.1. UDFORDRINGERNE VED DOBBELTBRANDING.....	5
3.2. ANBEFALING	5
4. ANSVARSPOSTER, PROJEKTGRUPPER, UDVALG OG KOORDINATORER.....	6
4.1. ANSVARSPOSTER	6
4.2. PROJEKTGRUPPER OG UDVALG.....	6
4.3. ANBEFALING	7
5. SKRIFTLIG KONTAKT MED BRUGERNE.....	7
5.1. FRA BRUGERNE TIL KUBIS	7
5.1.1. Chat med biblioteket	7
5.2. FRA KUBIS TIL BRUGERNE	7
5.3. ANBEFALING	8
6. PROJEKTOPSTART OG BRUGERFORMIDLING.....	8
6.1. ANBEFALING	8
ANDRE AKTIVITETER.....	8
7. BILAG.....	8
CMS	9
<i>Bemærkning</i>	9
<i>Anbefaling</i>	9
<i>Bemærkning</i>	9
REX.....	9
DISKURS.....	10
<i>Bemærkning</i>	10
DATAVERSE	10
<i>Bemærkning</i>	10
CURIS	10
ABSALON.KU.DK.....	10
KUNET.DK.....	10



LEKTIER ONLINE	10
ANDRE:.....	10
SOCIALE MEDIER:.....	10
LIBGUIDES:	11

1. Indledning

På opfordring fra Universitetsbibliotekaren, Michael Cotta-Schønberg, har jeg lavet en redegørelse for den digitale, brugerrettede formidling, der finder sted ved KUBIS. Denne rapport tager altså udgangspunkt i den eksterne, digitale kommunikation, der finder sted op imod kernebrugerne af KUBIS.¹

Det er vigtigt for mig at påpege at KUBIS er tilstede på mange forskellige platforme, såvel interne som eksterne, hvorfor kortlægningen i denne rapport i høj grad påpeger de tendenser, der er i formidlingen i KUBIS frem for udtømmende i forhold til de enkelte sider.

Jeg har indledningsvist taget udgangspunkt i kommunikationsstrategien for KUBIS, for at støtte op om missionen og visionen om "UNIVERSITETET I CENTRUM", hvor "Et vigtigt led i at opnå de mål er gennemførelsen af en målrettet og forbedret kommunikation mellem bibliotek og universitetets mange brugere." Der står endvidere: "Københavns Universitetsbibliotek skal via sin elektroniske og trykte kommunikation være synlig for lånerne, dér hvor de er [...]"²

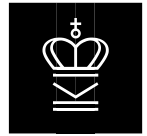
2. anbefalinger

På baggrund af denne rapport, er mine primære anbefalinger at:

- 1) Det prioriteres at man lægger en formidlingsmæssig indsats i at være synlig, der hvor brugerne er, herunder platforme hos eksterne samarbejdspartnere samt sociale medier, hvilket også er i tråd med kommunikationsstrategien. (ad 3)
- 2) At alle nuværende platforme, mails m.m., bliver gennemgået grundigt, med særligt fokus på:
 - Eksistensberettigelse
 - Det kommunikative formål
 - Hvad KUBIS ønsker at signalere og brande sig som som institution
 - Sproglig tone (ad 3).
- 3) At man laver en visuel identitet der læner sig op ad Det Kongelige Bibliotek på de platforme, der knytter sig hertil (ad 3).

¹ Som beskrevet i Kommunikationsstrategi for Københavns Universitetsbibliotek, 2006: Studerende på alle niveauer, forskere, undervisere, institutbiblioteker, ledelse og kommunikationsafdeling, relevante medier primært universitetets egne informationskanaler samt KU's samarbejdspartnere, fx politikere og ministerier.

² Kommunikationsstrategi for Københavns Universitetsbibliotek, 2006



- 4) At man fremadrettet undgår systemmæssige knopskydninger, men derimod prioritere integration med nuværende systemer (ad 3).
- 5) Det prioriteres at der bliver etableret et tværorganisatorisk udvalg, der skal koordinere og udveksle erfaringer med hinanden for at sikre at den kommunikation, brugeren oplever, sker med en samlet stemme (ad 4).
- 6) At man overvejer hvorledes man kan udnytte fx e-mails, der i forvejen bliver sendt til brugeren, til at profilere andre KUBIS-projekter og ressourcer (ad. 5.).
- 7) At man fremadrettet sikre den brugerrettede formidling ved at oprette et særskilt felt i projektskabelonen (ad 6).

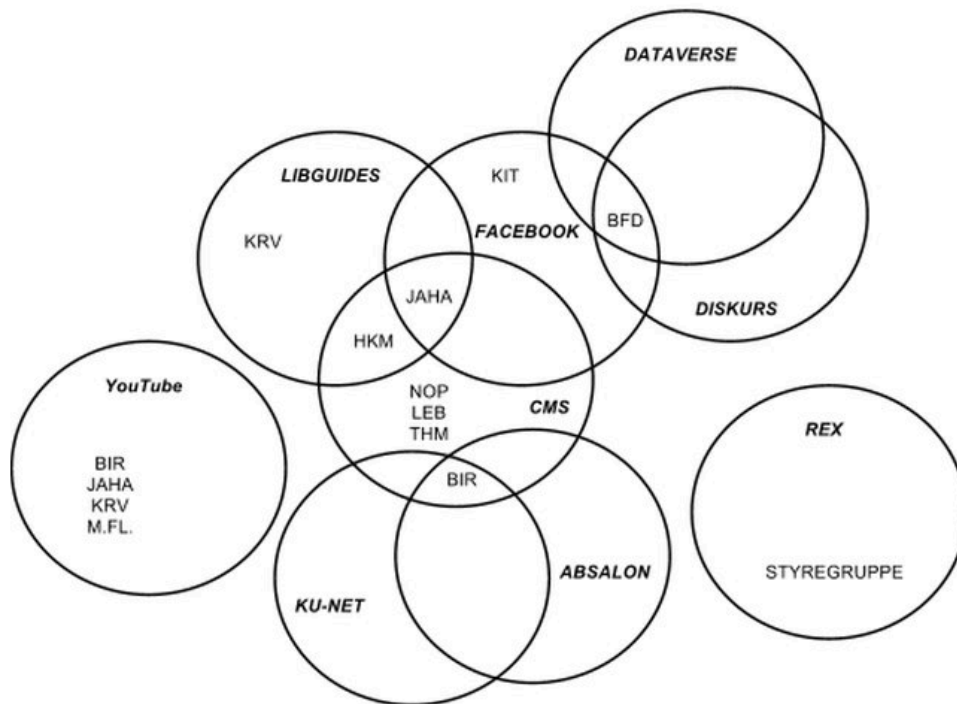
3. Kommunikation over for/med brugeren:

Kortlægning af den digitale formidling, der hører ind under KUBIS, er omfattende da der opereres på mange platforme af mange personer.

Dette afspejler ikke som udgangspunkt en kaotisk situation for brugeren, men kan derimod anskues som en god forståelse fra KUBIS' side om at være tilstede netop der, hvor brugeren befinder sig, hvilket er at foretrække frem for en tankegang om en samlet kommunikation, hvor brugeren enten a) tvinges ind på sider, denne normalt ikke befinder sig på eller b) helt misser det, vi ønsker at formidle til dem.

Dog skal det bemærkes at der ligger en stor udfordring i denne meget decentraliserede kommunikation i og med denne ikke er siloopdelt, men derimod har mange fælles berøringsflader. Når kommunikationen er delt mellem mange forskellige platforme, der hver har sin ankerperson, kan der – så at sige – nogle gange være lidt for mange kokke om fadet. Desuden kan det til tider forekomme redundant, og brugeren kan blive i tvivl om hvorvidt det nu er det rigtige sted, at blive opdateret på nyheder mm. Desuden ligger der en udfordring i at KUBIS fysisk er fordelt på mange forskellige lokationer, hvorfor den naturlige daglige snak og koordinering ikke altid finder sted.

Med udgangspunkt i systemer og platforme har jeg på næste side har jeg forsøgt at lave en visuel illustration af, hvorledes formidling i KUBIS finder sted.



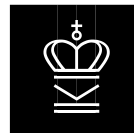
Som tidligere nævnt er KUBIS til stede på mange platforme. Jeg vil i nærværende rapport ikke gå i dybden med de enkelte sider, men blot nævne at KUBIS, som illustreret ovenfor henvender sig til brugeren på:

1. kb.dk
2. kubis.ku.dk
3. kb.dk/da/kub (med diverse undersider til SAMF, HUM & NAT/SUND)
4. LibGuides
5. Dataverse
6. DISKURS
7. (CURIS)
8. ABSALON

9. E-mails
10. Facebook
11. Twitter

12. REX
13. YouTube
14. KU-NET

Man kan kategorisere nr. 1-8 som pull-medier, hvor brugeren selv skal opsøge dem aktivt, hvorimod nr. 9-11 er push-medier, der sender beskeder ud, og dermed møder brugeren, hvor



denne i forvejen befinder sig.³ Nr. 12-14 er kategoriseret selvstændigt eftersom der både er en specifik platform til søgning, men samtidig er REX-søgefeltet integreret på andre grænseflader, der gør det nemt for brugeren at betjene sig af katalogen. Det samme gælder for YouTube og KU-NET – brugeren kan opsøge, men indholdet kan samtidig indlejres på andre platforme. De kan derfor anskues som såvel push som pull.

3.1. Udfordringerne ved dobbeltbranding

At brande er svært. At dobbeltbrande er dobbelt så svært.

Ifølge den store brugbarhedsundersøgelse af REX fra 2011, viste det sig at brugerne faktisk ikke ved hvad REX er. Pointen her er ikke REX, men derimod de mange forskellige systemer og grænseflader, vi præsenterer over for vores brugere, med en formodning om at de kan holde styr på dem og ved hvor de skal finde deres materiale.

Det er mere end rigeligt at brugeren skal forholde sig til KB, REX og KUBIS. Der er ingen grund til at udfordre yderligere ved at de skal forholde sig til navne som:

- LibGuides
- Dataverse
- DISKURS
- (CURIS)

Desuden er det formidlingsmæssigt problematisk at brugeren ikke har en "samlet indgang til viden", men derimod skal bevæge sig rundt på mange forskellige platforme afhængigt af, hvad formålet er. Konsekvensen af dette bliver at KUBIS ikke bliver tydelig i sin egenbranding og dermed ikke kommer til at drage fordel af at være et stærk varemærke med en klar identitet.

Desuden kommer www.kb.dk til at spille en stadig mindre rolle fordi KUBIS er ude på så mange forskellige platforme, hvorfor det er vigtigt at der bliver samtænkt en strategi og et forum hvor folk mødes.

3.2. Anbefaling

På baggrund af dette anbefaler jeg at:

- 1) Det prioriteres at man lægger en formidlingsmæssig indsats i at være synlig, der hvor brugerne er, herunder platforme hos samarbejdspartnere samt sociale medier. Dette er også i tråd med kommunikationsstrategien, hvor der står: "Københavns Universitetsbibliotek skal via sin elektroniske og trykte kommunikation være synlig for lånerne, dér hvor de er [...]"⁴

³ Dette er naturligvis en teoretisk distinktion eftersom brugeren også skal aktivt opsøge disse medier, men pointen er at vi når dem i et miljø, hvor de i forvejen befinder sig af andre årsager. Forskellen ligger i hvorvidt kunden skal komme til varen (pull) eller varen kommer til kunden (push).

⁴ Kommunikationsstrategi for Københavns Universitetsbibliotek, 2006



- 2) At man fremadrettet undgår systemmæssige knopskydninger, men derimod prioritere integration med nuværende systemer.
- 3) At alle nuværende platforme, mails m.m., bliver gennemgået grundigt, med særligt fokus på:
 - Eksistensberettigelse
 - Det kommunikative formål
 - Hvad KUBIS ønsker at signalere og brande sig som som institution
 - Den sproglig tone
- 4) Man skaber selvforklarende navne og begreber (fx "SPECIALER" frem for "DISKURS").
- 5) Man som minimum skaber en visuel identitet, der knyttes sammen med resten af biblioteket som brugeren kender det. Brugbarhedsundersøgelsen fra efteråret viste at brugeren bliver forvirret over mange forskellige visuelle identiteter og dermed usikker på, hvor denne befinder sig.

4. Ansvarsposter, projektgrupper, udvalg og koordinatore

I KUBIS er der mange forskellige projekter og poster fordelt mellem de respektive ledere/ansvarlige/projektledere. Nedenfor har jeg forsøgt at kortlægge de mest prominente.

4.1. Ansvarsposter

- Udlånschef: BK
- Studenterservice: HKM
- Forskerservice: BFD
- KUnet+Absalon: BIR
- CMS (KU+KB): JAHA
- Primo (IT): KSHA
- Intra: HKM
- E-ressourcer: HKM/CULA/KSHA
- Forskningens døgn: BORA
- (Formidlingskoordinator: DIMB)

4.2. Projektgrupper og udvalg

- Brugbarhedsgruppen (KSHA)
- Forskerservice (BFD)
- Harmoniseringsudvalget (BK)
- Udlånsgruppen (BK)
- KUDOS (?)
- KUBIS-webredaktion (MCS)
- LibGuides (HKM)

Formidlingsmæssigt er det en stor udfordring for KUBIS, at der ikke er nogen overordnet koordinering mellem de forskellige projekter, når det kommer til, hvordan det skal



kommunikeres. På denne måde er der én person, der har ansvaret for formidling af brugerhenvendelser ved indlån, en anden der står for at formidle forskerservice, en tredje studenterservice osv. Dette betyder dels at kommunikationen ikke bliver ensrettet rent sprogligt, hvorfor den hurtigt kommer til at stritte i alt for mange retninger, men også at det er stort set umuligt at lave strategisk kommunikation fordi der ikke er en samlet retning om, hvordan man ønsker KUBIS skal fremstå udadtil.

4.3. Anbefaling

På baggrund af dette anbefaler jeg at det prioriteres at der bliver etableret et tværororganisatorisk udvalg, der skal koordinere og udveksle erfaringer med hinanden for at sikre at den kommunikation, brugeren oplever, sker med en samlet stemme.

5. Skriftlig kontakt med brugerne

En stor del af KUBIS' kontakt med brugerne foregår over e-mails. Lige fra velkomstmil, når de bliver indskrevet på universitetet til hjemkaldelser, når materiale ikke bliver afleveret.

5.1. Fra brugerne til KUBIS

Der er netop blevet truffet en strategisk beslutning om at al brugerhenvendelse skal gå igennem "Spørg Biblioteket".

5.1.1. Chat med biblioteket

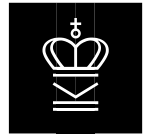
En anden måde, hvor det kunne være oplagt for brugeren at kontakte biblioteket, er en chatfunktion.

Dette kunne implementeres på mange forskellige måder. Den ene er, når en bruger har været x-tid på siden, kan den poppe op og spørge om der er noget man kan hjælpe med. En anden kunne være gennem den side, der skal laves til "Spørg Biblioteket", hvor brugeren kunne vælge denne mulighed i stedet for at skrive en mail, og dermed få hurtigere svar på sit problem.

Uanset hvilken mulighed man vælger, er det af afgørende betydning for succes, at chatten er tilgængelig i tidspunkter, hvor brugeren normalt ikke befinder sig på biblioteket.

5.2. Fra KUBIS til brugerne

Der er på nuværende tidspunkt nedsat en arbejdsgruppe bestående af BK & DIMB, der gennemgår alle e-mails, der sendes til brugerne.



5.3. anbefaling

Ud over den gennemgang, der er planlagt, bør det også overvejes hvordan man kan profilere forskellige tilbud i disse mails. Det er oplagt at bruge noget af den plads, der er i mailen til profilering af informationsspecialister, e-ressourcer mm.

6. Projektstart og brugerformidling

Det er vigtigt at formidling og kommunikation bliver tænkt ind allerede fra projekternes opstart. Ellers kan man risikere at de dør, fordi folk slipper dem når de er færdige med det egentlige projekt og derfor ikke tænker formidlingen mod brugeren ind som et element, der skal sikre projektets overlevelse.

6.1. anbefaling

På baggrund af dette anbefaler jeg at der sker en systematisering af hvorledes den eksterne formidling bør finde sted. Dette kan fx ske ved at oprettet et særskilt felt i projektskabelonen, hvor dette diskuteres, så formidlingen til brugeren er sikret.

Her kunne man fx sikre sig at folk havde overvejet:

- Vidensdeling med kolleger herunder nyhed på intra
- Formidling af nyheden på eksterne platforme (KU-NET? KU's eksterne website? KB.DK? REX? ECT.)

Andre aktiviteter

Selvom jeg indledningsvist nævnte, at denne rapport er centreret om den eksterne *digitale* kommunikation, vil jeg alligevel pege på vigtigheden af at skabe offline formidlingsaktiviteter.

Uden at skulle komme nærmere ind på hvad det digitale bibliotek indebærer, er det uomtvisteligt at stadig flere brugere bliver selvservicerende og behovet for at komme på biblioteket for at låne bøger er stødt faldende. Derfor er det tvingende nødvendigt for biblioteket at skabe andre (mentale) rum og services som brugeren kan profitere af.

Dette kan blandt andet være aktiviteter med kunst og forskningsformidling på de enkelte lokationer, engagement i Forskningens Døgn, læsesalsaktiviteter, skriveworkshops etc.

7. Bilag

I dette bilag har jeg lavet en oversigt over de platforme, hvor KUBIS er tilstede samt hvem, der er ansvarshavende. Bemærk venligt at denne liste ikke er udtømmende.

I de tilfælde, hvor jeg har valgt at skrive kommentarer i forbindelse med platformen, er dette særligt bemærkelsesværdigt og bør reageres på hurtigst muligt.



CMS

OVERORDNET: <http://kubis.ku.dk/> (JAHA)

HUM: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/hum/index.html> (HKM)

SAMF: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/samf/index.html> (JAHA)

NAT: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/natsund/nat/index.html> (NOP)

SUND: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/natsund/sundhed/index.html> (LEB)

NAT/SUND: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/natsund> (THM)

JURA: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/jura/index.html>

TEOLOGI: <http://www.kb.dk/da/kub/fag/teol/index.html>

Bemærkning

- Det forekommer redundant og forvirrende for brugeren at der dels findes en overordnet NAT/SUND (der repræsenterer Nørre Alle) og dels såvel en NAT som en SUND (der hver især repræsenterer faget). Brugeren kan desuden ikke finde den overordnede side fra NAT/SUND gennem browsning, men kun gennem brødkrummestien.

Det anbefales at der træffes en beslutning om enten kun at have de to fag-sider eller kun have den overordnede side, der knytter sig til Nørre Alle.

- Selvom jura og teologi ikke er en del af KUB, er der links til dem under "FAG" på kb.dk. Set fra en brugerperspektiv er dette problematisk idet de ikke er opdaterede. Brugeren ved ikke at de ikke er en del af KUB, hvorfor de kommer til at fremstå som misligholdt.

Anbefaling

Jeg anbefaler at de slettes fra menustrukturen. Hvis man ønsker at bibeholde dem, anbefales det at brugeren automatisk bliver viderestillet til de fungerende fagsider. Desuden bør man ligeledes oprette links til LIFE og FARMA, da hele Københavns Universitet i så fald skal være repræsenteret.

BIBLIOTEKSDISCIPLINER: <http://www.kb.dk/da/nb/fag/bib/index.html>

DANSK FOLKEMINDESAMLING: <http://www.kb.dk/da/nb/fag/dafos/index.html>

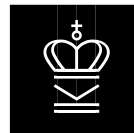
Bemærkning

Det forekommer forvirrende at Biblioteksdiscipliner og Dansk Folkemindesamling står under "FAG". Man får en forventning om at det netop er fag under KU.

REX

(Styregruppe)

www.kb.dk/rex



DISKURS

(BFD)

www.diskurs.kb.dk

Bemærkning

Skin bør visuelt nærme sig kb.dk/KUBIS da dette ikke på nuværende tidspunkt har nogen fælles identitet med resten af familien.

Dataverse

(BFD)

www.data.kb.dk/dvn

Bemærkning

Skin bør visuelt nærme sig kb.dk/KUBIS da dette ikke på nuværende tidspunkt har nogen fælles identitet med resten af familien.

CURIS

Der står mange navne og e-mailadresser på siden (til hvert sit fakultet). Men hvem er ansvarlig for siden?

Absalon.ku.dk

(BIR)

Der arbejdes p.t. med at få back-end adgang til Absalon og en KUBIS blok til formidlingen.

KUnet.dk

(BIR)

Nyheder og uddannelses websteder

Lektier Online

(DIMA & Christina Vega)

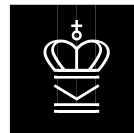
<http://www.kb.dk/da/kub/lektieronline>

ANDRE:

Der linkes til <http://kubis.ku.dk/> fra forsiden af www.ku.dk under "GENVEJE".

Sociale medier:

- www.facebook.com/samfbiblioteket (JAHA)
- <https://www.facebook.com/Humbiblioteket> (KIT)
- <https://www.facebook.com/Forskerservice> (KUBIS infognome) (BFD)
- <http://www.youtube.com/user/KUBISlibrary> (JAHA+MOR)



LibGuides:

(Ansv: HKM, Praktisk gris: JAHA, KRV, NOP. Derudover selvstændige fagreferencer på hver enkelt site)

SAMF

ANTROPOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/antropologi>
AFRIKASTUDIER: <http://libguides.culis.kb.dk/afrikastudier>
POLITOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/politologi>
PSYKOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/psykologi>
SOCIOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/sociologi>
ØKONOMI: <http://libguides.culis.kb.dk/oekonomi>

HUM

OVERSIDE: <http://libguides.culis.kb.dk/cat.php?cid=37553>
ARKÆOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/arkaeologi>
ASIENSTUDIER: <http://libguides.culis.kb.dk/asienstudier>
AUDIOLOGOPÆDI: <http://libguides.culis.kb.dk/audiologopaedi>
BIBLIOGRAFISK SOFTWAREPORTAL: <http://libguides.culis.kb.dk/bibliografisksoftware>
ENGLESK: <http://libguides.culis.kb.dk/engelsk>
ETNOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/etnologi>
FILMVIDENSKAB: <http://libguides.culis.kb.dk/filmvidenskab>
FILOSOFI: <http://libguides.culis.kb.dk/filosofi>
GERMANSK: <http://libguides.culis.kb.dk/germansk>
HISTORIE: <http://libguides.culis.kb.dk/historie>
KLASSISK FILOLOGI: <http://libguides.culis.kb.dk/klassisk>
KULTURSTUDIER: <http://libguides.culis.kb.dk/kulturstudier>
MEDIEVIDENSKAB: <http://libguides.culis.kb.dk/medievidenskab>
MUSIKVIDENSKAB: <http://libguides.culis.kb.dk/musikvidenskab>
NORDISK: <http://libguides.culis.kb.dk/nordisk>
RETORIK: <http://libguides.culis.kb.dk/retorik>
ROMANSK: <http://libguides.culis.kb.dk/romansk>
SLAVISK: <http://libguides.culis.kb.dk/slavisk>
TEATER- OG DANSEVIDENSKAB: <http://libguides.culis.kb.dk/teaterogdans>

JURA

28 stk – Kristoffer Scavenius

NATURVIDENSKAB

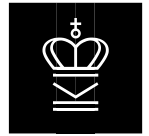
14 stk – Lisbeth Børgesen, Henrik Hornemann, Niels-Ole Prægel, Christian Knudsen, Thomas Hoffmann, Marc Sales, Bertil Dorch og Asger Væring Larsen.

SCIENCE

3 stk – Marc Sales og Christian Knudsen

SOCIAL SCIENCES

5 stk – Erik Schwägermann, Vibeke Ring, Annette Vester, Marc Sales og Sten Barfort



SUNDHEDSVIDENSSKAB

21 stk – Lene Borrits, Melissa Wieser , Susie Andersen, Susanne Lindow og Torben Jørgensen

TVÆRFAGLIGT (under HUM hedder den ”Bibliografisk softwareportal”)

1 stk – Kristoffer Scavenius, Jesper Mørch og Niels-Ole Prægel