

SCHYST BIBLIOTEK



INNEHÅLL

Schyst kommunikation	3
Schyst är ett ständigt pågående arbete	4
Du är en kommunikatör	6
Ett bibliotek för alla	8
Normer begränsar och utesluter	12
Ord och bilder spelar roll	18
Att välja ord som gör skillnad	20
Bilder har ett eget språk	26
Andra visuella uttryck	30
Sociala medier	33
Ett schyst besök på biblioteket	34
Det digitala biblioteket	41
En kulturell mötesplats	45
Ett avstamp för framtiden och ett schyst bibliotek	48
Ord och uttryck	50
Schyst!	51
Läs och lär	51

SCHYST BIBLIOTEK

är producerad av Region Värmland.

Biblioteksutvecklare: Frida Närman

Jämställhetsstrateg: Marianne Nilsson

Texter: Katarina Averås (frilans)

Bilder: Øyvind Lund (frilans)

Illustrationer: Håkan Gidebratt (frilans), ingimage.com

Grafisk form: Lars Falkman (RV), Håkan Gidebratt (frilans)

Tryckt hos Strokirk-Landströms 2019

Pilotbibliotek: Stadsbiblioteket i Karlstad, Grums bibliotek

Intervjuer med Agneta Tynander, Brottsförebyggande Centrum i Värmland (BFCIV). Asad Budha, projektledare Little History.

Barbro Boomsma, ombudsman Funktionsrätt Värmland.

Ola Stinnerbom, samisk scenkonstnär och konstthantverkare.

Schyst bibliotek finns också
att läsa och beställa på **schyst.se**

SCHYST ÄR ETT STÄNDIGT PÅGÅENDE ARBETE

I Schyst bibliotek varvas textavsnitt med schysta tips, diskussionsförslag och övningar att göra tillsammans på arbetsplatsen, förslagsvis under ett halvår.

Materialet är utformat med tanken att ni läser och arbetar med innehållet i kronologisk ordning. Vår önskan är att det ska ge inspiration och insikter som bidrar till schyst kommunikation.

BESTÄM ER!

Börja med att göra en egen plan för hur ni ska arbeta med Schyst bibliotek. Det är viktigt att avsätta tid för egen inläsning, gemensamma arbetsträffar och uppgifter att göra mellan arbetsträffarna.

Schyst bibliotek är en långsiktig satsning som ni gör tillsammans!

FÖRBEREDELSE

Flera av övningarna handlar om att granska, om att skapa medvetenhet och att utveckla bibliotekets kommunikation i olika kanaler. Det är därför en bra idé att redan från start samla ihop allt möjligt eget

informations- och marknadsföringsmaterial från de senaste åren.

Till exempel:

- Inlägg i sociala medier
 - Innehåll på webbplatsen
 - Annonser
 - Information om bibliotekets verksamhet
 - Evenemangskalendrar
 - Aktivitetsinbjudningar
 - Trycksaker och affischer
 - Bloggar
- ...och säkert en hel del annat!

SPANÅ UTANFÖR BIBLIOTEKET

Att jobba med Schyst bibliotek och bli mer medveten om hur stor betydelse ord- och bildval har för hur kommunikation upplevs, gör det enklare att lägga märke till både goda och avskräckande exempel.

DU ÄR EN KOMMUNIKATÖR

Din formella yrkestitel säger kanske något helt annat, men så snart du gör ett inlägg i sociala medier, uppdaterar tipslistan på webben, mejlar, träffar besökare, svarar i telefon, syns som pop up-bibliotek eller bjuder in till en aktivitet är du i praktiken kommunikatör.

Du och dina kollegor är viktiga för att alla människor ska uppleva att de är välkomna i det offentliga rum som biblioteket utgör. Genom att bli mer medvetna om ert sätt att kommunicera kan ni gemensamt bidra till ett schyst samhälle.

Kommunikation och bemötande hänger ihop. Allt vi gör kommunicerar och till vår hjälp har vi olika verktyg såsom ord, bilder, illustrationer, symboler, ljud, kroppshållning, blickar, ansiktsuttryck och konkreta handlingar.

Kommunikation sker också indirekt. Hur olika medier kategoriseras och placeras på biblioteket sänder viktiga signaler till besökarna, liksom hur ni kommunicerar i sociala medier, vilka medier som lyfts fram och vilka evenemang ni deltar i eller bjuder in till.

ETT BIBLIOTEK FÖR ALLA



Det finns människor som direkt gillar, känner sig trygga och trivs på biblioteket. Personer som lätt hittar rätt till det utbud av medier, tjänster och aktiviteter de har behov av och uppskattar. De använder

regelbundet biblioteket och tvekar inte att ta kontakt med personalen. Det finns också människor som idag inte använder biblioteket. De lånar inte medier och deltar inte i de aktiviteter som står på programmet.



Alla är kanske inte intresserade. Men bland dem finns också personer som, trots ett intresse, inte känner att biblioteket är till för dem. Kanske är de obekväma i bibliotekets miljö eller upplever

att verksamheten inte är öppen för just dem. Genom att kommunicera schyst kan biblioteket nå fler.

Jobba tillsammans!

Egen reflektion och observation

Vilka är de vanligaste besökarna på ert bibliotek? Tänk på personer som återkommer regelbundet, som hittar i lokalerna och som tar kontakt med personal eller med andra besökare.

Gör egna observationer under en begränsad tidsperiod (två timmar, en arbetsdag, en vecka). Ha papper och penna till hands för att notera vad du ser och hör.

Observera vilka besökare som kommer till biblioteket, hur de rör sig i lokalerna, vem frågar om hjälp, vem hittar det hen söker, vem behöver leta. Och så vidare.

Tillsammans på arbetsträffen

Ta fram papper och pennor. Gå ihop i mindre grupper. Skissa de typ personer som ni har observerat.

Prata om

- Vad kännetecknar de människor ni vanligtvis möter på biblioteket?
- Vad har de gemensamt?
- Vad kan det vara som gör att just dessa personer känner sig välkomna, trygga och inkluderade på biblioteket?

Låt samtalet fortsätta

- Finns det människor som inte rör sig lika naturligt eller som inte hittar i lokalerna? Vad kännetecknar dem? Kan ni se/förstå varför de känner sig mindre bekväma på biblioteket?

Vänd på frågeställningen

- Finns det människor som ni inte alls möter på biblioteket? Prata om vilka dessa är. Kan det finnas normer, fördomar och föreställningar som gör att någon inte känner sig välkommen, utan känner sig otrygg eller exkluderad?

Anteckningar



NORMER BEGRÄNSAR OCH UTESLUTER

Liksom i samhället i stort finns det normer och föreställningar om bibliotek. Här är fyra exempel – kanske kan du själv komma på fler?

Medarbetare på bibliotek är ofta intresserade av litteratur och bekväma med information som förmedlas i skrift. Det gör att text är det dominerande uttrycket när biblioteket kommunicerar. På biblioteket råder en **textnorm** vilken kan bidra till att människor som har svårt att ta till sig information i skriven form inte känner att biblioteket finns till för dem.

Trots att all världens språk ryms på biblioteket är svenska språket centralt. Skyltning, aktiviteter, tips i sociala medier och annan kommunikation sker på svenska. På biblioteket råder en **enspråksnorm**.

På biblioteket finns böcker och andra medier uppställda enligt ett system som inte går att förstå för den som inte är utbildad i hur det är uppbyggt. Det finns en **klassificeringsnorm**. Människor som inte har yrkeskunskapen kan inte förväntas känna till de system som används för placering.

Tysthetsnormen är också stark, framför allt hos besökarna. Vuxna hyschar reflexmässigt på barnen som pratar, skojar och skrattar. Det kan finnas personer som undviker att komma till biblioteket eftersom de vet att det kan bli svårt för barnen att vara tysta.



”

*Föreställ dig att mat-
varor placerades efter
sina artikelnummer och
att du som kund förvän-
tades känna till dem
för att hitta rätt.*

SCHYSTA TIPS!

- Bryt textnormen och komplettera bibliotekets kommunikation med fler uttryck, till exempel illustrationer, bilder och film.
- Blanda medier på olika språk och i olika format på temahyllor, tipslistor, nyhetstips med mera. Var tydlig med att en bok finns att få även som e-bok, talbok, lättläst, fler språk och så vidare.
- Jobba för att öka kunskapen om vilka tillgängliga medier som finns och erbjuds via biblioteket.
- Erbjud provlyssning av ljudböcker och visa hur ljudboksappen fungerar.
- Uppmuntra flerspråkighet. Ordna en cirkel där ni läser på flera olika språk, men diskuterar tillsammans på svenska.
- Anordna podd- eller filmcirklar för att uppmuntra fler uttryckssätt och olika former av berättande.
- Exponera fler språk än svenska. Biblioteket har ett särskilt ansvar att skydda och främja Sveriges fem nationella minoritetsspråk och teckenspråket. Synliggör dessa.
- Prova att placera och presentera medier efter system som är anpassade efter besökarnas kunskaper och behov. Det ska vara lätt för alla att hitta rätt på biblioteket, inte bara för personalen.
- Begränsa de delar av lokalerna där det måste vara helt tyst och sprid information om att det är tillåtet att prata, diskutera och låta även på biblioteket.

ÖVNING

Jobba tillsammans!

Prata om

- Kan ni igen de normer vi ger exempel på här – textnormen, enspråksnormen, klassificeringsnormen och tysthetsnormen?
- Finns det fler normer som kan upplevas begränsande eller utesluter vissa människor från biblioteket? Hur tar de sig uttryck?
- Vilka konsekvenser får de normer ni upplever finns på ert bibliotek?
- Vad skulle ni kunna göra för att bryta dessa normer?



Anteckningar

Jobba tillsammans!

Fundera på frågorna nedan enskilt, för att därefter tillsammans prata om era tankar och reflektioner kring Schyst kommunikation.

Jämställdhet

- Vad betyder jämställdhet för dig? Vad innebär jämställdhet för er på biblioteket? Varför är det viktigt? Hur märks det att ni jobbar aktivt för jämställdhet? Vad kan ni göra för att utveckla ert jämställdhetsarbete?

Jämlikhet

- Vad betyder jämlikhet för dig? Vad innebär jämlikhet för er på biblioteket? Varför är det viktigt? Hur märks det att ni jobbar aktivt för jämlikhet? Vad kan ni göra för att utveckla detta arbete?

Mångfald

- Vad betyder mångfald för dig? Vad innebär mångfald för er på biblioteket? Varför är det viktigt? Hur speglas samhällets mångfald på ert bibliotek? Hur ser representationen ut i personalgruppen?

Jämställdhet

Innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter i livet. I Sverige är jämställdhet ett politiskt mål och betyder att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv. Jämställdhet handlar endast om förhållanden som rör kvinnor och män.

Jämlikhet

Alla människor har lika värde och samma rättigheter oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.

Mångfald

Handlar om att skapa verksamheter och organisationer med ett öppet och tillåtande klimat. Varje persons individuella förutsättningar och kompetens tas tillvara – det är bra att vi är olika.

Normer

Uttalade regler som anses självklara av majoriteten inom en grupp. Det som avviker från normen ifrågasätts oftare än normen själv.

Normkritiskt perspektiv

Innebär att ifrågasätta själva normen (och inte det som avviker) och de maktstrukturer som den omges av. Att synliggöra normen och aktivt jobba för en förändring skapar en mer inkluderande miljö.

ORD OCH BILDER SPELAR ROLL

Vi reflekterar sällan över exakta ordval och uttryck. Omedvetet kan det hända att vi förstärker normer och fördomar, utan att mena något illa.

Samhället består av en mångfald av människor.
Alla ska kunna känna sig sedda, inkluderade och representerade i samhället.

- Det spelar roll **vad** som sägs och visas.
- Det har betydelse **att** det sägs och visas.
- Det är viktigt **hur** det sägs och visas.

Det har också betydelse vad som **inte** sägs och vad som **inte** visas.

Som användare av bibliotekets tjänster är det viktigt att känna igen sig själv och kunna tänka "det där skulle kunna vara jag".
Den mångfald som präglar samhället ska även synas i bibliotekets kommunikation.

Det är vi människor som formar normerna vilket gör att vi också har makten att förändra dem. Ett talesätt som är värt att ta till sig:
"Om vi gör som vi alltid har gjort, kan vi aldrig förvänta oss en förändring".

ATT VÄLJA ORD SOM GÖR SKILLNAD

Det går att välja inkluderande uttryck och undvika dem som generaliserar, utesluter och förstärker normer. Det som krävs är att vi blir medvetna om våra ordval och vilka signaler användningen av ett visst ord sänder.

Vi behöver fundera över hur vi använder värdeladdade och könsspecifika ord. Exempel på värdeladdade ord är stark, gullig, pondus, muskulös, söt, brutal, vek, svag, klen, dålig, kass, mäktig. Omedvetet använder vi vissa ord mer när vi pratar om kvinnor och andra när vi pratar om män.

Det finns också sammansatta ord som förstärker uppfattningen att det skulle vara skillnad på mäns och kvinnors intressen och kompetens, till exempel tjejfilmer, grabbgång, kvinnlig företagare, herrmiddag, tjejkväll, deckardrottning, chic-lit.

På biblioteket delas medier ofta in i olika kategorier, vilket är ett sätt att systematiskt välja och välja bort det som ska finnas i en viss kategori. Då är det extra viktigt att fundera över de val som görs och att vara medveten om att olika människor tolkar kategorier olika. Det som är äventyr för någon kan vara kärlek för en annan och fantasy för en tredje.

*kärleksbok?
äventyrsbok?*

*hästbok?
tjejbok?*





LÄS- UTMANINGEN

Delta i bibliotekets stora läsutmaning.
Hur många böcker kan du läsa i sommar?



Vad som är en utmaning är högst personligt, ändå arrangerar många bibliotek läsutmaningar i olika former. Hur kan dessa aktiviteter inkludera fler än dem som redan är störläsare eller som läser på andra sätt än genom tryckt text?

SCHYSTA TIPS!

- Undvik att generalisera och ta saker för givna – då minimeras risken att personer som bryter mot normen inte känner sig sedda eller välkomna.
- Använd ett enkelt språk med lättlästa meningar. Undvik liknelser, ironi och svåra ord. Då är det fler som förstår och kan ta till sig informationen.
- Det finns bibliotek som låter besökarna avgöra var medier ska placeras. Biblio Tøyen, Oslos bibliotek för 10-15-åringar är ett exempel. Där ställer ungdomarna själva upp sina återlämnade böcker i den kategori de tycker passar bäst. Är det ett arbetssätt ni skulle vilja inspireras av?
- Var försiktig med att använda fackord som kanske är vanliga internt mellan kollegor på biblioteket men ovanliga för personer utanför verksamheten. Att inte förstå kan få människor att känna sig obekväma och utanför.
- Använd alternativa ord och uttryck där det behövs för att kommunicera schyst – säg till exempel vuxna/vårdnadshavare istället för förälder, böcker på många språk istället för böcker på främmande språk, svensk grammatik eller lär dig svenska istället för svenska för invandrare. Kan du komma på fler exempel?

ÖVNING

Jobba tillsammans!

För att upptäcka fällor, kan en bra metod vara att göra tvärtom.

Hämta en bok eller film som alla i gruppen känner till. Dramatisera ett boksamtal/filmsamtal genom att använda så stereotypa uttryck och ord som möjligt.

Prata om

- Hur kändes det att skruva samtalet på det här sättet?

Gör tvärtom

- Upprepa samtalet, men gör det nu utan att låta normer och fördomar präglade hur ni uttrycker er.



©Bok-Makaren AB

Anteckningar

”Låntagare?”



”Besökare?”



”Användare?”



Kund?”



ÖVNING

Jobba tillsammans!

Idag använder människor biblioteket av många olika anledningar. De är inte bara låntagare. De deltar i aktiviteter, studerar, använder datorerna, söker information, träffar vänner och personer med liknande intressen. Antalet e-tjänster ökar vilket gör att den som vill, inte ens behöver lämna hemmet för att ta del av det som är biblioteket.

Av gammal vana används ofta benämningen låntagare, trots att långt ifrån alla som använder bibliotekets tjänster lånar med sig något. Därför kan det vara klokt att fundera över ordvalet.

Prata om

- Vad kallar ni människor som på olika sätt och i alla möjliga kanaler använder bibliotekets tjänster eller deltar i aktiviteter?
 - I texter på webbplatsen, i appar eller i tryckt informationsmaterial?
 - När ni internt planerar, skriver dokument och diskuterar?
 - När ni tilltalar dem i möten?
- Lista orden ni använder eller vill använda.
- Prata igenom alla ord på listan och markera dem med plus och minus (+/ -).
- Avsluta genom att ringa in de ord ni gillar bäst – de ord som inkluderar så många som möjligt samt känns både naturliga och välkomnande.

BILDER HAR ETT EGET SPRÅK

Visst kan en bild säga mer än (tusen) ord. Den skickar blixtnabbt sitt budskap till mottagaren som reagerar utan att tänka efter. Vi ser det vi ser. Dessutom bidrar våra egna uppfattningar och erfarenheter till vad vi tolkar in i bilden.

- Tänk efter vad eller vem som visas i bild och varför.
- Tänk efter vad eller vem som inte visas och varför.
- Tänk efter vad ni vill berätta med bilden.

Vad vi känner och drar för slutsatser beror på många saker:

- Motiv
- Personernas uttryck och samspel
- Beskrivning och storlek
- Samverkan med rubrik och text

SCHYSTA TIPS!

- Agera medvetet i varje steg.
 1. När bilderna tas
 2. När bilderna väljs ut
 3. När bilderna publiceras

- Kanske har ni sparat arkivbilder som återanvänds i olika sammanhang. Ta för vana att regelbundet gå igenom dessa bilder. Kasta bort dem som känns omoderna och komplettera med nya schysta bilder.
- Ställ krav på schysta bilder om det är någon annan som ansvarar för er bildbank (till exempel kommunens kommunikationsavdelning).
- Det är viktigt att få känna igen sig själv på bild i bibliotekets informationsmaterial. De som inte är representerade, upplever troligen inte heller att biblioteket är till för dem. Tänk mångfald!
- Tänk på att perspektivet i bilden påverkar hur innehållet uppfattas. En person som fotograferas uppifrån kan upplevas som förminskad. Tas bilden underifrån signaleras istället makt och överlägsenhet.
- Det är vanligare att män på bild är aktiva (till exempel håller på med en arbetsuppgift, diskuterar och debatterar, är klädda i relevanta arbetskläder) än att kvinnor är det. De är istället passiva och kanske inte ens fotograferade i sin professionella miljö.

Jobba tillsammans!

Omslag till tidningar och magasin är ofta utformade enligt stereotypa föreställningar om vad en tänkt målgrupp attraheras av. Därför är tidsskriftshyllan ett bra ställe att gå till för att träna förmågan att upptäcka och genomskåda rådande normer.

Gör så här

Samla arbetsgruppen vid bibliotekets tidskriftshylla – alternativt samla ihop ett antal magasin inom olika intresseområden med personer på omslaget. Fördela dem mellan er och analysera först omslaget enskilt med hjälp av följande frågor:

- Vem tror du är målgrupp för magasinet?
- Vad säger personens/personernas kroppsspråk?
- Vad säger personens/personernas blick?
- Säger bilderna något om genus, det vill säga om förväntningar, föreställningar och fördomar om kvinnor och män?
- Varför tror du att redaktionen valt att fotografera personerna på detta sätt?
- Påverkar val av typsnitt, rubriker och färgsättning din upplevelse?
- På vilket sätt är rubriker och annan text anpassad till en tänkt målgrupp?

Prata om

- Presentera omslag och era tankar för varandra.
- Tänk tvärtom! Vad händer med budskap och innehåll om ni låter kvinnor och män byta plats på omslagen?

ANDRA VISUELLA UTTRYCK

Färger, typsnitt, layout och symboler är exempel på andra uttryck som sänder budskap och kommunicerar värderingar.

En del färger är laddade med budskap, på grund av normer eller för att fylla en viss funktion. Blått för pojkar och rosa för flickor är ett klassiskt exempel. Rött kan signalera fara men också att något är upptaget. Grönt associerar vi ofta till något miljövänligt, klimatsmart och hållbart.

Fler än vi tror är mer eller mindre färgblinda. Då är det svårt att se kontraster och färgerna flyter ihop. Den vanligaste typen är röd-grön färgblindhet. Det finns även gul-blå färgblindhet.

Att ta hjälp av illustrationer och film kan också vara ett sätt att nå fler och bryta den norm som får bibliotek att kommunicera i skrift.

SCHYSTA TIPS!

- Bokstäver får sin karaktär genom val av typsnitt. Har du till exempel tänkt på att ett mjukt typsnitt ofta används när budskapet riktar sig till kvinnor och ett kraftigt typsnitt när budskapet riktar sig till män?
- Valet av typsnitt kan också underlätta läsningen. Det är viktigt för att säkerställa att även personer som ser dåligt, har svårt att läsa eller inte har svenska som modersmål förstår budskapet.
- Att göra en film kräver inte mer än en smart telefon och är ett bra sätt att komplettera information i skrift. Lägg till en berättarröst och textning så når ni dessutom personer som inte ser eller hör så bra.



” *Syntolkning: solnedgång över bostadsområde.
Vatten i förgrunden och hus i bakgrunden.*

ETT SCHYST BESÖK PÅ BIBLIOTEKET

Rum designas olika beroende på hur besökare bör röra sig eller för att synliggöra utvalda delar av ett utbud. Det finns varuhus som leder in kunderna på en bana genom butiken för att de inte ska missa något. Livsmedelsbutiker placerar mejerivaror längst in i lokalerna eftersom alla kunder då automatiskt exponeras för butiksreklam, erbjudanden och frestelser.

SCHYSTA TIPS!

- Så snart du namnger en kategori – tänk på att göra olika medier synliga.
- Blanda medier på flera språk i nyhetsskyltningen.
- Skylta inte bara i text utan dra även nytta av symboler och illustrationer.
- Marknadsför och informera om bibliotekets digitala tjänster.
- Träna på hur den tekniska utrustning som finns på biblioteket fungerar så att du kan visa den som behöver hjälp för att till exempel lyssna på taltidningar, ladda ned e-böcker, e-ljudböcker och talböcker.

Om biblioteket designades efter samma tankesätt skulle avdelningen för skönlitteratur på svenska kunna placeras längst in i lokalerna. Då blir det lättare för alla att hitta till hyllor med andra medier än böcker, att exponera de nationella minoritetsspråken, låta medier på många språk synas bättre och lyfta fram tillgängliga medier.

- Involvera funktionsrättsföreningarnas representanter* för att granska och utveckla bibliotekets verksamhet, tillgänglighet och bemötande. Här finns personer som är experter på behov som kan vara svåra att ha koll på. De ger gärna både tips och rekommendationer som är värdefulla för att biblioteket ska kunna leva upp till uppdraget att vara till för alla.
- Tala till den person som behöver hjälp – inte till tolk, personlig assistent, ledsagare eller annat sällskap.

* Funktionsrätt Värmland består av ett stort antal funktionsrättsföreningar som slutit sig samman. Visionen är ett samhälle för alla.

ÖVNING

Jobba tillsammans!

Den här övningen handlar om att titta närmare på kommunikationen i biblioteksrummet. Övningen kan göras mellan två arbetsträffar för att sedan följas upp nästa gång ni jobbar tillsammans.

Gör så här

Använd mobilkameran för att dokumentera hur ni kommunicerar i ord, bilder eller på andra sätt med personer som besöker biblioteket.

- Hur är det skyltat utanför entrén?
- Vad är det första som möter besökarna?
- Hur och var finns information om var man kan få hjälp?
- Hur är det skyltat för att alla ska kunna hitta till rätt avdelning eller aktivitet?
- På vilket sätt marknadsförs och visas tillgängliga medier?



ÖVNING

Jobba tillsammans!

Den här övningen fördjupar analysen av kommunikation i biblioteksrummet och fokuserar på placering och exponering av medier. Övningen kan göras mellan två arbetsträffar för att sedan följas upp nästa gång ni jobbar tillsammans.

Gör så här

Använd mobilkameran för att dokumentera hur olika medier skyltas och presenteras – rekommendationer, tips, temahyllor, kategorisering och egna system för sortering/gruppering av medier. Försök att fånga hur ert eget bibliotek har valt att inreda med olika avdelningar.

Kom överens om en sista dag för att mejla bilderna till en kollega som samlar ihop, sorterar och ansvarar för att presentera bilderna nästa gång ni ses.

På nästa arbetsträff

Titta på bilderna tillsammans och prata om:

- Vad är ert helhetsintryck av denna typ av kommunikation på biblioteket?
- På vilket sätt kan de nya tankar som ni har fått genom Schyst bibliotek bidra till att utveckla innehållet i medietips, rekommendationer och temahyllor?
- Kan ert bibliotek inredas på ett schystare sätt?



DET DIGITALA BIBLIOTEKET

Det är viktigt att lätt hitta rätt inne på biblioteket. Lika viktigt är det att webbplatsen är användarvänlig och lättnavigerad. En länk till hjälp ska vara väl synlig.

Allt fler upptäcker hur bekvämt, snabbt och enkelt det är att gå till biblioteket via internet. Det är öppet dygnet runt och tillgängligt inte bara från hemdatoren utan var vi än är med en smart telefon eller surfplatta. Det finns appar både för att läsa och lyssna på e-medier.

Det digitala biblioteket är på så sätt både en mötesplats som erbjuder smarta funktioner och en kommunikationskanal för hela bibliotekets verksamhet och utbud. Tänk på att det ska vara lätt att hitta till information och e-tjänster som man som webbesökare kanske inte ens vet finns.

På webbriktlinjer.se finns information om lagar och regler runt webb och digitala miljöer.

Jobba tillsammans!

Den här övningen syftar till att granska kommunikationen på bibliotekets webbplats. Övningen kan göras mellan två arbetsträffar för att sedan följas upp nästa gång ni jobbar tillsammans.

Gör så här

Surfa runt på er webbplats. Gör skärmdumpar som visar både bra och mindre bra exempel med tanke på schyst kommunikation.

Dokumentera vad som visas på startsidan, hur medietips presenteras, hur medier kategoriseras på webben och hur det går att hitta information om specifika tjänster som till exempel Legimus.

På nästa arbetsträff

Titta på skärmdumparna tillsammans och prata om:

- Några bra exempel och några mindre bra. Vad kan förbättras?
- Finns det information på fler språk än svenska?
- Hur används bilder, illustrationer, symboler och film.

- Finns det några exempel där uttryck och innehåll präglas av rådande normer?
- Finns det några exempel där ni medvetet eller omedvetet brutit mot normerna?

Gör ett självtest!

- Testa praktiskt hur användarvänlig webbplatsen är. Skriv ned en fråga eller sökkupdrag till en kollega på en lapp. Kollegan får sedan själv beskriva hur hen hittade svar på frågan och om det var lätt eller svårt. Notera eventuella brister eller svårigheter och åtgärda dem löpande så blir webbplatsen allt bättre med tiden.

Gör en löpande uppföljning

Gå regelbundet igenom tips och inlägg som ni har publicerat på webben och i sociala medier. Hur ser könsfördelningen ut mellan författarna? Visar tipsen en mångfald av människor, kulturer, intressen och språk?

The screenshot shows the website for 'BIBLIOTEK | VÄRMLAND'. The top navigation bar includes links for 'Språk', 'Vanliga frågor', and 'Logga in'. A search bar is prominently displayed with the text 'Sök böcker, filmer, tidningar mm' and a 'Sök' button. Below the search bar are menu items: 'STARTSIDA', 'ÖPPETTIDER OCH KONTAKT', 'E-BÖCKER', 'ATT ANVÄNDA BIBLIOTEKET', 'BARN', 'BOKTIPS', and 'KALENDER'. The main content area features three cards: a large one titled 'Våra favoriter från 2018.' with text about a book survey, a smaller one titled 'Ny på biblioteket - new to the library?' with a subtitle 'Så kommer du igång - a quick start guide.', another titled 'Läs tidningar på nätet och i app' with a subtitle 'Läs dagstidningar på olika språk och ladda ner magasin till din telefon eller surfplatta.', and a third titled 'Tips på böcker för barn och unga' with a subtitle 'Kolla in våra tips på barn- och ungdomstöcker!'.

Ola Stinnerbom, samisk scenkonstnär och konsthantverkare.



EN KULTURELL MÖTESPLATS

De flesta bibliotek erbjuder aktiviteter kopplade till litteratur, film, musik, scenkonst och andra kreativa uttryck. Aktiviteternas karaktär och innehåll är också kommunikation, i den betydelsen att de signalerar bibliotekets vilja att inkludera alla människor och spegla mångfalden i samhället.

SCHYSTA TIPS!

- Planera alltid för att kunna tillgodose alla gruppers behov vid en aktivitet.
- Gör en egen checklista för schyst planering och genomförande av aktiviteter på biblioteket i framtiden nu när ni har era diskussioner, reflektioner och slutsatser kvar i minnet. Tänk schyst både när det gäller programutbudet som helhet och i samband med varje enskild aktivitet. Bra tips och en checklista för tillgängliga möten och konferenser finns på www.mfd.se, Myndigheten för delaktighet.
- Välj och kombinera olika kommunikationskanaler för att nå fler.
- Prova ett medskapande arbetssätt – bjud in människor att forma kommande aktiviteter.
- Istället för att tänka att ”det kommer ju ändå så få”, se till att aktivt bjuda in människor som annars inte kommer till biblioteket.



ÖVNING

Jobba tillsammans!

Gå igenom det kommunikationsmaterial som tagits fram i syfte att genomföra aktiviteter på biblioteket under en viss period, förslagsvis under ett kalenderhalvår.

Tänk på alla olika kommunikationskanaler (anslag på biblioteket, på webbplatsen, i sociala medier, annonser, länkar från kommunens och andras webbplatser, pressinformation med flera).

Prata om

Med utgångspunkt i schyst kommunikation:

- Om ni ser till helheten – hur schyst är då programverksamheten?
- Välj ut några bra exempel och några mindre bra. Vad gör ni bra? Vad kan förbättras?
- Finns det några exempel där uttryck och innehåll präglas av rådande normer?
- Finns det några exempel där ni medvetet eller omedvetet brutit mot normerna?

ETT AVSTAMP FÖR FRAMTIDEN OCH ETT SCHYST BIBLIOTEK

Schyst bibliotek är ett omfattande material som innehåller många övningar och förslag till diskussioner. Genom att använda det tillsammans i arbetsgruppen gör ni ett gemensamt utvecklingsarbete som kommer att göra skillnad.

SCHYSTA TIPS!

Här listas ett antal schysta tips från de två bibliotek som deltagit i pilotprojektet Schyst bibliotek under våren 2018.

- Prata regelbundet i personalgruppen om schyst kommunikation. Annars är det lätt att falla tillbaka i gamla mönster.
- Repetera innehållet och gör regelbundet vissa övningar igen.
- Bestäm hur ofta en granskning av den egna kommunikationen med tanke på Schyst bibliotek ska genomföras.
- Gå igenom Schyst bibliotek och hur ni vill jobba med schyst kommunikation med alla nya medarbetare.
- Låt Schyst kommunikation bli en naturlig del av arbetet.
- Fortsätt att spana efter bra och mindre bra exempel på schyst kommunikation i andra sammanhang och medier.
- Hjälp varandra!

ORD OCH UTTRYCK

Bibliotekens prioriterade grupper

Biblioteken ska ägna särskild uppmärksamhet åt barn och unga samt de prioriterade grupperna som är:

- Personer med funktionsnedsättning
- De nationella minoriteterna
- Personer som har annat modersmål än svenska.

Genus

Med genus menas de uppfattningar och föreställningar som finns i vårt samhälle om vad som är kvinnligt och manligt. Genus konstrueras hela tiden och skapas utifrån våra värderingar, attityder och erfarenheter. Dessa föreställningar ändrar sig över tid och är beroende av var vi befinner oss.

Kön

Kön är i dagligt tal framförallt ett sätt att kategorisera människor. Kön delar ofta in människor i grupperna män och kvinnor. Kön har flera olika delar som könsidentitet, könsuttryck, biologiskt kön och juridiskt kön. En person kan ha ett biologiskt kön, till exempel man, men inte identifiera sig som en man. Könskategorierna man och kvinna används bland annat för att dela upp statistik och kunna jämföra likheter och skillnader i människors livsvillkor.

Genusperspektiv

Innebär exempelvis att med hjälp av könsuppdelad statistik beskriva vilka konsekvenser beslut och handlingar får för kvinnor respektive män.

Normer

Uttalade regler som anses självklara inom en grupp. Det som avviker från normen ifrågasätts oftare än normen själv.

Normkritiskt perspektiv

Innebär att ifrågasätta själva normen (och inte det som avviker) och de maktstrukturer som den omges av. Att synliggöra normen och aktivt jobba för en förändring skapar en mer inkluderande miljö.

Intersektionellt perspektiv

Kan hjälpa till att synliggöra hur olika maktordningar samspelar. Ordet intersektionalitet kommer från engelska intersection, som kan betyda vägkorsning eller skärning. Det används för att beteckna hur olika maktordningar och diskrimineringsgrunder påverkar och ibland förstärker varandra.

Jämställdhet

Innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter i livet. I Sverige är jämställdhet ett politiskt mål och betyder

att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv.

Jämlikhet

Alla människor har lika värde och samma rättigheter oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.

Mångfald

Varje persons individuella förutsättningar, erfarenheter och kompetens tas tillvara. Mångfald är en följd av ett öppet och tillåtande klimat och bemötande.

Hen

Hen används främst på två sätt – som alternativ till hon, han, vederbörande eller den när könstillhörigheten är okänd eller oviktig, samt för att omtala personer som inte vill kategoriseras som varken man eller kvinna.

LITE KURIOSA PÅ SLUTET

SCHYST!

Schyst betyder rättvis, bra, hygglig, ärlig, reko och snäll. Ordet kan se ut på väldigt många sätt. Den stavning vi har valt rekommenderas i Svenska Akademiens ordlista – men sjyst, schysst, just och juste är också vanliga.

På www.schyst.se finns mer material i Schyst-familjen från Region Värmland.

Till alla personer som finns på bild i Schyst bibliotek: **Tack för hjälpen!**

LÄS OCH LÄR

Gustafsson, Eva & Westin, Mia. *Rätten till din berättelse. Normkreativa metoder och brytiga böcker för barn och unga*. BTJ förlag. Lund, 2018.

Lagerkvist, Victoria. *Språk, makt och hållbar biblioteksutveckling*. Länsbibliotek Sörmland, 2016.

Läsa för integration. En metodhandbok. En bok för alla. Stockholm, 2018.

Samuelsson, Sofie. *Normkritik, hbtq och folkbibliotek. Ett försök*. Regionbibliotek Stockholm, 2016.

www.lasaforintegration.se | www.minoritet.se | www.funktionsratt.se | www.mfd.se



www.regionvarmland.se | www.schyst.se