

Afrapportering af Læselyst-projekt: Lys t læsning. Albertslund

Læs 3 bøger højt for dine børn eller børnebørn og få en gavebog fra biblioteket.
Ved tilmelding udleveres lys t læsning.

Formål

Projektet var en kampagne, hvis formål var at give familier lyst til at læse højt for deres børn i dagligdagen. Da vi ansøgte om tilskud fra Læselystmidlerne var tanken, at vi med et højt-læsningsarrangement for hele familien og et arrangement, hvor børnebibliotekarerne fortalte om gode højt-læsningsbøger, samt selve kampagnen: læs 3 bøger højt i familien og få en gavebog af biblioteket, ville kunne ansøre flere familier til at læse højt for deres børn eller børnebørn.

Med tilsagn om tilskud på 38.000 kr. fra BS fik vi blod på tanden, og med hjælp fra vores arrangementskonto og tilskud fra vores kulturforvaltning fik vi stablet et langt mere omfattende program på benene.

Fokusgruppen var familier med børn mellem 5-12 år.

Programmet kom til at indeholde:

Torsdag d. 27. september: **Når kun det bedste er godt nok**

Børnebibliotekarerne gav tips til højt-læsning for de 5-12-årige. Arrangementet var henvendt til forældre, bedsteforældre og andre interesserede voksne.

Desværre ikke noget tilløbsstykke. Kun 2 gæstede arrangementet!

Lørdag d. 29. september: **Jeppe Vig Find** – kendt fra børne-tv - læste højt af Kim Fupz Aakeson, og fortalte om, hvorfor han synes at det er vigtigt at læse højt.

Vores ”startskud” blev et kæmpe tilløbsstykke. Omkring 200 børn og voksne troppede op, og rigtig mange blev tilmeldt kampagnen. Flot eksponering i lokalavisen.

Torsdag d. 4. oktober: **Kenneth Bøgh Andersen** fortalte om superhelten og hakkekyllingen Antboy og om Djævelens lærling.

Trods god PR og samarbejde med skolebibliotekarerne dukkede kun 13 op til et ellers supergodt arrangement. Ærgerligt.

Lørdag d. 20. oktober: **Merlin P. Mann – manden bag Taynikma** fortalte om den fantastiske fortælling og om det at skrive bøger.

19 fremmødte fik en god oplevelse.

Lørdag d. 10. november: **Harry Potter-udstilling og - arrangement – mød 4 elever fra Hogwarts**

På dagen for udgivelsen af sidste bind i serien var der quiz og 5 ex af bogen på højkant. Der var oplæsning af 1. kapitel og mulighed for at prøve fordelingshatten og se, hvilket kollegium man tilhørte. Der var en fantastisk udstilling i en 3-ugers periode, af magiske genstande og klenodier fra Harry Potters univers.

60 skoleklasser havde op til udstillingens start fået en gulnet, håndskrevet kuvert med segl og blæk med invitation til at se udstillingen, så også enkelte klasser kom samlet for at se udstillingen. 4 unge gymnasieelever havde leveret en kæmpe stor arbejdsindsats, så det var deres fortjeneste, at det hele forløb så godt.

I nærheden af 200 børn og voksne mødte frem til en formidabel formiddag med de 4 udklædte Hogwarts-elever. Der var stor ros til arrangementet, til den meget omfattende og meget professionelle udstilling. Arrangementet var nævnt på bagsiden af Politiken, og fik flot omtale også i lokalavisen, både før og efter.

Lørdag d. 17. november: **Hurra for Pippis mor**

I anledning af 100-året for Astrid Lindgrens dramatiserede Kirsten Schjødt historien om Pippi Langstrømpe.

31 fremmødte børn og voksne fik en hyggelig formiddag.

Udstilling i hele perioden: **Biblioteket forvandler sig**

Installation med lys, lyd og duft af Karl Sørensen fra teatret Terra Nova

Generelt om PR

Vi havde fået tegner Jørn Villumsen til at fremstille en rigtig flot plakat til kampagnen. Den blev sendt ud til samtlige daginstitutioner og skoler samt beboerhuse og boligforeninger og alle tænkelige kontaktpersoner. Endvidere blev den hængt op i butikker i centret, lægehuse, vaskekældre m.v.

Plakaten blev endvidere trykt som postkort, der er blevet fordelt sammen med plakaterne.

Plakaten og kampagnen blev flot eksponeret på bagsiden af Politiken, hvilket vi har fået en del tilbagemeldinger på. Det har endvidere medført, at folk fra hele landet har henvendt sig for at rekvirere plakaten, så vi har sendt rundt til såvel private som institutioner.

Vi har altid haft et glimrende samarbejde med lokalavisen Albertslundposten, så vi inviterede dem til at interviewe os omkring formål og indhold af kampagnen, og de har meget fint bragt fotos og omtale fra de større begivenheder.

Succeskriterier og målopfyldelse.

Vi ønskede at bøger og højtlesning skulle blive en del af børnefamiliernes hverdag, og at familierne i højere grad skulle benytte børnebiblioteket og blive fortrolige med at søge inspiration hos såvel børnebibliotekaren som på hjemmesider som f.eks. Dotbots litteratursider.

Målopfyldelsen var, at mindst 100 familier skulle deltage i kampagnen. Det lykkedes, idet 129 familier tilmeldte sig. Heraf gennemførte 83 familier, der i alt havde 109 børn. Hovedvægten lå på familier med børn i alderen 5-7 år (5 år=28, 6 år=23, 7 år=19, 8 år=13, 9 år=11, 10 år=9, 11 år=4, 12 år=2)

Vi fik rigtig mange tilbagemeldinger og ros. Både for initiativet og for arrangementerne og for valget af gavebøger. Man kunne vælge mellem 9 forskellige. Som vi havde håbet, var der mange familier, der brugte kampagnen til at komme i gang med at læse højt, eller til at genoptage en højtlesning, de var holdt op med. Og enkelte var i forbindelse med kampagnen nye biblioteksbrugere. Når vi foretog miniinterviews, var der lutter lovord og gode intentioner fra forældrene, og glæde fra børnene. Så håber vi bare de kan holde ved! Men generelt er der en meget veludviklet spørgekultur på biblioteket, så vi vejleder i forvejen rigtig meget, og mange – både forældre og børn - har store og positive forventninger til vores vejledninger og rådgivninger. I skrivende stund er tilmeldingen til ”Sommerbogen” (Læs 5 bøger i sommerferien og få en gavebog fra biblioteket) lige startet, og på første uge har 181 børn tilmeldt sig, hvilket er et rigtig flot antal, og adskillige henviser til kampagnen i efteråret, så der er helt sikkert en synergieffekt.

Vi havde også rettet kampagnen mod bedsteforældrene, hvilket der var flere, der benyttede sig af. Nogle familier delte læsningen af de 3 bøger mellem forældre og bedsteforældre, hvilket var en fin løsning.

Vi fik også mange positive tilkendegivelser fra andre professionelle i kommunen, idet vi har mange opmærksomme samarbejdspartnere, og efterhånden har oparbejdet en god tradition for at trække på samme hammel, når det gælder børns sprogudvikling og læsning.

Vi havde et stort ønske om også at nå indvandrerfamilierne med denne kampagne. Det er desværre kun lykkedes i ringe grad. Vi havde gjort os umage med at få PR ud i boligområderne, at alliere os med boligforeninger m.v., og vi gjorde os særligt umage med at gribe fat i indvandrerfamilierne, når de i øvrigt besøgte biblioteket, men kun 3 familier af de 83 var indvandrerfamilier. Det er et langt sejt træk at inddrage familierne. Det går væsentlig lettere, når det drejer sig om børnenes deltagelse i Sommerlæsningen.

I forlængelse af BS forbehold vedr. krav om at skrive anmeldelse af de læste bøger har vi pointeret, at det var nok at give "point" til bøgerne, så det er ikke vores opfattelse, at det var det, der hæmmede, men det tager tid at opbygge en tradition om højtlesning.

Vi ønskede at kampagnen blev synlig på såvel vores besøgstal som vores udlånstal.

Når vi sammenligner besøgstallet i perioden 27.09.07-02.12.07 med samme periode i 06, viser det en stigning fra 32.965 til 34.391 = 1.426 besøgende = 4,3 %

Antal udlån i skønlitteratur er i perioden 22.477 mod 19.572 året før. Dvs. en stigning på 2.905 = 14,8 %

Således må vi sige, at kampagnen på statistiksiden er lykkedes fint.

Hvad peger fremad?

Kampagneformen giver blod på tanden. Det er både sjovt, berigende og arbejdskrævende at udvikle og løfte store kampanjer. Vi oplever, at brugerne holder øje med os, og den bevågenhed kan vi godt li'. I foråret holdt vi "Bolsjelæsning" for 11. gang, hvor alle 3.-klasser inviteres til biblioteksorientering og til at læse alt, hvad remmer og tøj kan holde, i 14 dage. Samtlige 16 af kommunens 3.-klasser deltog. Incl. dysleksiklassen og Lilleskolen! Det giver god mening.

Til denne sommerferie lancerer vi "Tag Mor Muh med på ferie" Vi har pakket Mor Muh plastposer med 10 billedbøger i hver, henvendt til børn på 3-4 år og 5-6 år. I lighed med Lys t læsning-kampagnen henvender vi os til såvel forældre som bedsteforældre, som i ferietravlheden således kan snuppe en pose i farten.

Så sent som sidste udlånsvagt var der en mor med to børn, der meldte ældste barn til Sommerbogen. Henvendt til børnene sagde hun derefter "Så skal vi finde en lyslæsnings-bog!" hvorefter den største på 9 år fandt "Iqbal Faruk og den sorte pjerrot" og var vældig begejstret.

Vi er sikre på det batter.

Gitte Kristoffersen 04.07.08

Efterskrift: I 2008 er besøgstallet i "kampagneperioden" yderligere steget 10% og jeg er ikke i tvivl om, at kampanjerne er en del af successen.