

# Greve

Læs for mig



## E-fortællinger om 1. Verdenskrig

'Læs For Mig' sigter efter at ramme interessen hos børn med otte nyskrevne e-fortællinger inspireret af tiden omkring første verdenskrig – ikke med fokus på selve krigen men med fokus på den betydning, som perioden har fået for vores samfund i dag. Og med spændende fortællinger, der fænger børn – bl.a. med luftskibe, ubåde, gullaschbaroner og dramatik i børnehøjde. Det er børnebogsforfatter Lars Bøgeholt Pedersen, der skriver fortællingerne og Simon Bukhave illustrerer. De læses direkte på tablet.

### Sådan gør du

Det er gratis at deltage. Og nemt. Man melder sig til via SMS og fortællingerne tikker nemt og bekvemt ind på mobilen og læses direkte på tablet. Man kan tilmelde sig Læs For Mig uanset om man bor i Skagen eller i Rønne. Send en SMS med teksten "gb læs" til 1241. Første fortælling kommer 15. maj. Den sidste udkommer i februar 2015.

### Ambassadører og rollemodeller

Læs For Mig har konkret fokus på at skabe gode læseoplevelser i familier uanset læsetraditioner eller læsekompetencer gennem rollemodeller. Rollemodellerne er alle, der er i berøring med børn hver eneste dag. Forældrene er første prioritet. Men sigtet er endnu bredere. I projektperioden kommer vi i kontakt med ca. 3000 børn og deres familier i Greve gennem ambassadører og rollemodeller. Greves borgmester Pernille Beckmann er også ambassadører for Læs For Mig.

Vi vil undersøge, hvad relationen i læsesituationen betyder for børns læselyst. Om det, at en rollemodel viser vejen gennem højtlesning vil styrke børns lyst til at få læst højt samt øge deres egen lyst til læsning både nu og på sigt. Vores sigte er derfor at introducere den skønlitterære fortælling til den almindelige børnefamilie, i bred forstand, med børn i alderen 5-12 år.

### Danske Bank i Greve er hovedsponsor på Læs For Mig:

Læs For Mig ønsker at undersøge om vi kan styrke læselysten i Greve ved at indgå forpligtende samarbejder med lokale og nationale sponsorer. Danske Bank i Greve er nu officiel hovedsponsor med fokus på at styrke læselysten for børn i Greve. Danske Bank støtter Læs For Mig med 50.000

kr Disse penge omsættes til 12 kompetence udviklende forfatterworkshops, som vores hus-forfatter Lars Bøgeholt Pedersen vil stå for. Tilbuddet er konkret rettet mod 4. klasserne i Greve Kommune. I alt har 6 sponsorer givet over 90.000 kr. som vil gå direkte til præmier og events, der relaterer sig direkte til at styrke læselyst og -kompetencer hos børn i målgruppen.

Vi glæder os til samarbejdet med vores sponsorer!

### **Musikalsk forestilling på de lokale skoler**

Alle 12 skoler i Greve tilbydes en musikalsk dramatisering af fortællingen ”Gys i kasematten”. Tanken er at give børn en anderledes, spændende og underholdende oplevelse af litteratur, hvor det er musikken, der fanger dem, og bliver deres indgang til fortællingens univers. Det er et kammerensemble af tre unge musikere fra Den Musiske Skole i Greve, som står for forestillingen.

Hele året igennem vil der blive gennemført store og små læseprojekter lokalt i Greve initieret af engagerede læsevejledere, klubpersonale, frivillige og mange flere baseret på fortællingerne.

### **Greve samarbejder med en række partnere:**

Greve Kommune  
Greve Bibliotek  
Greve kommunale musikskole  
Mosede Fort, Danmark 1914-18  
Frivilligcenter Greve  
Merete Løvgreen, forfatter til bogen "Læsehygge"  
Danske Bank  
ShoppingCenter Waves  
Leman  
Bog & Idé  
Advokat C. C. Jørgensen  
Top Toy



## **Tovholder**

Sussi Nyled Heinrichson  
Projektleder, Greve Bibliotek

Tlf.: 2671 5312

Mail: [suh@grevebib.dk](mailto:suh@grevebib.dk)

Greve Bibliotek  
Portalen 2  
2670 Greve

Læs Greves egnevaluering herunder.

A photograph of a man and a woman looking at a tablet together. The man is on the left, smiling, and the woman is on the right, looking down at the device. They are both wearing light blue shirts. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting.

# Læs For Mig

## Evalueringsrapport

Carsten Jessen

Center for Undervisningsudvikling og Digitale Medier

Aarhus Universitet, marts 2015

## 1. Indledning

”Læs for mig” er et projekt under Kulturministeriets landsdækkende kampagne ”Danmark læser”, som er iværksat med det formål at øge lysten blandt danskere til at læse skønlitteratur. ”Læs for mig” er udviklet og gennemført i Greve kommune af Greve Bibliotek.

Målgruppen er børn i alderen 5-12 år og deres forældre, og projektet tager sit afsæt i en forskningsbaseret viden om, at læsning, herunder højtlesning, i hjemmet er den afgørende faktor for børns lyst til læsning, og at forældre dermed er de centrale rollemodeller (Sehested 2012).

”Læs for mig” har haft som mål at få flere til at læse mere ved at øge opmærksomheden på og interessen for skønlitteratur blandt børn og forældre med vægt på drenge og mænd gennem en flerstrengt indsats, hvoraf de centrale er distributionsformen, en lokal forankring af litteraturens tema og en vifte af formidlingsformer, der sigter målrettet mod både målgruppen børn og forældre og mod formidlere med relation til denne gruppe.

Projektet har med blik på tilgængelighed formidlet fortællinger i digitalt format via internettet og SMS med den hensigt, at fortællingerne kan oplæses fra mobiltelefoner og tablets. De i alt otte e-fortællinger er skrevet til projektet af børnebogsforfatter Lars Bøgeholt Pedersen og har en lokal forankring i Greve kommune. Fortællingerne er tematiseret omkring første verdenskrig, der er aktuel med 100-året for krigens begyndelse, og som i Greve markeres med åbningen af det nationale museum for første verdenskrig, ”Danmark 1914-18” på Mosede Fort, der var en del af Danmarks forsvarsværker under denne krig.

Ud over de aktiviteter, der er beskrevet i projektansøgningen, har økonomisk støtte fra det lokale erhvervsliv bl.a. gjort det muligt at afholde forfatter-



*”Læs for mig” blev i 2014 tildelt Greve kommunes innovasjonspris med den begrundelse, at projektlederne efter projektstart har udvidet, udfordret og udbredt dette projekt i langt højere grad, end projektbeskrivelsen lægger op til. Det fremhæves i begrundelsen, at projektlederne er to virkelig innovative ildsjæle, som ikke tager et nej for et nej, men stædigt går i klinch med alle, og at ”Læs For Mig” er et unikt tværgående samarbejde, hvor der er skabt en konkret forbindelse til skolerne i kommunen, og hvor tværfaglig undervisning i den nye folkeskolereform understøttes*

workshops i tolv skoleklasser på 4. årgang, hvor børnene har skrevet egne fortællinger med vejledning fra Lars Bøgeholt Pedersen.

Denne evalueringens fokuspunkter er beskrevet i projektansøgningen og omfatter følgende spørgsmål:

- har projektet bidraget til at forandre rammerne for læsning i forskellige kontekster, primært familier?
- har projektet derigennem bidraget til at øge læselysten i målgruppen?
- har projektet ændret målgruppens holdning til læsning og oplæsning?
- hvilken betydning har distributionsformen, dvs. dels det digitale, dels "push" af litteraturen i stedet for "pull"?
- hvilken betydning har indholdet med den lokale forankring?
- hvilken betydning har formidlingsformerne, herunder særligt inddragelse af lokalsamfundets institutioner, foreninger og private virksomheder?

Til grund for evalueringen ligger dels en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse blandt forældre med 141 respondenter, dels kvalitative interviews med fem udvalgte familier, interviews med lærere, læsevejledere og børn, fokusgruppeinterview med bl.a. forfatteren, lærere og læsevejledere samt interview med projektlederen ved projektets begyndelse, flere gange undervejs og ved projektets afslutning.

Indledningsvis kan det fremhæves, at projektet har givet viden om de valgte distributions- og formidlingsformer og om målgruppens lyst til læsning, men det har også givet en række andre indsigter af betydning for formidling af litteratur til målgruppen, herunder viden om:

- familiestruktur og hverdagspraksis, hvor det viser sig at højtlesning stadig primært foregår ved sengetid, men distributionsformen betyder, at der også læses uden for hjemmet i hverdagens naturlige pauser
- i forlængelse heraf viser projektet, at forbruget af litteratur i stigende grad følger et nyt mønster, der skabes af tablets og mobiltelefoner, som gør litteraturen tilgængelig her og nu overalt
- børn har i dag stor indflydelse på familiens aktiviteter, og det virker derfor bedst, hvis børn selv efterspørger højtlesning
- skoler, institutioner og klubber er ikke overraskende velegnede formidlingskanaler til at nå målgruppen. Projektet har vist, at denne kanal kun fungerer, hvis formidlingsmateriale er direkte brugbart for lærere, pædagoger m.fl. i deres daglige arbejde, dvs. uden behov for bearbejdning.
- opsøgende virksomhed og personlig kontakt til formidlingskanaler er afgørende for succes. I den forstand er formidlingen ikke en funktion, men i høj grad et personligt mellemværende
- børnenes egen tekstproduktion af egne fortællinger fremmer både læselyst og litteraturforståelse, og det er i den forbindelse vigtigt, at børnene møder en autentisk forfatter, dels pga. den motivation, det skaber, dels fordi forfatteren har en anden tilgang til tekstproduktion end skolens lærere normalt har

Projektet har været en succes ud fra ovennævnte evalueringskriterier. Det er i løbet af den relativt kort projektperiode lykkedes at skabe interesse for litteratur, mere læsning og større læselyst i målgruppen jf uddybning i de følgende kapitler.

Det er vurderingen, at projektets succes, som bl.a. viser sig ved, at der er opnået dobbelt så mange abonnenter end målsat, først og fremmest skyldes tilgængeligheden til fortællingerne, projektledelsens tætte kontakt til de involverede samarbejdspartnere i skoler og institutioner, samt ikke mindst projektledelsens evne til konsekvent at udnytte erfaringer og viden om såvel målgruppen som om de eksterne formidlere (lærere, læsevejledere m.v.), som løbende er indsamlet. Projektet er forbilledligt, når det gælder det perspektiv på brugerne, folkebiblioteker må indtage for fortsat at opfylde rollen som formidlere af litteratur til nutidens børnefamilier. Det centrale er her ikke som sådan digitale medier eller nye samarbejdsrelationer, men i stedet den løbende indsamling og analyse af viden om modtagerne og samarbejdspartnere, der omsættes til løbende udvikling af bibliotekets tilbud, sådan som det er sket i projektet.

Samtidig har man i projektet forstået at overskride den begrænsning, som ofte er et problem for kulturinstitutioner i dag, idet projektet ikke primært har sat som mål at få flere til at bruge det eksisterende kulturtilbud, som det fysiske bibliotek er, men at få flere til at læse mere via litteraturformidling tilpasset målgruppens aktuelle behov.

## 2. Højtlesning øges med digital distribution

Evalueringen skal søge at besvare spørgsmålet om, hvorvidt projektet har bidraget til at forandre rammerne for læsning i børnefamilier. Det spørgsmål bør ses i tæt sammenhæng med den måde, børnefamilier i dag organiserer hverdagslivet.

I børnefamilier med børn i alderen 5-12 år er hverdagen præget af mange skiftende aktiviteter uden for hjemmet i form af voksne og børns deltagelse i fritidstilbud. De fleste børn går til flere forskellige aktiviteter hver uge, og de fleste forældre dyrker en eller flere fritidsaktiviteter som sport eller motion. Familierne har ofte ikke megen fælles tid sammen i det daglige og føler sig presset på tid.



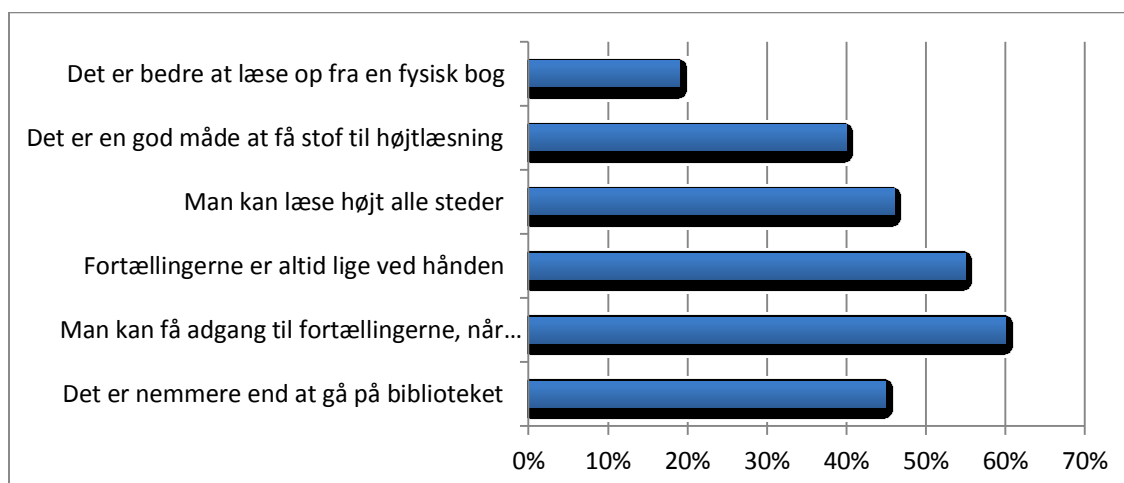
I en sådan hverdag er højtlesning vanskelig at få indpasset, ikke kun tidsmæssigt, men også af andre, mere indirekte grunde, herunder tilgængelighed, som det fremgår af følgende citat om godnatlæsning fra et interview med forældre til en dreng på 6 år:

Der er jo tit sket det, at vi har læst en af de bøger, vi har stående, som vi har læst før. Hvis der ikke lige har været tid til at gå på biblioteket og finde nye .... Da børnene var yngre, elskede de at få læst den samme historie igen og igen. Nu gider de ikke det mere, og de spørger tit, om de må spille på Ipad eller mobilen i stedet. Så er det svært at sige ”nej, vi skal jo læse...”. Der har de her fortællinger på nettet været fine, så man kunne sige ”jeg har en helt ny historie til dig...” Og så

var det jo bare fantastisk for ham, at handlingen foregik her i Greve og handlede om krig. Vi har fået snakket en del om krig og gamle våben, skal jeg love for. Han blev altid ivrig, når jeg kunne fortælle, at der var kommet en SMS om en ny fortælling.

Som det fremgår betyder distributionsformen, at forældrene får adgang til ny litteratur med en kvalitet, der gør det muligt, at højtlesningen kan konkurrere med andre medier som digitale spil. Den kvantitative undersøgelse bekræfter, at forældrene er glade for tilgængeligheden, hvor fortællingerne altid er lige ved hånden. Kun 19 % siger, de foretrækker den fysiske bog. Det tal er overraskende set i forhold til, hvordan børnefamilier ellers forholder sig til fysiske bøger i undersøgelser (Moos-Bjerre Analyse 2014). Forskellen skyldes formodentlig, at forældrene gennem "Læs for mig" har oplevet en ny og for dem hidtil ukendt distributionsform, der ikke blot er en digitalisering af bogen. I de kvalitative interviews giver forældre udtryk for, at de er meget glade for den måde, e-fortællingerne leveres på, hvor der løbende kommer nye fortællinger, som adviseres via SMS.

Flertallet af forældrene er klar til digital formidling af børnelitteratur (se figur nedenfor), og hele 87% af respondenterne i undersøgelsen ønsker, at biblioteket fortsætter med at levere e-fortællinger. Grunden er uden tvivl, at distributionsformen integrerer litteraturen i familiernes hverdag og øvrige kulturforbrugsmønstre.



Selv om det følgende citat måske dækker over et enkeltstående tilfælde, hentet fra kommentarfeltet i den kvantitative undersøgelse, er det måske alligevel sigende for, hvordan læsning bevæger sig mod det digitale:

Jeg har hentet og læst alle bøgerne, da jeg har 4 børnebørn. Jeg har dem liggende på iPad til de lige er blevet lidt ældre (de er ikke mere end 1-4 år). Jeg elsker historie og bøger og læser meget for børnebørnene, da det er vigtigt for mig, at de kommer til at holde af bøger og det skrevne ord. Er sikker på, de vil blive glade for bøgerne

Den digitale distributionsform har ifølge kommunens læsekonsulent, der koordinerer kommunens samlede læseindsats, også en positiv social betydning:

Når man flytter teksten ud af bogen og ind i det digitale univers, bryder det den sociale arv. Det kan ændre læsning, så det ikke kun er



dem, der har fysiske bøger derhjemme, der får læst. Det kan motivere andre, og motivationsfaktoren er rigtig interessant for børns læsning. Så det, at det er e-historier, gør, at vi kan ramme målgrupper, vi ikke normalt rammer. ... Man kan skabe en kontekst, hvor alle er lige.

### 3. Højtlesning sker (også) i nye kontekster

Forældrene fremhæver især, at de kan få adgang til fortællingerne når og hvor, de vil, og de kvalitative interviews med børnefamilier viser, at tilgængeligheden kan åbne for højtlesning i nye kontekster. Det fremgår af undersøgelsen, at højtlesning i høj grad er forbundet med godnatlæsning, idet 70% af respondenterne svarer, at de har læst e-fortællingerne højt om aftenen. En tredjedel, 35%, svarer, at de også har læst højt i weekenden, mens 9% har læst om morgenen og i dagtimerne.

I de kvalitative interviews nævner forældre, at de også har læst op eller bare kigget på og talt med børnene om fortællingerne på mobiltelefonen i nogle af hverdagens naturlige pauser, hvor der er ventetid. Det gælder f.eks. ventetid før en fritidsaktivitet, under transport og tilsvarende situation. Ifølge forældrene er det ofte situationer, hvor børn ellers spiller på mobiltelefon eller tablet.

Tilgængeligheden har også betydning på ferie og i weekends, hvor familien ikke er hjemme, og hvor de højtlesningsbøger, der læses i hjemmet, normalt ikke er til rådighed.



*Læsning sker i stigende grad i andre kontekster end hjemmet, når litteratur er tilgængelig overalt*

Set i perspektivet af børnefamiliernes hverdagsliv kan e-fortællingerne således noget, den fysiske bog ikke kan, og den digitale distributionsform passer til børnefamiliernes livssituation.

Et andet aspekt, som de kvalitative interview viste, er, at det er uhyre nemt at erstatte højtlesning med anden mediebrug, og en af grundene til, at det sker, er, at både børn og voksne har en forventning om, at materialet er tilgængeligt øjeblikkeligt, når behovet opstår. Distribution af kulturprodukter og underholdning via nettet i form af spil, app's, film, tv, bøger osv. har ændret forbrugsmønstrene. Hvis det, man søger, ikke er online, finder man noget andet, der er. Det kan næppe undgå at påvirke bibliotekerne. Som en far kontant udtrykte det i et interview: "At gå på biblioteket er jo ligesom at skulle ned i en videoforretning. Det er alt for besværligt og tidskrævende."

Flere forældre nævner, at de har været glade for at få litteratur, der er relevant for den aldersgruppe, deres børn er i. De finder det vanskeligt at orientere sig i børnelitteraturen på biblioteket, og de vælger ofte det, de kender fra deres egen barndom. Bibliotekerne er klart den vigtigste og nærmest eneste instans, når det gælder introduktion af ny børnelitteratur for forældre, men der synes at være et uopfyldt behov for vejledning.

#### 4. Børn er aktive kulturbrugere

Det har hidtil været almindeligt, at formidlingen i forbindelse med højtlesning har sigtet mod de forældre (Bleses m.fl. 2013), der jo skal læse op. Forskning i børn og forbrug har længe vist, at børn i dag har stor indflydelse på familiens indkøb og aktiviteter (Forbrugerstyrelsen 2014). Det gælder også for kulturforbrug, og det er eksempelvis børn selv i målgruppen, der afgør indkøb af digitale spil og app's i de familier, der er interviewet i forbindelse med denne evaluering, hvilket bekræftes af nyere undersøgelser (Forbrugerstyrelsen 2014).

Indsigten i børn som aktive og selvstændige kulturbrugere blev tidligt indarbejdet i formidlingsstrategien i "Læs for mig" og ført ud i livet i samarbejde med læsevejledere og lærere. Der er uddelt en "læsebamse" til alle 0.-4.klasser i Greve kommune.



*Greves borgmester Pernille Beckmann uddeler en læsebamse til en 4. klasse*

Bamsen er brugt i klasserne og har været med børnene hjem på skift, så både forældrene og ofte også børnene selv kunne læse op for den. Bamsen har vist sig at være et simpelt, men effektivt middel til at øge højtlesning og læselysten. Formidlingsformen har her haft stor betydning.

Læsebamserne er et eksempel på den brede spektrerede formidlingsstrategi i projektet. Bamserne er uddelt personligt til hver klasse af projektlederen. Det er et tids-

krævende arbejde, som imidlertid har givet resultater i form af større opmærksomhed og interesse fra børnene og tillige fra de centrale samarbejdspartnere i skolerne, lærerne og læsevejlederne. En af læsevejlederne fortæller om en konkret situation i en 3. klasse:

Når der kommer en udefra, bliver børnene automatisk mere interesserede. Hvad er det nu for én, hende, der kommer oppe fra biblioteket? Og de blev meget nysgerrige, da de så de 20 bamser, hun havde stillet op på et bord. Hvad var meningen? De lyttede opmærksomt på, hvad der blev fortalt, og de nikkede alle sammen ivrigt, da Sussi [projektlederen] sagde: ”Jeg tror, I skal have den her bamse, for den her kan godt lide sjove historier og fantasy.” Så det blev deres bamse, klassens personlige bamse, og ikke bare et tøjdyr.”

Den personlige formidling har ifølge læsevejlederen skabt en særlig interesse for højtlesning, særligt i hjemmene. Når de enkelte børn har haft bamsen med hjem, har de begejstret fortalt om, hvad der er blevet læst højt for bamsen. Læsevejlederen siger: ”De forældre, der normalt ikke får læst, de bliver nødt til det, fordi børnene er begejstrede”. I de kvalitative interviews fortæller forældrene også samstemmende, at bamsen har ført til, at børnene krævede mere højtlesning. Litteraturen, der læses, begrænser sig her langt fra til e-fortællingerne.

Læsevejlederen ser den personlig formidling og engagement som en stor styrke, for ifølge hende modtager skolerne konstant en strøm af materialer, som skal forandre deres praksis. Lærerne kan hverken nå at orientere sig eller engagere sig i informationerne, og mange vælger at lukke ørene. Hun mener ikke, at traditionelle formidlingsformer længere er gangbare i skolen, og hun ser ”Læs for mig” som et godt eksempel på det samarbejde mellem skolen og biblioteket, som skolereformen lægger op til. Hun siger:

Vi har ikke brug for flere opgaver, men for hjælp til at løse dem, vi har, som f.eks. at skabe læselyst blandt de små elever, og det har ”Læs for mig” helt klart gjort på en god måde, så vi også kan bruge det fremover.

Selv om det ikke er alle 0.-4. klasser i Greve kommune, der har taget læsebamsen i brug som beskrevet ovenfor, har den haft relativ stor gennemslagskraft. I den kvantitative undersøgelse siger 61% af respondenterne, at de har kendskab til læsebamsen. 38 procent har hørt om den fra deres børn, 38% har set den i skolen eller institution, mens 33% har haft en læsebamse i hjemmet.

#### **4. Læselysten i familier er øget**

Der er en klar enighed blandt de interviewede lærere, læsevejledere og forældre om, at læsebamsen har øget læselysten og læsningen i målgruppen. Læsevejledere og lærere er også overbeviste om, at bamsen har skabt fundamentet for flere læsere, bl.a. fordi bamsen har gjort læsningen til et emne, der tales meget mere om både i familierne og i skolen, og børnenes opmærksomhed på oplæsning og læsning generelt er øget.

Også e-fortællingerne har øget familiernes læselyst og deres holdning til læsning. I den kvantitative undersøgelse er forældrene blevet bedt om at vurdere, om e-fortællingerne i sig selv har ført til mere interesse for højtlesning i familien. Næsten halvdelen, 45%, mener, at det er tilfældet, og det er ifølge forældre børnene, der har haft størst betydning for stigningen, hvilket harmonerer med, at forældrene i de kvalitative interviews fremhæver, at børnene stiller krav om højtlesning.

E-fortællingerne har også i sig selv øget tiden til højtlesning. 38% af familierne mener, at fortællingerne har medført, at der bruges mere tid på at læse højt, og 28% mener, at højtlesningen også har ført til mere interesse for anden læsning end højtlesning.

Forældrene fortæller i interviews, at SMS-servicen har været med til at sørge for, at de fik læst højt for børnene. En far til to drenge på syv og ti år, der ikke er nogen ivrig læser og sjældent besøger biblioteket, fortæller, at han opdagede projektet, meldte sig til SMS-servicen og siden har læst højt af e-fortællingerne for sine børn. Han fortæller også, at han har læst nogle af fortællingerne for sig selv og sin egen fornøjelses skyld. Den kvantitative undersøgelse viser, at det har 28% af forældre gjort. For den pågældende far var en væsentlig del af grunden til lystlæsningen, at fortællingerne foregår i Greve og handler om et for ham interessant emne.

## 5. Lokal forankring af litteratur virker

Som beskrevet ovenfor er den nemme adgang til litteraturen en vigtig faktor, men fortællingernes lokale forankring er tilsvarende vigtig. På spørgsmålet om, hvorvidt emnet (1. verdenskrig og Mosede Fort) er interessant og relevant eller ikke, finder kun 4%, at det ikke er tilfældet. Næsten halvdelen af forældrene, 48%, giver udtryk for, at det har betydning for deres egen lyst til at læse op, at handlingen foregår lokalt, og denne lyst gælder næsten alle mænd i undersøgelsen.



Den lokale forankring har også været medvirkende til, at halvdelen af børnene har udtrykt ønske om at få mere at vide om 1. verdenskrig og Mosede Fort. En tredjedel af forældrene har også selv fået lyst til at vide mere om fortet og krigen. Som nævnt i indledningen er der på Mosede Fort blevet åbnet det nationale museum for første verdenskrig, ”Danmark 1914-18” i projektperioden, og 29% af respondenterne har besøgt fortet sammen med deres børn. 26% planlægger at besøge det.

I den kvalitative undersøgelse fortæller forældrene, at e-fortællingerne har ført til samtaler om 1. verdenskrig under oplæsning eller ved middagsbordet. Det har skabt undren og nysgerrighed hos børnene, at fortet rent faktisk eksisterer, ligger i Greve og kan besøges.

Forældre fortæller næsten enstemmigt, at det lokale og faktuelle islæt fremmer børnenes interesse, som i følgende kommentarer:

De [fortællingerne] bidrager med en masse spændende fakta om danmarkshistorien, som vi har kunnet snakke om. Og ind i mellem et emne vi har fordybet os i ved at læse mere om det.

Det lokale islæt var med til at gøre historierne nærværende. Vores dreng nød historierne og stillede mange spørgsmål. Forfatteren besøgte vores drengs klasse. Besøget af forfatteren var en kæmpe succes i vores drengs bevidsthed. Det var ret sejt at møde en rigtig forfatter.

## 6. Skrivning fremmer læsning

Traditionelt har børn lært at læse ved undervisning i netop læsning, dvs. med bogstavindlæring og undervisning i afkodning af bogstavtegn til lyd. Nyere læseforskning har imidlertid vist, at skrivning bør være en del af den tidlige skriftsprogstil-egnelse, fordi den vigtige del af læseprocessen – at skabe mening – er anderledes ved skrivning end ved læsning (Viden om læsning, 2010). Når barnet læser, kommer meningen kun frem, hvis det lykkes for barnet at afkode bogstaverne. Det er omvendt med skrivning, hvor barnet selv producerer mening. Her har barnet meningen – indholdet – i bevidstheden, mens det arbejder med skriftsproget. I skrivning møder barnet ikke ord, det ikke forstår. Samtidig er selve det at formulere sig på skrift motiverende for barnet.

Den forskningsmæssige indsigt om tekstproduktionens betydning for at lære at læse begrænser sig ikke til den tidligere undervisning. Fra børnekulturforskning er det velkendt, at vekselvirkningen mellem indtryk og udtryk er naturligt for børn (Mouritsen 1996, Karoff 2013). Det er almen viden i udviklingspsykologien, at et barn, der observerer en aktivitet, vil forsøge at eftergøre den, og denne trang og evne er hele grundlaget for et barns udvikling (Piaget 2002).

Ifølge læsevejlederne sker undervisning i læsning i skolerne i dag i stigende grad ud fra erkendelsen af, at læsning og skrivning er to sider af samme sag, og børns egen tekstproduktion er en væsentlig del af denne undervisning. Børns motivation til at beskæftige sig med tekster, og dermed med læsning, fremmes også af, at de

selv producerer. For de fleste lærere, der er uddannet i en anden tradition, hvor læsning kommer før skrivning, er det en omstillings- og læreproces. Lærerne har med andre ord brug for inspiration og for at se deres fag fra en anden synsvinkel.

På den baggrund har "Læs for mig" i løbet af projektperioden fået tilføjet forfatterworkshops, hvor projektets forfatter, Lars Bøgeholt Pedersen, har gennemført 12 workshops i 4. klasser på skoler i Greve i perioden januar-februar 2015. Disse workshops er blevet til med støtte, som projektledelsen har opnået fra Danske Bank i Greve.

På workshops har børnene arbejdet ud fra et oplæg forfattet af Lars Bøgeholt Pedersen, og de har gruppevis skrevet videre på hans historie om to børn, som må tage kampen op mod en skrækindjagende drage med sparring og vejledning fra Lars Bøgeholt Pedersen.

Forfatterworkshops'ene har fungeret i sammenhæng med e-fortællingerne for de deltagende børn. Det var en oplevelse for dem, at møde en autentiske forfatter, og oven i købet den, der havde skrevet om Greve. I den kvalitative undersøgelse fortæller de familier, der har børn i 4. klasse, at det har optaget børnene meget (jf. f.eks. citatet ovenfor). Medvirkende hertil er, at børnenes egne fortællinger er blevet offentliggjort på den hjemmeside, "Læs for mig" har, side om side med e-fortællingerne.

Læsevejledere, lærere og forældre fortæller, at børnene har følt sig som forfattere. Det har Lars Bøgeholt Pedersen arbejdet meget bevidst med i sin undervisning af børnene. Som han selv fortæller:

Det, at jeg kunne fortælle dem, at de selv var forfattere, og at de blev udgivet var vigtigt. Jeg begyndte med at sige "Kig lige på din side-mand. Der sidder en forfatter." Det gav anledning til snak og undren og var en god begyndelse. Alle børnene syntes, det var fedt både at læse og skrive, læse højt for klassen og få fortællingerne udgivet. Det, at de selv fik lov til at bidrage, var virkelig godt.

I lyset af hvor vigtig skrivning er for børns udvikling af tekstsproglig kompetence, kunne man måske have forventet, at det ikke var overraskende for børnene, at de er "forfattere", men det er altså tilfældet. Det forandrer sig gennem workshoppen. Alle børn har fået produceret færdige fortællinger. Ifølge lærerne viser det, at drengene har været særdeles interesserede, fordi det normalt ikke er tilfældet. Det skyldes givet, at forfatteren havde en anden tilgang til tekstproduktion end normalt i skolen. Han siger:

Jeg tog alle regler væk. Der var ingen ordbøger eller kommaer. Dem, der normalt sidder og kæmper med nutids "r" og komma, kunne slappe af. De fik at vide, at det i workshoppen ikke handlede om at gøre det rigtigt, men bare at få lov til at gøre det af lyst. At tage skoledelen ud og tage reglerne væk, det gav lyst.

Skrivning bliver sat ind i en anden ramme end den, børnene normalt er vant til, hvor det ofte handler om at overholde regler for stavning, kommasætning mv. Den lyst, forfatteren nævner i citatet, udspringer heraf, særlig når det gælder drengene.

En øget motivation er ikke et ukendt fænomen for skolerne, når der kommer folk udefra, herunder kunstnere. Som sådan er forfatterworkshops ikke nyt, men det er



*Forfatter Lars Bøgeholt Pedersen på forfatterworkshop*

værd at hæfte sig ved nogle af de måder, disse workshops er blevet brugt på i projektet. For det første har samspillet med forfatterens e-fortællinger givet ekstra interesse og motivation for børnene. Derudover betyder det tætte samarbejde med læsevejlederne på skolerne, som projektledelsen har etableret, at vejle-

derne er mere opmærksomme på og ikke mindst positive overfor tekstproduktion af lyst. Læsevejlederne giver klart udtryk for ikke blot begejstring, men også for en forståelse for, at den tilgang til tekstproduktion, forfatteren møder børnene med, er et godt supplement til den øvrige undervisning. Vejlederne ser i den forbindelse folkebiblioteket som en stærk samarbejdspartner, der kommer med et alternativt perspektiv.

Forfatterens tilgang falder tillige helt i tråd med ovennævnte viden om, at læring sker gennem såvel indtryk som udtryk. Han kommer ikke primært som underviser, men som et menneske, der kan et håndværk, og er i den forstand autentisk og fabulerende. Det smitter ganske simpelt af på børnene, f.eks. når de sammen med forfatteren leger med og smager på ord, de opfinder.

Forfatterworkshops er også tænkt ind i skolens struktur, som den ser ud efter skolereformen. Der er tale om relativt korte forløb på tre timer, som er nemme at indpasse i skolens timeplaner, f.eks. i understøttende undervisning, og som lærerne kan videreføre efterfølgende. Forfatterworkshops er et godt eksempel på, hvordan et samarbejde mellem skole og folkebiblioteker kan praktiseres.

## 7. Horisontalt samarbejde

”Læs for mig” har samarbejdet med en række lokale institutioner, foreninger og virksomheder. I kommunalt regi har de vigtigste partnere naturligvis være de enkelte skoler, og derudover er den kommunale forvaltning, klubber og SFOer blevet inddraget. I privat regi har projektet indledt samarbejde med idrætsklubber og har haft succes med at opnå sponsorstøtte fra private virksomheder, hvilket som nævnt

har skabt grundlag for at sætte flere aktiviteter i gang. Den største private sponsor er Danske Banks lokale afdeling, og afdelingslederen fortæller, at støtten er givet, fordi man finder projektet relevant, fremtidsrettet og betydningsfuldt, både for bankens fremtidige arbejdskraft, for bankens kunder og for det nuværende personale. Afdelingslederen har promoveret projektet både i banken og tillige ved møder i erhvervskredse i Greve samt overfor den lokale presse.

Spredningen af budskabet om projektet til kredse ud over de oplagte som f.eks. skolerne har været en bevidst strategi fra projektledelsen, og det har været med til at højne den lokale opmærksomhed og viden om "Læs for mig". Projektet har således bevidst brugt sponsoraterne til at skabe opmærksomhed om projektet bl.a. gennem lokalpressen, formidling til kommunale samarbejdspartnere og til politikere.

Kommunens klubber for børn og unge over 10 år, hvor læsningen er et relativt sjældent tema i dag, har indtil nu været svære at nå, trods god opbakning fra lederen af kommunens klubområde. En klub, "Godset", der er hjemsted for kommunens aller mest udsatte børn fra bl.a. Askerød, der har været betegnet som et af landets ghetto-områder, har været endog særdeles aktive og har formidlet "Læs for mig" til børn og forældre og haft deres egen læsebamse med på sommercamps. Der har i den korte projektperiode endnu ikke været den fornødne tid til den personlige kontakt, og heller ikke den fornødne viden om klubbernes praksis. Ifølge projektlederen er klubberne interessante, fordi her er flere mandlige ansatte, men de er også langt sværere at vinde for projektet end skolernes lærere.

Et særligt træk ved projektet er satsning på opsøgende arbejde med personlig kontakt. Det gælder sponsoraterne, som er opnået på baggrund af projektlederens møder med sponsorerne, hvor "Læs for mig" er blevet promoveret. Denne form for opsøgende arbejde gælder imidlertid for alle andre kontaktflader i projektet, herunder i det kommunale system. Kontakterne er samtidig nøje udvalgt ud fra projektledelsens vurdering af, hvor formidlingsindsatsen ville have størst effekt. Den fremgangsmåde har været afgørende for den gennemslagskraft, projektet har haft på skolerne. Kommunens læsekonsulent med det koordinerende ansvar for læseindsatsen og for læsevejledernes arbejde på skolerne, siger i den forbindelse:

Det har været en styrke, at projektlederen er gået direkte til frontpersonalet [læsevejlederne]. En anden og meget almindelig måde havde været at sende materialet til mig. Det gjorde man ikke. Projektlederen tog selv kontakten, og det er ikke meget, jeg har været involveret i den side af projektet. Det har været direkte formidling, og det har virket, fordi det har været autentisk for læsevejledere og lærere. Projektlederen var der personligt, de kendte hende og kunne stille spørgsmålene direkte til hende. Det kom også til at betyde, at det blev et fælles projekt.

Som det fremgår er samarbejdet mellem projektet og "frontpersonalet" foregået på et horisontalt niveau, hvilket ifølge læsekonsulenten er usædvanligt. Det horisontale princip har været gældende for alle formidlingsflader i projektet. Ikke sådan at forstå, at ledere og andre parter i det kommunale hierarki ikke har været taget med på råd, tværtimod. Som det fremgår af læsekonsulentens udtalelse, så er hun fuldt vidende om og glad for fremgangsmåden.



Den horisontale og personlige kontakt har ført til, at læsevejlederne er blevet loyale samarbejdspartnere, der føler et medejerskab til ”Læs for mig”. I interviews giver de udtryk for, at de ikke bare er formidlere af et projekt fra biblioteket, men føler sig som deltagere og ikke mindst eksperter, der hjælper projektledelsen på grundlag af deres ekspertise og erfaring fra praksis. Projektlederen fortæller det selv meget præcist i det følgende citat:

Jeg tror på, at det er relationen, der er allervigtigst. Den personlige relation fra Anya og jeg [dvs. projektledelsen] til de voksne. Fordi vi virkelig engagerede os og blev rollemodeller. Og når vi har korrigeret undervejs, så er det, fordi vi via relationerne har opdaget, hvad der sker eller ikke sker. Måske er der to skoler, der ikke har svaret tilbage. Men det er jo ikke ensbetydende med, at de ikke er med, så de skal bare kontaktes på en anden måde, og igen og igen. Eller man tager sin bil og kører derud og siger ”hej, jeg var lige i nærheden.” Det, tror jeg, har virket, for så får man den personlige kontakt. Så oplever folk ikke, at det er kommunens projekt gennem mig, men deres eget, fordi de kan tage ejerskab til det.

Den personlige og horisontale kontakt bevirker også, at projektledelsen har fået en konkret viden om frontpersonalets behov og ønsker sammen med en direkte adgang til deres ekspertise og erfaringer fra arbejdet med målgruppen. Det er værd at fremhæve i projektet, at selve organiseringen af samarbejdet med eksterne partnere har betydning. Projektledelsen har bevidst sat sig i en situation, hvor værdifuld viden fra de centrale personer i formidlingskanaler tilflyder dem.

## 8. Innovation drevet af brugere og samarbejdspartnere

Gennem projektforløbet har projektledelsen løbende anvendt den viden, der er indsamlet gennem den tætte kontakt med samarbejdspartnerne. ”Læs for mig” bygger allerede i ansøgningen på en sådan viden om målgruppen, som er baggrunden for valget af e-fortællinger og digital distribution. Intentionen bag projektet har været, at det skulle være nemt for brugerne, der blot skulle sende en SMS for at være med og derefter kunne læse fortællingerne i en browserbaseret applikation, så der ikke skulle downloades eller installeres noget hos brugerne. Der har heller ikke været krav om lånerkort eller kode, som børn eller forældre skulle huske.

Princippet om, at det skal gøres nemt for brugerne ved at tilpasse tilbud om litteratur til dem og deres hverdagsliv, er videreført i projektet, når det gælder samarbejdspartnerne i bl.a. skolerne. Det stod hurtigt klart for projektledelsen, at skolerne ikke kunne forventes at levere en større indsats for at formidle ”Læs for mig” til forældre og børn. Skolereformen, som blev indført midt i projektperioden, gjorde ikke sagen bedre på det punkt. Projektledelsen tog udfordringerne op med en 180-graders vending: Skolens personale skulle ikke hjælpe projektet, men projektet skulle hjælpe læsevejledere og lærere med at udføre deres arbejde. Som følge heraf blev alt materiale leveret færdigproduceret, lige til at bruge, hvad enten det handlede om materiale, der skulle lægges på skolernes online-system til orientering af forældre, Forældreintra, undervisningsmateriale eller formidlingsmateriale til forældrene. Alt blev leveret som færdige ”pakker”, lige til at bruge. Det er eksempelvis tilfældet for læsebamsen og for forfatterworkshopen. Skolernes personale giver i

interviews klart udtryk for, at det var velkomment, at materialerne var nemme og lige til at bruge i en ellers hektisk hverdag.

Et andet eksempel på projektets evne til løbende indsamling og konstruktiv brug af viden om brugere og samarbejdspartnere er erkendelsen af, at vejen til mere læsning i familien går gennem børnene, som beskrevet ovenfor, som bl.a. var baggrunden for læsebamsen.

Et tredje eksempel er samarbejdet med forfatteren, der løbende skrev fortællingerne. Han fortæller:

Som forfatter har jeg fået meget hurtig respons på, hvad der virker og ikke virker. Jeg har bl.a. ændret fra datid til nutid, så det blev nemmere at læse. .... Vi har ændret os hele vejen med projektet.

Endelig kan nævnes en række konkurrencer, som projektet har fået mulighed for at sætte i gang via sponsorstøtte, og som læsevejlederne understreger ikke skal underkendes. De virker over for forældrene, der gerne deltager, når gevinsten er billetter til LEGOLand, bogpakker fra forlaget Carlsen, høretelefoner til Ipad, biografbilletter og fantasy-tegnebøger af Jan Kjær. Det skaber ifølge vejlederne yderligere opmærksomhed om projektet og dermed om læsning.

Den innovation af litteraturformidling til børnefamilier, som projektet har medført, kan siges at være drevet af brugere og samarbejdspartnere og gennemført af en projektledelse, der har været i stand til at opfange brugernes signaler. I den forbindelse kan det fremhæves, at projektledelsen har formået at finde og bruge værktøjer og ideer, der virker. I modsætning til mange udviklingsprojekter har man ikke stirret sig blind på at ”opfinde” nye tiltag, men har blandet både helt nye og velkendte ideer. Kommunens læsekonsulent, der har den overordnede og koordinerende rolle i kommunens læseindsats og har mangeårig erfaring fra området, udtrykker det sådan:

Musikforestillinger, samarbejde med forfattere og skriveworkshops har hele tiden været her. Forskellen her er jo, at det hele hænger sammen. Der har siddet nogen et sted og koordineret. Det har ikke været noget, en tilfældig musyklærer skulle udtænke, og det har været enormt nemt. Lige til at tage og pakken har været skabt på forhånd. Mange aspekter har været der før. Nu er det samlet, og det er det, der gør forskellen.

Læsekonsulenten fremhæver også den måde, projektet er blevet promoveret på, som en central årsag til projektets succes hos læsevejlederne og dermed på skolerne. Vejlederne tænker både på promoveringen til børn og forældre, og formidlingen til dem selv og skolernes lærere. Læsekonsulenten siger:

Alle [læsevejledere] nævner promoveringen som noget centralt. Alle siger, at det var nemt at være med. Det var ligetil at tage ting som e-fortællinger og læsebamsen i brug. De nævner også, at bibliotekets tilbud kom i passende rækkefølge. Hvis de var begyndt at falde lidt af på den, så kom der straks noget nyt.

## 9. Afslutning

Der er mange måder, man kan forsøge at fremme befolkningens læselyst, men der kan næppe være tvivl om, at den vigtigste indsats, og den, der har den største effekt, er at give børn lyst til at læse og til at læse mere.

Ifølge forskningen er der ikke tvivl om, at den vigtigste faktor for børns læsning er forældrene.

”Læs for mig” er et nyt bud på fremtidens biblioteksbetjening af børnefamilier, hvor distributionsformen passer til den hverdag, som dagens børnefamilier lever i. Den store tilfredshed blandt forældrene, som evalueringen viser, peger på, at digital distribution kan noget andet end den fysiske bog, særligt når distributionen når ud over den rene digitalisering af bøger.

Projektet er nået ud over første generations e-bøger, og det er dermed lykkedes at skabe et litteraturtilbud til børnefamilier, der kan tage konkurrencen op med kommercielle kulturtilbud. Det fremgår også af evalueringens interviews, at familierne har fået et tilbud, de ikke vidste, de ønskede, men som de har taget imod med stor tilfredshed.

Det digitale tilbud med e-fortællingerne er en forudsætning for mere læsning i familierne, men ikke i sig selv tilstrækkeligt. Børnefamilier er en eftertragtet målgruppe, der bombarderes med tilbud om produkter og kulturtilbud. ”Læs for mig” har formået at trænge igennem til familierne, først og fremmest fordi projektledelsen har forstået den dynamik, der styrer en stor del af kulturforbruget i den moderne børnefamilie, hvor børn spiller en langt større rolle for de valg, det træffes, end man normalt antager i undersøgelser og kampagner (f.eks. Moos-Bjerre Analyse 2014).

Projektet er generelt præget af evnen til at bryde med vanetænkning og se bibliotekets opgave i et nyt perspektiv. I projektet er denne evne kombineret med en vilje til at indsamle viden om brugerne og viljen til at bruge denne viden som grundlag for nye udformninger af folkebibliotekets kerneopgaver, som når brugerne.

Som nævnt i indledningen er projektet forbilledligt, ikke alene på grund af den fornyelse, projektets digitale distributionsform er, men projektet er også udtryk for en evne til at følge og forstå brugernes behov og kombinere det med bibliotekets kerneopgaver. Projektet er tillige forbilledligt, når det gælder den vigtige opgave, det er at finde og forstå de samarbejdspartnere, der er nødvendige i udviklingen af fremtidens biblioteksbetjening af børn og familier.

Projektet har skabt flere læsere i børnefamilierne i Greve kommune og mere end opfyldt forventningerne med dobbelt så mange tilmeldte og med en stor lokal opmærksomhed om børn og læsning i kommunen. Gennem projektet er der opbygget et tæt samarbejde med skolerne, som er et godt fundament et fremtidigt samarbejde mellem skoler og biblioteker.

På ét punkt har projektet dog ikke nået så langt som forventet, nemlig med hensyn til at ramme mænd og drenge. I de undersøgelser, der ligger til grund for evalueringen er der flere indikationer på, at fædre finder såvel distributionsformen som

indholdet i e-fortællinger med det lokale islæt interessant, og det fremme deres interesse for læsning. Det er imidlertid ikke så fremtrædende i den kvantitative undersøgelse, fordi mødrene har taget nøjagtig lige så godt imod det digitale tilbud. Kvinder er mindst lige så positive over for distributionsformen og indholdet som mænd. På tilsvarende vis har piger såvel som drenge taget positivt imod fortællingerne, læsebamsen og forfatterworkshops. I den forstand er projektet blevet en bred succes.

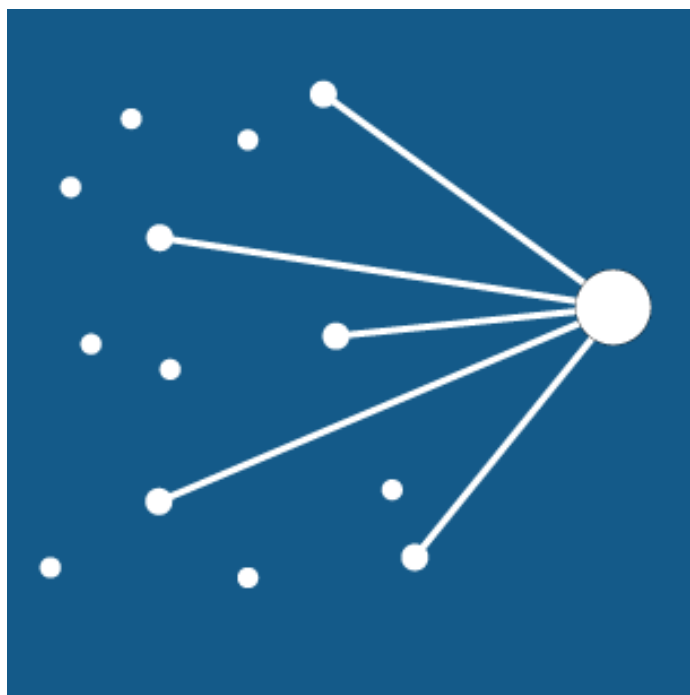
## Referencer

- Bleses, D., Højen, A., Andersen, M.K., Hamid, A.A. *BOGSTART II. Introduktion til koncept og forskningsprojekt*. Kulturstyrelsen 2013
- Ekspertudvalg for børn, unge og markedsføring. *Afreportering fra ekspertudvalget for børn, unge og markedsføring*. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen 2014
- Moos-Bjerre Analyse. *Fremtidens biblioteker - målgruppebaseret viden til biblioteksudvikling*. Tænk tanken Fremtidens Biblioteker 2014
- Mouritsen, F. *Legekultur : essays om børnekultur, leg og fortælling*. Odense Universitetsforlag 1996
- Karoff, H.S. Om leg. *Legens medier, praktikker og stemninger*. Akadenisk forlag 2013
- Piaget, J. *Barnets psykologi*. Hans Reitzel 2002
- Sehested, C. Projekt *Familielæsning. Afsluttende rapport*. Nationalt Videnscenter for Læsning 2012
- Sehested, C. *Family literacy – læsepraksis i familien*. Tidsskriftet Viden om læsning, september 2012
- Viden om Læsning 8. *Tidlig skriftsprogstilegnelse*. September 2010



MOOS-BJERRE & LANGE

Biblioteket Sønderborg  
Effektmåling af læseindsats  
Marts 2015



## Indholdsfortegnelse

1. Indledning .....	3
2. Hovedresultater fra effektmåling .....	4
2.1 Kampagneeffekt .....	4
2.2 Nordborgborgernes læseprofil.....	4
3. Kampagneeffekt.....	6
4. Status for Nordborgs borgere i 2015.....	10
5. Forskelle mellem køn og aldersgrupper.....	14

## Indledning

Denne effektmålingsrapport vurderer resultaterne af den gennemførte læseindsats i Sønderborg Kommune med fokus på området 6430 Nordborg. Effektmålingen baserer sig på en sammenligning af undersøgelsesresultater i 2015 med undersøgelsesresultater i 2014. Det drejer sig om opgørelse af borgernes læsning *efter* kampagnens afslutning i forhold til baselineundersøgelse af borgernes litterære vaner, interesser og selvvalgte læsefærdigheder for borgerne i Nordborg.

I den aktuelle 2015 undersøgelse er borgernes også adspurgt om deres kendskab til de gennemførte kampagneaktiviteter og deres vurdering af dem.

I det følgende kommer først et sammenfattende afsnit, hvor hovedresultaterne fra de følgende afsnit gengives kort. Efter dette kommer et afsnit med fokus på kampagnernes effekt, efterfulgt af et afsnit om Nordborg borgernes forhold til læsning, som de ser ud i 2015, og til sidst et afsnit om hvilke variationer man kan finde med hensyn til køn og alder. Rapporten afsluttes af et metodeafsnit.

Bemærk, at når der refereres til "de adspurgte", menes der, med mindre andet er nævnt, de af Nordborgs borgere, der er blevet adspurgt i eftermålingen i 2015. De eneste to figurer i denne rapport, hvor data fra andre kilder medtages, er Figur 2 og Figur 4. I Figur 2 sammenlignes Nordborgs borgere med øvrige borgere i Sønderborg Kommune, og i Figur 4 sammenlignes Nordborgs borgere i 2015 med Nordborgs borgere i 2014.

## 1. Hovedresultater fra effektmåling

Her gengives en kort præsentation af resultaterne af effektmålingen og undersøgelsens øvrige resultater. Der redegøres først for effekten af kampagnerne, herefter for Nordborgs borgeres læseprofil.

### 1.1 Kampagneeffekt

Det viser sig, at lidt **over halvdelen af Nordborgs borgere kender til mindst én af de kampagner, som biblioteket har stået for**. Det er et bemærkelsesværdigt højt niveau. Bogskulpturer i bybilledet er den mest kendte. Dette er på trods af, at denne kampagne er betydeligt mindre kendt i Nordborg end den er i Sønderborg Kommune i øvrigt.

Alle øvrige kampagnetiltag er dog mere kendte i Nordborg, end de er i Sønderborg Kommune i øvrigt, hvilket synes at være i god overensstemmelse med, at det netop er Nordborg, der har været særligt fokus på. Den anden mest kendte kampagne er direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside. De øvrige kampagner er der et noget lavere kendskab til.

**Nordborgs borgere vurderer, at kampagnerne har haft en effekt.** Effektens størrelse kommer dog an på, hvilken dimension man spørger til. De fleste mener at kampagnerne har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Vurderingerne bliver dog mindre positive når spørgsmålene bliver mere konkrete og personnære – betydeligt færre vurderer, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere, øget deres interesse for litteratur og læsning, eller fået dem til at læse mere.

Der er endvidere gennemført en række mere avancerede statistiske analyser og tests af eventuelle udviklingstendenser over tid – fra før kampagnetiltagene (2014) til efter afslutning af kampagneforløbet (2015). Der er fundet **en væsentlig, positiv og statistisk signifikant stigning i Nordborgs borgeres interesse for at læse romaner**.

### 1.2 Nordborgborgernes læseprofil

**Nordborgs borgeres foretrukne medier er fjernsyn, internet, radio og avis.** En stor andel, især blandt de unge, benytter sig flittigt af sociale medier, mens de ældre aldersgrupper i højere grad holder sig til de traditionelle medier. Internetbrug er desuden højere blandt unge mennesker.



Det er dog **kun små andele af Nordborgs borgere, der hyppigt læser romaner, noveller, og faglitterære bøger/artikler**. Generelt benytter kvinder sig mere af alle typer medier end mænd.

Langt de fleste af Nordborgs borgere **foretrækker at læse romaner som fysiske bøger**. Blandt de unge er der også en vis interesse for at læse/høre romaner på alternative måder, såsom med lydbøger eller e-bøger.

Nordborgs borgere har gennemgående **nemt ved at læse og forstå indholdet i avisartikler, romaner, noveller, og breve fra det offentlige**. De har dog betydeligt sværere ved at høre og forstå indholdet i lydbøger, og indholdet ved oplæsning i radioen.

Nordborgs borgere er **mest interesserede i historier baseret på virkelige hændelser, krimier**, læse romaner samt historie, biografier, slægtshistorier og kærlighedshistorier. Mindre er interessen for noveller, lydbøger, digte, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen.

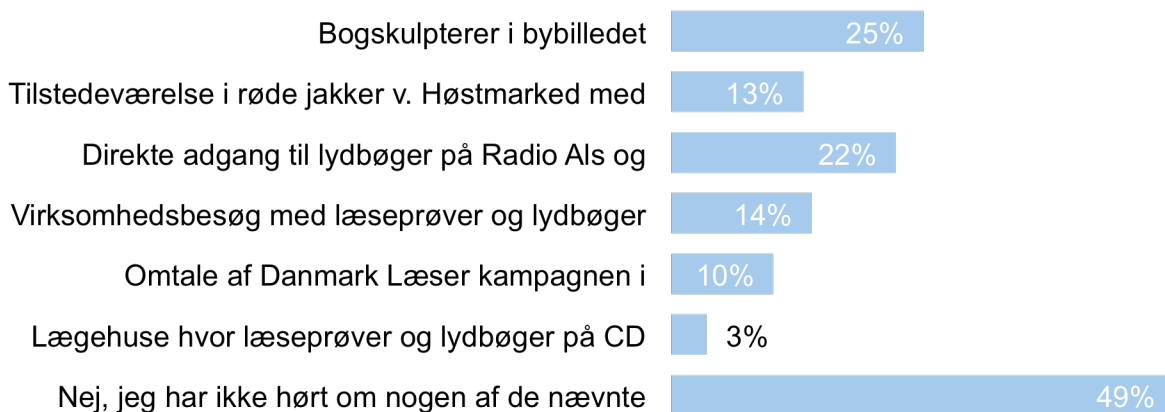
## 2. Kampagneeffekt

Dette afsnit omhandler kendskab til de kampagner, som biblioteket har benyttet i forsøget på at fremme interesse for læsning og litteratur. I det følgende gennemgås kendskab til kampagnerne, både i Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, og Nordborgs borgeres selvvaluerede gavn af kampagnerne.

Sidst i dette afsnit redegøres der for ændringer i interessen for at læse romaner fra 2014 til 2015. Der blev i udarbejdelsen af denne rapport testet for en lang række ændringer fra 2014 til 2015, dog viste en stigning i interessen for at læse romaner sig at være den eneste statistisk signifikante.

Figur 1 nedenfor viser de adspurgtes kendskab til kampagner, som biblioteket har stået for.

**Figur 1: Andel der kender til følgende tiltag**



Figur 1 viser, at næsten halvdelen af de adspurgte, 49%, ikke kender til nogen af de kampagner, som biblioteket har stået for.

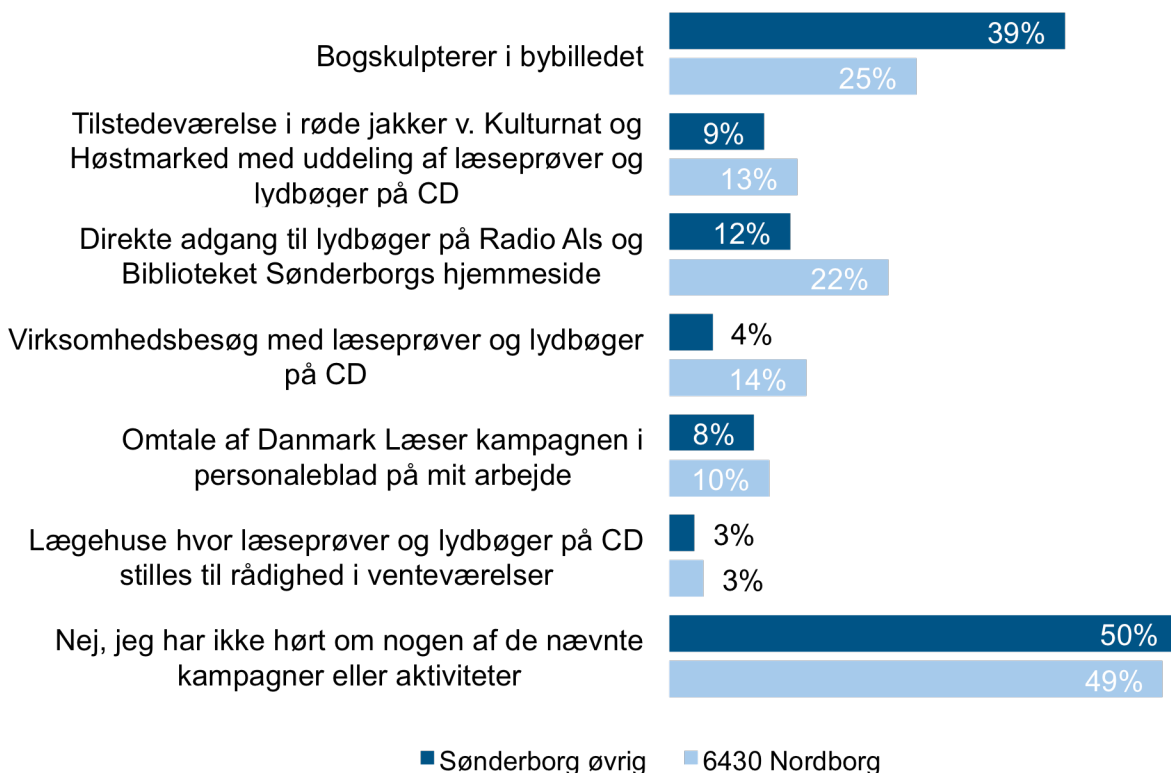
Det mest kendte tiltag er bogskulpturer i bybilledet. En fjerdedel af de adspurgte, 25%, har bemærket dette. Næsten lige så mange, 22%, har hørt om direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside.

14% har bemærket virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD, og næsten lige så mange, 13%, har bemærket tilstedeværelse af personer i røde jakker ved Høstmarked i Nordborg, med uddeling af læseprøver og lydbøger på CD.

10% af de adspurgte har bemærket omtale af Danmark Læser kampagnen i personaleblade på deres arbejde, mens kun 3% har bemærket lægehuse, hvor læseprøver og lydbøger på CD stilles til rådighed i venteværelser.

Figur 2 nedenfor viser forskelle mellem borgere i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, med hensyn til kendskab til bibliotekets kampagner. Bemærk at denne figur er den eneste i denne rapport, som indeholder besvarelser fra andre end Nordborgs borgere.

**Figur 2: Kendskab til følgende tiltag i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt**



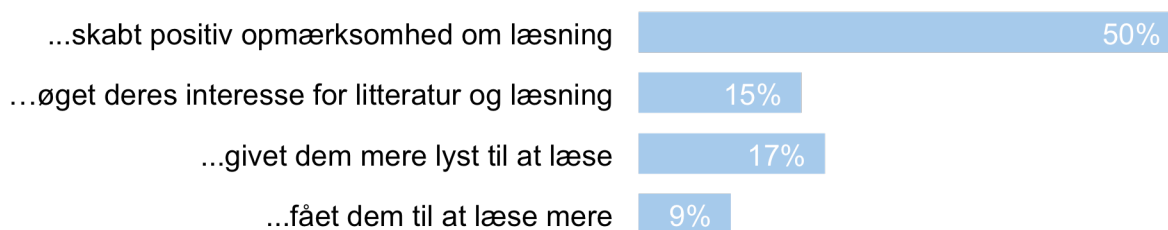
Figur 2 viser, at 39% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt har bemærket bogskulpturer i bybilledet, mens 14 procentpoint færre af de adspurgte i Nordborg har bemærket disse. Dette kunne tyde på, at bogskulpturerne har været mindre synlige i Nordborg, end de har været i de øvrige byer hvor de har været stillet op (Sønderborg, Gråsten, og Vester Sottrup).

Et andet punkt med stor forskel mellem Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt er kendskabet til direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs kommune. Mens 12% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt kender til dette, kender 22% af de adspurgte i Nordborg til dette. Også med hensyn til virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD er kendskabet i Nordborg større – 4% kender til dette i Sønderborg Kommune i øvrigt, mens 14% kender til dette i Nordborg.

Med hensyn til de øvrige kategorier forekommer der ikke bemærkelsesværdige forskelle med hensyn til kendskab.

Figur 3 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har haft en af følgende positive effekter.

**Figur 3: Andel der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har...**



Figur 3 viser, at hele 50% af de adspurgte mener, at bibliotekets kampagner har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Når det kommer til mere konkrete og personnære ting, er besvarelsene dog mere forsigtige. 17% angiver, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere. 15% angiver at kampagnerne har øget deres interesse for litteratur og læsning. Når det kommer til faktisk at læse mere, mener kun 9% at kampagnerne har haft denne effekt.

Figur 4 nedenfor viser ændringen fra nulpunktsmålingen i 2014 til eftermålingen i 2015, med hensyn til Nordborgs borgeres lyst til at læse romaner.

**Figur 4: Andel af Nordborgs borgere med interesse for at læse romaner**



Figur 4 viser en mulig positiv effekt af de læsefremmende indsats fra 2014 til 2015. Figuren viser, at der ved nulpunktsmålingen i 2014 var 41% af Nordborgs borgere som angav, at de var noget eller meget interesserede i at læse romaner. Ved eftermålingen i 2015 er dette tal steget til 47%, altså en forbedring på 6 procentpoint.

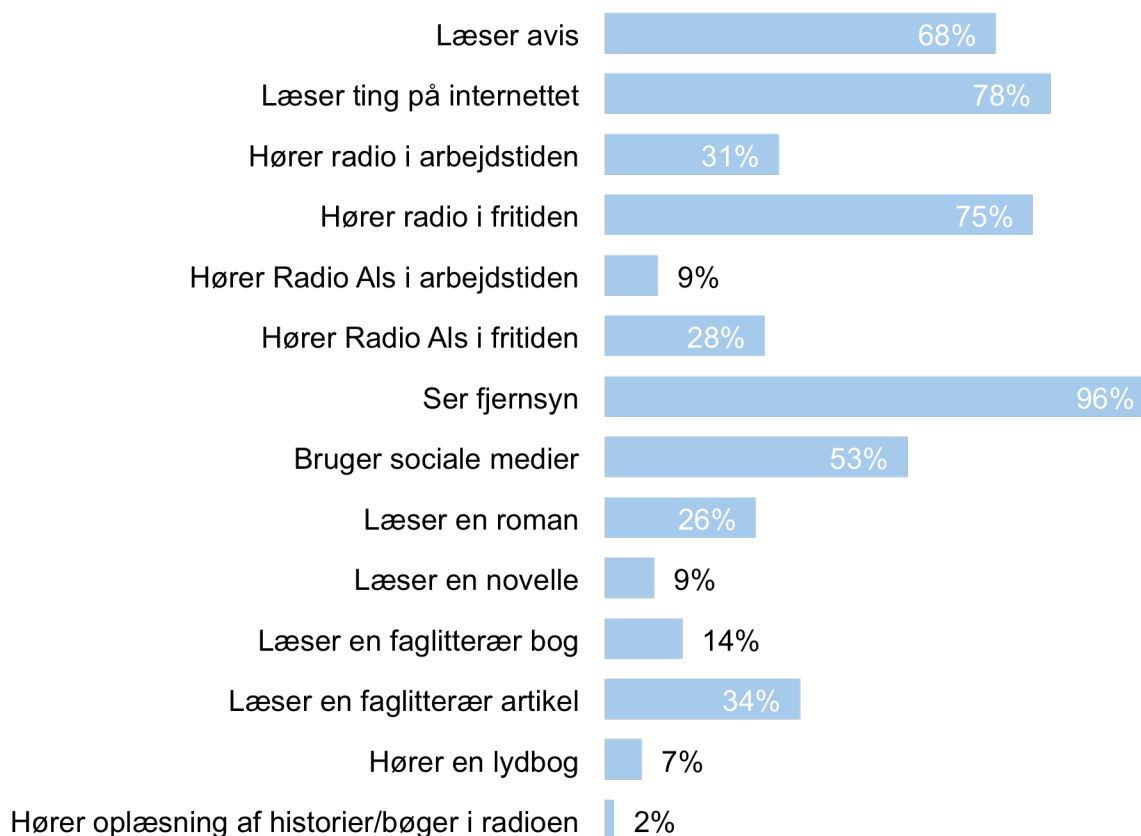
### 3. Status for Nordborgs borgere i 2015

Dette afsnit omhandler borgerne i Nordborg med hensyn til deres læseprofil i 2015.

Nedenfor gennemgås først hyppighed af benyttelse af forskellige medier, herefter interesse for litteratur og litteraturrelaterede aktiviteter, herefter de adspurgtes foretrukne måde at læse en roman på, og til sidst deres vurdering af, hvor nemt eller svært de forstår forskellige tekster og informationstyper.

Figur 5 nedenfor viser de andele af de adspurgte, der typisk anvender følgende medier en eller flere gange om ugen.

**Figur 5: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere**



Figur 5 viser, at det hyppigst benyttede medie er fjernsynet. 96% angiver, at de benytter dette en eller flere gange om ugen. Efter dette kommer internettet – 78% angiver, at de læser ting på dette en eller flere gange om ugen.

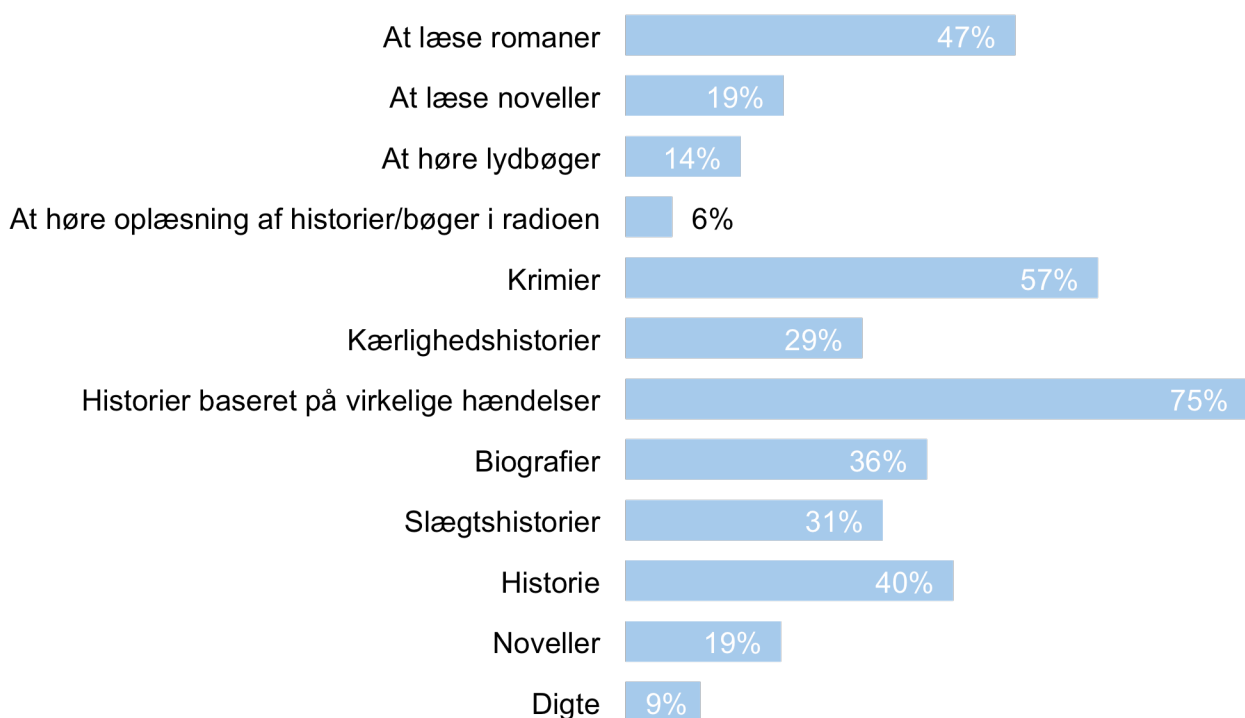
Radio er også et populært medie. 75% angiver at de en gang om ugen eller oftere hører radio i fritiden, mens betydeligt færre, 31%, hører radio i arbejdstiden en gang om ugen eller oftere. Ser man specifikt på Radio Als, fremgår det, at der på ugebasis er 28%, der hører kanalen i fritiden, og 9% der hører den i arbejdstiden.

Et andet populært medie er avisen, med 68% der læser denne ugentligt eller oftere. Over halvdelen af de adspurgte, 53%, benytter sociale medier en eller flere gange om ugen.

34% læser faglitterære artikler, 26% at de læser romaner, 14% at de læser faglitterære bøger, og kun 9% at de læser noveller ugentligt eller oftere. Meget få, 7%, hører lydbøger ugentligt eller oftere, mens kun 2% angiver, at de hører oplæsning af historier/bøger i radioen en eller flere gange om ugen.

Figur 6 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der er interesserede i følgende typer litteratur.

**Figur 6: Andel der er noget eller meget interesserede i følgende aktiviteter**



Af Figur 6 fremgår det, at mange af de adspurgte, 75%, er interesserede i historier baseret på virkelige hændelser. Stor interesse er der også for krimier, med 57% der angiver, at de

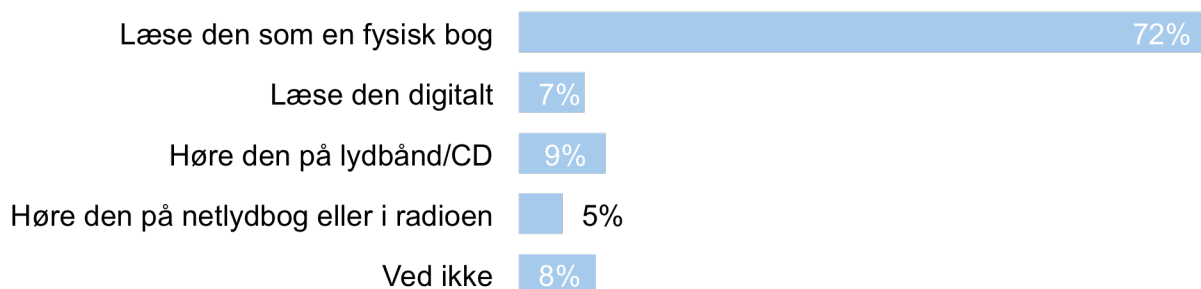
er noget eller meget interesserede. Også populært er det at læse romaner, med 47% der angiver interesse.

Herefter følger historie, biografier, og slægtshistorier, med henholdsvis 40%, 36%, og 31% interesserede. Blandt de mindre populære kategorier findes noveller/at læse noveller, med 19% interesserede, og at høre lydbøger, med 14% interesserede.

Kategorierne hvor færrest angiver, at de er noget eller meget interesserede, er digte, med 9%, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen, med 6%.

Figur 7 nedenfor viser de adspurgtes foretrukne måde at læse/høre en roman på.

### Figur 7: Foretrukken måde at læse/høre en roman på



Figur 7 viser, at de adspurgte i alt overvejende grad foretrækker at læse romaner som fysiske bøger. Hele 72% angiver dette som førsteprioritet. De øvrige muligheder ligger nogenlunde lige, med lave andele der foretrækker disse. 9% foretrækker at høre en roman på lydbånd/CD, 7% at læse den digitalt, og 5% at høre den på netlydbog eller i radioen. 8% angiver, at de ikke ved hvordan de foretrækker at læse/høre en roman.



Figur 8 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der synes det er nemt at høre/læse og forstå forskellige typer litteratur.

**Figur 8: Andel der synes at det er nemt eller meget nemt at gøre følgende**



Figur 8 viser, at der inden for de fleste typer litteratur kun er få problemer med forståelsen. 87% angiver at det er nemt eller meget nemt at forstå og læse indholdet i avisartikler. For romaner er det tilsvarende tal 78%, for noveller 63%, og for breve og beskeder fra det offentlige er tallet 60%.

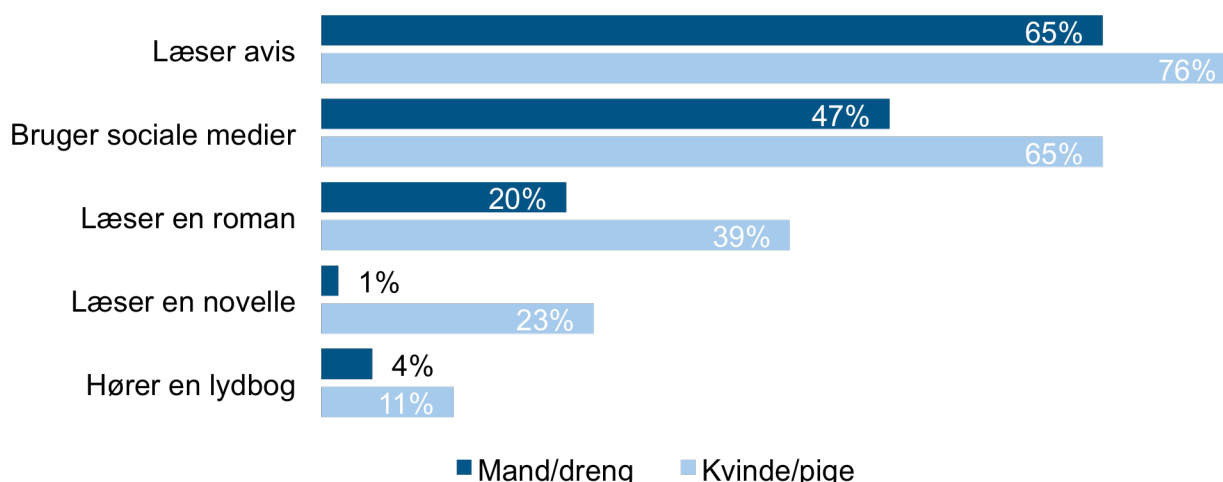
Nordborgs borgere har dog sværere ved at forstå indholdet ved oplæsning. Kun 39% angiver, at de har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet i lydbøger. Dette betyder, at 61% af de adspurgte har svært ved dette. 38% har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet ved oplæsning i radioen, hvilket betyder at 62% har svært ved det samme.

#### 4. Forskelle mellem køn og aldersgrupper

I undersøgelsen er der gennemført nærmere analyse og statistiske tests for variationer på tværs af køn, alder, uddannelse og arbejde. Dog blev der kun fundet interessante og signifikante forskelle med hensyn til køn og alder. Nedenfor gennemgås køns indflydelse på benyttelse af medier, alders indflydelse på benyttelse af medier, og alders indflydelse på foretrukken måde at læse/høre en roman på.

Figur 9 nedenfor viser forskelle i hvor ofte de to køn læser avis, bruger sociale medier, læser romaner, læser noveller, og hører en lydbog.

**Figur 9: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med køn**

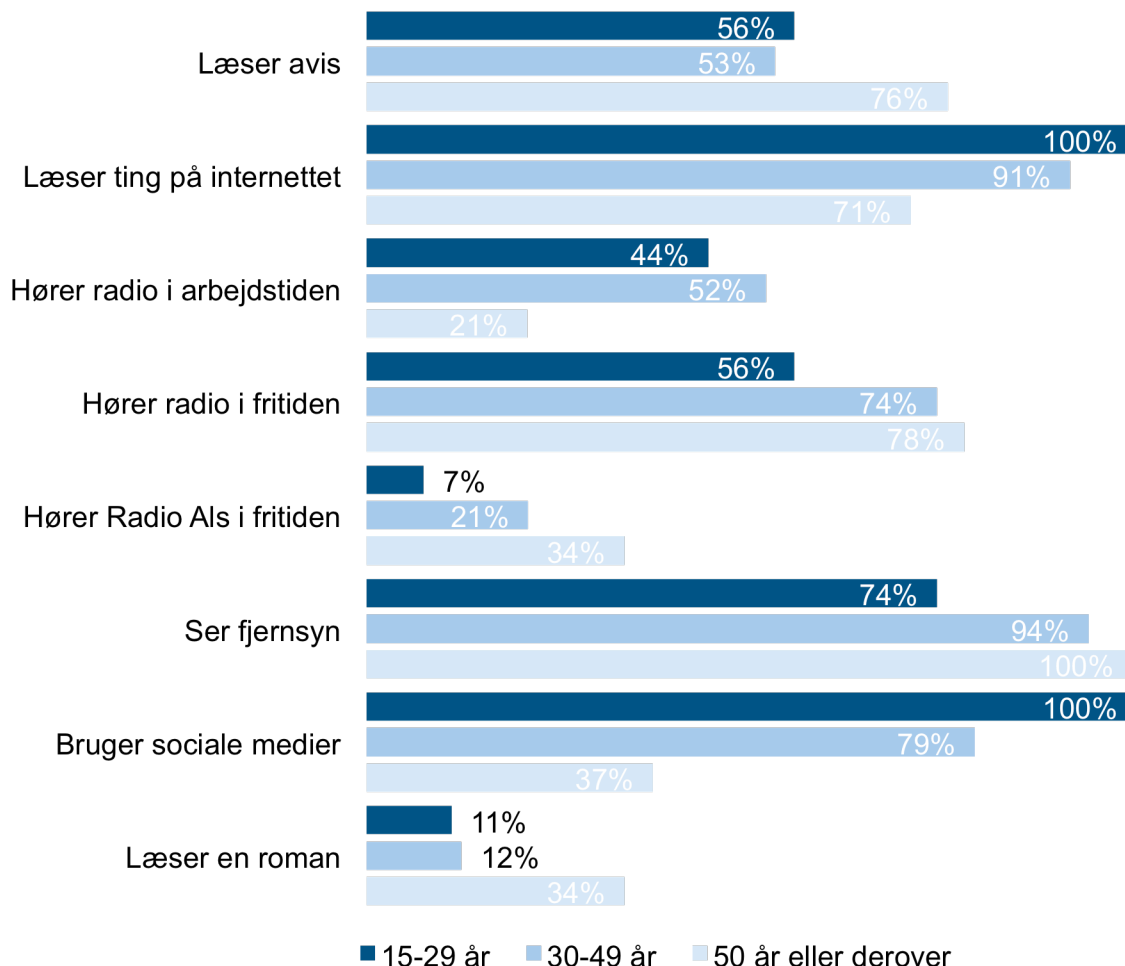


Af Figur 9 fremgår det, at kvinder generelt benytter medier oftere end mænd. Størst er forskellen ved noveller, hvor 22% flere kvinder end mænd læser dem en eller flere gange om ugen. Herefter følger romaner, hvor 19% flere kvinder end mænd læser dem ugentligt eller oftere. Forskellen ved sociale medier er også stor, med 18% flere kvinder end mænd, der benytter disse en eller flere gange om ugen.

Ved aviser findes der en mindre forskel, med 11% flere kvinder end mænd, der læse disse ugentligt eller oftere. Den mindste påviste forskel er ved lydbøger, med 7% flere kvinder end mænd, der hører disse en gang om ugen eller oftere.

Figur 10 nedenfor viser alders indflydelse på hyppigheden af benyttelse af forskellige typer medier.

**Figur 10: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med alder**



Figur 10 viser store forskelle i de forskellige aldersgruppers medievaner. Blandt de mest bemærkelsesværdige er læsning af ting på internettet og brug af sociale medier. Det fremgår, at 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år læser ting på internettet ugentligt eller oftere, mens tallet hos de 50-årige og ældre er nede på 71%. Ligeledes bruger 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år sociale medier ugentligt eller oftere, mens tallet for de 50-årige og ældre kun er 37%.

En omvendt tendens ses ved benyttelsen af fjernsyn. Her angiver 100% af de 50-årige og ældre, at de benytter dette ugentligt eller oftere, mens 74% af de 15-29-årige angiver dette.

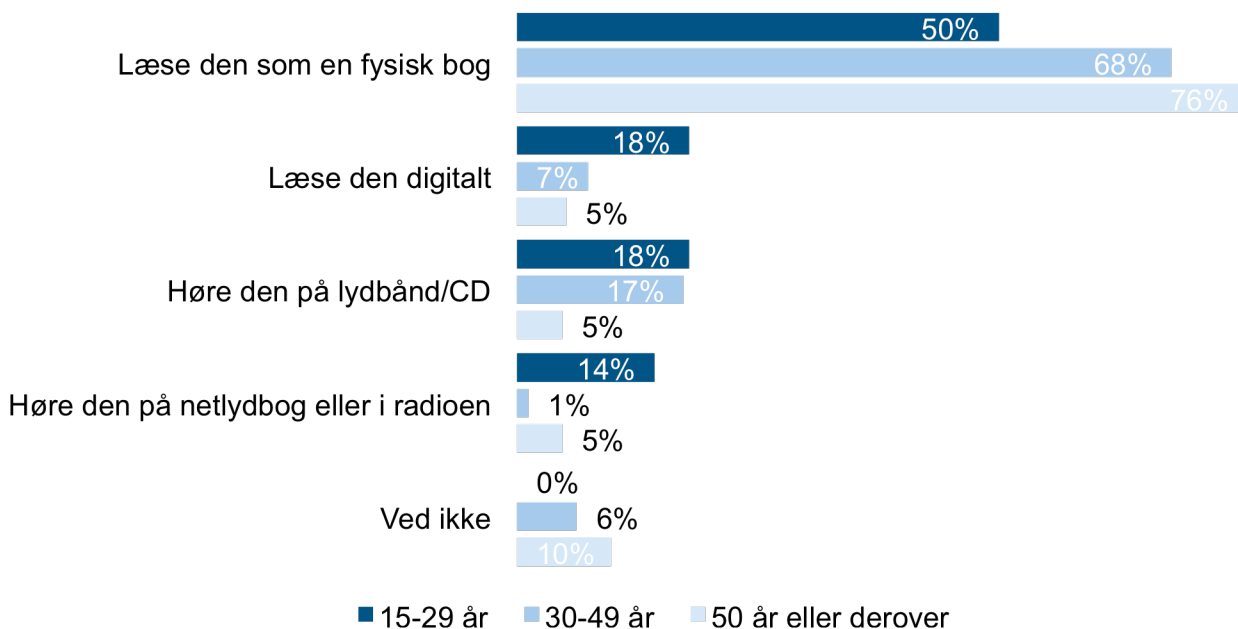
Også med hensyn til radio i fritiden gør dette mønster sig gældende – 78% af de 50-årige og ældre hører radio i fritiden ugentligt eller oftere, mens kun 56% af de 15-29-årige gør dette. Tendensen gør sig også gældende med Radio Als i fritiden. Når det kommer til radio i arbejdstiden er tendensen mindre klar – dette skyldes sandsynligvis, at en stor andel af de 50-årige og ældre ikke har nogen arbejdstid.

Også når det kommer til romaner er det blandt de højere aldersklasser, at den hyppigste benyttelse forekommer. 34% af de 50-årige og ældre angiver, at de læser i en roman ugentligt eller oftere, mens kun 11% af de 15-29-årige angiver dette.

Med hensyn til aviser er sammenhængen mellem alder og brugshyppighed ikke helt så entydig, som den er med nogle af de andre medier. Det kan dog påpeges at 76% af de 50-årige og ældre læser aviser en eller flere gange om ugen, mens betydeligt færre, 56%, af de 15-29-årige gør dette.

Figur 11 nedenfor viser alders indflydelse på ens foretrukne måde at læse/høre en roman på.

**Figur 11: Foretrukken måde at læse/høre en roman på, sammenholdt med alder**



Figur 11 viser en klar sammenhæng mellem alder og foretrukken måde at læse en roman på. Blandt de 50-årige og ældre foretrækker langt de fleste, 76%, at læse en roman som en fysisk bog. Samme tal for de 15-29-årige er nede på halvdelen, 50%. Til gengæld foretrækker flere i denne gruppe at læse bøger digitalt. 18% af de 15-29-årige foretrækker at læse en roman digitalt, mod kun 5% af de 50-årige og ældre. Ligeledes foretrækker 18% af de 15-29-årige at høre en roman på lydbånd/CD, mod 5% af de 50-årige og ældre.

Også med hensyn til netlydbøger og radio er de unge mere positive – 14% af de 15-29-årige foretrækker at høre en roman således, mod 5% af de 50-årige og ældre.