



Projekttitle, Projektejer, projektleder, projektnummer, projekttid (fra og til)

Læsefamilier, Tina Bang Jakobsen, Anine Sander Kaas, BUP.2018-0043, 01012018-31122018

Baggrund (hvorfor dette projekt?) – Formål

Med en læsekampagne vil vi ændre og udfordre læsevaner hos familier med børn 10+. Familierne efterspørger tilbud, der ikke kun letter deres travle hverdag, men også udnytter potentialet for nærvær og oplevelser sammen. Projektet giver litterære kvalitetsoplevelser som svar på udfordringen om for lidt nærvær i familien. Samtidig positionerer det, med kampagnens fokus på det kuraterede indhold, biblioteket som pendant til skolerne og tidligere læsekampagners fokus på kvantitet. Kampagnen fokuserer på litterær kvalitet, bredden i litteraturen og at der skabes litterære oplevelser og begejstring hos alle i familien både for voksne og børn. Alt sammen bidrag til dels læsefærdigheder, men i lige så høj grad til dannende selvrefleksion og viden.

Målgruppe

Familier med børn, der er 10 år+

Hvor mange deltagere var involveret/ fået gavn af projektet?

75 nordjyske familier med gennemsnitligt 4 personer i familien har deltaget i projektet. Familierne har været tilknyttet 4 forskellige kommuner i regionen, nemlig Brønderslev, Hjørring, Rebild og Aalborg.

Hvilke metoder har projektet brugt/bygget på?

I projektet er der arbejdet med konceptudvikling af læseposerne. Vi har i arbejdet bl.a. baseret os på erfaringerne med udvikling af koncepter for arbejde med læsning og læselyst fra projekterne "Sprogstart" og "Sprogsporet".

Hvilke og hvor mange forskellige aktiviteter er gennemført?

Vi har afholdt 3 events for de deltagende familier. Et opstartsmøde, hvor familierne blev klædt på til projektet, blev inspireret til læsning og fik viden om hvor vigtig læsning er. Et midtevent hvor de fik tips til gode bøger og hvor vi (via minispørgeskema) fik en melding tilbage på AHA-oplevelser og forslag til justeringer i poserne. Projektet blev sluttet af med et event, hvor familierne svarede på et spørgeskema omkring det at være Læsefamilie (svarene er vedhæftet) og en af vores tilknyttede konsulenter igen pointerede hvor vigtig læsning er.

Hvad er den samlede vurdering af projektets succes/ hvad var succeskriterierne?

Vi ville med projektet gerne skabe læselyst og ændre læsevaner hos hele familien, sådan at familier sammen gennem forskellige sociale, interaktive og kuraterede litterære oplevelser og aktiviteter vil få mere nærvær og udvidet deres horisont.

Det er lykkedes os at skabe unik måde at lave litteraturformidling på, der har sat sig spor hos både voksne og børn i måden de er sammen om litteraturen på samt i det hele taget bibliotekets tilbud.

Vi ville give familierne 3 aha-oplevelser ved at være med i projektet. Her er et par eksempler:

- De opfindelser og landevindinger man stødte på i Timeline-spillet, kunne man efterfølgende læse om i de 2 fagbøger, der var med i posen. Det gav det hele en ekstra dimension.
- Posen med uhygge var en overraskende god oplevelse. Vi har aldrig rigtig læst gyserhistorier for vores børn, men det bliver ikke sidste gang vi gør det.

- Det sjoveste og bedste ved at være Læsefamilie, er at vi er blevet præsenteret for nye bøger og bogserier. Og vi fik gode snakke om sociale medier.
- Det kom bag på os, hvor meget man kan blive revet med at en velskrevet børnebog som "Ternet ninja".

Selvevaluering:

Har projektet haft den forventede relevans for målgruppen?

Ja! Vi ved at børn ofte slipper læsning i denne alder og tilbage meldingen fra familierne har været, at især de deltagende børn har læst mere og andet end de ellers plejer. Tilbuddet har været så interessant at det har lokket både børn og voksne væk fra skærmene og fået dem til at lave noget sammen.

Hvilke problemer har projektet oplevet undervejs?

Det har været en udfordring at holde motivationen hos familierne. Projektet startede op til sommerferien, hvor der var masser af tid og overskud, men da hverdagen igen ramte, mærkede vi, at det gav familierne udfordringer at nå at få kigget i poserne. Den udfordring understøttede projektet ved at give rum for at familierne ikke skulle nå igennem alle 6 temaposer. Men kunne springe over 2, hvis tiden var presset af andre ting.

Var projektet anstrengelserne værd? – hvorfor/ hvorfor ikke?

Ja, så absolut. Vi har formået at få en målgruppe (børn 10 år plus) til at læse og prioritere nærværet i familien fremfor skærmtid.

Hvilke erfaringer har I gjort jer i forbindelse med projektets samarbejdsrelationer?

Det har været en klar styrke for projektet at projektgruppen har bestået af forskellige faggrupper f.eks. biblioteksuddannede, skolelærere og kommunikationsuddannede, som har bidraget med deres faglighed ind i Læsefamilier.

Der har været utrolig stor opbakning blandt regionens kulturinstitutioner, når vi har spurgt om præmier, forslag til indhold i poser og andet.

Hvad er de vigtigste forklaringer på, at projektet har nået/ikke har nået sine mål?

Familierne har været gode ambassadører for projektet og biblioteket, det har været med til at skabe gode historier. I spørgeskemaundersøgelsen svarede 100% af familierne at de vil anbefale andre familier at deltage i Læsefamilier.

Der er mange greb til litteraturen og bibliotekets tilbud, og de mange fagligheder i projektgruppen har gjort at indholdet i Læsefamilieposerne tiltaler folk bredt.

Hvad er de vigtigste grunde til, at projektet kunne nå sine mål?

Engagementet fra både projektgruppe og de deltagende familier har løftet projektet og skudt det godt på vej mod succes.

Hvad kunne være gjort bedre i projektet?

Vi ville gerne have haft mere tid til ideudvikling og produktion af poserne (Men vi er meget tilfredse med resultatet) og tidligere kommunikation ud til kollegaerne omkring projektet for at give dem ejerskab.

Hvilke af projektets erfaringer videreføres i andre sammenhænge?

De 4 deltagende biblioteker har valgt at bruge erfaringerne fra projektet til at sætte projektet i drift. Desuden har Mariager Fjord Bibliotekerne valgt at hoppe på og køre med Læsefamilieposerne fra maj 2019.

Vi erfarede hurtigt at konkurrence elementet ikke var vigtigt for familierne, så drop det en anden gang. Når bare produktet er godt, så betyder konkurrencer ikke så meget.

Kan projektet duplikeres af andre? –hvorfor/hvorfor ikke?

Læsefamilieposerne kan nemt duplikeres af alle biblioteker i hele Danmark, alt hvad du skal bruge i konceptet ligger til gengængeligt på hjemmesiden lige til at gå i gang med det samme.