

Sluttrapport for prosjektet Leselyst fra 0-18 år

Prosjektgjennomføring:

Prosjektet for aktiv formidling ved Steinkjer bibliotek i 2024 er tredelt: vi skulle gjenopprette tilbudet om oppsøkende lesestunder til barnehager, bli mer aktive på tiktok, og lage en helt ny lokal lesekampanje som skulle gå hele året, nemlig Æ les!

Prosjektmidlene er brukt til personalressurser for å øke en deltidsstilling med 10% til en bibliotekansatt. Vedkommende har avlastet barne- og ungdomsbibliotekaren og en annen ansatt ved å ta på seg noen av skrankevaktene deres. De to ansatte har dermed fått frigjort tid til å arbeide med prosjektet.

Vi opplever at alle de tre tiltakene i 2024 har blitt godt mottatt av brukergruppen. Barnehagene er svært takknemlige for at de igjen får besøk av biblioteket til lesestunder. Ungdommer i Steinkjer gir tilbakemeldinger på at ser oss på tiktok, og dermed virker det som vi har funnet en god kanal for å markedsføre oss mot denne målgruppen.

Det tredje vi har satset på i år er en helt ny lesekampanje som henvender seg mot barn i grunnskolen, fra første klasse helt opp til tiende klasse. Grunnen til at vi valgte å ha kampanjen åpen også for ungdomsskoleelever er fordi vi tidligere har fått tilbakemeldinger fra ungdom som synes det er synd de ikke kan delta på Sommerles lenger, og som ønsker det var et lignende tilbud for dem også. Til tross for dette har vi ikke opplevd stor deltakelse fra ungdom, selv om vi synes det er fint at de nå har muligheten til å delta. Noe deltakelse er det.

Måten man deltar på er ved å hente ut et bokmerke på biblioteket. Bokmerket har åtte ruter som kan stemples, og du får ett stempel for hver bok du har lest. Når alle åtte rutene er stemplet kan du bytte inn bokmerket til en premie. Her har vi kjøpt inn blant annet sprettballer, egenproduserte Æ les-silikonarmbånd, hjernetrim-leker og magneter. Stempler og bokmerker ble bestilt i februar, og vi har tre typer stempler. Vi bestemte oss tidlig for å dele opp bøkene i tre ulike sjangre: fakta, tegneserier/bildebøker og romaner/fortellinger. Samtidig satte vi et krav om at for å få «godkjent» utfyllt bokmerke, måtte brukeren lese bøker tilhørende minst to av de tre sjangrene. Slik håpet vi å unngå at brukerne leste kun f.eks. «Minsten»-bøkene, men faktisk gjorde en innsats i lesingen. I forhold til hvilken type lesestoff som godkjennes, har vi i stor grad forholdt oss til Sommerles sine retningslinjer. Vi måtte tidlig slutte å godkjenne pekebøker, da vi opplevde at mange leste disse for å få lest så mange bøker som mulig, på kortest mulig tid.

Når brukeren har fylt et bokmerke går de opp til neste level og får et nytt bokmerke de kan fylle ut. Vi har gjennom et lokalt trykkeri fått trykket opp bokmerker med totalt 6 levels, og om man fyller ut alle kan man starte på nytt. I tillegg til premier for hvert

fullførte level har vi også bonuspremier som har blitt trukket gjennom året. Vi hadde en trekning i juni, en i oktober, og den siste rett over nyttår. Første bonuspremie ble trukket blant alle som hadde levert level 2-bokmerket innen trekningsdato, og var en bokpremie bestående av 6 bøker. Andre bonuspremie ble trukket fra level 4-bokmerkene som var levert, og her fikk to vinnere hvert sitt gamingsett. Hovedpremien var Apple AirPods, der vi trakk en heldig vinner fra de som hadde fullført alle levelsene, altså fra level 6-bokmerkene. Samtidig trakk vi også en heldig vinner fra alle bokmerkene, som fikk 2 fribilletter til Steinkjer kino. Alle bonuspremiene fikk vi sponset fra bedrifter på Steinkjer: Steinkjer bokhandel, Steinkjer kino og Elkjøp Steinkjer. Siden man kan starte på nytt etter å ha fullført 6 levels, økes vannersjansen for bonuspremiene siden man da får flere «lodd» i trekningen.

På senhøsten ble det besluttet å utvide kampanjen til å vare helt frem til Sommerles 2025, altså til og med 31. mai 2025. Dette delvis fordi vi ikke kom i gang med kampanjen før 1. mars, og delvis fordi vi har oppnådd et noe lavere deltakertall enn vi hadde håpet, og derfor fortsatt har en del bokmerker og premier til gode.

Vi har ikke lyktes helt med å nå ut med kampanjen. Skolene har fått info og er bedt om å dele, vi har delt på alle våre kanaler digitalt; hjemmeside, facebook, instagram og tiktok. I tillegg markedsføres kampanjen i biblioteket både med fysiske plakater i lokalet, og på våre infoskjermer, og vi har fått oppmerksomhet både i lokalavisen og på lokalradioen. Vi markedsførte tilbudet igjen mot skolene og via sosiale medier i desember, for å informere om at lesekampanjen ville fortsette helt til 31. mai.

Fra mars til november har vi fått inn 347 bokmerker, der 129 er fra første level. Selv om tallene ikke er like høye som vi håpet, har vi fått utelukkende gode tilbakemeldinger fra deltakerne, og det virker som at de som er med setter pris på tilbudet. Til sammenligning hadde vi i 2024 493 deltakere på Sommerles.

Erfaringer:

Vi har opplevd flere bibliotekbrukere som har fått høyere leselyst og leseglede av å delta på Æ les! Blant annet en 7.-klassing som nærmest aldri hadde lest en bok før hen deltok på dette prosjektet, har nå fått et helt annet forhold til bøker og virkelig har fått stor leselyst. Hen har til og med flere ganger bedt om å få jobbe på biblioteket, da bøker nå gir så stor mersmak for brukeren.

Det var sommerles-modellen som inspirerte oss til å bruke levels i lesekampanjen. På ett vis ville det nok vært enklere om vi kun hadde hatt et enkelt bokmerke som man fylte ut og fikk premie for når fullført, heller enn å operere med levels. Samtidig opplever vi at å gå opp i level engasjerer brukerne og gir de en følelse av å nå en bragd hver gang de øker i level, samtidig som det kan gi de litt skryterettigheter ved å si at de har «rundet»

kampanjen når de har fullført level 6. Skulle vi gjort dette på nytt kan det hende vi ville ha revurdert modellen og forenklet den noe.

Ved en av de nærmeste skolene til biblioteket har særlig noen klasser omfavnet kampanjen veldig. Lærerne tar med seg elevene til biblioteket ukentlig, der de har en lesestund, elevene får låne bøker, og de får stemplet bokmerket sitt for det de har lest siden forrige besøk. Lærerne på trinnet setter stor pris på kampanjen, siden det motiverer elevene til å lese, og lærerne får et ferdig utviklet «leseopplegg» som de kan benytte seg av.

En av motivasjonene bak Æ les! var for å motivere barn og ungdom til å lese jevnt gjennom hele året, og ikke kun i sommerferien. For de som deltar på kampanjen virker det å ha hatt en effekt, uten at vi kan måle dette. Likevel skulle vi ønske at vi hadde sett et like stort deltakertall på Æ les! som på Sommerles, da modellene jo er nokså like. Likevel har Sommerles hatt flere år på å etablere seg og er kanskje lettere å rekruttere deltakere til etter så mange år.

Det som har vært mest tidkrevende med lesekampanjen har vært oppstarten. Innkjøp av premier og stempler, trykking av bokmerker, markedsføring og kontakt med sponsorer. Etter oppstart har det i stor grad gått av seg selv. Det er ønskelig å videreføre kampanjen, og vi har også fått tilbakemeldinger fra andre bibliotek som ønsker å kopiere den.

De oppsøkende lesestundene i barnehagene har vært en stor suksess. Dette var ikke overraskende på grunn av gode erfaringer fra tidligere, men det var utfordrende å gjennomføre lesestunder pga manglende ressurser. Prosjektmidlene var derfor et kjærkomment tilskudd til å komme i gang igjen. Steinkjer kommune er en stor kommune med mange grender, og for mange barnehager er det vanskelig å komme til biblioteket på lesestund. Alle de oppsøkende lesestundene vi har tilbudt gjennom året har blitt booket. Det tar tid å reise ut til barnehagene, men når vi har ressurser til det er vi veldig glad for å ha tilbudet, da det er så etterspurt. Det er uvisst om det er mulig å videreføre tilbudet etter prosjektperioden ut fra ressurssituasjonen.

Biblioteket har vært aktive på tiktok siden senhøsten 2020, men med varierende frekvens av videoer. Med prosjektmidlene i 2024 fikk barne- og ungdomsbibliotekaren friggitt noe tid som kunne brukes til å produsere innhold til plattformen. Det ble satt et mål om å legge ut minst en video i uken, og med noen unntak – som for eksempel i sommerferien – har dette blitt oppfylt. Tiktok er den kanalen av bibliotekets sosiale medier der vi når bredest ut, og der vi får mest engasjement fra brukerne i form av likerklikk, deling og kommentarer. Det er også den plattformen vi når best ut til ungdom. Etter endt prosjektperiode vil vi fortsette å legge ut innhold på appen, men det kan bli i litt mer variabel frekvens, basert på tidsbruk og ledige ressurser.

Måloppnåelse:

Vi ser at utlånet blant målgruppen har økt det siste året. Fra 1. mars 2024-31. desember 2024 har vi lånt ut 8622 bøker til lånerne mellom 1-18 år. I samme periode 2023 var tallet 5879, og i 2022 4832. Vi har fått tilbakemeldinger fra både lærere og foreldre som sier at lesekampanjen er motiverende for barna, og at de leser mer som følge av det. Også barna selv ser vi har glede av tiltaket.

Ved å prøve ut en ny formidlingsform i form av en lesekampanje har bibliotekets ansatte fått økt formidlingskompetanse, vi har fått til en modell som vi ser enkelt kan gjenbrukes, og vi har lyktes i å motivere leselyst og skape leseglede hos barn.

Tiltaket med oppsøkende lesestund har gitt næring til samarbeidet med barnehagene i kommunen, som i tillegg til lesestunder ofte benytter seg av bibliotekets andre tilbud som bakkasser, og for sentrumsbarnehagene bibliotekbesøk.

Tiktok har vært en god kanal for å nå ut med bibliotekets tilbud, og litteraturformidling, til ungdommen. Ved besøk fra ungdomsskolen får vi ofte kommentarer på at de har sett oss på tiktok, som motiverer til videre innholdsproduksjon gjennom denne kanalen. Ungdom er en vanskelig gruppe å nå ut til, men vi ser at å møte dem der de er (på sosiale medier) har vært en nøkkel for suksess. Vi har tidligere forsøkt formidling på både snapchat og youtube uten at dette har gitt særlig synergier.

PROSJEKTREGNSKAP 2024

UTGIFTER

Lønn til personalressurser 10% stilling	kr 68 540
---	-----------

Innkjøp av diverse materiell (premier, bokmerker mm)	kr 11 822
---	-----------

TOTALT	kr 80363
---------------	-----------------

Egeninnsats kommer i tillegg.

Steinkjer,

19. februar 2025

Marianne Vanem
biblioteksjef
Steinkjer bibliotek