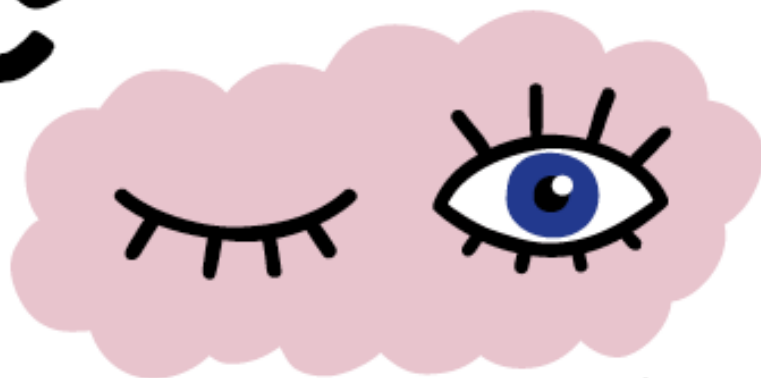




Læs piger



Rapport

Læs piger - et læse- og motivationsprojekt, 2018-2019

I 2017-2018 udkom rapporten "Børns læsning 2017" (Hansen, Gissel og Puck, 2018), der var en kvantitativ undersøgelse af børns læse- og medievaner i fritiden". Rapporten konkluderede, at der siden 2010 var sket et fald i de 9-14-årige pigers fritidslæsning og at den tid, de 9-14-årige piger tidligere brugte på at læse i fritiden nu i højere grad blev brugt på de sociale medier og i særlig grad på YouTube.

På baggrund af dette ansøgte Vejle Bibliotekerne i samarbejde med Billund, Esbjerg, Fredericia, Haderslev, Middelfart, Tønder, Varde og Aabenraa Biblioteker samt Centralbibliotek for Sydslesvig Slots- og Kulturstyrelsens pulje for folkebiblioteker og pædagogiske læringscentre om projektmidler til det 2-årige projekt "Læs piger – et læse- og motivationsprojekt". Projektets formål var at undersøge, hvordan pigers fascination af de sociale medier kunne bruges til at styrke og øge deres læsning i fritiden.

Ansøgningen blev imødekommet i foråret 2018, hvorefter arbejdet med projektet gik i gang. Projektet sluttede ved udgangen af 2019.



Denne rapport dykker ned i projektforsløbet, de forskellige erfaringer fra projektet samt præsenterer de 10 anbefalinger, som projektet ønsker at viderebringe til andre biblioteker, skoler og fagfolk, der gerne vil formidle bøger og skabe læselyst til børn og unge på de sociale medier, i dette tilfælde primært piger i aldersgruppen 9-14 år.

Postkort med de 10 anbefalinger kan downloades på projektbank.dk eller rekvireres ved henvendelse til Vejle Bibliotekerne. På projektbank.dk ligger uddybende materialer samt en afsluttende video om projektet, der også kan ses på Læs pigers YouTube-kanal: <https://www.youtube.com/channel/UCx7utf5og2axyKJBQd-KX8g>

Rapporten er udarbejdet af projektleder Marion Tirsgaard, Vejle Bibliotekerne med input fra udviklingskonsulent Stefan Nüchel, Vejle Bibliotekerne og ph.d. og forskningsmedarbejder Stine Reinholdt Hansen.

Logo og layout til Læs piger er udarbejdet af Sabine Brandt, Sisterbrandt.

Om projektet

Formål og mål

I samarbejde med YouTubere, forfattere og unge læsere havde projektet som mål at udvikle visuelle formidlingsformer i form af videoer til YouTube. Videoerne skulle fungere som cliffhangere og inspirere de 9-14-årige til lystlæsning. Piger i aldersgruppen skulle efterfølgende præsenteres for de producerede videoer, og det skulle undersøges, hvorvidt og hvordan videoerne gav pigerne lyst til at læse, og om pigerne reelt også læste mere, når formidlingen foregik på YouTube.



Pige fra Booktuberklubben på Vejle Bibliotek fortæller om bogen "Ternet Ninja" til en giveaway på YouTube-kanalen, 2019



Målgruppe

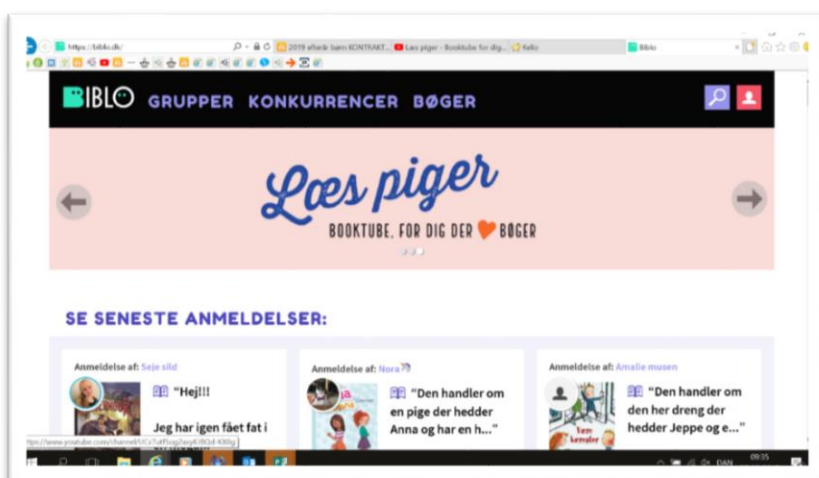
Projektets primære målgruppe var de 9-14-årige piger på 3.-7. klassetrin i de deltagende 10 kommuner, mens projektet sekundært ønskede at ramme andre piger i aldersgruppen samt biblioteksansatte og skolelærere, der arbejder med læsning og formidler til samme målgruppe. I alt var der et succeskriterie om at ramme minimum 2500 piger.

Metode

Ideen bag projektet var, at to forsøgsmodeller skulle munde ud i en videorække på YouTube. Forsøgsmodellerne skulle indholds- og formmæssigt være forskelligartede for at teste hvilken model, der havde den største effekt, og samtidig tage højde for aldersspredningen i målgruppen. Modellerne skulle tage udgangspunkt i metoder, der formidler litteratur og inddrager piger aktivt samt udbreder kendskabet til Biblo.dk. Forsøgsmodellerne skulle afprøves i løbet af sommeren 2018 og knyttes an til læsekampagnen Sommerbogen på Biblo.dk*. Efterfølgende skulle forsøgsmodellerne evalueres af piger på 3.-7. klasses trin på skoler i de deltagende kommuner, hvorefter modellerne skulle videreudvikles og justeres inden de skulle afprøves i forbindelse med en anden af daværende Biblo.dks læsekampagner, Vinterbogen. Efter endnu en evaluering med pigerne på skolerne i de deltagende kommuner skulle erfaringer fra projektet munde ud i en række anbefalinger i samarbejde med forskere til brug for biblioteker, skoler og fagfolk, der arbejder med børns læsning og formidling.

Organisering

Vejle Bibliotekerne har været projektejer og haft projektledelsen. Ved første opstartsmøde for de deltagende biblioteker blev der sammensat henholdsvis en styregruppe og en projektgruppe. For at sikre et tæt samarbejde mellem deltagerbibliotekerne var hvert deltagerbibliotek repræsenteret i enten styregruppe eller projektgruppe. Ph.d. og forskningsmedarbejder Stine Reinholdt Hansen og projektlederen for Biblo indgik ad hoc i projektgruppen og blev inddraget efter behov.



PR for Læs pigers YouTube-kanal
på Biblo.dk, 2019



Samarbejdspartnere

Udover Biblo, Stine Reinholdt Hansen fra Videncentret Læremiddel.dk og Henriette Romme Lund fra Nationalt Videncenter for Læsning har projektet samarbejdet med eReolenGo, der har formidlet projektets tilknyttede YouTube-kanal på deres hjemmeside og sociale medier. Projektgruppen hentede desuden den digitale konsulent Lone Sivebæk ind for at sikre mere viden om YouTube, influencers og målgruppens brug af de sociale medier**

* Biblo.dk er lukkede ved udgangen af 2019

**Se bilag 1 for organisationsdiagram og liste over samarbejdspartnere og kontaktpersoner.

Projektforløb

Generelle afvigelser

Kort inde i projektet stod det klart, at der var et misforhold mellem antallet af timer i projektet og det reelle indhold. Styregruppen valgte med Slots- og Kulturstyrelsens godkendelse at omfordele timerne, så de biblioteker, der indgik i styre- og projektgruppen samt projektlederen blev tildelt flere timer end de resterende deltagerbiblioteker. Endvidere blev der kigget nærmere på indholdet i projektet, så det i højere grad involverede de deltagende biblioteker, end der fra starten var lagt op til.

Af disse grunde bad styregruppen Slots- og Kulturstyrelsen om forlængelse af projektet til udgangen af 2019, hvilket betød en ændring i projektets tidplan, så den første afprøvning af videoer skulle knyttes til Vinterbogen 2019 i stedet for Sommerbogen 2018.

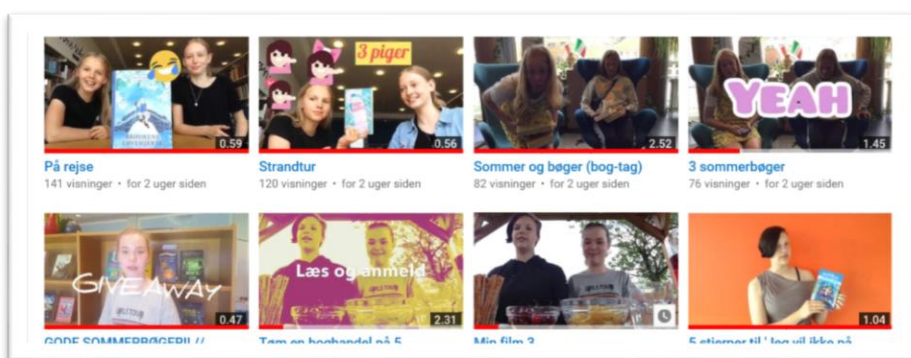
På trods af ændring af projektets indhold samt omfordeling af projektets timer har det ikke været muligt at få brugt de afsatte timer i projektet. Det blev endnu vanskeligere, da Haderslev og Varde Biblioteker undervejs valgte at trække sig fra projektet grundet personalemæssige udfordringer. Styregruppen valgte derfor med Slots- og Kulturstyrelsens godkendelse at nedskalere timerne i projektet, så tilskuddet udbetales efter antal brugte timer.

GDPR

En udefrakommende faktor, som fik afgørende betydning for projektet, var dataforordningen, GDPR, der blev indført i maj 2019. Hvert deltagerbibliotek skulle selv sørge for udformning af en forældretilladelse, hvor forældre til pigerne i Booktuberklubberne, gav deres tilladelse til, at videoer og billede af deres døtre blev offentliggjort på de sociale medier, herunder YouTube. På trods af at projektlederen på forhånd havde rådført sig med jurister i Vejle Kommune og udarbejdet en standardiseret forældretilladelse, som de andre kommuner kunne skele til, blev udarbejdelsen af forældretilladelser i enkelte kommuner en længerevarende proces.

Enkelte jurister i de 10 deltagende kommuner opponerede imod projektet, da vi, efter deres tolkning af GDPR, aldrig ville kunne garantere, at vi kunne trække videoerne tilbage fra internettet, hvis en forældre krævede det. Selvom vi slettede alle uploads på YouTube var det i deres øjne ingen garanti for, at videoerne ikke stadig var at finde på internettet. Dette blev yderlige kompliceret af, at projektet skulle formidles på YouTube, der har en aldersgrænse på 13 år, hvilket var i modstrid med målgruppens alder.

Den langvarige og enkelte steder manglede godkendelse fra kommunernes jurister betød, at etableringen af de lokale Booktuberklubber blev forsinket. Enkelte deltagerbiblioteker måtte endog gentænke Booktuberklubben, da det simpelthen ikke var muligt at få en godkendelse til at uploade videoerne på YouTube. Esbjerg Kommunes Biblioteker og Dansk Centralbibliotek for Sydslesvig måtte således etablere klubber, der ikke producerede videoer til en fælles YouTube-kanal, og derfor reelt ikke kunne bidrage til projektets formål og mål.



Et udsnit af videoer fra Læs pigers YouTube-kanal, 2019



Rekruttering

En vigtig del af projektet var etableringen af de lokale Booktuberklubber, hvor piger skulle producere videoer til en fælles YouTube-kanal. Med rådgivning fra den digitale konsulent Lone Sivebæk, der blev hentet ind til sparring med projektgruppen valgte vi, at målrette Booktuberklubber til de ældste i projektets målgruppe, de 12-14-årige. Årsagen var at børn, der ser YouTube, ofte følger YouTubere, der er ældre end dem selv.

Rekrutteringen af piger blev desværre en generel udfordring, som vi ikke havde forudset. Vi havde antaget, at koblingen mellem YouTube og bøger ville tiltrække både læsende piger og piger, der fandt klubben interessant på grund af YouTube-delen. Særligt YouTube-delen troede vi ville tiltrække pigerne, eftersom YouTube er en stor del af pigernes medieliv. Dette var ikke tilfældet. Trods lokal markedsføring og brug af lokale netværk og direkte henvendelser til PLC-medarbejdere og lærere, stod flere biblioteker i den situation, at de kun havde 2-4 tilmeldinger, hvilket vanskeliggjorde etableringen af en klub. Mens Fredericia, Middelfart og Vejle Bibliotekerne fik etableret klubber med ca. 6-8 medlemmer, måtte Aabenraa og Tønder Kommunes Bibliotekerne kaste håndklædet i ringen efter flere forsøg, mens Billund Bibliotekerne på falderebet endte med at etablere et samarbejde med en lokal klasse. Samtidig var Dansk Centralbibliotek for Sydslesvig udfordret af geografiske afstande, der betød, at de valgte at etablere 2 klubber på lokale skoler i stedet for på biblioteket.



← Piger fra en af Dansk Centralbibliotek for Sydslesvigs 2 klubber, 2019

Der kan være mange årsager til at rekrutteringen mislykkedes. Selve begrebet "Booktuberklub" har været en svær størrelse at formidle, da det ikke er et gængs udtryk, men et begreb, der for de fleste kræver en forklaring. Samtidig er de 12-14-årige piger en gruppe, der har mange interesser og som er svær at fastholde. Endvidere er der måske et misforhold mellem de piger, der kan lide at læse, og selve YouTube-delen. Det kan tænkes at de piger, der tiltrækkes af en bogklub, ikke er de samme piger, som gerne vil være YouTubere. Sågar et meet-up med Anna Briand, som var en del af PR strategien, kunne ikke mobilisere andet end nogle få medlemmer til Booktuberklubberne.

Fokusgrupper

At projektet var inddelt i 2 testfaser, hvor de producerede videoer skulle testes på piger i målgruppen, betød at der fra starten blev indledt et samarbejde med 10 skoler, der hver i sær skulle levere en gruppe af piger på 3.-7. klassetrin. De skulle løbende interviewes og evaluere på de producerede videoer. Det skulle samtidig undersøges, om pigerne begyndte at læse mere ved at se de producerede videoer. Gennem de 3 interviewrunder, der blev foretaget i løbet af projektet, fik vi piger i målgruppen i tale, og vi fik et aktuelt indblik i pigernes mediebrug, og hvad der muligvis skal til for at de vil se videoer om bøger på YouTube. Interviewmaterialet dannede dermed baggrund for udvalgte kriterier, som blev sendt ud til de deltagende biblioteker til inspiration i arbejdet med deres Booktuberklubber.

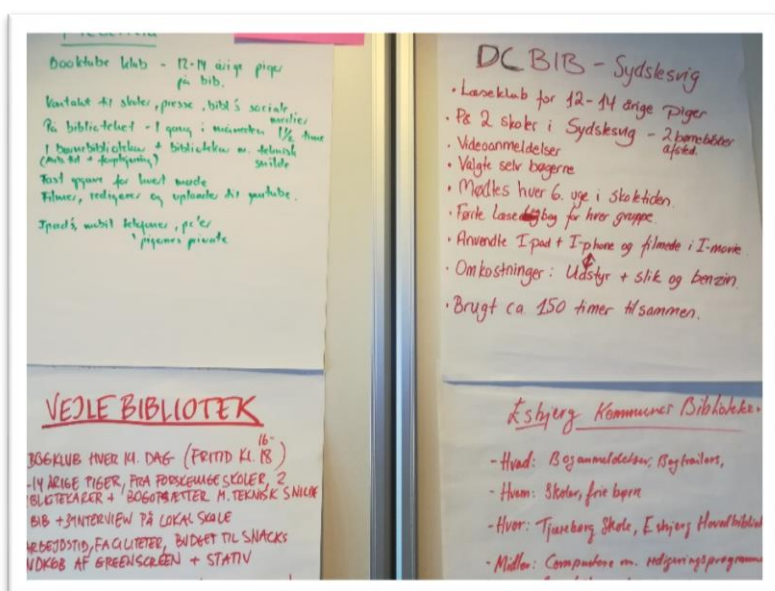
Samtidig fik vi præsenteret YouTube-kanalen for målgruppen som et led i at få udbredt kanalen og opnå succeskriteriet om, at 2.500 piger skulle se de producerede videoer. Forlængelsen af projektet betød imidlertid, at pigerne i løbet af de 3 interviewrunder skiftede klassetrin, og nogle blev fordelt i nye klasser eller startede på andre skoler. Det vanskeliggjorde undersøgelsen af, om videoerne reelt fik pigerne til at læse mere, da det ofte ikke var den samme gruppe af piger, som var til rådighed i interviewrunderne.

Evaluering

Interviewmaterialet fra skolerne har dannet udgangspunkt for løbende tilretning af projektet. Derudover er der blevet foretaget en række kvalitative interviews med piger i Booktuberklubberne samt en spørgeskemaundersøgelse til tovholdere fra de deltagende biblioteker. Alt dette har dannet grundlag for det afsluttende evalueringsmøde med tovholderne efter BibDok- metoden (www.bibdok.dk), hvilket udgør grundlaget for nærværende rapport.

Derudover har Nationalt Videncenter for Læsning bidraget med en analyse af 4 videoer i projektet udarbejdet af konsulent Henriette Romme Lund, der har undersøgt, hvordan læseren og læsningen fremstilles i online litteraturformidling, samt hvordan de auditive og visuelle udtryksformer er blevet anvendt*

Ph.d. Stine Reinholdt Hansen har desuden sparret på projektets anbefalinger, der kan ses til sidst i denne rapport.



← Noter fra evalueringsmøde med tovholderne, november 2019

I den oprindelige projektplan var det, som nævnt, et ønske at teste, om der var en effekt af Læs pigers videoer, og om videoerne reelt fik piger til at læse mere. Det har ikke været muligt at undersøge dette aspekt, da der har været stor udskiftning af pigerne i fokusgrupperne på skolerne og af de piger, der har deltaget i Booktuberklubberne. Der har med andre ord ikke været en fast og stabil kerne at foretage en før-og-efter undersøgelse på.

*Artiklen "Læseren og læsning i online litteraturformidling via videoer på YouTube" kan læses her:

https://videncenteret.dk/media/3005/laeseren-og-laesning-i-online-litteraturformidling-via-videoer-til-youtube_final.pdf

Formidling på YouTube

Valg af forsøgsmodeller

Med udgangspunkt i følgende ting: indledende idéworkshop med de deltagende biblioteker, rapporten 'Børns læsning 2017', artikler om YouTube og influencers, sparring med digital konsulent Lone Sivebæk og gruppeinterviews med piger på de samarbejdende skoler, faldt valget på følgende 2 forsøgsmodeller, der begge tog udgangspunkt i begrebet influencers:

Model 1



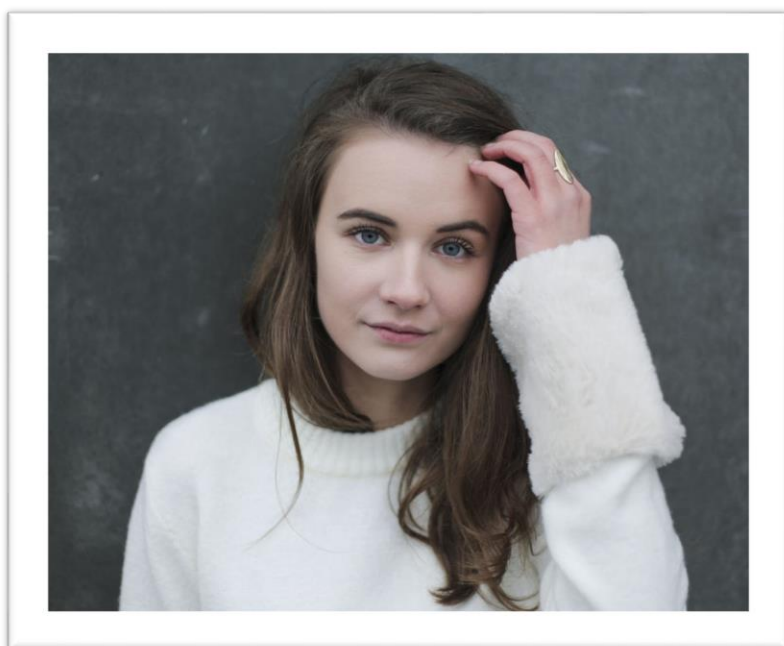
Model 2



Vi valgte dermed at gå uden om forfattere, der i projektansøgningen var tænkt ind som medproducenter af indhold til videoerne. Dette valg tog vi på baggrund af de ovennævnte materialer, der tydeliggjorde for os, at de videoer og kanaler, som pigerne så og fulgte på YouTube, havde et andet fokus end bøger og forfattere. Et fokus, der i højere grad var rettet mod underholdning, interesser og hverdag end mod det, som for mange ikke så læseglade piger, er lig med skole og pligt. Vi ønskede i højere grad at teste pige-til-pige formidlingen. Med de 2 modeller ville vi dels teste, hvordan en professionel YouTuber formidler bøger og læsning i YouTuberens eget univers, og hvilke greb til læselyst, der bruges. Som modpol ønskede vi at teste, hvordan piger i målgruppen selv formidler læsning, hvilke greb de bruger, og om deres formidling kan inspirere til læselyst.

Model 1 – Makroinfluencer

I forhold til model 1 valgte vi at indgå en aftale med YouTuber Anna Briand, der har 162.000 følgere på YouTube. Anna Briand, som desuden så sig selv i projektet, ville formidle læsning på sin egen YouTube-kanal i eget navn. Hun var et af de navne på en populær YouTuber, der gik igen i interviewene med pigerne på skolerne på tværs af flere klassetrin. Da Anna Briand er ældre end projektets målgruppe, ønskede vi også at koble en yngre YouTuber på, hvorfor Anna Briand inddrog sin 13-årige kusine, Alberte Danefeld Jørgensen, i videoerne for bedre at ramme målgruppen.



← YouTuber Anna
Briand, PR foto,
Gonzomedia

Anna Briand og Alberte Danefeld Jørgensen fik frie hænder til de to videoer, aftalen lød på, da det var deres blik på læsning og deres formidling, der var det vigtige. Derfor var udkastet til Anna og Alberte blot nogle få stikord, der beskrev projektet og som definerede en løs ramme. Ved anden video, der blev uploadet i forbindelse med Sommerbogen 2019, var stikordene således blot "sommerferie og hvad I vil læse i sommerferien".



Layout og logo
for Læs piger
YouTube-kanal,
2018



De to videoer blev uploadet i marts og juli 2019 og fik henholdsvis godt 21.000 og 53.000 visninger. Sideløbende med upload af de to videoer på Anna Briands kanal udløste det tydelig aktivitet på Læs pigers YouTube-kanal. I de dage, der fulgte lige i kølvandet på Anna Briands første video, steg antallet af følgere på Læs pigers kanal fra ca. 40 til 183. Der var også en tydelig effekt at spore i antallet af visninger på de videoer, der lå i toppen af Læs pigers YouTube-kanal. Effekten var dog kortvarig, og selvom vi stadig havde 183 abonnenter, efter de to videoer var ude, udløste det ikke tilsvarende flere visninger af de efterfølgende videoer på vores kanal. Det vil sige, at selv om Anna Briands videoer fik en del piger over på vores kanal, var det et fåtal, der fandt interesse for kanalen og brugte tid på at se vores videoer.

Anna Briands videoer til Læs piger

MEET UP + EN SNAK OM EFTERSKOLE, RONALDO og TUDEFILM/BØGER?!

<https://www.youtube.com/watch?v=TmAJUnoHIdQ>

EN SOMMERDAG MED MIN KUSINE OG JEG - *VLOG*

<https://www.youtube.com/watch?v=Azjits5Aato>

Karakteristisk for Anna Briands videoer er, at de er tempofyldte, humoristiske, og at hun skaber en fortællende ramme og giver sine følgere noget af sig selv og sit liv. Hun er en garvet og professionel YouTuber, der forstår genren fuldt ud. I videoerne fremstår hun ikke som en udpræget læser, men netop det gør hende troværdig og til én, som mange piger kan identificere sig med. Hun får inddraget både bøger og læsning på en måde, der virker naturlig i hendes YouTube-univers. Det betyder, at hun får gjort læsning til noget, der sagtens kan forenes med et moderne medie som YouTube, og det virker appellerende på målgruppen.

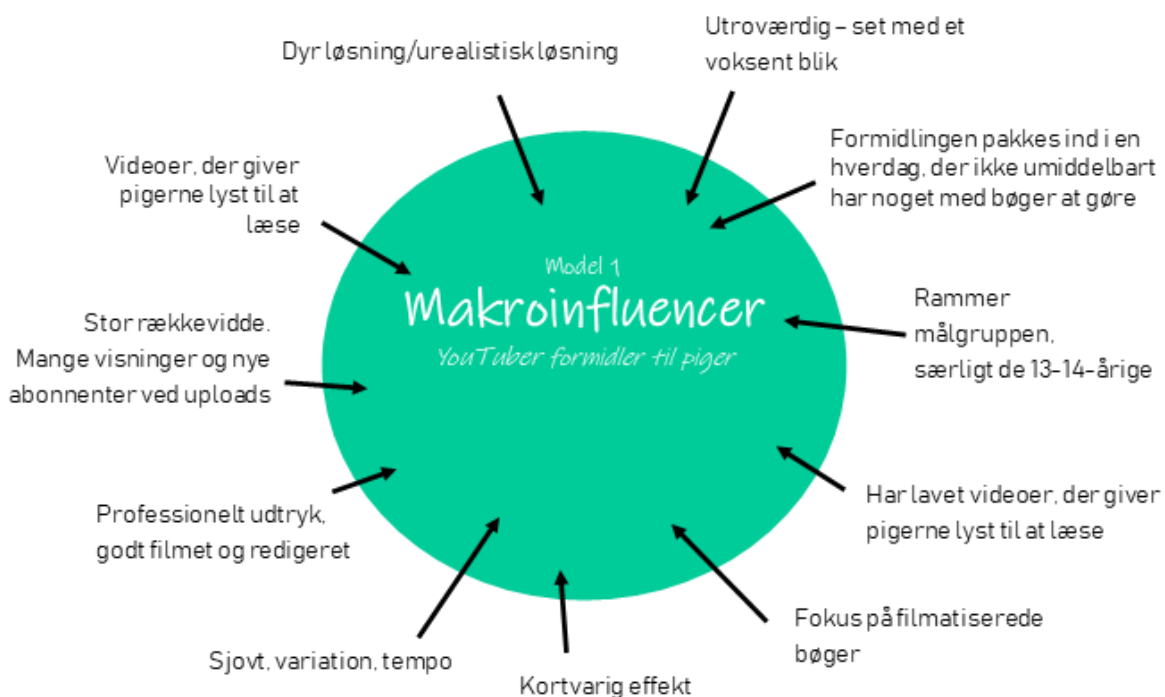
'Det er jo broccoli pakket ind i slik'

(citat fra pige i Aabenraa, da hun har set Anna Briands videoer)

Evalueringen med pigerne på de samarbejdende skoler bekræfter dette. Størstedelen af pigerne peger på Anna Briands videoer som nogle, der kan inspirere dem til at læse. Flere vil endvidere gerne læse de bøger, som Anna Briand nævner i sine videoer. Flertallet siger, at Anna Briand taler til dem i deres eget sprog, og at de kan identificere sig med hende, hvilket har stor betydning for troværdigheden.

Anna Briand rammer dermed målgruppen. Med Anna Briands videoer er vi nået længere ud end de 2.500 piger, der var sat som et succeskriterie. Vi er samtidig kommet ud til en gruppe af piger, som vi ellers ikke ville nå men effekten var kortvarig, hvilket både kan skyldes, at Anna Briands følgere ikke er målgruppen for vores projekt, og at indholdet på Læs piger kanalen ikke har haft et indhold, som har tiltalt pigerne og efterfølgende fastholdt dem.

Herunder kan ses en sammenfatning af erfaringer, som vi har uddraget i forhold til model 1.



Model 2 – Mikroinfluencer

Pige-til-pige-formidlingen blev udgangspunktet for model 2 i form af Booktuberklubber, der blev etableret på de deltagende biblioteker. I Booktuberklubberne mødtes pigerne med tovholdere fra projektet og snakkede om bøger, planlagde, filmede og redigerede videoer om bøger, som efterfølgende blev uploadet på den fælles YouTube-kanal "Booktube for dig, der elsker bøger". I løbet af projektets levetid blev der produceret godt 85 videoer, der gennemsnitlig har fået 84 visninger. De fleste videoer har fået mellem 30-40 visninger, mens topscoreren ligger på 610 visninger.

Klubberne tiltrak hovedsageligt læsende piger, og det blev hurtigt meget tydeligt, at pigerne havde en lidt traditionel og skoleagtig tilgang til formidling af læsning og bøger, hvilket muligvis skyldtes den institutionelle ramme, der var omkring projektet eftersom klubmøderne foregik på skoler og biblioteker. I starten var kanalen således meget præget af boganmeldelses-videoer i et scenari, der foregik foran en hvid væg eller en bogreol.



Pige fra Booktuberklubben på Middelfart Bibliotek, et eksempel på en mere traditionel formidling af bogen, 2019



Det stod hurtigt klart, at pigerne skulle have en styret ramme. De skulle udfordres og inspireres for at tænke i utraditionelle baner. Selvom de er brugere af YouTube, formåede de færreste at lure YouTubernes greb til formidling af og overføre dem til egen hverdag.

Filmingen og redigering af videoerne blev flere steder besværliggjort af manglende teknisk udstyr og manglende kompetencer i redigering. Projektgruppen udarbejdede en vejledning til upload og en fælles idékasse med inspiration til indhold i videoer. På baggrund af interviewene på skolerne blev der udarbejdet en liste med pigernes gode råd til filmning og redigering og to videobankoplader med gevinster på højkant blev sendt ud til klubberne i et forsøg på at give inspiration og skabe mere varieret indhold på kanalen*

Sammensætningen af klubberne har haft stor betydning for kvaliteten af de videoer, der er blevet produceret. Booktuberklubben på Fredericia Bibliotek havde en gruppe piger, der var vant til at redigere og som befandt sig godt foran et kamera, mens fx Booktuberklubben på Middelfart Bibliotek bestod af stille piger, som havde sværere ved at stå foran kameraet og var uvante med at redigere. Det betød, at tovholderen i Middelfart valgte at filme og redigere videoerne for pigerne.

*Se bilag 2 for liste med gode råd. Se desuden www.projektbank.dk for eksempler på videobanko og vejledninger til fx upload



← Piger fra
Fredericia Biblioteks
Booktuberklub, et
eksempel på en video,
målgruppen syntes godt
om, 2019

Evalueringen med piger på de deltagende skoler viste med al tydelighed, at pigerne i Booktuber-klubberne i begrænset omfang har inspireret andre piger til at læse. Selvom der har været videoer, som pigerne har syntes godt om, eller elementer fra videoer, som de kunne lide, udtaler hovedparten af dem, at de aldrig ville følge Læs piger-kanalen. De peger på, at YouTube ikke er noget som de forbinder med bøger og læsning, men primært et sted til underholdning og for pigerne er de to ting ikke forenelige. De videoer, som de har fremhævet frem for andre, har hovedsageligt været videoer, der ikke har foregået i en institutionel ramme fx "Vlog fra Meet up med Anna Briand og Alberte Danefeld Jørgensen", "Kirsebærkys og kaos" og "På rejse". De nævnte eksempler gør brug af emojis, effekter og har en lidt sjov og uhøjtidelig tone, der er mere personlige end de mere traditionelle boganmeldelser. Det tyder på, at hvis der i Booktuberklubberne var blevet arbejdet mere direkte med at inddrage YouTube-genren i boganmeldelserne, ville de muligvis have haft en større appel.

3 af de videoer fra model 1, som pigerne syntes bedst om

Vlog fra Meet up med Anna Briand og Alberte Danefeld Jørgensen
<https://www.youtube.com/watch?v=5ymoewjGjNk>

Kirsebærkys og kaos
<https://www.youtube.com/watch?v=9gHa0S7KpCg>

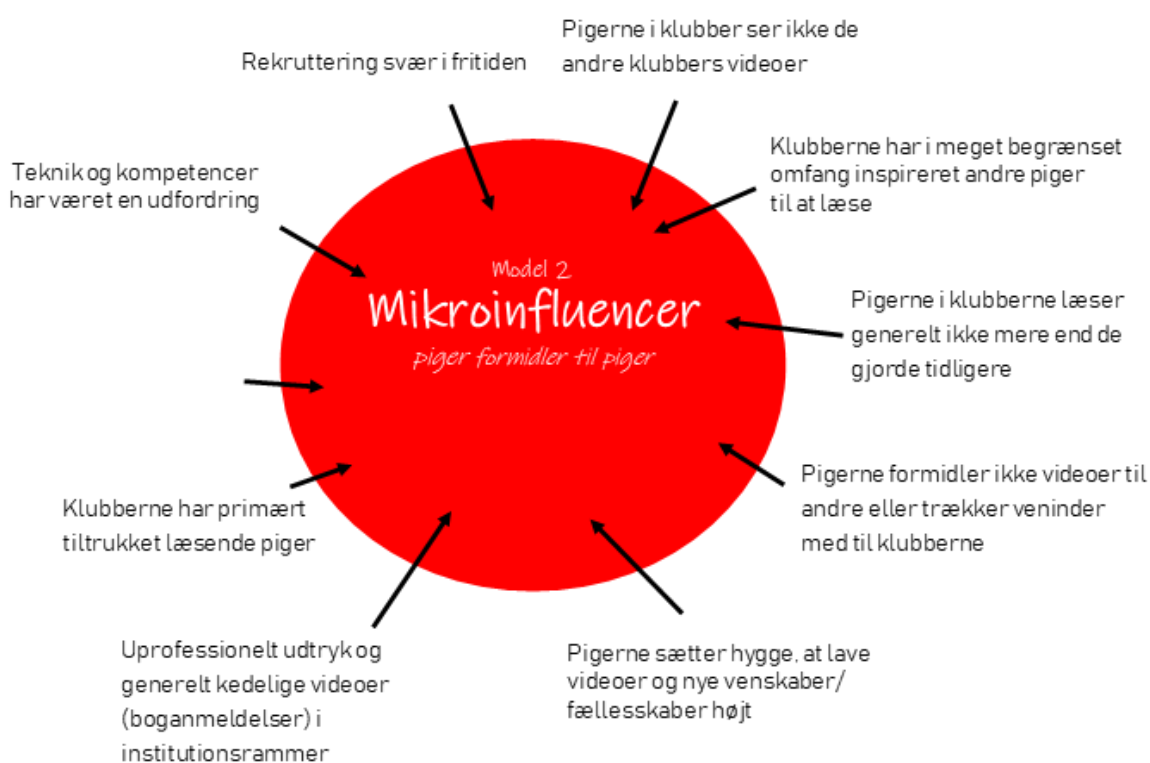
På rejse
<https://www.youtube.com/watch?v=BIQKNgNfCoE>

Erfaringer med Booktuberklubberne og pige-til-pige-formidlingen viser, at det er muligt at producere videoer, som kan inspirere andre piger til at læse, men at det samtidigt er svært og meget tidskrævende både i forhold til at producere videoer med et inspirerende indhold og at komme ud over rampen og blive set af målgruppen, da YouTube ikke umiddelbart er et sted, hvor de søger inspiration til læsning. Der skal med andre ord arbejdes med den stereotype forestilling om, at læsning er for læseheste og YouTube for smarte piger. De to ting kan godt forenes, men det kræver, at man forstår genrens virkemidler.

Det kræver meget arbejde, grundig forberedelse og de helt rette kompetencer at producere videoer, som taler til målgruppen og inspirerer til læsning. Der skal ligeledes en større grad af styring og rammesætning til for at nå i mål, og pigerne kan med fordel sætte sig ind i tre forhold:

1. Hvad skal der til for at YouTube-formidling virker overbevisende og er god?
2. Hvilke informationer er vigtige, hvis man skal få lyst til at læse en bog?
3. Hvordan får man de to ting til at spille sammen?

Herunder kan ses en sammenfatning af erfaringer, som vi har udtaget i forhold til model 2.



Kompetencer og teknik

At arbejde med Booktuber-begrebet, YouTube og herunder teknik og redigering af YouTube-videoer har været en udfordring for deltagerbibliotekerne. De tovholdere, der blev koblet på projektet fra start, har haft en stor viden om børn og læsning og mange erfaringer med at lave

læsetiltag, herunder læseklubber for børn og unge, men de færreste havde de fornødne tekniske kompetencer til at filme og redigere videoer endsige særlig stor viden om YouTube.

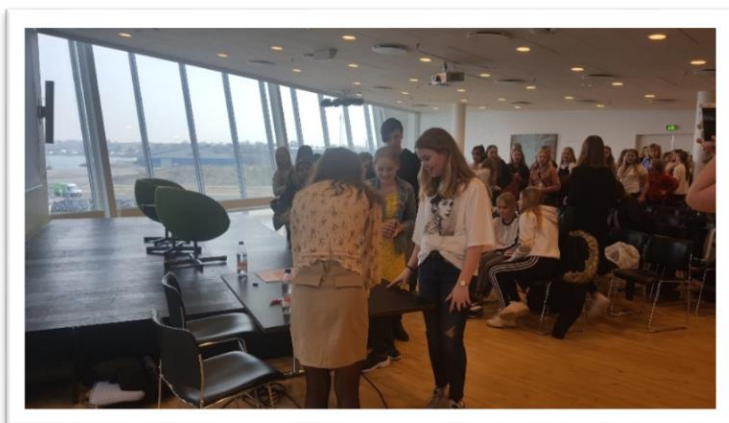
Der var fra projektets side en forventning om, at pigerne, der meldte sig til Booktuberklubberne, i vis udstrækning havde erfaringer med at filme og redigere og flair for formidlingsformen. Det viste sig at være mere undtagelsen end reglen. På trods af, at der i starten af projektet blev afholdt en workshop om redigering af videoer for tovholderne og udarbejdet vejledninger, så har de manglende kompetencer fra begge sider naturligvis haft indflydelse på kvaliteten af videoer, der er blevet produceret. Enkelte deltagerbiblioteker valgte undervejs at koble en it-medarbejder på, hvilket har været en fordel.



Møde i Vejle Biblioteks
Booktuberklub, forår 2019



Selvom tovholderne har opnået større indsigt i medier, filmning og redigering, er det tydeligt, at vi skulle have lagt mere vægt på kompetenceudvikling og i udvælgelsen af tovholdere, så der fra start var koblet medarbejdere på, hvis kompetencer stemte overens med indholdet. Til gengæld har tovholderne fået et indblik i en verden, som for voksne kan være svær at forstå. Det har givet en større forståelse for, hvad det er, der er på spil på YouTube, hvad YouTube bruges til og i hvor stor en grad piger identificerer sig med YouTubere.



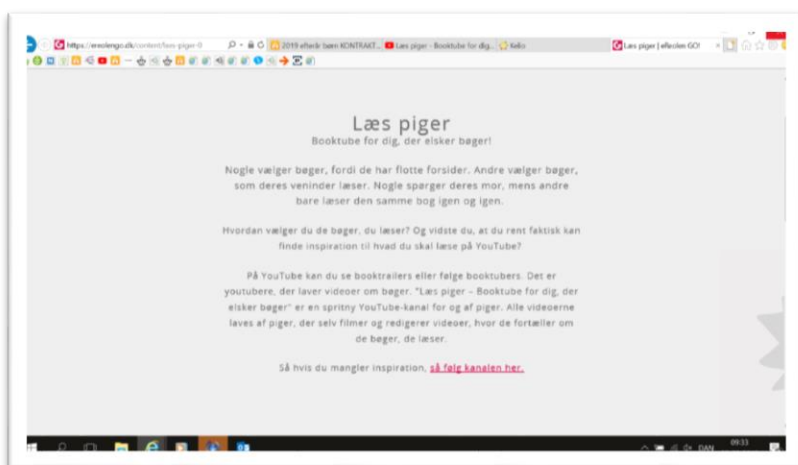
Piger fra
Booktuberklubberne
møder YouTuberne
Anna Briand og Alberte
Danefeld Jørgensen,
april 2019



Konklusion & anbefalinger

Konklusion og anbefalinger

At formidle til børn og unge på YouTube er ikke noget, man bare giver sig i kast med. Det kræver en stor arbejdsindsats og grundig forberedelse at udvikle, filme og redigere videoer, der appellerer til målgruppen, og som fanger deres interesse. For børn og unge er YouTube en kilde til underholdning, og YouTube er ikke noget, som de forbinder med bøger og læsning, hvorfor det gør det endnu sværere at komme ud over rampen. Det betyder, at der skal rykkes ved deres traditionelle forestillinger om læsning, så det i højere grad bliver noget, de kan forbinde med deres egen hverdag og fritid. Det betyder også, at overvejelser omkring målgruppe og valg af formidlingskanal bliver afgørende. Som voksne fagfolk er det ikke nok blot at handle på vores fornemmelser og antagelser. Vi skal i stedet have et tæt og kontinuerligt samarbejde med både repræsentanter for målgruppen og med professionelle inden for de digitale og sociale medier, så de kan udfordre vores antagelser ned og sende os i den rigtige retning. De kan evaluere på vores tiltag, komme med kvalificerede input og give os nye ideer til formidling.



← Eksempel på formidling på eReolenGO

At hyre en professionel YouTuber sikrer, at videoerne kommer langt ud og bliver set, men effekten er kortvarig medmindre pengepungen bugner. En YouTuber som Anna Briand taler de unges sprog, er personlig og forstår at bruge mediets greb til formidling samtidig med, at de unge identificerer sig med vedkommende. Skal man gøre YouTuberne kunsten efter, kræver det gode kompetencer, viden om YouTube og en evne til at skabe fortællende universer om bøgerne og læsningen. Universer, der tager udgangspunkt i børnenes interesser og i deres hverdag, og ikke i selve bøgerne eller læsningen. Formidlingen skal med andre ord vendes på hovedet, gøres personlig og gerne foregå uden for de institutionelle rammer.

Med udgangspunkt i evalueringen af projektet har vi i samarbejde med ph.d. og forskningsmedarbejder Stine Reinholdt Hansen udpeget 10 anbefalinger til de, der gerne vil formidle bøger og læsning til børn og unge på de sociale medier, herunder YouTube. Anbefalingerne kan bruges af andre biblioteker, skoler eller andre fagfolk, der arbejder med læselyst på de sociale medier.

10 anbefalinger

1. Hav styr på juraen

Skal I bruge videoer af børn på de sociale medier, skal der være styr på forældretilladelser og arkivering. Brug kommunens jurist, hvis ikke I allerede har udarbejdet en forældretilladelse.

2. Øvelse gør mester

Øv jer! Brug tid på at filme og redigere videoer. Det er sværere, end man umiddelbart tror. Hiv gerne en kollega med ombord, der ved mere om det end jer.

3. Inspirér og navigér

Børn kribler af idéer – men tænker ofte traditionelt, når de formidler bøger. De skal udfordres og inspireres. Lav en ramme, som de selv kan fylde ud med deres egne kriterier for, hvad der er henholdsvis en god YouTube-film og en god boganmeldelse og kombiner de to.

4. Kend jeres målgruppe

Brug tid på at afgrænse og lære målgruppen at kende. Overvej alder og sammensætning nøje. Er det kun for gode læsere eller kan alle være med? Skal det foregå på biblioteket eller i skoletiden? Hvordan får vi fat i dem?

5. Kvalitet og kreativitet betyder noget

Børn ser mange YouTube-videoer. De ved, hvad der er godt – og de stiller krav. Videoer skal være sjove, godt klippet, tempofyldte og med effekter som tekst, lyd og emojis. Husk fængende overskrifter, sjove thumbnails og gode tags.

6. Forbered jer grundigt

For børn er YouTube underholdning og som regel ikke et sted, de finder inspiration til

læsning.

Det kræver grundig forberedelse at lave inspirerende videoer til børn, som de rent faktisk vil se og lader sig inspirere af.

7. Skab fortællende universer

En video, der kun handler om bøger fænger ikke. Vend formidlingen på hovedet og pak bøgerne ind i en fortælling, der tager afsæt i børnenes interesser og i deres hverdag.

8. Antag ikke – undersøg!

Vi antager og tror en masse. Brug en fokusgruppe, der repræsenterer målgruppen, til evaluering. Det giver føling med målgruppen, hvad der virker og giver idéer til formidling.

9. Udstyr og apps

En nyere smartphone eller tablet er alt, I behøver. Det er godt med et stativ, sjovt med en greenscreen, men det vigtigste er et godt redigeringsprogram, hvor der kan leges med tekster, musik, lydeffekter og emojis.

10. Hyr en YouTuber... igen og igen!

En professionel YouTuber, der ved, hvordan man formidler og taler målgruppens sprog, fungerer! Men det er dyrt og har en kortvarig effekt. Lur i stedet deres tricks af, bliv inspireret og stjæl med arme og ben.

En afsluttende tak skal lyde til alle de piger, der har deltaget i Booktuberklubberne og produceret over 80 videoer til vores fælles YouTube-kanal og til de mange piger, der har snakket med os på skolerne og evalueret på vores videoer. En kæmpe tak skal også lyde til de deltagende biblioteker, der har lagt et stort stykke arbejde i projektet, til vores konsulenter, Henriette Romme Lund, Stine Reinholdt Hansen og Lone Sivebæk, der har kvalificeret vores projekt og til Biblo og eReolenGo, der har hjulpet os med at få spredt vores YouTube-kanal ud. Sidst men ikke mindst en tak til Slots- og Kulturstyrelsen herunder Signe Thomsen. Uden dem havde dette projekt ikke været muligt.

/projektleder Marion Tirsgaard, Vejle Bibliotekerne, marti@vejle.dk

Bilag 1

Organisationsdiagram

Styregruppe

Mette Høxbro, bibliotekschef, Vejle Bibliotekerne
Bente F. Mortensen, vicebibliotekschef, Aabenraa Bibliotekerne
Anna Margrethe Nygaard Skov, publikumschef, Fredericia Bibliotek
Karin Grøndahl Sørensen, afdelingsleder, Esbjerg Kommunes Biblioteker
Marion Tirsgaard, projektleder, Vejle Bibliotekerne

Projektgruppe

Anni Jensen, Fredericia Bibliotek
Anne Lyngholm Eriksen, Tønder Kommunes Biblioteker
Mette Geisler Olsen, Middelfart Kultur & Bibliotek
Marion Tirsgaard, projektleder, Vejle Bibliotekerne
Ad hoc: Stine Reinholdt Hansen, Nationalt Videncenter for Læremiddel.dk
Ad hoc: Dorthe Hammerich Rasmussen/Anne Sofie Cramer Rasmussen, Biblio

Samarbejdspartnere

Dorthe Hammerich Rasmussen, Biblio
Anne Sofie Cramer Rasmussen, Biblio
Stine Reinholdt Hansen, Nationalt Videncenter for Læremiddel.dk
Henriette Romme Lund, Nationalt Videncenter for Læsning
Nanna Taudahl Kjær, eReolenGo
Lone Sivebæk, ls-cph.dk

Deltagerbiblioteker/kontaktpersoner

Anni Jensen, Fredericia Bibliotek
Anne Lyngholm Eriksen, Tønder Kommunes Biblioteker
Mette Geisler Olsen, Middelfart Kultur & Bibliotek
Ulrik Eskekilde Nissen, Vejle Bibliotekerne
Rasmus Knudsen, Esbjerg Kommunes Biblioteker
Tanja Espersen, Varde Bibliotekerne
Mette Due Naldahl, Billund Bibliotekerne
Birte Holm Christensen, Billund Bibliotekerne
Mette Trier Konzack, Dansk Centralbibliotek for Sydslesvig
Inge Marie Bordinggaard Elechukwu, Dansk Centralbibliotek for Sydslesvig
Lene Mørk Damm, Aabenraa Bibliotekerne
Thyra Joost, Aabenraa Bibliotekerne
Joan Marianna Paarup Meyer, Haderslev Bibliotekerne

Bilag 2

Gode ideer – det virker ifølge pigerne selv!

- Ikke snakke alt for meget om hvad bogen handler om – mindre snak om bøger!
- Klip ofte, så der sker noget
- Tænk fjollet - sjove videoer er sjovere at se
- Flere sceneskift i én video
- Brug gerne flere piger i samme video
- Brug effekter og detaljer – indsæt tekst, billeder, emojis!
- Lav videoer, der handler om andet end bøger fx vlog fra et møde, DIY
- Lav bedre thumbnails
- Indsæt tags (tags om piger ville søge på fx pranks, vitser, vlogs, DIY)
- Lav fængende overskrifter på videoer
- Starten skal være spændende og sjov!
- Fortæl gerne om bøger, der er filmatiserede eller bøger, der findes som serie på streamingtjenester som fx netflix
- Brug instagram som PR