

---

# DIGIrum

Værktøjskasse til udstilling af digital litteratur i biblioteket

---

Klik på ikonet for at komme til den valgte side  
- eller scroll dig gennem dokumentet



INDLEDNING



UDVÆLGELSE  
AF VÆRKER



ISCENESÆTTELSE



KOBLINGEN TIL  
BIBLIOTEKET



LYD



LYS



RESSOURCER



KOMPETENCER



INTERAKTION



INTERN  
FORMIDLING



EKSTERN  
FORMIDLING



DOKUMENTATION

# INDLEDNING

Denne værktøjskasse er tænkt som en hjælp til dit arbejde med at udstille digital litteratur i biblioteket. Måske kan du have glæde af at orientere dig i hele værktøjskassen, inden du går i gang med planlægningen af udstillingen, men ellers er tanken, at du - præcis som med en almindelig værktøjskasse - løbende tager de forskellige værktøjer frem efter behov.

Værktøjskassen samler udstillings- og formidlingserfaringer fra projekt DIGIrum med fokus på de erfaringer, der særligt relaterer sig til udstilling af digital litteratur.

I projektet lavede vi fire udstillinger med digital litteratur på bibliotekerne i Aarhus, Silkeborg og Herning i efteråret 2015 og foråret 2016. Det blev til fire meget forskellige udstillinger, der på hver sin måde præsenterede og formidlede digital litteratur for bibliotekernes brugere.

Al begyndelse er vanskelig, og det gælder også, når man skal udstille digital litteratur på bibliotekerne, men det giver rigtig god mening at gøre den indsats.

Den digitale litteratur er god til at skabe oplevelser i biblioteksrummet både i og uden for bemandet åbningstid. Den kan være hyperaktuel, invitere til interaktion og samskabelse samt danne udgangspunkt for digital dannelse. Alt sammen komponenter, der matcher nutidens bibliotek, og som endda er funderet i vores kernekompetence; litteraturformidlingen.

Indledningsvis kan det være vigtigt at definere, hvad vi mener, når vi taler om digital litteratur:

Vi har valgt at definere digital litteratur som litteratur, der fra begyndelsen er knyttet til et digitalt medie og gør brug af det digitale medies muligheder. Det kan for eksempel være hypertext, flash-digte eller litteratur i apps, sms-fortællinger og litteratur på sociale medier som Facebook, Twitter, Instagram eller Snapchat. De fleste ebøger og netlydbøger udkommer også som almindelige bøger og/eller kunne lige så godt læses i en papirudgave. Vi betegner derfor ikke ebøger og netlydbøger for digital litteratur, men digitaliseret litteratur.

I praksis har det vist sig, at det vanskeligste i denne sammenhæng er at sætte grænserne for, hvornår noget er litteratur og ikke eksempelvis digital kunst eller computerspil. Langt hen ad vejen har vores konklusioner været, at det giver mere mening at tale om "både og" end "enten eller".

I projekt DIGIrum har vi blandt andet fået sparring og inspiration fra vores samarbejdspartnere på kunstmuseerne ARoS – Aarhus Kunstmuseum og HEART – Herning Museum of Contemporary Art, Rasmus Vestergaard fra den digitale kunsthall Dias, Søren Pold og Tore Rye Andersen fra forskningsenheden Litteratur mellem Medier på Aarhus Universitet og tidligere formand for den internationale organisation for elektroniske litteratur (ELO), Scott Rettberg.

## INDLEDENDE OVERVEJELSER

I samarbejdet med de to kunstmuseer er det blevet klart for os, hvor vigtigt det er, at vi, inden vi påbegynder en udstilling, stiller os selv en række overordnede spørgsmål i stedet for straks at vende al opmærksomhed mod det eller de værker, der skal udstilles.

Vi anbefaler, at man starter med at få styr på de overordnede ambitioner med udstillingen. Besvarer man nedenstående tre spørgsmål, er man rigtig godt på vej:

- Hvorfor vil vi udstille digital litteratur?

Svar:

For at sætte fokus på et bestemt tema eller en bestemt genre (fx lyrik)? For at lave litteraturformidling på en anden måde? For at skabe mulighed for interaktion i biblioteksrummet?

- Hvem er vores målgruppe?

Svar: Unge på uddannelser? De tilfældigt forbipassende? Læsekreddamerne? Eller?

- Hvornår er udstillingen en succes (opstil 2-4 succeskriterier)?

Svar: Når der bliver interageret med udstillingen hver dag? Når en bestemt procentdel af målgruppen angiver i evalueringen, at de har fået lyst til at opleve mere digital litteratur? Når personalet føler sig bedre klædt på til at formidle digital litteratur?

Svarene på ovenstående spørgsmål bør danne udgangspunktet for såvel valg af værker, som måden værkerne udstilles på.

# UDVÆLGELSE AF VÆRKER

Digital litteratur udkommer sjældent på et forlag, der laves ikke lektøruddataelser, og der er langt mellem anmeldelser i avisen. Derfor kan det være svært at finde frem til den digitale litteratur. Her kan du få nogle tips til, hvordan du kan finde og udvælge de digitale værker.

## 1) Netværk

Kender du nogen, der kender nogen...? Husk at bruge dit netværk til at søge viden om digital litteratur. Er der nogen i dit netværk, der er passionerede omkring computerspil, videokunst eller apps? Måske kender de nogle digitale værker, som også er litterære. Du kan også kontakte nogle af de biblioteker, som allerede har erfaring med udstilling af digital litteratur eller opsøge professionelle netværk; universiteter, kunstakademier og skrivekunstskoler har typisk kendskab til den nyeste udvikling inden for feltet.

## 2) Litteratursiden.dk

På Litteratursiden.dk kan du søge viden om, hvad digital litteratur er. Der findes bl.a. et tema om digital litteratur med tilhørende litteraturlister. Se temaet "Litteraturen finder sted".

## 3) Antologi

Electronic Literature Organisation (ELO) har publiceret antologier med eksempler på udvalgte digitale værker. Det er ikke nødvendigvis der, du finder det allernyeste, men det er et godt sted at starte. Her kan du danne dig et overblik over, hvilke typer af værker, der findes og på hvilket sprog. Volume 3 blev tilgængelig online i februar 2016.

<http://collection.eliterature.org/>

## 4) Database

Elmcip er en database, der løbende bliver opdateret med beskrivelser af nye digitale værker. Databasen inkluderer dokumentation, artikler og – når muligt – link til værkerne. Der findes rigtig mange poster i basen, og det er måske en god idé at begynde at læse de nyeste værker eller afgrænse søgningen i forhold til sprog eller platform.

<http://elmcip.net/knowledgebase>

## 5) Festival

ELO arrangerer hvert år en festival på skiftende lokaliteter med akademiske diskussioner og udstillinger af digitale værker fra forskellige lande. Her vil det være muligt at hente inspiration og viden om digital litteratur.

<http://eliterature.org/>

## Hvordan vurderer jeg, hvad der kan fungere i biblioteksrummet?

Jo bedre du kender dine brugeres adfærd og dit rum, desto bedre kan du udvælge og formidle digital litteratur – præcis som det er, med bibliotekets fysiske materialer. Det er vores anbefaling, at du skal tage udgangspunkt i dine indledende overvejelser særligt omkring målgruppe. Er fremmedsprog, kompleksitet, værkets formsprog eller længde eksempelvis en væsentlig barriere for at nå målgruppen?

**Erfaring:** De værker, der generelt fungerer bedst på biblioteker, er de værker, som kan opleves umiddelbart, som understøtter et eksisterende bibliotekstilbud eller på anden vis lægger sig op af brugernes vaner og behov. En engageret formidler, publikumsinvolvering, en stærk iscenesættelse, relaterede arrangementer og anden formidling understøtter adgangen til værker, som ellers ligger fjernt fra målgruppen og/eller bibliotekets normale formidlingsfelter og tilbud.

I forhold til udvælgelse af værkerne til DIGIrum-udstillingerne tog vi udgangspunkt i vores indledende overvejelser - hvorfor vil vi udstille, målgruppe og succeskriterier - kombineret med en bevidsthed om, hvor værkerne skulle udstilles. Herefter præsenterede vi et udvalg af værker samt vores formidlingsidéer for relevante partnere i vores netværk. På baggrund af vores overvejelser om brugere, adfærd og formidling samt vores partners feedback udvalgte vi de endelige værker til udstillingerne.

**Husk:** Det er typisk forfatteren, forlaget eller producenten, der har ophavsretten til værket. Af og til er ophavsretten også delt mellem kunstner, producent og distributør. Husk at få tilladelse til at vise værkerne og evt. også aftale under hvilke forudsætninger og i hvilken form, det er tilladt at vise det pågældende værk, samt hvordan forfatter/forlag/producent ønsker at blive krediteret.



[TILBAGE TIL INDHOLD](#)



[TILBAGE TIL INDHOLD](#)

# ISCENESÆTTELSE

Med inspiration fra museerne kan man gøre sig en række kuratoriske overvejelser omkring, hvordan værkerne skal iscenesættes.

Med iscenesættelse mener vi alle de rekvisitter, installationer og små tekster i værkets umiddelbare nærhed, der kan være med til at sætte scenen for et digitalt værk. Iscenesættelsen kan i vis grad sammenstilles med bogens omslag. Iscenesættelsen fortæller litteraturbrugeren, hvem der har lavet værket, hvad det hedder, hvilken genre det er, lidt om indholdet og introducerer, hvis relevant, til, hvordan man skal interagere med værket.

En kort introducerende tekst placeret ved det digitale værk kan hjælpe brugerens oplevelse og forståelse på vej. Skriv korte og præcise tekster, som fx fortæller lidt

om værket, og hvordan man interagerer med det. Ofte virker det bedst, hvis udstillingsteksterne ikke er de eneste nøgler til brugerens forståelse og interaktion. Kombinationen af gode, korte tekster og rekvisitter/visuelle virkemidler, som guider brugeren til at opleve værkerne, er det optimale.

Endvidere kan rekvisitter, ligesom bogens forside, fungere som en sanselig introduktion til værket, eksempelvis kan rekvisitter understøtte en bestemt tematik eller give en fornemmelse af værkets stemning.

Vi har haft god erfaring med at inkludere ét særligt stærkt visuelt element (også kaldet en isbjørn), der fanger opmærksomheden på lang afstand.

**Erfaring:** Det er vores klare anbefaling at værkerne iscenesættes. Et værk uden iscenesættelse vil være mindst lige så svær at forholde sig til som en bog uden omslag. Det er dog vigtigt at finde en god balance mellem rekvisitter og selve værket, så rekvisitterne leder publikum mod en oplevelse af værket uden at tage opmærksomheden væk fra værket. Der findes desværre ikke noget endegyldigt svar på, hvor denne gyldne midelvej findes.

Hvis du udstiller flere værker, er vores erfaring, at der skal være en tydelig rød tråd i udstillingen. Den røde tråd kan være tematisk eller en gennemgående visuel markør. Hvis værkerne ikke er placeret samlet i biblioteksrummet, skal der gøres en ekstra indsats for at skabe visuel sammenhæng. Se også afsnittet om katalog under Formidling.

**Husk:** Publikum regner ikke med at støde på en udstilling med digital litteratur på biblioteket. Hjælp dem med at finde ud af, hvordan de skal bevæge sig rundt i udstillingen, hvad de skal være særligt opmærksomme på, og hvordan de skal interagere med udstillingen - gerne vha. visuelle markører eller nudging-lignende tiltag såsom fodspor på gulvet.



# KOBLINGEN TIL BIBLIOTEKET

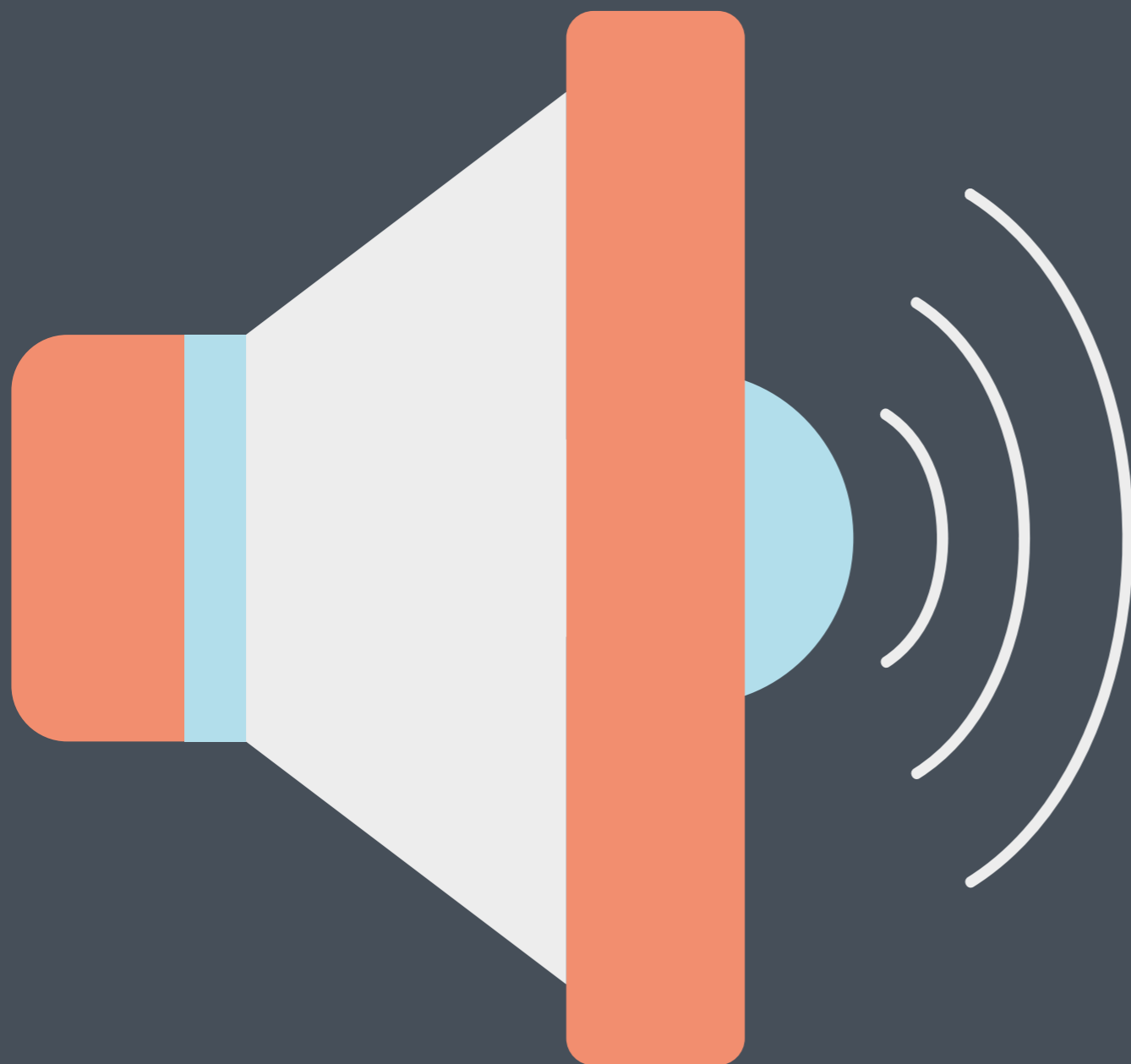
Vores oplevelse er, at en stærk kobling til biblioteket gør det langt nemmere for brugerne at forholde sig til den digitale litteratur i biblioteksrummet, fordi det forekommer mindre fremmed.

**Erfaring:** Det er en væsentlig pointe, at vi skal lære af museerne, men ikke være et museum. I stedet for at forsøge at udstille som et museum skal vi koble vores inspiration fra museerne med vores stærke identitet som bibliotek.



## Du kan eksempelvis styrke forbindelsen til den vante biblioteksopfattelse ved at:

- Tydeliggøre for modtageren at digital litteratur er litteratur.
- Inddrage den digitale litteratur som en naturlig del af eksisterende litteraturaktiviteter, eksempelvis læsekredse, bogcafeer og digitale caféer.
- Vælge at placere udstillingen et sted, hvor brugerne er vant til at møde udstillinger.
- Henvise til bibliotekets pt. eneste tilbud om at låne digital litteratur, nemlig SMSpress, hvor SMSnoveller kan lånes via lånerkort.
- Koble udstillingen af den digitale litteratur med papirbøger eller digitaliseret litteratur som ebøger og netlydbøger.
- Give brugeren noget at tage med hjem - fx en folder med anbefalinger af lignende digital litteratur.



# LYD

Nogle digitale værker anvender lyd som et vigtigt virkemiddel, hvilket giver anledning til en række overvejelser omkring værkernes placering, lydstyrke mv. Vores erfaring er, at digital litteratur med lyd kan tiltrække brugernes opmærksomhed og fungerer godt de steder i biblioteksrummet, der i forvejen bliver brugt som livlige møde- og væresteder, og hvor lånerne ikke forventer arbejdsro.

## I forhold til lyd har vi afprøvet følgende muligheder:

### Højtalere

Højtalere kan anvendes, hvis lyden gerne må komme ud i rummet og være et opmærksomhedsskabende element. Flere brugere kan opleve værket på samme tid, og med en højttaler af god kvalitet bliver lyden ikke forvrænget.

### Høretelefoner

Høretelefoner er en simpel løsning, der afskærmer al lyd, og samtidig kan skabe intimitet mellem bruger og værk. Her høres lyden udelukkende af den bruger, der fordyber sig i værket. Ulempen er, at den typiske biblioteksbruger, som kommer forbi i et andet ærinde, ikke

kan blive tiltrukket af lyden, og anvendelsen af høretelefoner kan derfor være en barriere for brugerens umiddelbare oplevelse. Det er muligt at slutte flere høretelefoner til samme værk via en flerkanal-forstærker, så man kan opleve værket sammen med andre.

### Soundbar eller soundshower

En soundbar eller et soundshower placeres i loft og/eller væg og rettes kun derhen, hvor værket og lyden skal opleves. På denne måde bliver lyden knap så markant i rummet, men selvfølgelig også knap så opmærksomhedsskabende. Soundbar/soundshower vil ofte være en rigtig god løsning, men bemærk at det også er en dyr løsning.

**Husk:** Tjek at lyden virker som del af den daglige vedligeholdelse! Brugerens mulighed for at høre det digitale værks lyd klart og tydeligt kan være altafgørende for forståelsen af værket.

[TILBAGE TIL INDHOLD](#)



[TILBAGE TIL INDHOLD](#)

## LYS

Digital litteratur vises oftest på en skærm eller projektor. Værkerne har dermed en indbygget lysstyrke og farvenuance, som påvirkes af lokalets lysforhold. Det kræver derfor en række overvejelser at placere digitale værker i biblioteksrum, som oftest er store, åbne rum med både direkte og indirekte samt naturlig og kunstig belysning. Særligt værker vist på projektor er følsomme over for lokalets lysforhold.

I nogle tilfælde kan det være anbefalelsesværdigt at bygge et rum i rummet eller benytte et ledigt lokale for at kunne styre lyssætningen på værket fuldstændigt.

**Fordelen** ved denne tilgang kan være at evt. øvrige forstyrrende elementer lukkes ude, så brugerens opmærksomhed kan rettes fuldt ud mod udstillingen og formidlingen.

**Ulempen** kan være, at det bliver sværere at tiltrække brugeren, hvis værket ikke umiddelbart er synligt eller tilgængeligt - dette kan dog løses med god visuel formidling.

**Husk:** Naturlige lyskilder varierer i løbet af dagen, test om værket kan ses lige tydeligt hele dagen.





[TILBAGE TIL INDHOLD](#)

# RESSOURCER

I en udstilling med digital litteratur er der overordnet fire ting, der kan koste penge: værkerne, teknikken, iscenesættelsen og formidlingen. Vores erfaring er, at det er muligt at lave udstillinger for et meget lille budget, hvis man bruger den teknik, der allerede findes på biblioteket, vælger de gratis værker og minimerer de økonomiske udgifter til iscenesættelse og formidling.

**Den ressource, der er sværest at spare på, er afgjort tidsforbruget.**

Udstilling af digital litteratur kræver – udover at nogle får tid til at sætte sig ind i genstandsfeltet digital litteratur – også tid til udvælgelse, iscenesættelse, formidling og vedligeholdelse af udstillingen.

## Værkernes pris

Priser på værkerne kan variere meget. I enkelte tilfælde, som ved litteratur på app, er prisen dog fast. En app koster som oftest et sted mellem 20 og 40 kr. Vær opmærksom på, at der på nuværende tidspunkt er mange app-værker, der kun findes til iOS. Udgifterne til indkøb af apps kan minimeres, hvis man bruger Apples iCloud til at dele apps imellem de iPads, der bruges.

**Erfaring:** Er værket ikke offentligt tilgængeligt, vil man i langt de fleste tilfælde kunne tage en dialog med kunstnerne om både fremvisning og pris. Vil man vise et værk, der findes frit tilgængeligt på nettet, anbefaler vi også - både af hensyn til ophavsret og god skik - at man henvender sig til kunstneren for at få lov til at vise værket i offentligt rum. Det er vores erfaring, at langt de fleste kunstnere bliver glade for henvendelsen og endda ofte giver lov til, at man på biblioteket kan fremvise værket gratis.

Nogle værker kan kræve, at kunstneren tilpasser værket til biblioteksrummet eller går aktivt ind i formidlingen på anden vis. I disse tilfælde må man selvfølgelig forvente at betale et honorar for indsatsen.

## Tekniske omkostninger

I projekt DIGIrum havde vi forventet, at udgifter til teknik ville være en betydelig post i budgettet, men det viste sig, at vi kom meget langt med de projektorer, iPads og skærme, som bibliotekerne allerede havde. Det kan langt hen ad vejen være et positivt bensepænd at tage udgangspunkt i den teknik, der findes, men det vil selvfølgelig være forskelligt fra bibliotek til bibliotek. Vi har i vores tilkøb af teknik prioriteret udstyr, der efterfølgende ville kunne benyttes i andre sammenhænge.

Man kan komme ud for, at nogle værker kræver noget programmering og klargøring af teknisk udstyr for at det kan bruges i en udstilling. Hvis der ikke er IT-kundige programmører på dit bibliotek, kan det blive en betydelig ekstern økonomisk post.

Endelig skal man også overveje om værkerne/det tekniske udstyr skal sikres mod tyveri og hærværk, hvilket kan udgøre en ekstra udgift.

## Omkostninger ved iscenesættelse og formidling

Iscenesættelsen af værkerne og den efterfølgende formidling har været den betydeligste post i vores budget. Det er vores anbefaling, at man prioriterer såvel iscenesættelse som den løbende formidling, da det ellers kan være meget svært at få brugerne til at få øje på og forholde sig til værkerne.

**Husk:** Spændende indhold fortjener og kræver at blive fremvist på en ordentlig måde - udgifter til håndværkere og pedalarbejde samt samarbejder med fx designstuderende og arkitektstuderende kan være godt givet ud i forhold til det fysiske udtryk.





# KOMPETENCER

At lave udstillinger med digital litteratur kræver, at man er i stand til at koble de kompetencer, man normalt gør brug af i udstillingssammenhæng, med mere tekniske kompetencer.

**Erfaring:** Vores erfaring er, at det kan være nyttigt at hente hjælp og inspiration udefra - ring til andre, der har prøvet at udstille digital litteratur, tag på studietur til et museum, der er dygtige til digital formidling, inddrag

folk med stærke visuelle kompetencer, læs artikler om emnet eller træk på jeres centralbibliotek.

Gør en række indledende erfaringer ved at etablere en mindre udstilling og udbyg den herefter løbende på baggrund af kollegaernes og brugernes reaktioner.

**Husk:** Når du skal udstille digital litteratur i biblioteksrummet er det vigtigt, at forskellige kompetencer sættes i spil samtidig. Vi har i arbejdet med DIGIrum-udstillingerne bl.a. inddraget forfattere og producenter af digital litteratur, arkitektstuderende, designstuderende, visuelle formidlere og bibliotekarer/litteraturformidlere samt øvrigt bibliotekspersonale såsom fx IT-pedeller.

[TILBAGE TIL INDHOLD](#)



[TILBAGE TIL INDHOLD](#)

# INTERAKTION

Må man røre ved det? Skal man røre ved det?

Det er forskelligt, hvilken grad af interaktion digital litteratur forudsætter eller giver mulighed for. Måske skal man tegne et træ for at se et digt, trykke på en skærm, klikke videre, hoppe, skrive en enkelt sætning, røre ved noget osv.

Hvis det udstillede værk forudsætter interaktion, skal du på et bibliotek gøre det meget tydeligt for dine brugere, hvad de skal gøre og hvordan. Det er ikke nok at sætte en knap op, du skal også skrive/vise/gøre det tydeligt, at det er meningen og tilladt at trykke på knappen.

Der er selvfølgelig en hårfin balance mellem at opfordre til interaktion og at forklare alting så grundigt, at brugerens umiddelbare oplevelse "forurenes".

Du kan med fordel tænke i en kombination af en visuel opfordring og en forklarende tekst. Hvordan vil det eksempelvis virke med en stor hånd eller pil hængt op over knappen eller fodspor på gulvet samt en kort forklarende tekst, som brugeren kan læse, når han/hun har bevæget sig tættere på genstanden?

**Husk:** I forhold til brugernes villighed til at interagere med en udstilling adskiller den typiske biblioteksgæst sig fra den typiske museumsgæst. Det handler i bund og grund om brugernes forventninger til, hvad de vil komme til at se, opleve og møde på de to institutioner. Brugeren vil tilpasse sin opførsel til forventningerne, og derfor kræver det oftest lidt mere at få en biblioteksbruger til at interagere med en udstilling.

## Interagerer brugerne (stadig) ikke med værket?

- Prøv at skifte placering. Konteksten har også indflydelse på, hvordan man opfører sig. Man vil være mindre tilbøjeligt til at lege med en arkademaskine, der er placeret i nærheden af faglitteraturen, end hvis den er placeret i nærheden af børnebiblioteket.
- Computere og skærme skaber ikke altid den store interesse i sig selv. Måske bliver interaktionen sjovere, hvis man erstatter tastatur og mus med andre objekter, fx vha. Makey Makey eller Kinect.
- Kræver interaktionen, at man sætter sig ind i værket og læser i ro og mag, eller, at man tilegner sig nogle kompetencer først? Ja, så er det svært at forvente, at brugere vil blive fanget af det i løbet af den tid, et traditionelt biblioteksbesøg varer. Du kan gøre brug af workshops, omvisninger, blogindlæg eller andet, der kan klæde brugerne på til oplevelsen før og under deres besøg på biblioteket.



# INTERN FORMIDLING

Både intern og ekstern formidling spiller en væsentlig rolle i arbejdet med den digitale litteratur. Det er vores oplevelse, at jo højere man prioriterer formidlingens forskellige elementer, desto mere udbytterig bliver oplevelsen af en udstilling med digital litteratur - både for brugerne og for personalet.

Det primære formål med den interne formidling er at skabe ejerskab blandt kollegaer og klæde dem på til at svare på de spørgsmål, som brugerne kan have.

**Husk:** Ejerskab er særligt vigtigt i forhold til udstillinger af digital litteratur for at sikre, at det tekniske i udstillingen hele tiden kører, som den skal.

## **Rundvisning for kollegaer**

Det er en god idé at arrangere rundvisninger i udstillingen for kollegaer og måske ligefrem en intern fernisering. På den måde opnår kollegerne viden om udstillingen, som de kan formidle videre til brugerne.

## **Information på intranet og briefinger**

Det er en god idé at lægge en kort beskrivelse af værkerne, udstillingen og formålet ud på intranettet. Alternativt kan du printe et infoark og lægge det ud i betjeningsøerne/informationen. Hvis dit bibliotek har briefinger inden hver bemandingsvagt, vil det også være godt at brieferne er informerede om udstillingen og dens indhold. Det vigtigste er, at nogen har ansvar for driften; at der hver dag er nogen, som tjekker, at alt i udstillingen fungerer som det skal, og at de ved, hvem de skal kontakte, hvis noget ikke virker. Når man vælger at udstille digital litteratur, bør driften prioriteres på samme niveau som de daglige fremfindinger af reserveringer og opsætning af bøger.

# EKSTERN FORMIDLING

Digital litteratur er nyt for os på bibliotekerne, og det er også nyt for langt de fleste brugere. Derfor skal en udstilling med digital litteratur formidles på flere forskellige niveauer for at fungere optimalt.

## Udstillingskatalog/folder

Et væsentligt formidlingsredskab er et udstillingskatalog eller en folder, hvor brugerne kan læse mere om udstillingen og dens indhold. Kataloget eller folderen skal være frit tilgængelig i nærheden af udstillingen. Hvis du har fået lov til at låne digitale værker af kunstnere, vil mange kunstnere også sætte pris på at kunne dokumentere anvendelsen af deres kunstværk vha. et udstillingskatalog. Det kan være svært selv at finde mere digital litteratur - hjælp brugerne videre ved at komme med anbefalinger, fx i udstillingskataloget eller folderen.

## Sociale medier

Det er oplagt at inddrage sociale medier i formidlingen. De kan selvfølgelig være en del af PR-strategien, men da den digitale litteratur som bekendt også findes på sociale medier, vil der være flere måder at inddrage sociale medier som en del af brugernes interaktion med din udstilling. Fx ved at opfordre til brug af et bestemt hashtag eller at opfordre brugerne til at udføre en bestemt aktivitet knyttet til et af værkerne og dele den på deres sociale medier. Det kunne være en opfordring til at skrive videre på et værk som Shelley Jacksons Instagram-værk (@snowshelley) og dele billederne af deres egen historie på Instagram.

## Konkurrence

Man kan med fordel opfordre brugerne til at indsende bud på digital litteratur eller koble en konkurrence på de sociale medier. Den digitale litteratur kan være hurtig at producere og udgive og egner sig derfor godt til at lade brugerne være skabende. Produktionen vil kunne generere opmærksomhed omkring udstillingen og give brugerne større forståelse for den digitale litteratur og måske de digitale medier i det hele taget. Samtidig kan det være med til at give brugerskabt omtale, fx. på sociale medier.

## Bibliotekets egen hjemmeside

Det er vigtigt, at brugerne kan finde mere viden om udstillingen og dens temaer, indhold mv. på bibliotekets egen hjemmeside. Litteraturlister til andre digitale værker fungerer også godt på hjemmesiden, hvor brugerne straks kan klikke sig videre til værkerne. En kort nyhed eller artikel på hjemmesiden kan også være med til at hjælpe dine kollegaer i en formidlingssituation i udlånet.

## Pressemeddelelse eller artikel til avisen

Formidlingen af udstillingen kan også ske som del af en omtale af, hvad der sker på biblioteket, men kan også kobles til en mere generel refleksion over hvordan fremtidens litteratur/bibliotek ser ud.

## Fernisering

Man kan markere åbningen af udstillingen ved at holde en fernisering for brugerne. Her kan man vælge at servere lidt at drikke og spise og samtidig tilbyde rundvisning og information om udstillingen. Det kan anbefales at afholde ferniseringen et par dage efter åbningen af udstillingen, når du ved, at alt fungerer.

## Rundvisninger for brugerne

Rundvisninger for brugerne et par gange i udstillingsperioden, hvor interesserede kan få mere at vide om udstillingen og værkernes indhold. Dette tilbud kan også målrettes specifikke brugergrupper - fx bibliotekets læsekredse, litteraturklub eller lignende.

## Arrangementer/workshops

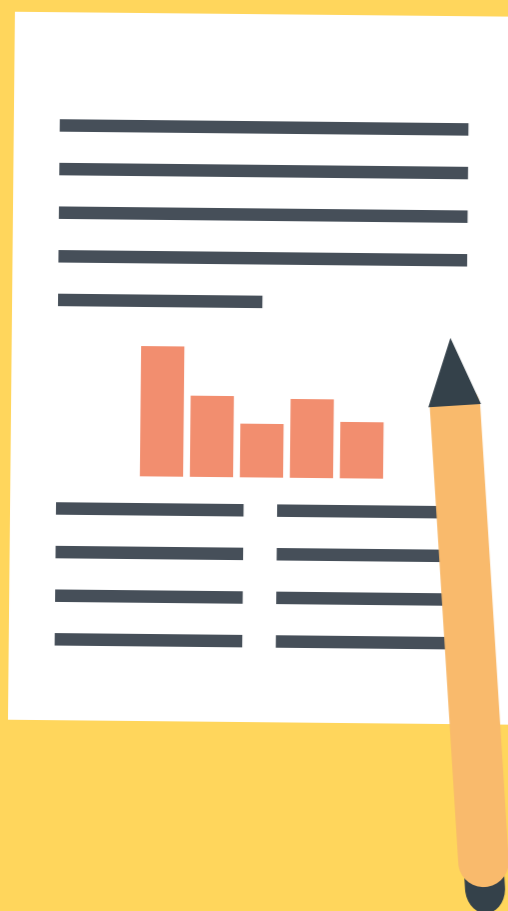
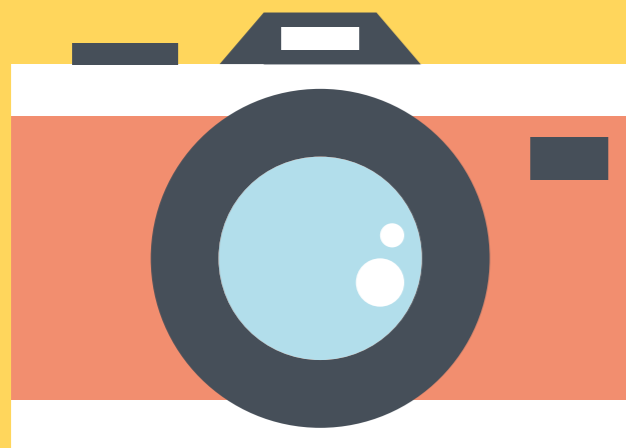
Arrangementer eller workshops (evt. for specifikke målgrupper) kan være en god måde at knytte formidlingen af digital litteratur til en velkendt formidlingsform. I løbet af udstillingsperioden kan man eksempelvis afholde arrangementer, der i tema, indhold eller valg af oplægsholder forbinder sig til udstillingen. Hermed bliver deltagerne til arrangementerne opmærksomme på udstillingen og på digital litteratur i det hele taget. Har du en litteraturcafé med et fast publikum, kan du overveje at præsentere et digitalt værk eller en udstilling af digital litteratur i denne kontekst. Vil du præsentere dine brugere for et digitalt værk, som falder inden for krimigenren, kan du også prøve at invitere en kendt krimiforfatter og i den forbindelse formidle værket.

## Undervisningsforløb

Endelig kan det være en mulighed at lave et specifikt workshop-forløb - evt. i samarbejde med en forfatter - om de udvalgte digitale værker. Vi har haft gode erfaringer med at målrette forløbene til udskolingen eller STX, der netop har specifikke læringsmål i forhold til digitale medier og litteratur i andre former. Vil du formidle digital børnelitteratur til yngre børn, kan du også kombinere det med en kreativ workshop på biblioteket. Denne type forløb eller workshops forudsætter i mange tilfælde et dedikeret samarbejde med en specifik gruppe, fx via en skolelærer eller via bibliotekets øvrige skoletilbud.



TILBAGE TIL INDHOLD



## DOKUMENTATION

Logbog, fotos, samarbejdsaftaler og PR-materiale. Alt kan bruges til at reflektere, dokumentere og dele. Digital litteratur er et nyt felt, og jeres erfaringer - gode som dårlige - kan være guld værd. Forfattere, samarbejdspartnere og andre biblioteker vil sikkert også være glade for at se billeder af, hvordan værkerne har været udstillet og er blevet modtaget.

Vi har samlet en masse billeder og kommentarer i Facebook-gruppen "DIGIrum - del inspiration om udstilling af digital litteratur". Vi håber, du vil anmode om medlemskab og dele dine erfaringer i ord og billeder.

Del dine erfaringer med dine kollegaer, fortæl din chef om dine succeser, og ban vejen for, at den digitale litteratur bliver en naturlig del af biblioteket.

[TILBAGE TIL INDHOLD](#)

**Værktøjskassen er udarbejdet af**

Anne Juul Andersen og Karen Smith-Andersen fra Herning bibliotekerne  
Maria Louise Christen fra Silkeborg Bibliotek  
Serena Borsello og Lise Kloster Gram fra Aarhus kommunes biblioteker

**Værktøjskassen er designet af**

Maria Nyholm Jensen, [marianyholm.dk](mailto:marianyholm.dk)

Kontakt os, hvis du vil vide mere!