

## Bag om kampagnen – kampagnebeskrivelse

### Breaking: ”Læsetvang er lort!”

#### Kampagnens hovedbudskab

Børn ved, at det er vigtigt at læse, men tvang hjælper ikke på deres læselyst. Og det er vi nødt at tale om og tage alvorligt.

#### Kampagnens formål

Kampagnens formål er at tage børnenes stemmer omkring den pressede læsekultur seriøst og lade børnenes perspektiver blive en del af samtalen.

Vi spurgte over 130 børn mellem 10 og 13 år, hvad der har indflydelse på deres lyst og engagement til at læse. Børnene peger i høj grad på, at tvang pålagt fra deres voksne har en negativ indflydelse på deres læseglæde. Bl.a. i form af 20 minutters daglig læsning og krav til hvilke bøger og formater der tæller med i den ”rigtige læsning”.

Vi voksne prøver, det bedste vi kan, men læsetvang uden anden motivation virker ikke – den kommer hvert fald med en masse afledte negative effekter. Vi ved godt, det er svært at ændre læsekulturen, men nu skal vi sammen starte samtalen og være nysgerrige på børnenes perspektiver.

Med 5 humoristiske videoer og seje stickers skal kampagnen skabe et udgangspunkt for en samtale om, hvilke mulige veje, der er til læseglæde for det enkelte barn, og hvordan vi sammen med børnene finder bedre indgange til læsningen end æggeuret, og bøger fra da mor var barn.

#### Jamen børn skal jo læse?

Selvfølgelig skal de det. Og vores snakke med børnene viser også, at børn udmærket godt ved, at det er vigtigt at læse. Kampagnen advokerer ikke for, at alt magt over læsning skal gives til børnene. Lets face it - så fik læsningen nok endnu sværere vilkår. Men den måde læsningen i dag kobles med tvang i børnenes bevidsthed har så mange negative effekter, at vi må spørge os selv, om det er den rigtige vej? I stedet skal vi være nysgerrige på, hvordan vi skaber en positiv læsekultur med udgangspunkt i børnenes livsverden. Børns læsekultur er i hele barnet liv, både skole, fritid og hjemme – så det er en samtale vi skal have på tværs. Kampagnen giver ikke svaret, men starter ved at tage børnenes perspektiver alvorligt.



## Hvad er det, vi håber, der kommer til at ske?

- Kampagnen skal først og fremmest ramme plet hos børnene. Børnene skal gerne opleve, at de kan spejle deres egne oplevelser med læsetvang og derigennem føle sig hørt, set og respekteret.
- Kampagnen skal sørge for, at børnenes stemme bliver en del af debatten om, hvordan vi sammen skaber en bedre læsekultur.
- Kampagnen skal igangsætte en samtale med og mellem børn og voksne om, hvordan vi skaber en bedre læsekultur.
- Kampagnen skal åbne op for samtaler om læsetvang. Læsetvang ophæver læselyst – og det taler vi for lidt om.
- Vi kommer ikke uden om at voksne siger, børn skal læse. Vi håber på, kampagnen kan bidrage til en nysgerrighed om, hvordan vi bedst understøtter læsning med udgangspunkt i børnenes perspektiv.
- Kampagnen skal motivere børn til at anbefale gode bøger, så det bliver synligt for børn (og voksne), hvilke bøger, der er et hit. En god børnebog er nemlig en bog, der fanger barnets interesse. Punktum.
- Kampagnen skal sætte fokus på, at læsning kommer i mange former og formater. Og alt tæller med.



# Adrians univers

## KAMPAGNEVIDEOER

De fem videoer i kampagnen er bundet op på karakteren Adrian. Adrian er en frilæsningsaktivist med elefanthue og dunjakke. Adrian er træt af pis – og især er han træt af forældre, der vil bestemme, hvornår og hvad deres børn skal læse. Derfor er han gået på biblioteket for at demonstrere mod læsetvang.

I løbet af fem korte videoer ser vi Adrian udfolde sine aktivistiske handlinger. Han sætter klistermærker på sine favoritbøger, så andre kan finde dem. Han laver IKKE-anbefalinger af kedelige bøger, som hans mor har anbefalet. Og han gemmer de brandvarme klistermærker på biblioteket, så andre kan finde dem og deltage i kampen mod kedelig læsetvang.

Alle videoer er formateret som BREAKING NEWS med en journalist, der stiller spørgsmål. Men Adrian gider ikke at diskutere med nogen, så han affejer det hele. Indtil han til sidst kommer til kort og kommer med en latterlig trussel: "Enten så virker det her ... ellers så brænder jeg en hund!"

## OM ADRIAN

Adrian ser sig selv som en brandvarm aktivist, men er i virkeligheden bare et stort barn, der er sur på sin mor. Man kan blandt andet se den dualitet i hans tøj – det Adrian ser som en sej elefanthue, er i egentlig bare en balaclava, der ligner en forvokset børnehue. Men hans frustration over at blive tvunget til at læse bøger, han ikke gider læse, er ægte nok. Og på den måde er han et talerør for alle de børn, der har prøvet at få dårlige bogtips fra deres forældre.

## ADRIANS MOR

Adrians mor er ikke med i videoerne, men hun er den overmagt, som Adrian gør oprør imod. I Adrians optik er hun en tyran, der har tvangsfodret ham med kedelige bøger hele livet, og som tvinger ham til at sidde stille og læse, når det passer ind i hendes hverdag uden hensyn til Adrians interesser eller læselyst. I virkeligheden ved vi dog ikke, om hun er så slem.

Måske er hun typen, der går meget op i sit barns læsning, men som ikke selv læser, som lidt for ofte sidder med sin mobil, og som ikke formår at være en god rollemodel i forhold til læsning. Hun prøver formentlig sit bedste, men synes, det er svært at gøre læsningen sjov. På den måde er hun en repræsentant for de forældretyper, vi er blevet præsenteret for af børn i løbet af diverse inddragelsesprocesser.



Adrian

## Samarbejde mellem fysisk og digitalt bibliotek

Kampagnen er blevet til i et tæt samarbejde mellem de fysiske biblioteker og bibliotekernes digitale tilbud eReolen Go. Med kampagnen ønsker vi at skabe en fælles, slagkraftig national kampagne, der manifesterer sig i både i bibliotekernes fysiske og digitale rum og dermed gør kampagnerne tilgængelig og relevant for børnene, netop der hvor de er.

## Det starter med børnene

Kampagnen er en del af projektet *Det starter med børnene*, hvor 44 af landets biblioteker og eReolen Go har gjort det til at fælles mission at bidrage til en fornyet læsekultur gennem børneinddragelse som strategi og metode. *Det starter med børnene* er støttet af Slots- og Kulturstyrelsens Udviklingspulje for folkebiblioteker og Pædagogiske Læringscentre 2022.

Projektpartnere: Det Digitale Folkebibliotek, Herning Bibliotekerne, Aarhus Bibliotekerne og Aalborg Bibliotekerne

## Kontakt

### Projektleder

Mette Nissen

[mette.nissen@aalborg.dk](mailto:mette.nissen@aalborg.dk)

tlf. 99314306

### Projektejer

Tina Bang Jakobsen

[tina.jakobsen@aalborg.dk](mailto:tina.jakobsen@aalborg.dk)

tlf. 99314426

