

Frederikshavn

Face off, FIK læser

Her undersøges, hvordan Frederikshavn Ishockey Klub og elitespillerne i White Hawks, som rollemodeller for både yngre og ældre spillere, kan åbne spillernes øjne for skønlitteratur. Projektet skal udvikle læseaktiviteter til en målgruppe, der bruger meget tid på sport. Spillerne skal mødes, hvor de er: i skøjtehallen og på vej til kamp.

En mobilapplikation skal være indgang til litteratur på farten - interaktion, gamification og mulighed for deling på sociale medier skal virke som motivation. Konkurrenceelementet er en væsentlig del af projektets motivationsskabende faktorer og både aktiviteter i skøjtehallen med læsebarometre ect. Den mobile applikation skal understøtte dette. Projektets tænkes også ind i et videre perspektiv med hensyn til anvendelse i andre sports- og foreningsmæssige sammenhænge.



Tovholder

Bent Birk Kristensen
Afdelingsleder, Frederikshavn Bibliotek

Tlf.: 9845 9127

Mail: bekr@frederikshavn.dk

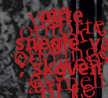
Frederikshavn Kommunes Biblioteker
Parallelvej 16
9900 Frederikshavn

Læs Frederikshavns egnevaluering herunder.

FACE OFF



FIK LÆSER

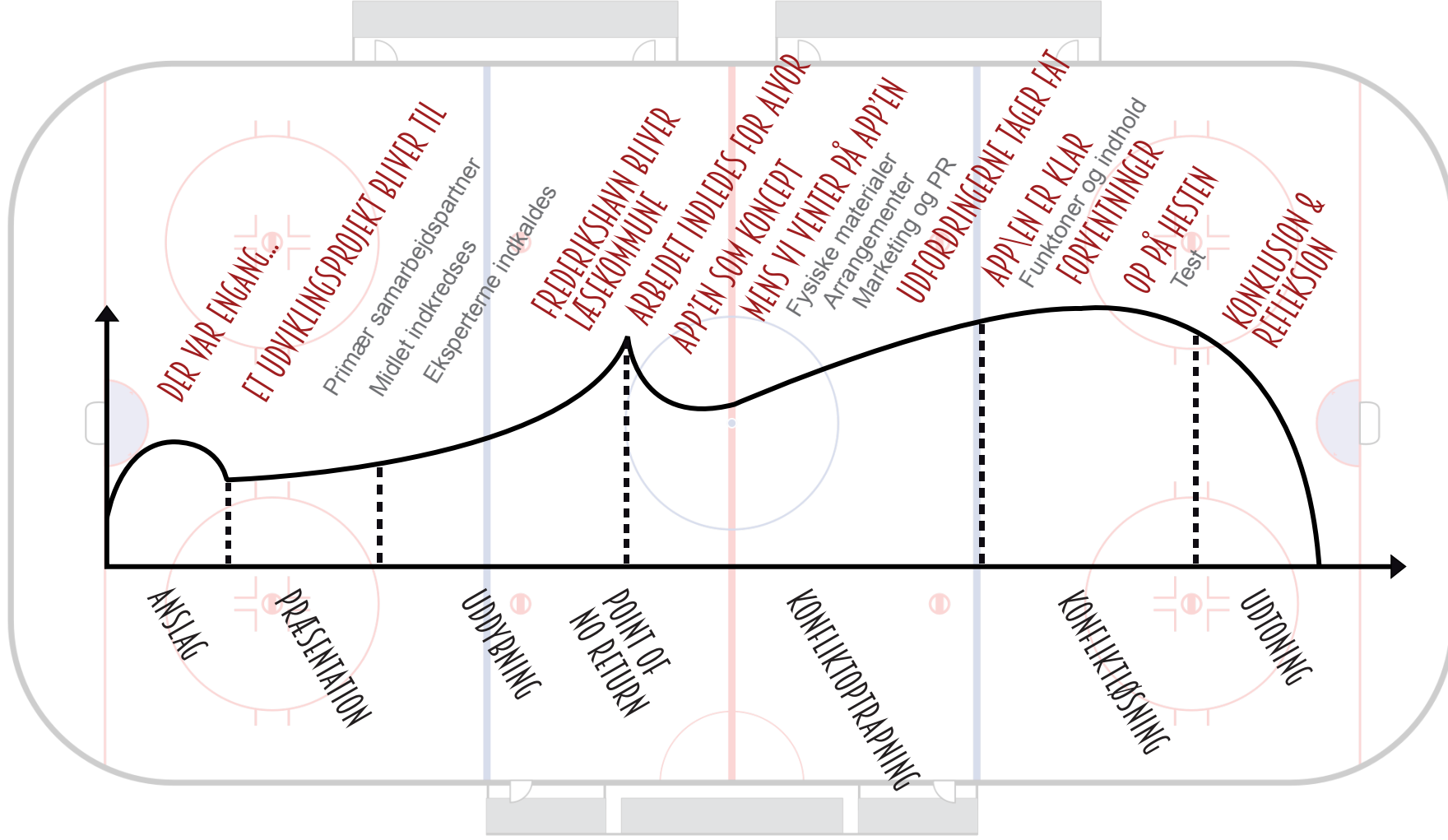


Danmark
Læser.dk

FREDERIKSHAVN KOMMUNE



REJSEN



FORTÆLLINGEN OM DEN GODE IDE

Der var engang... eller vi tager den anden; Langt ude i det dejlige Frederikshavn findes der et bibliotek, som så brændende ønsker sig, at alle skal kende den helt særlige læsegæde, som kan fremspringe af litteraturen.

I efteråret 2013 fik vi besøg af den gode fe Kulturstyrelsen. Feen kom forbi og tilbød os posen med det glitrende læsestøv, og efter kort tid vidste vi, hvem der skulle bestøves med læsegæden.

Gennem mange år har vi på bibliotekerne i Frederikshavn Kommune fået en fornemmelse: Unge teenagedrenge læser næsten ikke, eller i hvert fald ikke udover det, som de skal i skolen. Samtidig er Frederikshavn Kommune en ægte sportskommune, hvor ishockeyen gennemsyner det meste. I Frederikshavn er vi kendt for og stolte af vores ishockey. Så meget, at en stor del af vores drenge bruger en meget stor del af deres fritid på sporten.

Samtidig med sporten skal drengene balancere både skole, venner og livet som teenager (hvilket kan være svært nok i sig selv). De har altså meget andet at tænke på, end hvilken ny bog, der skal ligge på deres sengebord. Det er ét af de sværeste segmenter for bibliotekerne af få fat i.

Men vi giver ikke op. Nej, vi tror nemlig på, at der er håb; at det er muligt at få drengene til at finde læsegæden:

Vi havde en formodning, en tese om du vil; Vi tror ikke på, at unge drenge ikke vil læse.

Vi tror ikke på, at drenge og unge mænd mener, at bøger og læsning er "helt blæst, nørdet og mega neder'n". Vi tror på, at unge drenge kan blive gode læsere, og kan have tid til læsning, samtidig med, at de kan bliver de dygtige sportsfolk, som de ønsker. Ja, vi mener, at det ene understøtter det andet.

Med Danmark Læser-projektet har vi nu haft muligheden for at afprøve vores teser. Gennem det sidste år, har projektgruppen arbejdet hårdt på at finde den metode, der kan være med til at vende kurven og hjælpe drengene med at finde læselysten frem.

”RIGTIGE
SPORTSFOLK
LÆSER OGSÅ”

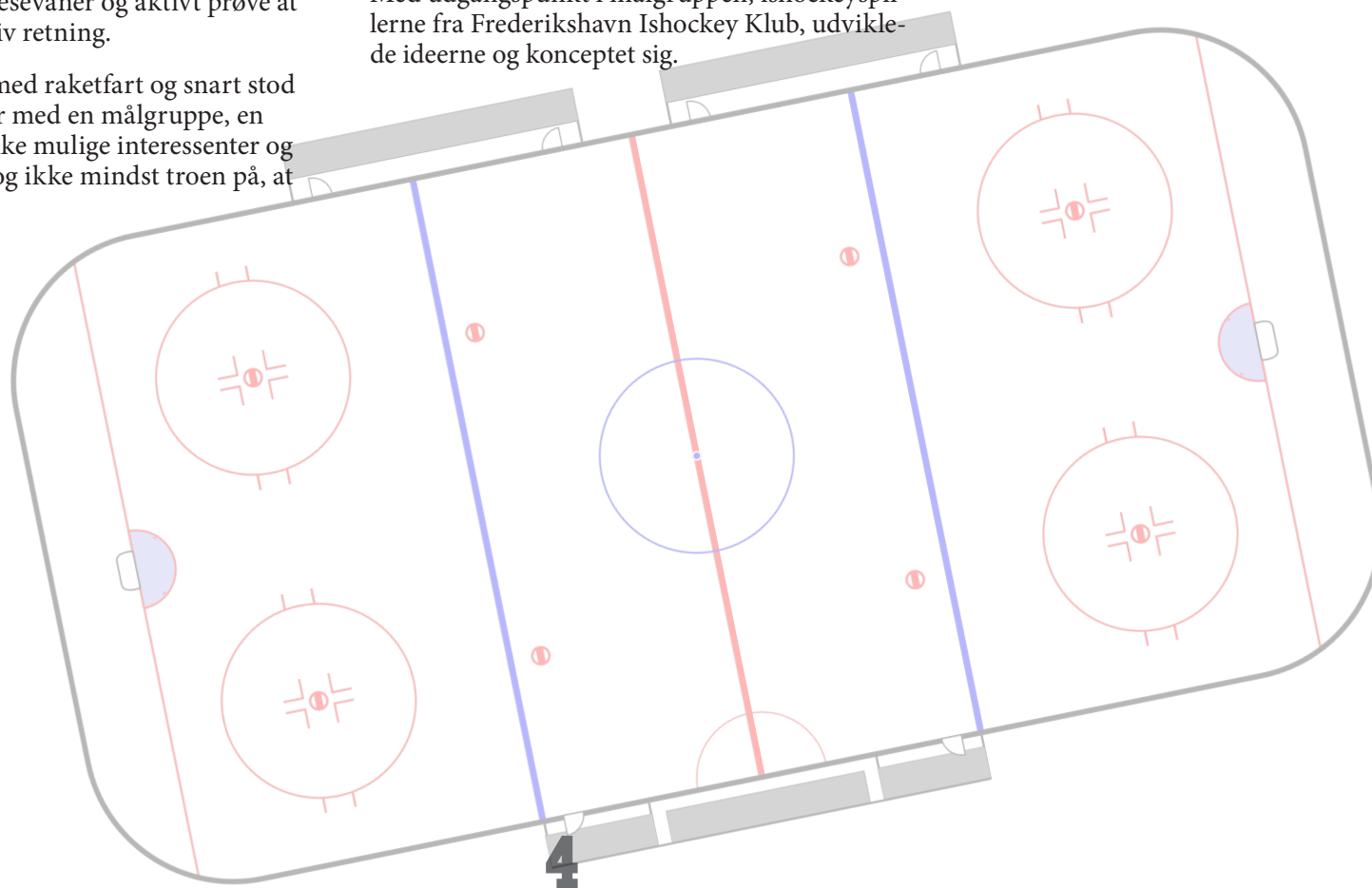
ET UDVIKLINGS-PROJEKT BLIVER TIL

Frederikshavn Kommunes Biblioteker blev meget begejstrede, da vi hørte om projekt Danmark Læser i 2013. Her var endelig muligheden for at få afprøvet nogle af vores ideer og teser om drengenes læsevaner og aktivt prøve at ændre dem i en positiv retning.

Ideerne formede sig med raket fart og snart stod en projektgruppe klar med en målgruppe, en aktivitetsliste, en række mulige interessenter og samarbejdspartnere og ikke mindst troen på, at

Frederikshavn Kommune, med vores udviklingsprojekt, kunne blive Danmarks Bedste Læsekommune – og det tror vi stadig på.

Med udgangspunkt i målgruppen, ishockeyspillerne fra Frederikshavn Ishockey Klub, udviklede ideerne og konceptet sig.



PRIMÆR SAMARBEJDSPARTNER - FIK

I projektets første faser tog projektgruppen kontakt til FIK. Her kunne formand Lars Leer bekræfte vores antagelser om ishockeydrene. Mange af drengene træner hårdt og længe for at nå drømmene om en plads på Frederikshavns elitehold White Hawks eller National Hockey League, og læsning kommer derfor oftest sidst i rækken.

Men dette faktum slog ikke formanden ud, der straks efter at have hørt om formålet med projektet var klar på samarbejde. Projektet viste sig nemlig at passe godt ind i foreningens formål og vision.

"Ishockeyklubben arbejder på kraftcentret ud fra en idé om at udvikle det hele menneske sådan at også sociale, erhvervmæssige og uddannelsesmæssige interesser tilgodeses udover de rent sportslige. Projektet FACE-OFF FIK Læser falder godt i tråd med det."

Lars Leer, Formand for Frederikshavn Ishockey Klub

Jo vist ønsker FIK at udvikle gode og sunde sportsudøvere og seriøse ishockeytalenter, men den overordnede vision for klubben er at udvikle det hele menneske. I denne vision blev læseprojektet et understøttende element.

Samarbejdet blev indgået og udfordringen taget op. Projektet fik navnet

FACE OFF – FIK LÆSER.

Vores primære kontaktperson til klubben blev Tenna Frydkjær, chefholdleder for U15-holdet.



MIDLET INDKREDSSES – EN GOD IDÉ FORMES

Næste fase var at finde ud af, hvordan projektet skulle få drengene til at læse.

Vi overvejede, hvilke hjælpemidler vi kunne tage i brug, men det gik hurtigt op for os, at hvis projektet skulle have en effekt på drengenes læseaktiviteter, var vi nødt til at begynde helt fra bunden; vi skulle udvikle et nyt, specifikt værktøj i kampen for læselysten.

Vi vidste, at vores magiske våben skulle tage udgangspunkt i motivation og ikke følelsen af tvang. I denne kamp nyttede det ikke at kaste med fornuft og logik. Vi skulle derfor finde frem til et redskab, der gør det enkelt og ikke mindst altid muligt at åbne døren til litteraturen.

Herefter er det vigtigt, at litteraturen, som drengene endelig præsenteres for er aktuel og tilpasset deres individuelle præferencer. Sådan er det med film, spil, tv og musik, så hvorfor skulle drengene forvente mindre fra litteraturens verden.

Med udgangspunkt i uddybende samtaler med repræsentanter fra FIK og med generelle samfundstendenser in mente kom ideen om en app til verden.

”
MOTIVATION
FREM FOR
FØLELSEN AF
TVANG ”



Og hvorfor så lige en app?

Svaret er simpelt; fordi det er enkelt, let og smart.

De unge ishockeydrengene har ikke meget tid, hvor de kan hive bogen frem. Det forstår vi godt! Derfor undersøgte vi, hvornår i deres mange daglige aktiviteter, at det var muligt for dem at forsvinde ind i litteraturens verden.

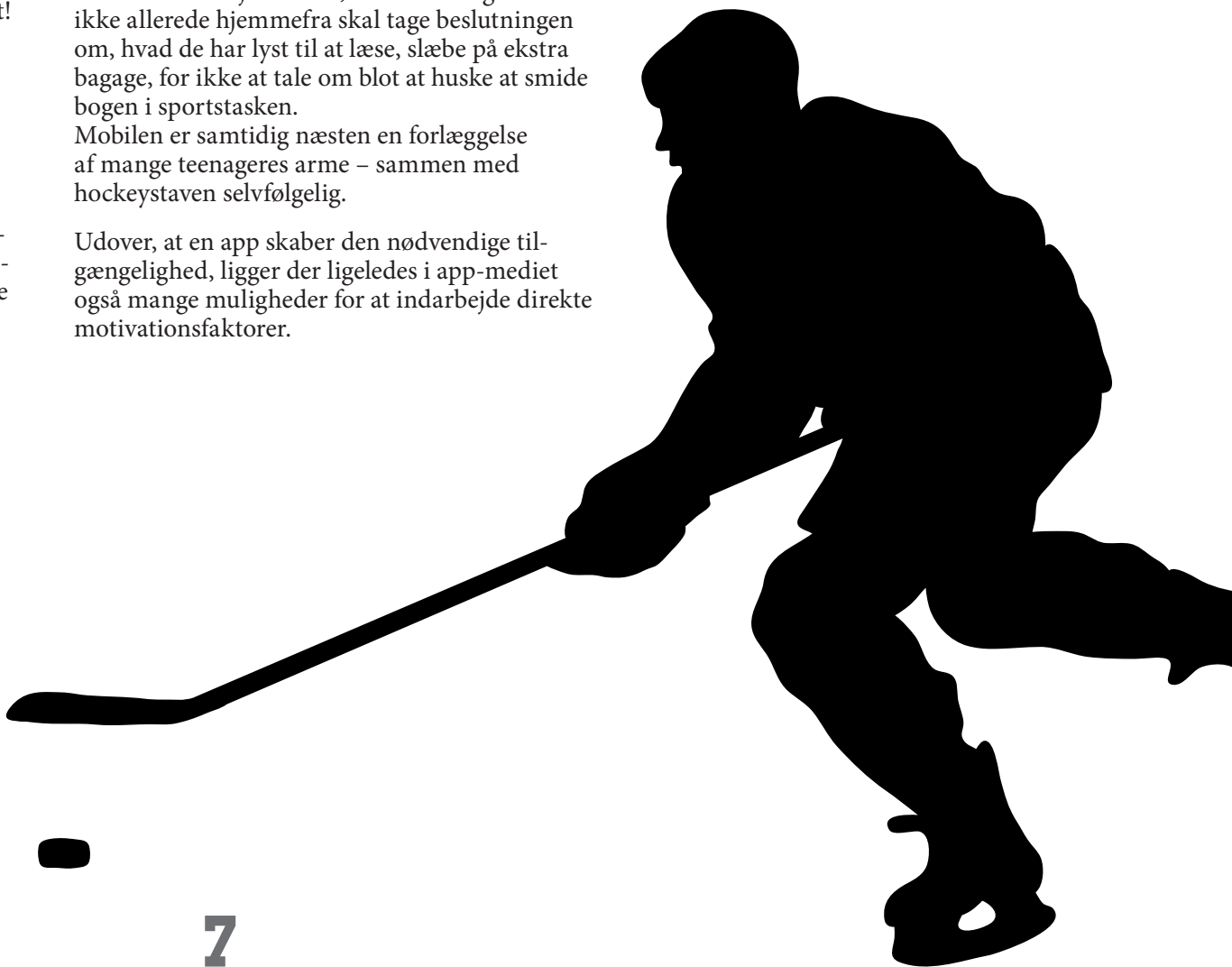
Vi fandt, at drengene i høj grad vil være modtagelige, når de kører til og fra kampe i hele Danmark, da aktivitetsmulighederne her er begrænsede. Også i denne kontekst vil tilgængeligheden til litteratur have en både underholdende, afslappende, berigende og mentalt opladende effekt på drengene.

Udbredelsen af smartphones og tablets stiger eksplosivt og app's foretrækkes i langt højere grad frem for at bruge en browser.

En app vil gøre litteraturen let tilgængelig for drengene uanset hvor i landet de er på vej hen. Restriktionerne fjernes, da biblioteket bliver omdannet til rejseformat, således drengene ikke allerede hjemmefra skal tage beslutningen om, hvad de har lyst til at læse, slæbe på ekstra bagage, for ikke at tale om blot at huske at smide bogen i sportstasken.

Mobilen er samtidig næsten en forlæggelse af mange teenagers arme – sammen med hockeystaven selvfølgelig.

Udover, at en app skaber den nødvendige tilgængelighed, ligger der ligeledes i app-mediet også mange muligheder for at indarbejde direkte motivationsfaktorer.



EKSPERTERNE INDKALDES – SAMARBEJDSPARTNERNE KØRES I STILLING

Det stod klart, at vi nu skulle have de tungere drenge på banen for at få realiseret vores idé. Derfor kontaktede vi Aalborg Universitet, der hurtigt viste interesse for vores idé og projekt.

Den 14. januar 2014 afholdt vi et møde med Søren Eskildsen, studieadjunkt fra Institut for Arkitektur og Medieteknologi, som arbejder med gamification i forbindelse med læring, samt nye og mobile teknologier. Her fik vi indkredset AAU's rolle og bidrag til projektet.

Vi havde i begyndelsen forestillet os, at AAU skulle være med i hele udviklingsprocessen, fra konceptudviklingen til produktion og implementering af app'en. Udviklingsprojektet kunne med fordel udbydes som projekt-case for de studerende, der ville medbringe stor idérigdom både på funktions- og indholdssiden.

Dette viste sig dog at give udfordringer i forhold til tid, ressourcer og tekniske vanskeligheder, der i sin helhed ville være for tunge at løfte for AAU alene.

Ressourcemæssigt mente AAU, at implementering af selve ideen og hele setup'et bag, ville kræve ansættelse af flere programmører end de havde til rådighed for opnå et tilfredsstillende resultat i den opsatte tidsramme for projekt FACE OFF – FIK Læser.

De rent tekniske problemstillinger såsom den nødvendige server hosting, certifikater og DRM håndtering ville alligevel kræve ekstern assistance – en opgave, som AAU's Thomas Moeslund og Søren Eskildsen mente bedst ville kunne

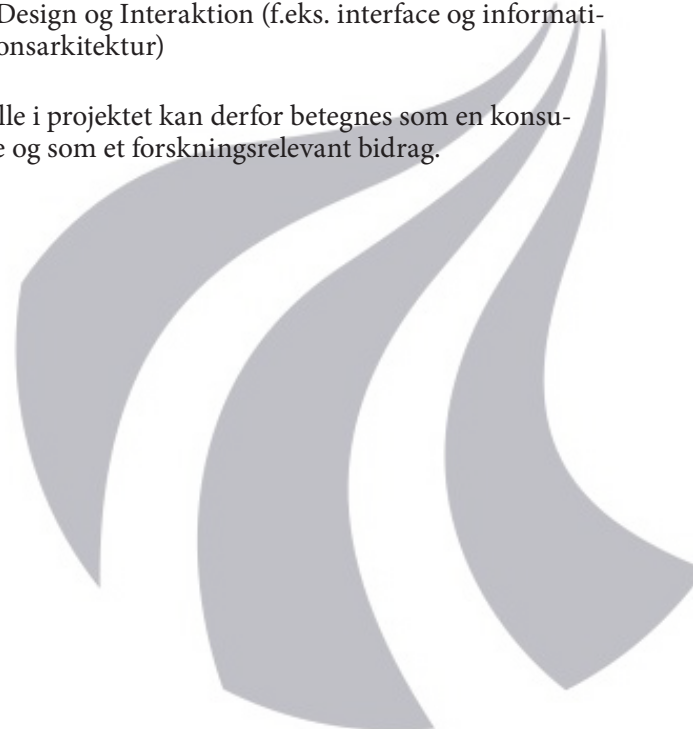
varetages af et professionelt firma, der allerede har kendskab til udvikling af digitale produkter til Danmarks biblioteker.

I sidste ende blev vi derfor enige om, at der ikke var grund til at opfinde den dybe tallerken igen, og jagten gik ind på at finde endnu en samarbejdspartner. Således gik det til, at AAU's rolle og bidrag i projektet blev at vejledes os i udviklingsprocessens første faser med:

Idéudvikling

Design og Interaktion (f.eks. interface og informationsarkitektur)

AAU's rolle i projektet kan derfor betegnes som en konsultydelse og som et forskningsrelevant bidrag.



App-mageren hidkaldes Frederikshavn

Det stod nu klart, at hvis vi skulle videre på vores færd måtte vi have fat i en virksomhed, som kendte til og var vant til at arbejde med biblioteksdata - og dette hurtigt inden deadline for Danmark Læser-ansøgningsfristen.

Vi kontaktede derfor den århusianske softwarevirksomhed Redia, der står for udviklingen af bl.a. app'en e-Reolen.

Redia fandt heldigvis projektet spændende og endnu et samarbejde blev formet.



redia a/s

GIVER

KULTURSTYRELSEN



OBJEKT

LÆSELYST



MODTAGER

FIK-DRENGENE



HJÆLPER

FIK

REDIA

AALBORG UNIVERSITET



SUBJEKT

FREDERIKSHAVN

PROJEKTGRUPPE

MODSTANDER

TIDEN

KOMMUNIKATION

TEKNIK

HALBYGGERI

MANGLENDE

FORVENTNINGSAFSTEMNING



**FREDERIKSHAVN BLIVER
LÆSEKommUNE**

- POINT OF NO RETURN.

ARBEJDET INDLEDES FOR ALVOR

WORKSHOP

Maj 2014 tog arbejdet med app'en for alvor fat. Første skridt på vejen var en workshop, der havde til formål at afdække målgruppens behov, krav og ønsker. Dette ville samtidig vise os, om vi havde ret i vores mange antagelser om målgruppen.

AAU og Redia tilrettelagde i fællesskab forløbet, hvor målgruppen blev repræsenteret af fem ishockeydrengene og herudover deltog to projektmedarbejdere, en repræsentant fra Redia og Tenna fra FIK.

AAU's Søren Eskildsen faciliterede workshoppen, der var brugercentreret og havde fokus på brugerinvolvering. Det har således været de deltagende drenge, der er kommet med ideerne i workshoppen eller som har været grundlaget for udspringet af vores ideer.



RESULTATER

Denne eksplorative tilgang til udviklingen medførte ny, nyttig viden om målgruppen som Redia og AAU efterfølgende har bearbejdet.

"AAU deltog flere gange som led i processen hos Redia, når der var brug for inputs, samt i den indledende del af udviklingen. På disse møder blev konceptet konkretiseret, således at de vigtige funktioner såsom hvordan progressionen skulle præsenteres for de unge, samt hvilke elementer der er kardinalpunkterne for app'en". Søren Eskildsen.

Vi fik som ønsket bekræftet vores tese om, at drengene som sådan ikke har noget imod det at læse. De mener tilgængæld, at de ikke har tid, og at de mangler inspirationen til at gå i gang:

"I workshoppen blev det også vendt med de unge, "hvorfor læser i ikke mere og når i så gør hvad læser i?" Hertil kunne det konkluderes, at tiden var en faktor, samt inspirationen kunne mangle [...]." Søren Eskildsen.

Det blev også klart, at app'en skulle have fokus på at facilitere interaktion og gamification.

Gamificationen (konkurrenceelementet) skulle være den primære motivationsfaktor.

"På workshoppen blev det klart, at gamification bør være helt centralt i produktet, da udfordringer og konkurrencer med hinanden er en stor motivationsfaktor". Redia.

Hele spilelementet fandt vi, var det, der fik drengene mest op af stolen til workshoppen, da det stemmer overens med deres konkurrenceånd også fra den fysiske verden.

Mange af drengene er ligeledes vant til at anvende app's og er allerede rutinerede "gamere".

Interaktion var et andet vigtigt element at inkorporere i app'en for at få drengene til at læse mere. Overordnet fandt vi, at drengene motiveres yderligere, hvis de kan konkurrere mod deres venner og holde sig opdaterede med vennernes resultater.

"Konceptet blev bekræftet ved en workshop med de unge, hvor det kom frem at de unge især brugte apps, der viste kurver, tal osv. fra ishockeyligaen til at holde sig opdateret". Søren Eskildsen.

Da ideen om, at drengene kunne gå sammen i hold, der kunne kæmpe mod hinanden og optjene point, kom på banen, var der ingen tvivl om, at vi var på rette vej. Overordnet skulle læsningen for drengene altså gøres til en mere social oplevelse.

Workshoppen klarlagde ligeledes retningslinjerne for designet af app'ens interface - for eksempel måden hvorpå materialerne præsenteres, som spiller en stor rolle i drengenes litteraturvalg.

A black and white photograph of a young boy with light-colored hair, wearing a hockey jersey with 'Reebok' visible on the chest. He is sitting and reading a book. The book cover features the author 'RICK RIORDAN' and the title 'PERCY JACKSON LYNTYNE' with an illustration of a boy in a storm. The background shows a hockey net.

FACE-OFF

FREDERIKSHAVN ISHOCKEY KLUB LÆSER

FREDERIKSHAVN BIBLIOTEK & KULTURSTYRELSEN

APP'EN SOM KONCEPT

SOCIALE MEDIER OG INTERAKTION

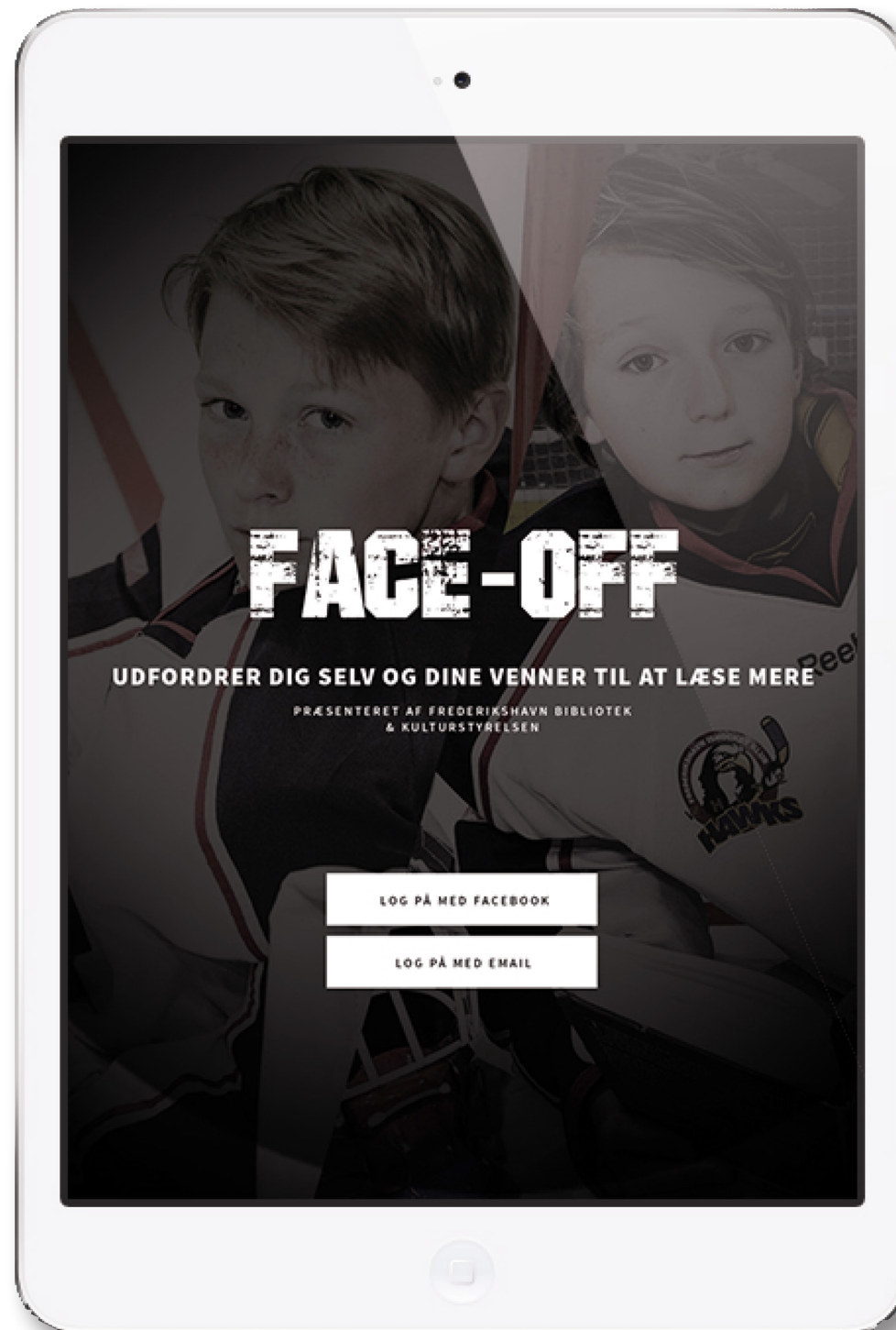
Det skal være muligt at logge ind via sin Facebook. Her er mange af drengene allerede ivrige brugere. Samtidig er de vant til fra andre app's, at de spiller sammen med Facebook. Det skal ligeledes være muligt at logge ind med en mail, da man skal være mindst 13 år for at have en facebookprofil.

Login med Facebook skal ligeledes gøre det let og hurtigt at "poste" sine "bedrifter" på Facebook (Best Principles: F.eks. Endomondo). Det sociale medie integreres også gennem en venne-funktionen.

Det skal være muligt at se, hvilke af brugerens venner, der er i gang med en bog, hvilken og hvordan det går.

Lige som drengene er vant til fra deres spil på bl.a. Playstation og Xbox skal det være muligt for brugerne at spille mod hinanden og optjene point.

Dette gør læsningen til en større social oplevelse og giver større grobund for, at læsningen bryder ud over den digitale grænse ved, at vennerne kan tale om "spillet" mod hinanden i "real-time".



GAMIFICATION

Konkurrenceelementet skal gøre sig gældende både ift. brugeren selv og brugerne imellem. App'en skal indeholde funktionen Udfordringer. Brugerne skal have mulighed for at give og tage imod udfordringer både fra andre brugere og individuelt.

Udfordringerne tager udgangspunkt i bøgerne og deres universer. F.eks. Læs alle 7 Harry Potter bøgerne på 7 måneder.

Det skal også her være muligt at se vennernes og egne læsestatistikker.

Et "newsfeed" (Best Principles: Facebook) skal gøre det mere overskueligt for den enkelte bruger at følge med i vennernes læseaktiviteter.

Statistikker og tal skal forstærke konkurrenceelementet mellem brugerne, men også for den enkelte bruger. Det skal således i app'en være muligt at se:

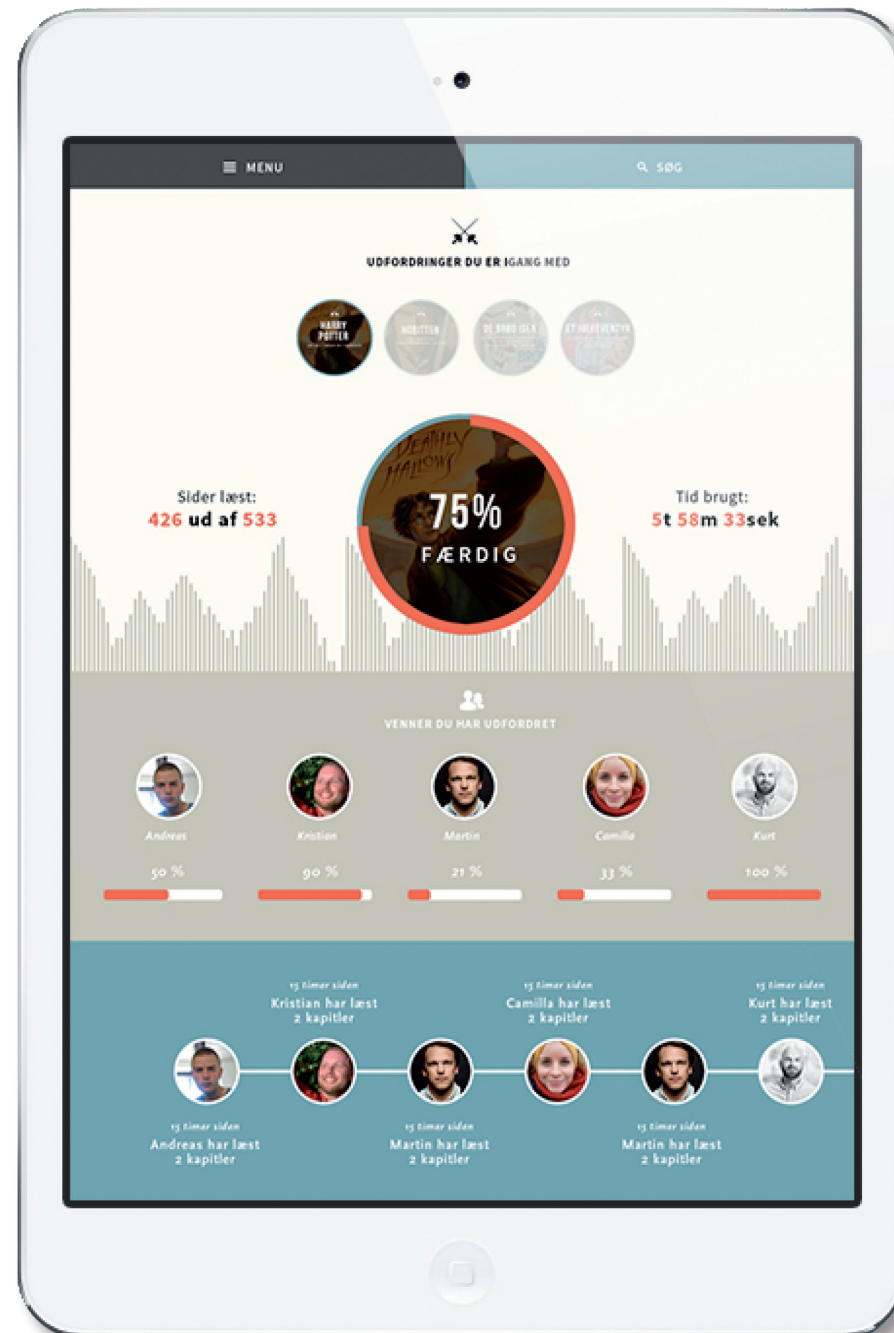
Antallet af læste bøger.

Antal ord, sider og kapitler.

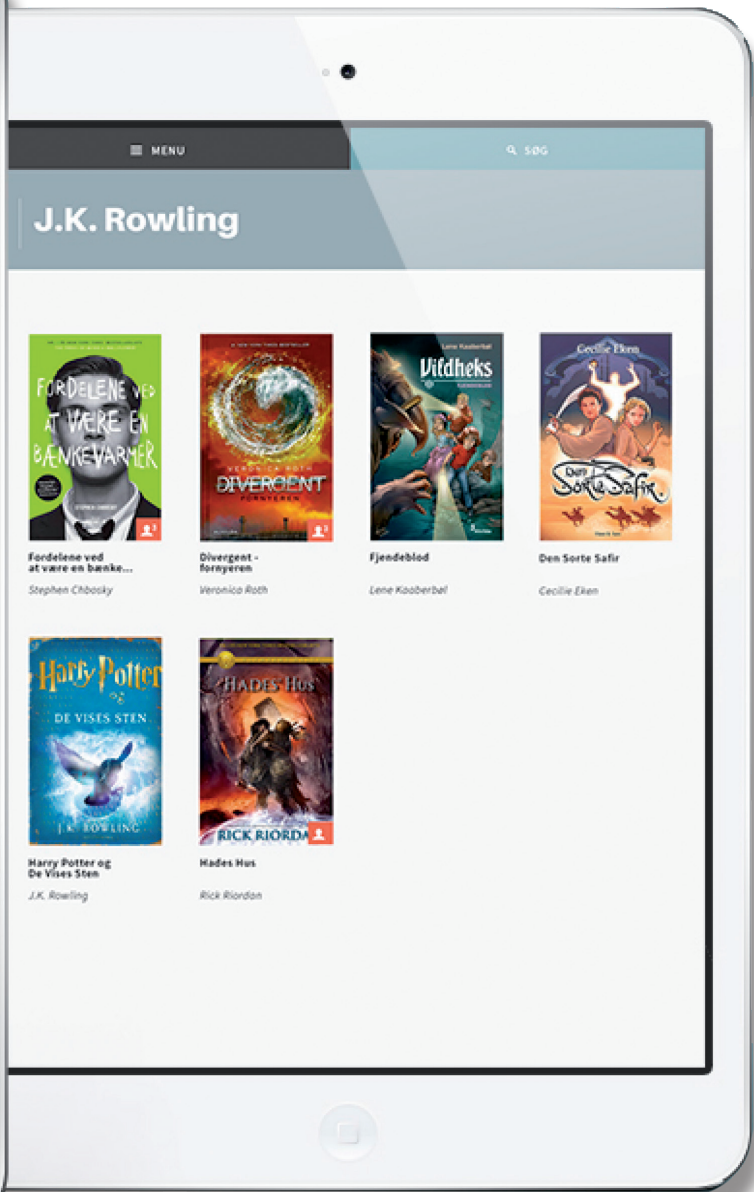
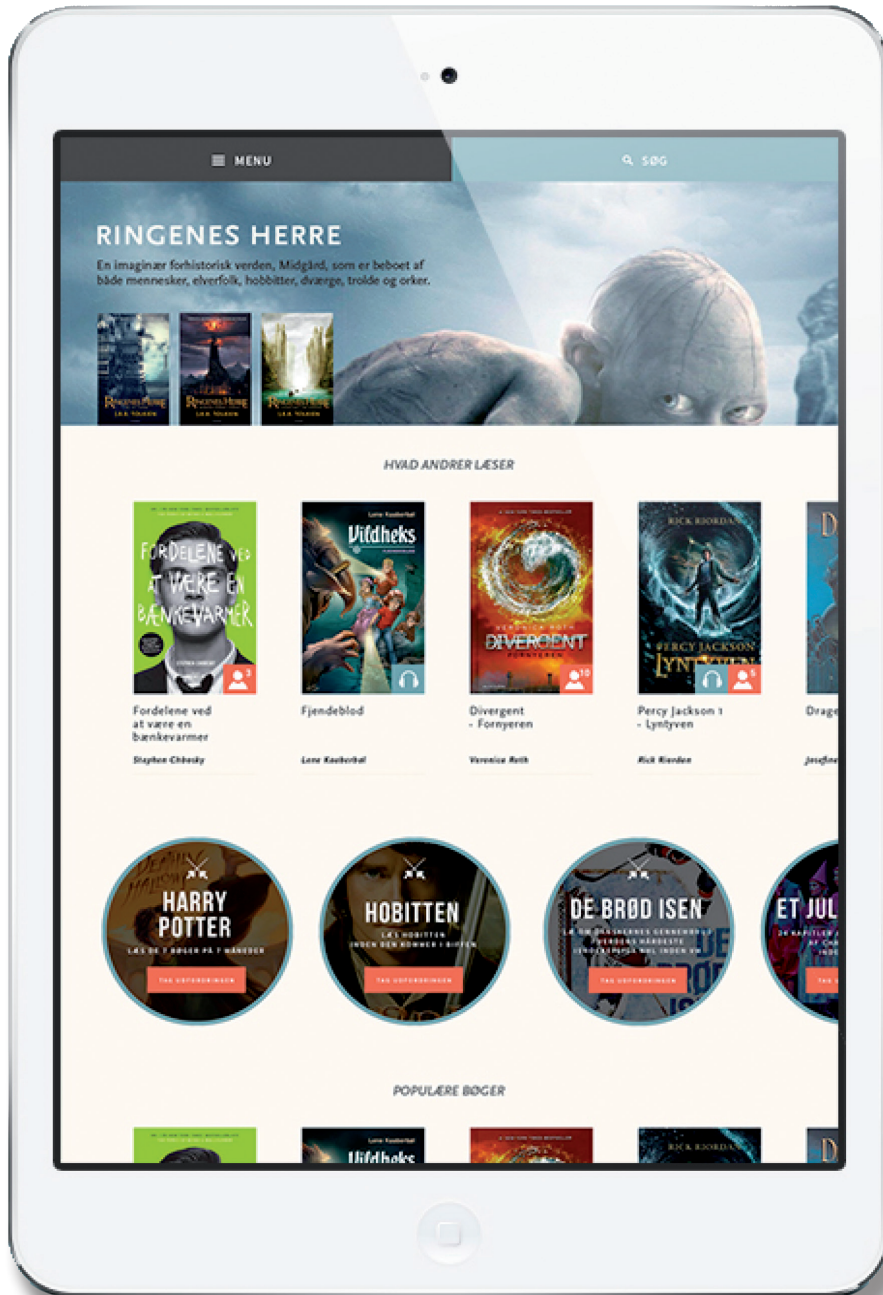
Hastigheden, og estimeret på hvornår man er færdig.

Udfordringer/mål, der er nået.

Udfordringer/mål, der er i gang.







MATERIALEPRÆSENTATION

App'ens interface skal være struktureret og indbydende. Derfor skal det i app'en være let bl.a. at skelne og vælge mellem genre. Desuden skal det være indbydende at udforske de mange muligheder gennem en swipe-funktion.

Det skal ligeledes være muligt at læse en kort, indbydende beskrivelse af bogen/lydbogen.

Der skal også være en funktion, der tilpasser det først præsenterede materiale i app'en, efter brugerens personlige præferencer. Har brugeren læst en krimi skal bøger lignende denne præsenteres under "Fordi du læste...". Det samme skal gøre sig gældende med forfatterne. Brugeren skal efter at have læst en bog præsenteres for andre bøger af samme forfatter.

Læsning som en social oplevelse kan også forstærkes gennem kategorien "det læser dine venner" (Best principles: Netflix og Spotify). På den måde er der større grobund for, at drengene sammen kan tale om deres læseoplevelse.

NU SKULLE
APP'EN BLIVE TIL
VIRKELIGHED

MENS VI VENTER PÅ APP'EN

Det blev hurtigt klart for os, at projektets digitale fokuselement skulle understøttes med "realtime"-elementer såsom arrangementer og udstillinger for at nå ud til FIK-drengene. Samtidig har det været vigtigt at aktivere målgruppens omgangskreds for at opnå den nødvendige opmærksomhed og opbakning.

Specielt forældre og holdtrænere har vist sig at være uundværlige i at influere drengene til at læse mere. Derfor handlede det for projektgruppen om også at inspirere og opfordre disse til læsning.

SEKUNDÆRE MÅLGRUPPER

Udgøres af ishockeydrenge-
nes omgangskreds:

De mindre ishockeyspil-
lere fra 10 år og nedef-
ter.

Søskende.

Forældre.

Kammerater.

FYSISKE MATERIALER I HALLEN

For at gøre specielt også de sekundære målgrupper opmærksom på og involvere dem i projektet, fik vi ideen til at lave en udstilling i ishockeyhallen. Her opholder spillernes søskende og forældre sig ofte under træningen eller til kampe.

Derfor opstillede vi i august 2014 en bogudstilling, der ud over at skabe opmærksomhed, skulle skabe motivation og en form for "team-spirit" omkring projektet.

Bøgerne i hallen gik udenom bibliotekets almindelige system, således der ikke var problemer med

reservationskø eller lignende. Bøgerne, som vi har indkøbt fra forskellige forlag (og bøger vi fik fra forlagene Carlsen og Lindhardt & Ringhof) til anledningen, fik blot monteret et speciallavet FIK Læser-klistermærke og blev stillet til fri afbenyttelse i hallen og til hjemlån.

Bøgerne var udvalgt til at favne de forskellige målgrupper i hallen. Der har således været et stort udvalg af:
Billedbøger og højtlesningsbøger, som forældre har kunnet læse højt sammen med mindre søskende.

MATERIALER

Billedbøger og højtlesningsbøger, som forældre har kunnet læse højt sammen med mindre søskende.

Læse-let-bøger.

Ungdomsromaner.

Nyeste litteratur for voksne.

Læsebarometer

Vi konstruerede et såkaldt "læsebarometer", der ligeledes blev opstillet i hallen. Her var ideen, at læserne skulle kaste et fysisk bogstav i for hver bog de havde læst færdig. Det drejede sig om alle bøger; når billedbogen var kigget til ende, også bøger der ikke

var lånt i hallen, skolebøger, e-bøger og lydbøger. Sammen skulle FIK se hvor mange point (bogstaver) de kunne samle.

Herudover sørgede vi for flyers, roll-up's og plakater, der forklarede projektet for bl.a. forældregruppen.

Resultat og refleksion

I perioden fra den 10. august 2014 til den 2. marts 2015 er der blevet lagt 1937 bogstaver i læsebarometeret.

Der er selvfølgelig usikkerheder i forbindelse med denne form for måling. Der er ingen, der kan kontrollere om bøgerne faktisk bliver læst eller om der er blevet kaste en håndfuld i af en kåd spiller. Vi baserer også resultatets validitet på de tilbagemeldinger vi har fået fra bl.a. cafeteria, Lars Leer og Tenna, som har set anvendelsen af bøger i hallen

Samtidig er det lige så vigtig for os at se, at der har været opmærksomhed omkring læsebarometeret .

Udstillingen i hallen er blevet taget godt i mod. Vi har gennem projektperioden kunne notere, at bøgerne i stor stil er blevet brugt. Ideen med at skabe et krydsfelt mellem aktiviteterne (træning og læsning) har vist sig at have en god effekt.

Tenna siger i et interview foretaget til denne evaluering:

"[...] bøgerne derover har været et kæmpe hit. Vi har virkelig set både forældre og bedsteforældre [...] sidde herude på søndag formiddage, de har virkelig benyttet sig af bøgerne også til de mindre søskende, der skulle aktiviseres".

For forældre og søskende, der venter under træning har det altså været en glimrende aktivitetsmulighed, som de ikke før på samme måde har haft.

I interviewet med Tenna, fortæller hun, at hun også har observeret FIK-drenge over 10 år benytte sig af bogtilbuddet i forbindelse med, at de var blevet motiveret gennem et forfatterarrangement.

Den største udfordring i forbindelse med udstillingen har været halbyggeri. I netop projektperioden har Iscenter Nord været under ombygning, og der har derfor i størstedelen af perioden ikke været adgang til den store hal. Dette har betydet, at udstillingen i begyndelsen kun kunne få plads i et lidt afsidesliggende hjørne, hvor eksponeringen var meget lille. Dette ændrede sig heldigvis i januar 2015, da hallen blev færdig og bøgerne blev flyttet op i cafeteriaet.

Halbyggeriet har også betydet, at vi ikke som først tiltænkt, har kunnet opholde os i hallen for at komme mere i kontakt med målgrupperne.

”1937 LÆSTE
BØGER
1 STK CHOKOLADE
1 STK ELASTIK
1 STK TO-KRONE
1 STK BOGMÆRKE”

ARRANGEMENTER

Vi har i perioden afholdt arrangementer for FIK-drengene, der har haft god succes.

Antallet af deltagere til arrangementerne har været rigtig flotte. Dette skal også ses i lyset af, at forældregruppen har været godt involverede på Tennas foranledning, og at hun som holdleder har ”promoveret” arrangementerne godt over for sine hold. Dette viser blot igen, hvor vigtigt det har været for dette projekt at ”vinde” forældre og holdledere.

Efter arrangementet med Glenn Ringtved, fortæller Tenna, at drengene har givet udtryk for, at det var noget der interesserede dem og motiverede dem til at læse hans bøger, som de fandt bl.a. i bogudstillingen i ishockeyhallen.

Den efterfølgende inddragelse af drengene til at inspirere og hjælpe forfatteren med sin research til en bog om ishockey var ligeledes en succes. Involveringen og dermed ejerskabsfølelsen kan betyde, at mange af drengene vil læse denne bog, hvis eller når den udkommer.

Tenna har i interviewet fortalt, at drengene i begyndelsen var lidt tilbageholdende;

”Aah.. det er nok noget kedeligt noget, når det er sådan en forfatter [...]. Men de snakkede meget om det (efterfølgende) og syntes det var meget sjovt. Der var meget snak om at lige så snart den der bog kom (så skulle de læse den)”

Vi har derfor kunne erfare, at det handler om, for det første at få drengene til at komme og helst med nogen som de kender således, de har nogen af tale om oplevelsen med efterfølgende.

Herudover skal forfatteren eller hvem end det er, der præsenterer litteraturen for drengene være på deres niveau, kende deres jargon og livsverden for, at det fænger.

Desuden handler det om, igennem et arrangement, at involvere drengene. De finder ikke den samme værdi i at sidde stille og lytte som mange voksne gør det.

GLENN RINGTVED

Børne- og Ungdomsforfatter

Projektgruppen præsenterede første gang Glenn Ringtved i efteråret 2014 for FIK-ishockeyspillere i alderen 7-17. Forfatterarrangementet blev afholdt på Bangsbostrand Skole og begyndte først med en gang pizza og sodavand (uden mad og drikke duer helten jo ikke), da de fleste deltagere kom direkte efter træning.

Herefter fortalte Glenn Ringtved de større spillere om sine bøger og talte med dem om egne erfaringer med at balancere sport, skole og ungdomslivet generelt og inspirerede mange af de unge spillere til at tage en bog til aftenslæsningen med hjem eller at låne en bog efter træning i hallen.

Efterfølgende afholdt Glenn Ringtved en form for workshop for de yngste spillere, hvor forfatteren involverede drengene i skabelsen af en historie om ishockey, hvilket de begejstret levede sig ind i.

Ideen om at skrive en læs-let-bog om ishockey er siden blevet videreført af forfatteren.

I februar 2015 besøgte Glenn Ringtved igen FIK-drengene, men denne gang på deres hjemmebane, i ishockeyhallen. Her skulle forfatteren nemlig have en grundig indførelse i ”livet som ishockey-dreng”, hvor træning, strategiplanlægning, kampe, kammeratskab og konkurrence vejer tungt.

Glenn Ringtved fik lov til at følge drengene i deres forberedelser inden isen, opvarmning og at overvære to kampe sammen med træneren, hvor han fik god indsigt i sportens særlige sprog og regler. Alt sammen skal danne grobund for inspirationen til en ny bog om ishockey.

Deltagere: 40

Projektgruppen har ligeledes deltaget i forskellige events for at gøre klubben opmærksom på projektet. Det har været ved f.eks. standerhejsningen for den nye hal og begyndelsen af efterårssæsonen den 10. august 2014, hvor vi havde mulighed for at møde både spillere, holdledere, forældre og søskende. Her inviterede vi Frederikshavn Kommunes borgmester Birgit Hansen til at fortælle om projektet, og samtidig fik hun æren af at hejse flaget.

I januar 2015 havde FIK 50-års jubilæum og dette skulle selvfølgelig fejres med et brag. Her deltog projektgruppen også ledsaget af kulturminister Marianne Jelved, der udover at fortælle om FACE OFF - FIK Læser skød ishockeykampene i gang.

Der har dog været udfordringer ift. at planlægge arrangementer gennem projektperioden. Der var f.eks. i begyndelsen stor aktivitet for at få stablet et brag af et

arrangement på benene for at der ikke skulle være nogen tvivl om, at klubben var en del af Danmark Læser.

Udover, at halbyggeriet besværliggjorde samlingen af klubben til større arrangementer, afhang de også af, app'ens færdiggørelse, som vil blive uddybet yderligere i det følgende.

FIKs organisation og måde at arbejde på har også betydet, at det har været svært at tilrettelægge aktiviteter. Klubben har generelt gennem projektperioden ikke kunne forelægge træningsskemaer, aftalte kampe, etc. mere end en måned ud i fremtiden. Der var således stor ofte stor risiko for, at flere af holdene ikke var hjemme til at deltage.

Skolebibliotekar

Inddragelse af skolebiblioteket på Bangsbostrand Skole var en stor hjælp i at nå ud til FIK-drengene, og uden tvivl noget, der er stor fordel i at udvikle yderligere, hvis projektet skulle fortsætte.

Skolebibliotekaren som samarbejdspartner betød indirekte flere ressourcer i form af bl.a. mandetimer, da hun på eget initiativ stod for at lave aktiviteter i relation til projektet.

Vi, projektgruppen, bidrog med marketingmaterialer til udstilling på skolen.

Som skolebibliotekar Lisbeth Robenhagen har givet

udtryk for, er det ikke kun projektet og FIK, der gavner af samarbejdet. De har på foranledning af projektet sat sig ind i sporten og overværet en ishockeykamp for at kunne sætte sig ind i drengenes verden, hvor sporten fylder så meget.

Denne viden mener Lisbeth vil kunne gavne deres eget arbejde på skolen. Lisbeth siger:

"Den drivkraft de ligger i den sport, kunne være spændende at bruge på læsning og skolen".

Den 10. februar 2015 var skolen vært på et arrangement med fokus på vigtigheden af balance mellem den fysiske og åndelige udvikling. Lasse Sandgaard, der er professionel ishockeyspiller og samtidig har taget en læreuddannelse blev taget godt imod og passede projektets profil perfekt. Lisbeth fortæller:

"Lasse er professionel ishockeyspiller, men har samtidig taget en læreruddannelse. Han holdt foredrag for tre 8. klasser og to 9. klasser, og han fortalte levende og enga-

geret, om hvor vigtigt det er at tage en uddannelse, selv om man dyrker elitesport. Han forklarede, at man er nødt til at tilrettelægge sin tid meget nøje, og at han havde brugt de mange busture til at læse".

MARKETING OG PR

Rollemodeller

Projektet har også arbejdet med aspektet rollemodeller. Ligesom andre sportsgrene er ishockey præget af idoler og alpha-hanner. White Hawks er Frederikshavns elitehold – toppen af poppen. Nogle spillere fra White Hawks er endda fortsat til den stjernespækkede NHL. For mange af drengene er det den ultimative drøm. Og håbet bliver ikke mindre af, at mange af de professionelle spillere i White Hawks har deres rødder i FIK. Det var derfor vigtigt for os at involvere White Hawks, så de kunne hjælpe og støtte op om vores arbejde for at ændre fordommen om, at rigtige sportsfolk ikke læser.

White Hawks har dog ikke ønsket direkte at deltage, men er blevet repræsenteret af f.eks. tidligere elitespillere Mike Grey og Mads Bech, der har høj status i ishockeymiljøet i Frederikshavn.

Vi har desuden fået lov til at bruge klubbens officielle logo, der er et fantastisk blikfang for alle ishockeyinteresserede i Frederikshavn og hjælper dermed til at udbrede budskabet. Det kan også siges at vise klubbens blåstempling af projektet.



Vi har fundet, at det er vigtigt at vise en fælles front og lade de mest indflydelsesrige personligheder gå først, for samtidig med at ishockeymiljøet er præget af stor konkurrence, er der også en "teamsprit", et sammenhold som ligger dybt forankret og som de færreste ønsker at afvige fra. Tenna forklarer:

"Jeg synes den (ideen) var rigtig god. Fordi mange af dem læser ikke. [...] Alle kan være med på lige fod, de kan snakke om den samme bog også fordi man har mulighed for at høre den. [...] Der kan de alle være med på samme niveau. Det er ikke sikkert, at de er lige gode på banen, men det kan være de er lige gode, når de sidder og spiller i bussen. Det har også meget at sige for samtidig med, at de har konkurrencegenet, så har de jo også meget holdfølelse. Og så giver man sig ikke til en masse som de andre ikke gør, fordi man står sammen i flokken."

Inddragelsen af rollemodeller er specielt kommet til udtryk i projektets marketingmaterialer. Vi har fået repræsentanterne til at udtale sig om deres holdning

Konkurrence

Udover de mere traditionelle marketingmaterialer har vi, for at skabe opmærksomhed på projektet, lavet en facebookkonkurrence, der havde sit udspring i den fysiske verden.

Til formålet producerede vi en fuld størrelse ishockeypiller i "tivolistyle" – figurudskåret plade med hul til et hoved. Herudover en roll-up, der forklarede spillereglerne. Få taget et billede "som ishockeypiller" og læg det op på Facebook. Vi sørgede sågar for en skammel til de allermindste.

til ishockey og litteratur. Ud fra egne erfaringer har de kunne fortælle, at der er plads til læsning (og at det skal der være), ved siden af ishockeyen og vigtigheden af, at drengene ikke kun udvikler sig fysisk, men også åndeligt. Til pr- og marketingmaterialet har vi også fået taget billeder af repræsentanterne.

Gennem projektperioden har princippet i rollemodellerne udviklet sig til også at inddrage nogle af de lidt større, toneangivende drenge fra FIK som "fotomodeller". Dette for at give projektet et lokalt forankret ansigt ud af til, og ét som målgruppen kan identificere sig med.

PR- OG MARKETING

Keyhangers

Klistermærker

Flyers

Plakater

Roll-ups

Logo

Pressemeddelelser

Figuren har stået både i ishockeyhallen og på Bangsbostrand Skole, og skolebibliotekaren har fortalt at der har været stor trængsel.

Derfor er vi usikre på, hvorfor så få faktisk har deltaget i konkurrencen. Om reglerne ikke har været tydelige nok eller om de har krævet for stor involvering ligger indtil nu hen i det uvise.

UDFORDRINGERNE TAGER FAT

Det skulle vise sig, at det ikke er bare lige sådan at udvikle en app. Gennem processen ramte vi flere bump i vejen, som betød, at projektet ift. den oprindelige plan, ikke blev færdig til tiden. App'en skulle i første omgang have været færdig til at blive lanceret ved arrangementet med standerhejsningen i august 2014.

Nye deadlines blev fastlagt, men da app'en stadig ikke, hverken midt i september eller oktober, havde set dagens lys begyndte vi at blive utålmodige.

Det overordnede problem i denne forbindelse har været, at kommunikationen mellem Redia ikke altid har været helt klar. Opfattelsen vi fik, var at færdiggørelsen af app'en lå lige rundt om hjørnet.

Fra vores synspunkt, skulle Redia have været bedre til at melde klart ud, når de har haft vanskeligheder, der kunne have indflydelse på de fastlagte deadlines.

Fordi projektets omdrejningspunkt har været app'en, og alle aktiviteter har været planlagt i relation til denne, har vi i projektgruppen derfor følt os henvist til at stå i en slags venteposition. App'en var udgangspunktet og grundlaget for det videre arbejde.

I bagklogskabens klare lys, skulle der have været større fokus på mere systematisk og formelt at opdatere om processens frem-skridte og udfordringer, således vi hele tiden sammen kunne revidere og søge løsninger.

UDFORDRINGERNE MED INDHOLDET

Det var ikke kun funktionerne, som drillede. Indholdet ville også stritte lidt imod. Udfordringerne bundede ikke i at finde relevante og interessante titler. Problemerne opstod ift. licenser, rettigheder og biblioteksdata. I projektets opstartsfasen gav flere af de større og toneangivende forlag såsom Gyldendal ellers positive tilkendegivelser, men meldte i sidste ende pas.

De uklare rammer, der i begyndelsen skabte en del frustration kom af at kommunikationen med Redia her ikke har været klar nok.

Der skulle således tre omgange til før vi begyndte at finde titler, som kunne bruges.

Med skiftet af projektleder hos Redia til Trine Hundevadt, blev der opsat klare linjer, som vi kunne arbejde efter. Det blev til sidst gjort klart, at Redia (i henhold til det tekniske) bad om titler, som vi bl.a. kunne findes i eReolen, samt Lindhart & Ringhofs liste over e-bøger og lydbøger.

Redia fortæller:

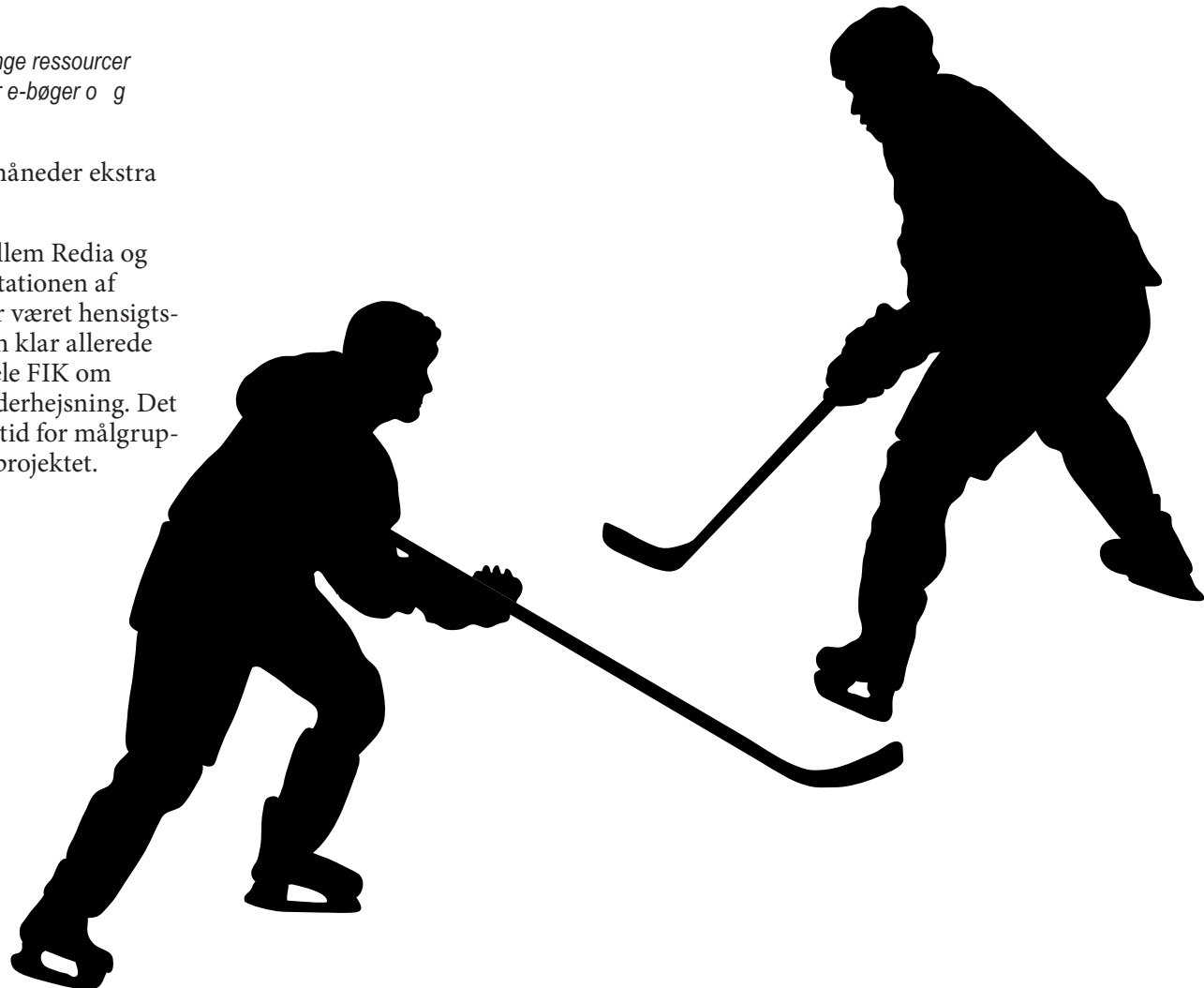
"Der blev brugt ressourcer på at gå i dialog med forlagene. Forlagene er en vigtig brik, da disse sidder inde med det materiale der bruges – selv indholdet. Materialet der bruges har forlagene stillet til rådighed gratis".

Vi har erfaret, at når der er tale om et udviklingsprojekt, der gennem den iterative proces giver ny indsigt og nye udfordringer, kan det være svært at forudse og dermed svært at gardere sig mod forsinkelser. Desuden har arbejdet med biblioteksdata vist sig at være meget ressourcekrævende:

"Der er i udviklingsprocessen brugt mange ressourcer på at bygge hele backend der håndterer e-bøger og lydbøger". Redia

Det viste sig, at app'en til slut var fire måneder ekstra undervejs, for at blive klar til test.

Forsinkelserne og misforståelserne mellem Redia og projektgruppen har betydet, at præsentationen af projektet over for målgruppen ikke har været hensigtsmæssig. Fordi vi havde forventet app'en klar allerede i august begyndte vi også at fortælle hele FIK om projektet og om app'en, f.eks. ved Standerhejsning. Det har betydet, at der har været stor ventetid for målgruppen og for andre, som har fulgt med i projektet.



APP'EN ER KLAR

Medio november 2014 stod app'en endelig klar. Den fik navnet Bookbites v.1.0 – Frederikshavn Ishockey Klub læser.

FUNKTIONER OG INDHOLD

Den app vi endte ud med afveg dog ift. det oprindelige koncept. Gamification-elementet er i app'en repræsenteret som individuel statistik, der viser læseren sine fremskridt. Redia forklarer konceptændringen således:

"Gamification-elementet er blevet udfoldet i første version af app'en. Brugeren kan løbende følge med i sin progression i læsningen og motiveres dermed til at læse mere, fordi den enkelte kan følge med i en reel udvikling".

Redia har ligeledes gennem processen overvejet drengens udfordring med tid. Der er derfor blevet fokuseret på et nyt element, som Redia mente ville motivere:

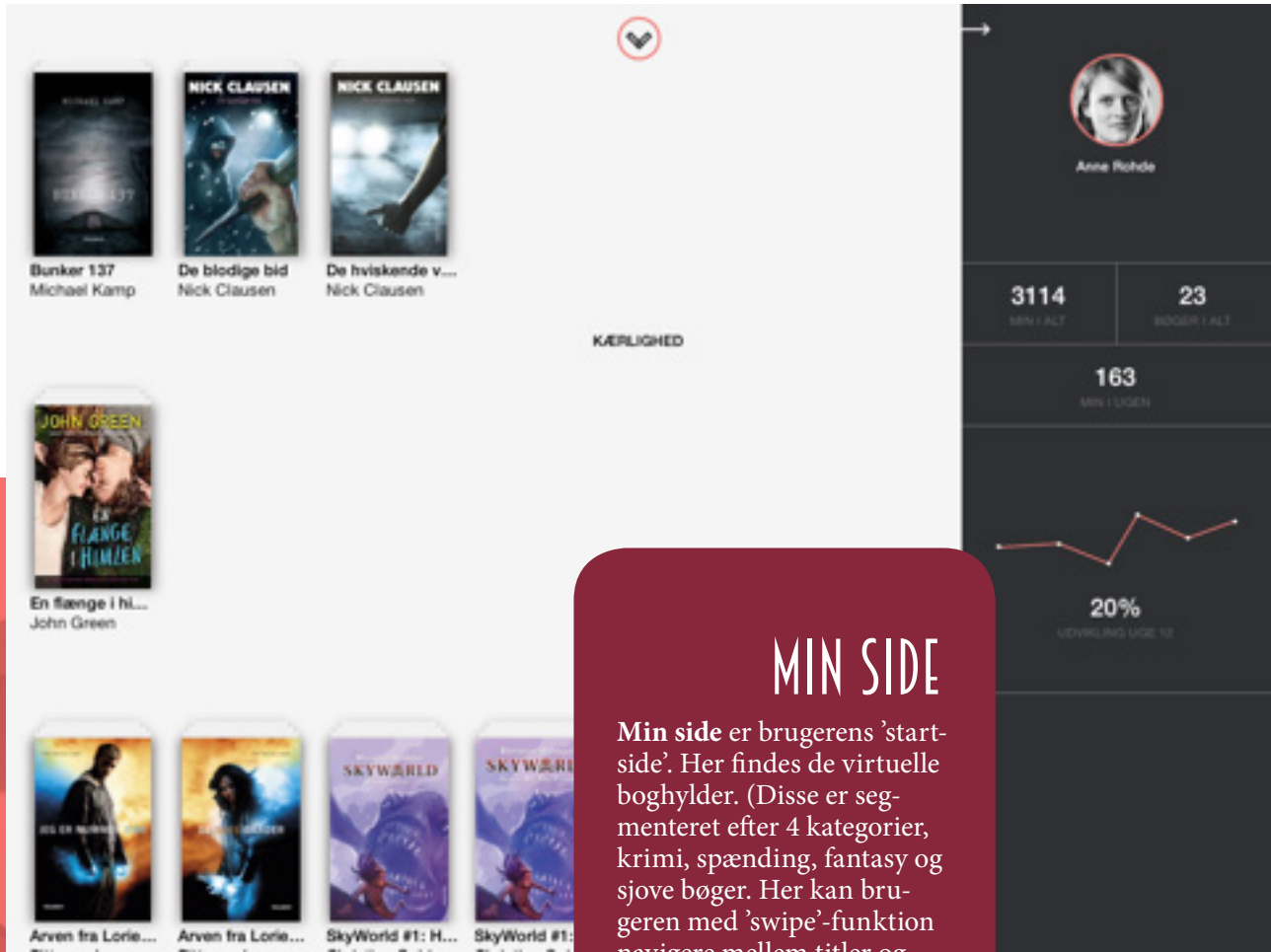
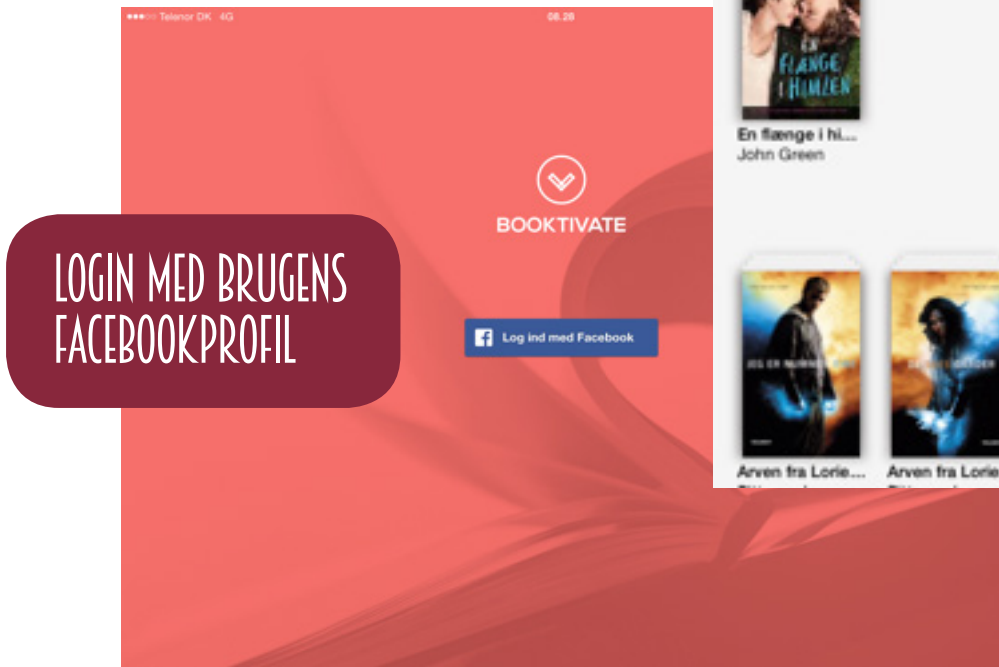
"Derfor ændrede fokus sig til, at ville skabe et produkt, som på den ene eller anden måde er med til at skabe tid og rum til læsningen. Gennem brainstorm i konceptafdelingen kom vi frem til, at vi bedst kunne imødekomme behovet for mere tid, ved at dele bogen op i tidsopdelte enheder, tilpasset den enkeltes hverdag".

Indhold

I app'en er materialerne opdelt i fem kategorier. Materialerne er udvalgt ud fra vores generelle viden om drenge i alderen 11-17 år, og ud fra hvad vi lært fra workshoppen i projektets begyndelse.

Her fandt vi, at fællesnævneren skulle være konkurrenceånd og selvfølgelig sport. Kategorierne er: Sport, Fantasy, Krimi og spænding og Sjove bøger.

Funktioner



MIN SIDE

Min side er brugerens 'start-side'. Her findes de virtuelle boghylder. (Disse er segmenteret efter 4 kategorier, krimi, spænding, fantasy og sjove bøger. Her kan brugeren med 'swipe'-funktion navigere mellem titler og kategorier. Ved valg af bog føres brugeren videre til en præsentation af bogen, og i højre side af interfacet vises brugerens personlige statistik, som opdateres løbende i takt med at brugeren læser bogen.

BOOKBITES

Læsningen opdeles i bider. Brugeren starter med at læse bogen, som første gang lader brugeren læse 200 ord.

Antallet af ord er sat lavt for at starte med en oplevet forbedring i læsningen. Det læste danner grundlag for den videre læsning, idet hastigheden brugeren læser 200 ord i, sætter rammen for hvor mange syv minutters bidder (bites) bogen opdeles i.

Hver gang brugeren har læst en bid, kommer statistik-panelet frem.

Næste bogbid har nu en længde, der ud fra brugernes læsning af foregående bid består af det antal ord, der svarer til syv minutters læsning.

The screenshot shows the app interface for the book 'De hviskende veje' by Nick Clausen. The top part displays the book cover with the title 'DE HVISKENDE VEJE' in large red letters. Below the cover, there are two buttons: '1 LÆSTE' and '17 ULÆSTE'. To the right, a red statistics panel shows '4 MIN LÆST', '320 ORD I MIN', and '111 MIN TILBAGE'. Below the book cover, a white box titled 'BOOK BITE NR. 2' contains a play button icon and a short text excerpt: '...Nå, jeg kan vist godt opgive at sove mere,' sakkede jeg og strakte benene. „Kan da ikke snuppe et par timer i flyet?“ „Jeg plejer at have svært ved at falde i søvn i luften.“ „Du kan bare bestille et par vodkaer,“ foreslog Alexander. „Ja, hvis du gerne vil have bræk ud over det hele,“ fnøs jeg.

STATISTIKKER

Statistikken opdeles alt efter om det er e-bøger eller lydbøger.

E-bøger:

- Antal bidder læst
- Antal bidder ulæst
- Antal minutter læst i alt
- Antal ord
- Antal minutters læsning tilbage i bogen.

Lydbøger:

- Antal minutter lyttet til i lydbogen.

Bøgerne ligger gemt i app'en således, at drengene også kan bruge app'en offline.

FORVENTNINGER I DEN VIRKELIGE VERDEN

Der er flere af de funktioner, der blev aftalt i konceptfasen, som ikke er blevet del af den app som Redia præsenterede i november og som står beskrevet ovenfor.

Konceptets vigtigste fokuspunkter, gamification og interaktion i form af udfordringer, er ikke blevet en del af app'en. Det kom noget bag på os. I stedet har den udviklede app fået et markant anderledes fokus på tid, hvilket projektgruppen gennem processen ikke har været opmærksom på eller blevet informeret godt nok om.

Igen har der været knas med forbindelsen, og kommunikationen har drillet.

I vores optik har Redia alt for sent meldt ud, hvor stor betydning deres vanskeligheder fik for app'en. Vi havde i hvert fald i begyndelsen ikke forstået, at der var risiko for at funktionerne slet ikke kom med og at fokus ville ændre sig. Redia har selvfølgelig arbejdet hårdt på app'en og har sandsynligvis i begyndelsen også selv haft forventninger om at kunne nå længere i processen.

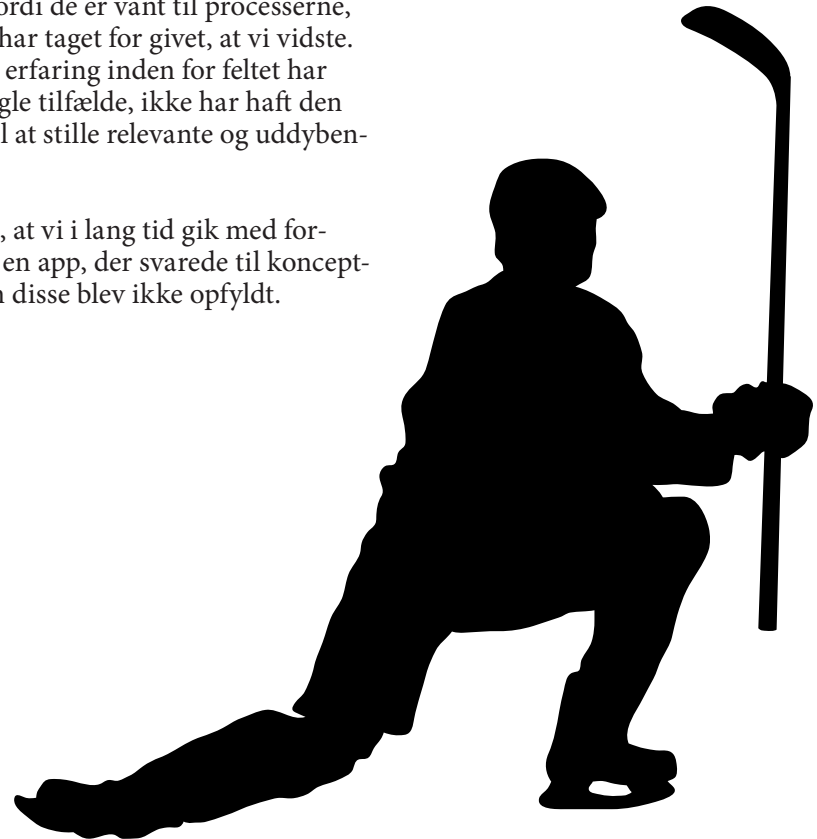
Set i bakspejlet bunder udfordringerne nok i, at vi ikke har talt samme sprog. Efter de første møder med Redia, forventede vi en fuldt funktionsdygtig app i august, men vi har siden erfaret, at dette ikke var hvad Redia forventede, at der ville komme ud af arbejdet.

Redia har senere forklaret, at de ikke mener, at

der i et udviklingsprojekt er tale om en fuldt funktionsdygtig app.

Det vi har fået leveret er således en prototype, der kan udvikles yderligere hvis den skal udbydes. Det viser tydeligt sprogbarrieren, der har været med til at vanskeliggøre processen. Der er ting som Redia, fordi de er vant til processerne, det tekniske, etc. har taget for givet, at vi vidste. Vores manglende erfaring inden for feltet har betydet, at vi i nogle tilfælde, ikke har haft den fornødne viden til at stille relevante og uddybende spørgsmål.

Alt i alt betød det, at vi i lang tid gik med forventningerne om en app, der svarede til konceptbeskrivelsen, men disse blev ikke opfyldt.



OP PÅ HESTEN OG DERUDAF

Vi sadlede om. Nu havde vi app, med et nyt interessant fokus som vi kunne præsentere for FIK-drengene, og som vi kunne teste. Vi satte ind på slutspurten.

Selvom vi var forsinkede og ikke havde været med fra sæsonstart, var vi fast besluttede på at få sendt drengene godt afsted i bussen til kamp med en iPad hver.

TEST

Jomfrurejsen - Kan app'en stå distancen?

I januar skulle U15-drengene til deres næste kamp, så det var vores chance for, at få sendt app'en med på en gode lange tur. Projektgruppen sørgede for at stille iPads til rådighed, så alle drengene havde de samme forudsætninger for at gribe litteraturen. Her var app'en allerede installeret.

Holdlederen på turen var Tenna, så der skulle ikke bruges tid på briefing, da hun selvsagt var godt inde i projektet og dermed kunne besvare spørgsmål fra drengene. Tenna blev i stedet blot indført i det tekniske og fik på forhånd lov til at afprøve app'en, så hun var klædt på til at præsentere den for drengene.

Udfordringer

Projektet har gennem flere aspekter været plaget af dønningerne fra halbyggeriet. I efteråret havde vi travlt med at få app'en færdig, alt imens vi kunne se drengene køre til og fra kampe landet over, fordi de ingen hal havde at spille i. Da vi så stod klar med app'en var hallen færdig, og hermed skulle drengene spille i Frederikshavn fordi de "skyldte hal-tid". Der har også været "begyndervanskeligheder" med

app'en efter Redia præsenterede den i november. Systemfejl og manglende indhold besværliggjorde ligeledes processen.

Organisatorisk viste det sig heller ikke at være uden problemer at tilrettelægge og gennemføre en test. Der er bl.a. mange praktiske forhold, der skal planlægges nøje, for at opnå de ønskede resultater.

Dommen

Det har vist sig, at der ikke i app'en er et decideret statistikmodul. Det har derfor været vanskeligt at finde kvantitativt data til denne evaluering. Igen har der været kludder med kommunikation. Vi mente, at vi fra begyndelsen har understreget, at det var et nødvendigt element for projektet, men det er ikke sagt klart nok, da Redia ikke har udarbejdet dette i app'en.

Det er derfor meget få kvantitative fakta vi i denne omgang kan præsentere.

På grund af de få kvantitative data, blev det endnu vigtigere at få udarbejdet et fokusgruppeinterview. I begyndelsen af marts lavede vi derfor et interview i Iscenter Nord. Men desværre ikke med drengene selv, som i denne tid tænker endnu mere på ishockey end normalt. De kæmper indædt for en plads til DM og hvert et minuts træning og strategilægning gælder. Dette kan vi på ingen måde klandre dem for og ønsker dem selvfølgelig held og lykke.

Vi måtte derfor finde en anden måde at hente kvalitativt data hjem.

Det blev til et interview med Tenna, der var med i bussen og kunne observere drengene. Samtidig har hun brugt meget tid sammen med dem og har snakket med drengene om projektet og app'en.

Af interviewet fandt vi, at der var tre overordnede faktorer, der har haft indflydelse på drengenes modtagelse og opfattelse af app'en:

Det overordnede mål med interviewet var således, at finde ud af, hvad drengene syntes om app'en. Og her stod det med det samme klart, at det manglende konkurrenceelement i form af udfordringer var "the deal breaker". Tenna forklar:

"Det lukkede nok lige gassen ud af ballonen, at det ikke var der. Det var simpelthen motivationsfaktoren for de er konkurrencemennesker. Og de er også spillegale, det er den generation. Og det manglede. De manglede den der gulerod."

Det eneste konkurrenceaspekt, som på nuværende tidspunkter er blevet udfoldet i app'en er brugerens mulighed for at holde øje med sin egen statistik og udfordre sig selv. Efter interviewet er det kommet til at stå klart, at dette ikke var nok til at få målgruppen til at læse mere. Tenna siger:

"Det motiverer dem ikke. Den konkurrence tager de på banen. Det er spillfunktionen, og det at kunne nå til det næste niveau eller at kunne sætte hold og konkurrere mod hinanden. Det trickede dem, og det blev de lidt skuffede over ikke var der. Og så var det lidt som om, at så var det ikke helt så spændende"

Citatet leder os videre til den anden faktor, som har haft stor indflydelse på drengenes opfattelse af app'en. Forholdet mellem forventninger og oplevelse.

Forventningerne til app'en og dens funktioner har været høje, og den ekstra ventetid hjalp da heller ikke. Da app'en endelig blev præsenteret, var den ikke som de havde forstillet sig og det skabte skuffelse. Tenna uddyber:

"Det de havde sat næsen op efter [...] det manglede. Jeg tror, der var meget skuffelse for drengene. Der blev en app ud af det, men det er egentlig også det eneste. [...] det var ikke det drengene har lagt vægt på, det har været den anden del af det."

Set i bakspejlet kunne vi have tilrettelagt vores kommunikation til FIK-drengene, så vi ikke skabte nogle forventninger som vi i sidste ende ikke kunne leve op til, ved f.eks. først at begynde at informere målgruppen, når vi havde et konkret produkt. Dette hænger selvfølgelig sammen med, at vi i projektgruppen har haft de samme forventninger ift. tid og indhold.

Ændringen af fokus i app'en blev heller ikke gjort klart for drengene inden, og de har måske derfor ikke forstået den nye funktion med bogbidderne.

Den sidste faktor, som har spillet ind har været forsinkelsen. Det kan vi konkludere ud fra Tennas observationer og viden som holdleder. Hun fortæller:

"Netop det, at den blev så forsinket, det fik en kæmpe indflydelse på det fordi [...] standarden var lagt i bussen. Den kommer efter de første busture og den ligger rimelig fast. Spillerne har deres ritualer og standarder i bussen".

Vores første plan med at introducere og begynde at teste fra sæsonstart har altså været god nok. Vi har fundet, gennem projektet, at der er grundlag for ideen om at skabe læselyst i bussen, men det kræver, at det bliver en del af deres rutine. Derfor skal det begynde allerede fra første bustur. I begyndelsen vil det ligeledes stille krav til, at holdlederne vedholdende opfordrer/inspirerer spillerne til at bruge app'en.

Drengene havde også, på ret teknisk niveau, gjort opmærksom en manglende funktion i app'en. Det handlede om en form for bogmærkefunktion, der markerede hvor de var kommet til i en given bog og som gør, at de ikke manuelt skal bladre sig frem. I en videre udvikling af app'en skulle dette selvfølgelig udbedres.

Eksemplet viser ligeledes, at der er meget viden at hente fra brugerne i tests og interviews, og at disse opdager problemer og udfordringer, som vi ikke selv nødvendigvis ser.

Det viser ligeledes, set i bagklogskabens klare lys, at målgruppen med fordel kunne have været inddraget mere i udviklingsprocessen.

Det har dog ikke været mulig i denne proces af forskellige årsager. Det ville betyde, at der fra projektgruppen og Tenna skulle lægge mange flere timer i projektet, som vi ikke har haft.

Det ville også betyde en større kontaktflade til de forskellige holdledere, der skulle hjælpe med at finde de huller, hvor det ville være muligt at tage fat i drengene.

Vi har gennem processen virkelig forstået, hvor travlt disse drenge har med deres sport. Det brugerinvolverede aspekt havde vi dog planlagt, at udfolde meget mere i testperioden, men det var som tidligere påpeget ikke muligt pga. forsinkelse i udviklingen. Redia er enig i dette aspekt og siger:

"En tættere dialog med slutbrugerne letter arbejdet med at navigere og udvikle produktet ift. oplevelser og behov, ligesom brugernes engagement og ejerskab over processen gavner proces og udvikling".



KONKLUSION & REFLEKSION

Vi drog ud på en spændende færd for at finde ud af, om det var muligt at bringe læselyst til selv en af de sværest målgrupper vi kender – de unge FIK-drenge, der som ”sportsidioter” har ry for ikke at interessere sig for litteratur.

Vores tese var, at hvis blot vi fandt det helt rette motivationselement, så kunne vi gøre disse drenge lige så glade for at læse, som de er for at stå på skøjter.

Læse-eventyret har mødt både medgang og modgang, udfordringer, sejre og nederlag, og nu da vi er ved vejs ende, står vi tilbage med følelsen af, at vi har gjort en forskel.

Vi har fundet ud af, at ideen med at skabe en synergieffekt gennem blandingen af de to rum, biblioteket og ishockeyhallen, har bevirket at flere i FIK har fået øjnene op for læseglæden. Det gælder alle aldre, fra de helt små søskende til forældre og bedsteforældre, som opholder sig i hallen. Fordi litteraturen har været tilgængelig, netop når de har haft brug for den eller været modtagelige overfor opfordringen, har betydet, at flere end normalt har læst. Det samme gælder hjemlån. Som tidligere påpeget, er litteraturen i hallen blevet anvendt godt, nok særligt fordi det har været let at

hive en bog op af kassen på vej hjem fra træning, og at aflevere den tilbage et sted, som man alligevel tit kommer.

I forhold til app'ens effekt på FIK-drengenes læselyst, må vi konkludere, at vi ikke endnu har kunnet påvise en ændring. Vi kan påvise, at projektet i sig selv og de arrangementer, som er blevet afholdt har haft en effekt på drengenes interesse for litteratur og læsevane, om end ikke i en længerevarende grad. For at kunne besvare dette spørgsmål, vil det være nødvendigt med yderligere udvikling af app'en og test af målgruppen.

Ideen om at finde det rette motivations-element og afprøve det på målgruppen er i en vis udstrækning blevet afdækket. Om end det manglende konkurrenceelementet i sidste ende var grunden til skuffelse, viser det at drengene blev motiveret af det, og at de var villige til at give app'en en chance. Vi mener derfor stadig, at ideen om en kombineret læse- og spilleapp er god og har sin berettigelse.

Det, der gør ideen endnu mere spændende er, at den kan udfoldes endnu mere end hvad vi har haft mulighed for inden for læseprojektets rammer. Med mere tid og flere ressourcer er det muligt at skabe en app,

OPSKREVET SUCCESKRITERIER

- At FIK og de enkelte hold inddrager læsningen som en del af deres hverdag – også fremadrettet, så det bliver en naturlig ting at tage den gode historie med på busture mv.
- At Frederikshavn Kommunes Biblioteker viderefører læseaktiviteterne – herunder læseapp'en, efter projektet er afsluttet, som en del af bibliotekets almindelige virksomhed.
- At projektet videreudvikles og på sigt tilbydes andre klubber/foreninger i Frederikshavn Kommune

hvor konkurrenceelementet er så integreret i læseaktiviteten, at den kan bringe læselyst til selv de mest inkarnerede unge sportsfolk.

Der er mange faktorer, der har spillet ind på Frederikshavn Kommunes Bibliotekers beslutning om ikke at fortsætte efter projektet. Succeskriteriet blev opstillet i den tro, at vi ville være nået længere i processen. Vores intention var fra begyndelsen at teste app'en ved sæsonstart og lade det køre sæsonen ud. Det skete ikke, og app'en er derfor, som beskrevet tidligere, ikke blevet en del af drengenes rutine på busturene og det vil som også Tenna understreger i interviewet, ikke give mening at gøre forsøget nu. Til gengæld siger hun:

"Hvis man kunne gøre det, så vil jeg sige prøv at tag den op igen til den nye sæson. Giv den et nyt forsøg. Få fat i de lidt mindre u11 og u13 lige fra starten af."

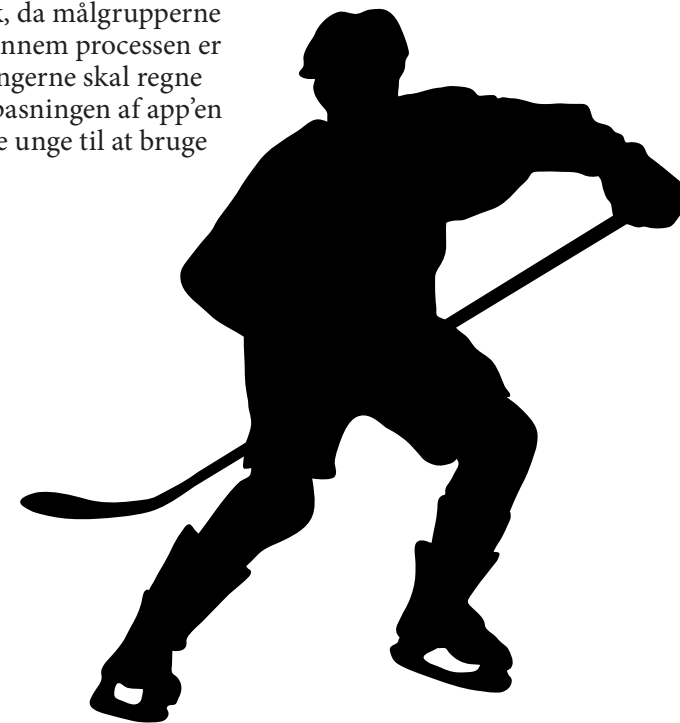
Skulle vi gå videre med projektet i sin helhed, ville det være nødvendigt med yderligere udvikling af app'en, således den kommer nærmere konceptbeskrivelsen, før en ny omgang test på målgruppen ville give mening.

Det sidste succeskriterium, som er opstillet i projektbeskrivelsen er udviklingspotentialt.

Det er vores overbevisning, at konceptet kan spredes ud til andre foreninger/ sportsgrene og hjælpe unge sportsudøvere her til at finde læselysten. F.eks. har skøjteforeningen, som også træner i Iscenter Nord vist stor interesse. Og de er ikke de eneste, som ser stort potentiale i projektet. Skolebibliotekskonsulent Lene Rudbeck Koch udtaler:

"Som skolebibliotekskonsulent er jeg altid interesseret i at afprøve nye måder at fastholde læsere og få eleverne til at fortsætte med at læse i deres fritid. Derfor har det været naturligt og oplagt at støtte det spændende projekt "Face off – FIK læser", Frederikshavn Bibliotek har med FIK. En spændende måde at sætte fokus på læsning og litteratur, hvor de unge og deres familier bl.a. oplever andre rollemøder end de normalt møder i skoleregi".

Det skal understreges, at der ikke må være tale om en direkte kopi, og at konceptet er en skabelon for andre interesserede. Målgruppen skal indkredses og specielt app'ens indhold skal justeres, så den stemmer overens med målgruppes præferencer. Der vil også være sportsgrene, som er mere egnede for konceptet frem for andre, f.eks. fodbold frem for skak, da målgrupperne skal ligge tættere på hinanden. Gennem processen er det ligeledes blevet klart, at foreningerne skal regne med stor involvering bl.a. med tilpasningen af app'en og for i begyndelsen at opfordre de unge til at bruge app'en.



SAMARBEJDSPARTNERE

Projektet Face Off – FIK Læser har samlet mange forskelligartede samarbejdspartnere, der alle har ydet en stor indsats for, at projektet kunne gennemføres.

Frederikshavn Ishockey Klub

Kontakten til FIK og det praktiske samarbejde har været med Tenna Frydkjær, der har vist sig at være en sand ildsjæl. Hun har været vores kontakt til både FIK's bestyrelse, målgruppe, holdledere og forældre. Uden en sådan partner i klubben ville projektet have haft store vanskeligheder med organisation og strukturering af vores aktiviteter med målgrupperne. FIK er drevet af frivillige, og er derfor en lidt atypisk samarbejdspartner.

Det skal understreges, at Tenna arbejder frivilligt for klubben, og at alle timerne hun har brugt er hendes egne. Det er klart, at vi har været heldige at vores kontakt netop brændte for litteraturen lige så meget som ishockey'en og derfor har lagt mange nyttige timer i projektet. Det er derfor vores erfaring, at det i projekter med lignende samarbejdspartnere vil det være nødvendigt netop at finde den helt rette ildsjæl.

AAU

Samarbejdet med AAU gik fra begyndelsen optimalt. AAU var hurtige til at sætte sig ind i, hvad vi ønskede og forventede af et muligt samarbejde. På den måde kunne de med det samme sige fra på de opgaver, som de vidste de ikke ville kunne levere og i stedet byde ind på de opgaver, som de vidste, ville understøtte og bidrage til vores aktiviteter. AAU har været mest fremtræden i begyndelsen af processen og har herefter samarbejdet direkte med Redia. Skulle vi fortsætte

projektet er der ingen tvivl om, at det ville være fordelagtigt igen at inddrage AAU i de senere faser, når brugertesten af app'en skulle i gang og den efterfølgende analyse og evaluering af resultatet.

Redia

Redia har bidraget med den nødvendige ekspertviden også omkring det tekniske. De har været en stor hjælp idet projektgruppen ikke tidligere har været direkte involveret i udviklingen af digitale produkter. Redias erfaring har betydet, at vi har undgået mange af de fælder, som nybegyndere inden for dette felt ofte falder i. De har været begejstrede for projektet og konceptet og har også selv lagt mange arbejdstimer. Der har som tidligere påpeget været problemer med kommunikationen og forventningsafstemningen. Fra vores synspunkt har der været perioder, hvor Redia kunne have været mere klar i målet. Nogle ting har

Redia måske taget forgivet, at vi vidste, og omvendt har vi bl.a. ikke haft viden nok til at stille de relevante opklarende spørgsmål. Der er ingen tvivl om, at dette kan skabe et misforhold i forventninger. Dog står det klart, at vi hele vejen har haft den samme vision for det endelige produkt.

Der var i alt tre forskellige projektledere hos Redia gennem processen. Da Trine Hundevadt overtog styringen, blev der tydeligt en klarere kommunikation, som har hjulpet i projektets sidste hektiske faser.

Egen indsats

Da vi, projektgruppen, først begyndte dette projekt, havde vi ikke forestillet os, hvor omfangsrigt det var. Blot arbejdet med at udvikle et digitalt produkt var en større udfordring end først antaget. Vi ved nu hvor meget en digital udviklingsproces kan skride i tidsplan og ressourcer og at en strammere styring ville afhjælpe dette.

Vi ser ligeledes store fordele i en større direkte kontakt til målgruppen - også den sekundære, ved at have opholdt os mere i hallen. Det har som tidligere beskrevet været besværliggjort af halbyggeriet, men samtidig må vi også erkende, at det ønske har været begrænset af projektmedlemmernes mulighed for at lægge flere timer til.

I forhold til udviklingsprocessen med app'en, kan vi nu se, at vi skulle have været mere involveret i den praktiske udvikling af app'en. Det vil sige, at vi skulle have været fysisk repræsenteret ved bl.a. de møder som Redia og AAU har holdt, og hvor de har udviklet konceptet yderligere.

Det kunne have givet os en bedre viden om deres problemstillinger og udfordringer, have haft mulighed for på første hånd at være opdateret og dermed have undgået markante misforståelser. Det ville igen betydet flere timer end projektgruppen kunnet have givet.

Hvorfor skal Frederikshavn Kommunes Biblioteker vinde Danmark Læser med projektet FACE OFF – FIK Læser?

Vi mener, at vi gennem denne proces, sammen med vores samarbejdspartnere, har skabt et innovativt koncept, en virkelig god idé, som både kan skaleres op og ned alt efter, hvem der herefter griber den.

Den app vi har udviklet giver en spændende ny måde at læse på, man har mulighed for at glæde sig over sine fremskridt eller blive motiveret af et ikke tilfredsstillende resultat.

Vi ved, at vi med dette projekt har sat fokus på læselysten i FIK, og at der er blevet læst bøger – faktisk hele 1937 stk. gennem perioden.

Vi ved, at FIK-drengene gerne vil læse, hvis de bliver præsenteret for det rette motivationselement.

Og vi har uden tvivl den samme holdning som Tenna:

"Jeg ved også godt, at det er et svært projekt. Det vidste jeg godt fra starten af [...]. Kan jeg få tre til at læse, der måske ikke har læst før, der pludselig har fået interessen for det, så skal man jo ikke se det som et nederlag, at der er 17 andre der ikke gør det. Så har man fået skubbet tre frem som ikke gjorde det før".

Vi har gjort en forskel.

**- OG DEN GODE IDE OM LÆSEGLÆDE TIL SPORTSFOLK
LEVEDE LYKKELIGT... OG GØR DET STADIG.**

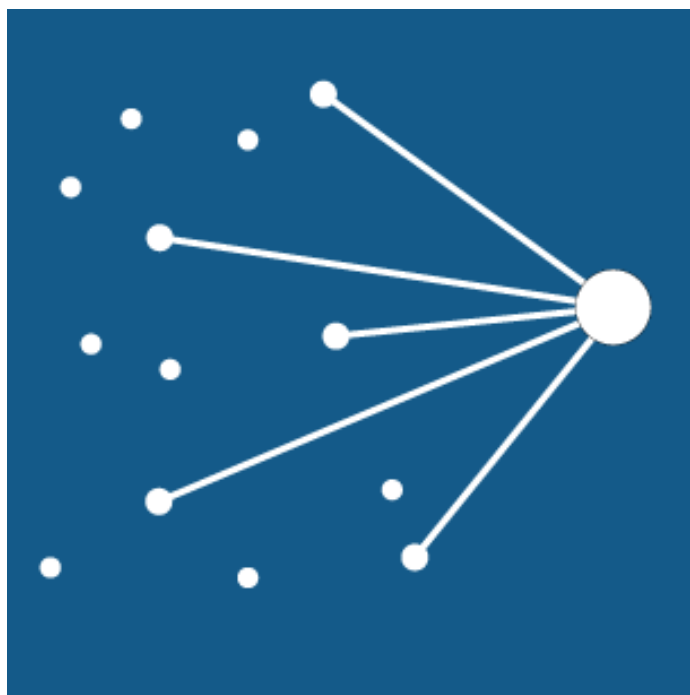


FACE OFF - FIK LÆSER



MOOS-BJERRE & LANGE

Biblioteket Sønderborg
Effektmåling af læseindsats
Marts 2015



Indholdsfortegnelse

1. Indledning	3
2. Hovedresultater fra effektmåling	4
2.1 Kampagneeffekt	4
2.2 Nordborgborgernes læseprofil.....	4
3. Kampagneeffekt.....	6
4. Status for Nordborgs borgere i 2015.....	10
5. Forskelle mellem køn og aldersgrupper.....	14

Indledning

Denne effektmålingsrapport vurderer resultaterne af den gennemførte læseindsats i Sønderborg Kommune med fokus på området 6430 Nordborg. Effektmålingen baserer sig på en sammenligning af undersøgelsesresultater i 2015 med undersøgelsesresultater i 2014. Det drejer sig om opgørelse af borgernes læsning *efter* kampagnens afslutning i forhold til baselineundersøgelse af borgernes litterære vaner, interesser og selvvalgte læsefærdigheder for borgerne i Nordborg.

I den aktuelle 2015 undersøgelse er borgernes også adspurgt om deres kendskab til de gennemførte kampagneaktiviteter og deres vurdering af dem.

I det følgende kommer først et sammenfattende afsnit, hvor hovedresultaterne fra de følgende afsnit gengives kort. Efter dette kommer et afsnit med fokus på kampagnernes effekt, efterfulgt af et afsnit om Nordborg borgernes forhold til læsning, som de ser ud i 2015, og til sidst et afsnit om hvilke variationer man kan finde med hensyn til køn og alder. Rapporten afsluttes af et metodeafsnit.

Bemærk, at når der refereres til "de adspurgte", menes der, med mindre andet er nævnt, de af Nordborgs borgere, der er blevet adspurgt i eftermålingen i 2015. De eneste to figurer i denne rapport, hvor data fra andre kilder medtages, er Figur 2 og Figur 4. I Figur 2 sammenlignes Nordborgs borgere med øvrige borgere i Sønderborg Kommune, og i Figur 4 sammenlignes Nordborgs borgere i 2015 med Nordborgs borgere i 2014.

1. Hovedresultater fra effektmåling

Her gengives en kort præsentation af resultaterne af effektmålingen og undersøgelsens øvrige resultater. Der redegøres først for effekten af kampagnerne, herefter for Nordborgs borgeres læseprofil.

1.1 Kampagneeffekt

Det viser sig, at lidt **over halvdelen af Nordborgs borgere kender til mindst én af de kampagner, som biblioteket har stået for**. Det er et bemærkelsesværdigt højt niveau. Bogskulpturer i bybilledet er den mest kendte. Dette er på trods af, at denne kampagne er betydeligt mindre kendt i Nordborg end den er i Sønderborg Kommune i øvrigt.

Alle øvrige kampagnetiltag er dog mere kendte i Nordborg, end de er i Sønderborg Kommune i øvrigt, hvilket synes at være i god overensstemmelse med, at det netop er Nordborg, der har været særligt fokus på. Den anden mest kendte kampagne er direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside. De øvrige kampagner er der et noget lavere kendskab til.

Nordborgs borgere vurderer, at kampagnerne har haft en effekt. Effektens størrelse kommer dog an på, hvilken dimension man spørger til. De fleste mener at kampagnerne har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Vurderingerne bliver dog mindre positive når spørgsmålene bliver mere konkrete og personnære – betydeligt færre vurderer, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere, øget deres interesse for litteratur og læsning, eller fået dem til at læse mere.

Der er endvidere gennemført en række mere avancerede statistiske analyser og tests af eventuelle udviklingstendenser over tid – fra før kampagnetiltagene (2014) til efter afslutning af kampagneforløbet (2015). Der er fundet **en væsentlig, positiv og statistisk signifikant stigning i Nordborgs borgeres interesse for at læse romaner**.

1.2 Nordborgborgernes læseprofil

Nordborgs borgeres foretrukne medier er fjernsyn, internet, radio og avis. En stor andel, især blandt de unge, benytter sig flittigt af sociale medier, mens de ældre aldersgrupper i højere grad holder sig til de traditionelle medier. Internetbrug er desuden højere blandt unge mennesker.

Det er dog **kun små andele af Nordborgs borgere, der hyppigt læser romaner, noveller, og faglitterære bøger/artikler**. Generelt benytter kvinder sig mere af alle typer medier end mænd.

Langt de fleste af Nordborgs borgere **foretrækker at læse romaner som fysiske bøger**. Blandt de unge er der også en vis interesse for at læse/høre romaner på alternative måder, såsom med lydbøger eller e-bøger.

Nordborgs borgere har gennemgående **nemt ved at læse og forstå indholdet i avisartikler, romaner, noveller, og breve fra det offentlige**. De har dog betydeligt sværere ved at høre og forstå indholdet i lydbøger, og indholdet ved oplæsning i radioen.

Nordborgs borgere er **mest interesserede i historier baseret på virkelige hændelser, krimier**, læse romaner samt historie, biografier, slægtshistorier og kærlighedshistorier. Mindre er interessen for noveller, lydbøger, digte, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen.

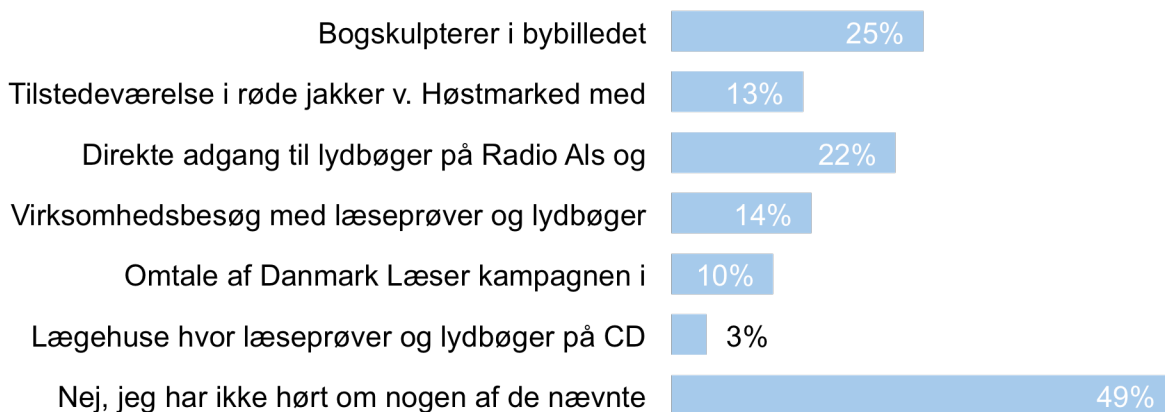
2. Kampagneeffekt

Dette afsnit omhandler kendskab til de kampagner, som biblioteket har benyttet i forsøget på at fremme interesse for læsning og litteratur. I det følgende gennemgås kendskab til kampagnerne, både i Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, og Nordborgs borgeres selvvaluerede gavn af kampagnerne.

Sidst i dette afsnit redegøres der for ændringer i interessen for at læse romaner fra 2014 til 2015. Der blev i udarbejdelsen af denne rapport testet for en lang række ændringer fra 2014 til 2015, dog viste en stigning i interessen for at læse romaner sig at være den eneste statistisk signifikante.

Figur 1 nedenfor viser de adspurgtes kendskab til kampagner, som biblioteket har stået for.

Figur 1: Andel der kender til følgende tiltag



Figur 1 viser, at næsten halvdelen af de adspurgte, 49%, ikke kender til nogen af de kampagner, som biblioteket har stået for.

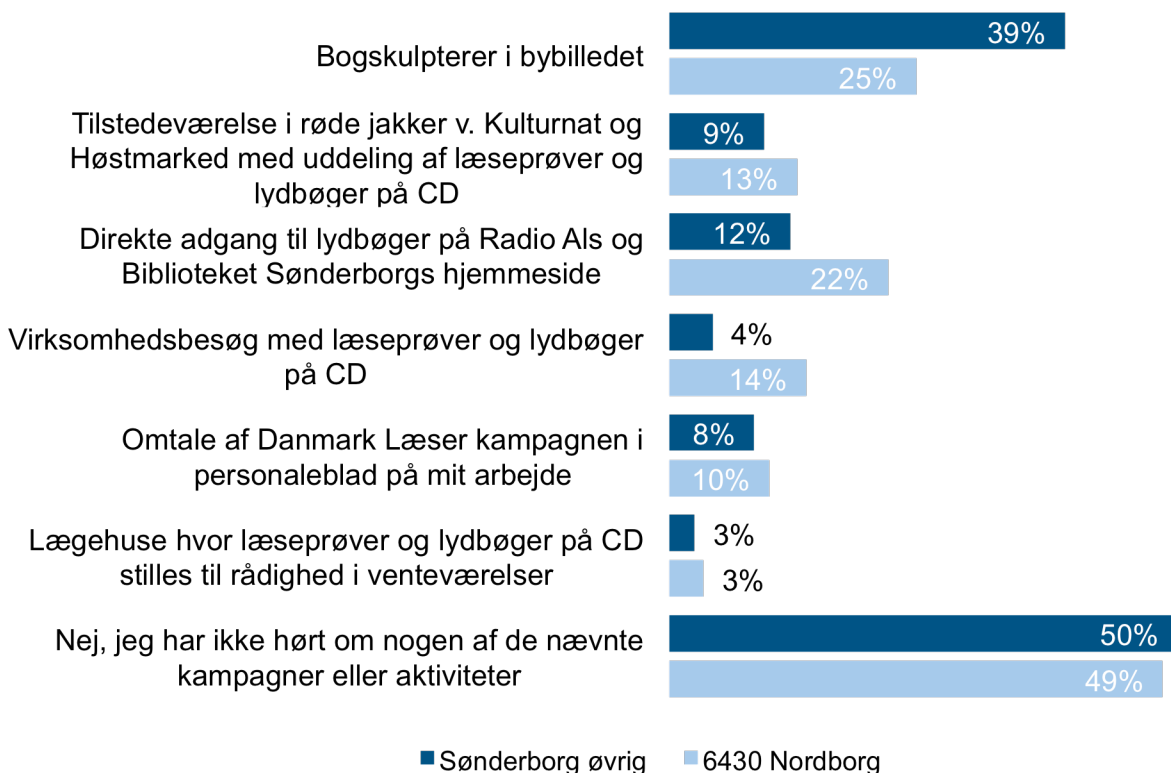
Det mest kendte tiltag er bogskulpturer i bybilledet. En fjerdedel af de adspurgte, 25%, har bemærket dette. Næsten lige så mange, 22%, har hørt om direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside.

14% har bemærket virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD, og næsten lige så mange, 13%, har bemærket tilstedeværelse af personer i røde jakker ved Høstmarked i Nordborg, med uddeling af læseprøver og lydbøger på CD.

10% af de adspurgte har bemærket omtale af Danmark Læser kampagnen i personaleblade på deres arbejde, mens kun 3% har bemærket lægehuse, hvor læseprøver og lydbøger på CD stilles til rådighed i venteværelser.

Figur 2 nedenfor viser forskelle mellem borgere i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, med hensyn til kendskab til bibliotekets kampagner. Bemærk at denne figur er den eneste i denne rapport, som indeholder besvarelser fra andre end Nordborgs borgere.

Figur 2: Kendskab til følgende tiltag i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt



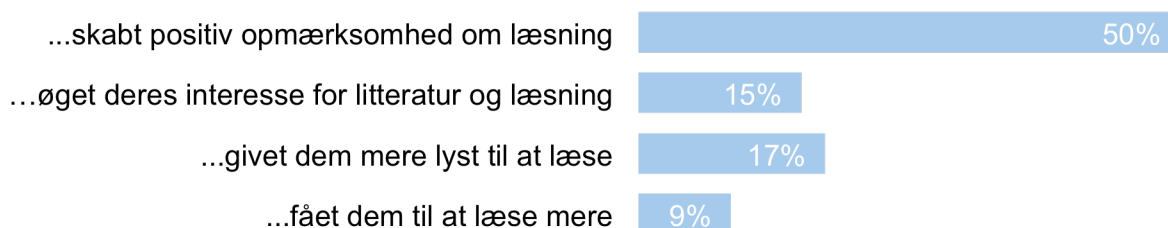
Figur 2 viser, at 39% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt har bemærket bogskulpturer i bybilledet, mens 14 procentpoint færre af de adspurgte i Nordborg har bemærket disse. Dette kunne tyde på, at bogskulpturerne har været mindre synlige i Nordborg, end de har været i de øvrige byer hvor de har været stillet op (Sønderborg, Gråsten, og Vester Sottrup).

Et andet punkt med stor forskel mellem Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt er kendskabet til direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs kommune. Mens 12% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt kender til dette, kender 22% af de adspurgte i Nordborg til dette. Også med hensyn til virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD er kendskabet i Nordborg større – 4% kender til dette i Sønderborg Kommune i øvrigt, mens 14% kender til dette i Nordborg.

Med hensyn til de øvrige kategorier forekommer der ikke bemærkelsesværdige forskelle med hensyn til kendskab.

Figur 3 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har haft en af følgende positive effekter.

Figur 3: Andel der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har...



Figur 3 viser, at hele 50% af de adspurgte mener, at bibliotekets kampagner har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Når det kommer til mere konkrete og personnære ting, er besvarelsene dog mere forsigtige. 17% angiver, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere. 15% angiver at kampagnerne har øget deres interesse for litteratur og læsning. Når det kommer til faktisk at læse mere, mener kun 9% at kampagnerne har haft denne effekt.

Figur 4 nedenfor viser ændringen fra nulpunktsmålingen i 2014 til eftermålingen i 2015, med hensyn til Nordborgs borgeres lyst til at læse romaner.

Figur 4: Andel af Nordborgs borgere med interesse for at læse romaner



Figur 4 viser en mulig positiv effekt af de læsefremmende indsats fra 2014 til 2015. Figuren viser, at der ved nulpunktsmålingen i 2014 var 41% af Nordborgs borgere som angav, at de var noget eller meget interesserede i at læse romaner. Ved eftermålingen i 2015 er dette tal steget til 47%, altså en forbedring på 6 procentpoint.

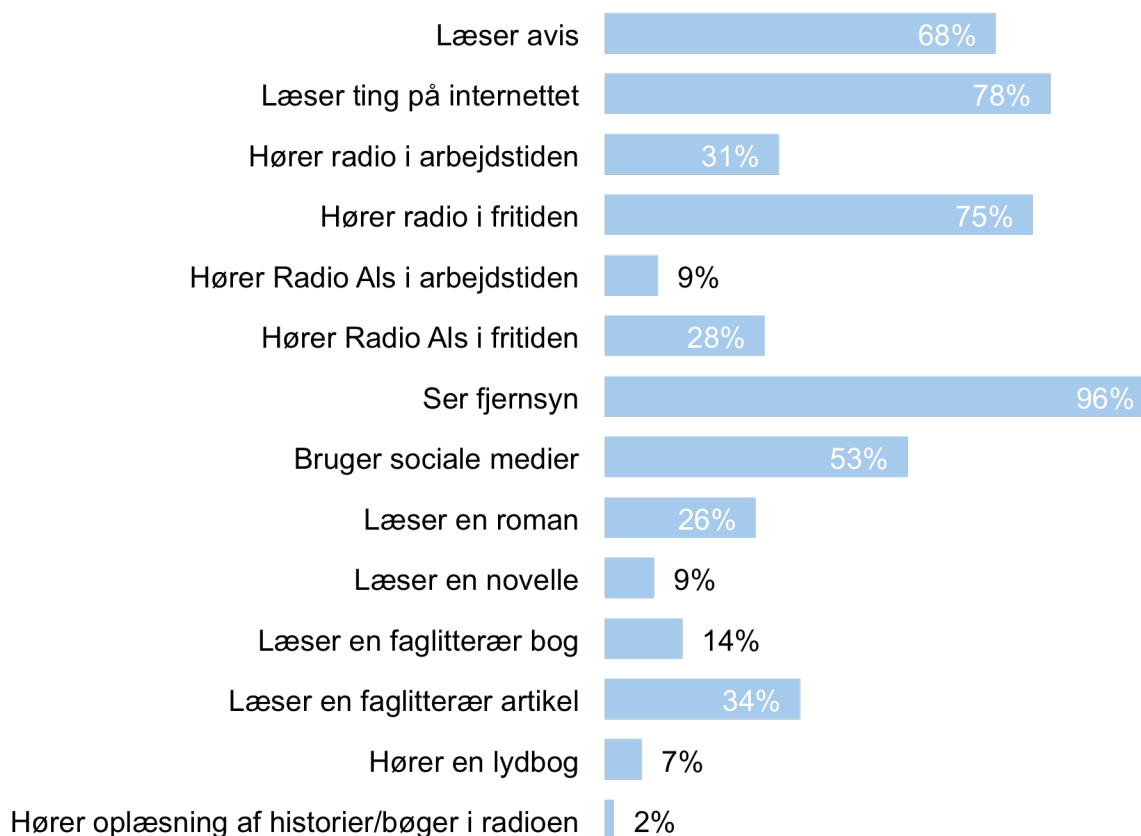
3. Status for Nordborgs borgere i 2015

Dette afsnit omhandler borgerne i Nordborg med hensyn til deres læseprofil i 2015.

Nedenfor gennemgås først hyppighed af benyttelse af forskellige medier, herefter interesse for litteratur og litteraturrelaterede aktiviteter, herefter de adspurgtes foretrukne måde at læse en roman på, og til sidst deres vurdering af, hvor nemt eller svært de forstår forskellige tekster og informationstyper.

Figur 5 nedenfor viser de andele af de adspurgte, der typisk anvender følgende medier en eller flere gange om ugen.

Figur 5: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere



Figur 5 viser, at det hyppigst benyttede medie er fjernsynet. 96% angiver, at de benytter dette en eller flere gange om ugen. Efter dette kommer internettet – 78% angiver, at de læser ting på dette en eller flere gange om ugen.

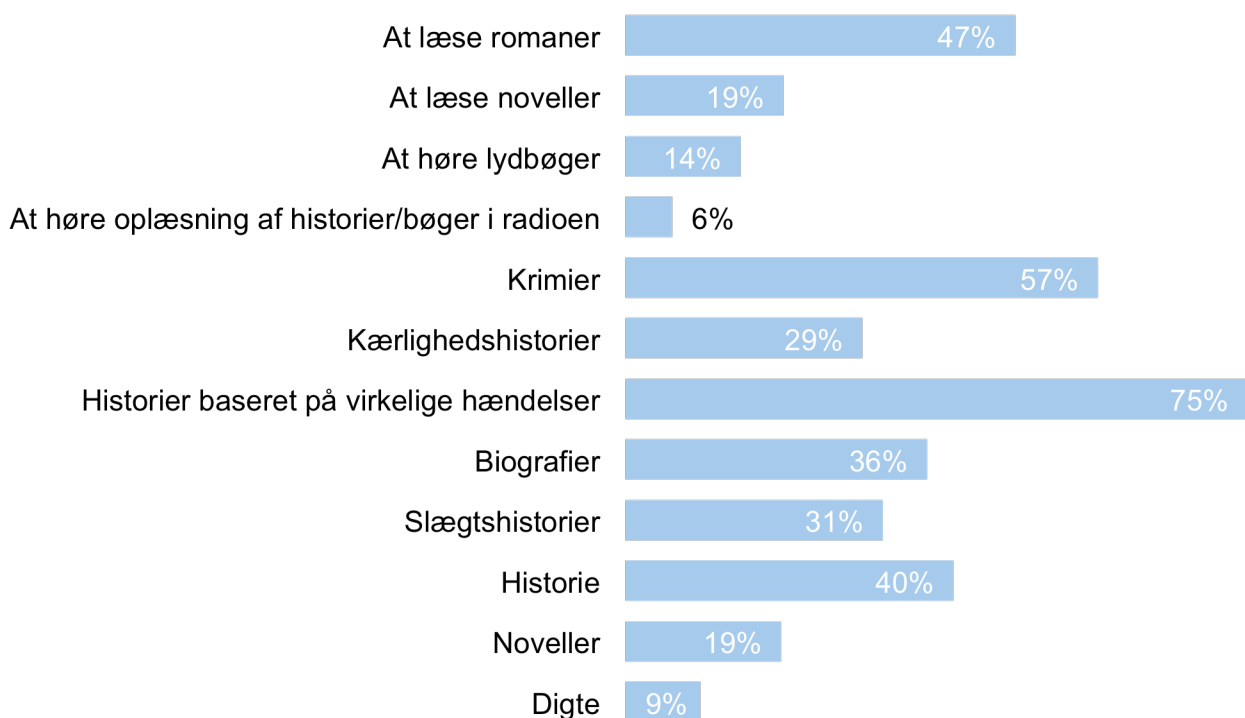
Radio er også et populært medie. 75% angiver at de en gang om ugen eller oftere hører radio i fritiden, mens betydeligt færre, 31%, hører radio i arbejdstiden en gang om ugen eller oftere. Ser man specifikt på Radio Als, fremgår det, at der på ugebasis er 28%, der hører kanalen i fritiden, og 9% der hører den i arbejdstiden.

Et andet populært medie er avisen, med 68% der læser denne ugentligt eller oftere. Over halvdelen af de adspurgte, 53%, benytter sociale medier en eller flere gange om ugen.

34% læser faglitterære artikler, 26% at de læser romaner, 14% at de læser faglitterære bøger, og kun 9% at de læser noveller ugentligt eller oftere. Meget få, 7%, hører lydbøger ugentligt eller oftere, mens kun 2% angiver, at de hører oplæsning af historier/bøger i radioen en eller flere gange om ugen.

Figur 6 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der er interesserede i følgende typer litteratur.

Figur 6: Andel der er noget eller meget interesserede i følgende aktiviteter



Af Figur 6 fremgår det, at mange af de adspurgte, 75%, er interesserede i historier baseret på virkelige hændelser. Stor interesse er der også for krimier, med 57% der angiver, at de

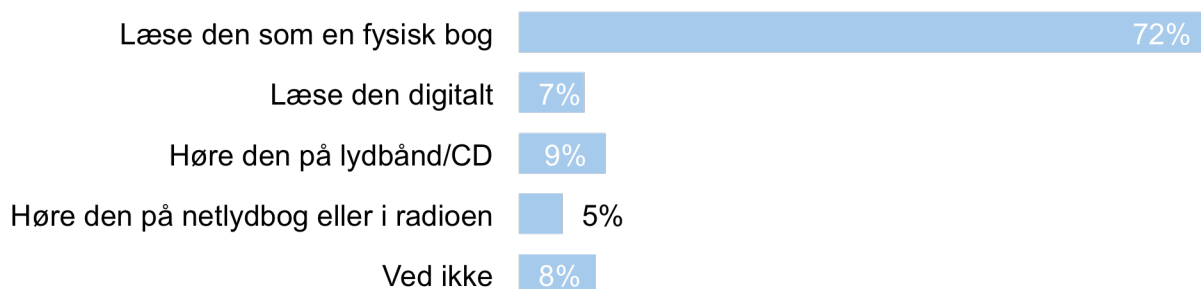
er noget eller meget interesserede. Også populært er det at læse romaner, med 47% der angiver interesse.

Herefter følger historie, biografier, og slægtshistorier, med henholdsvis 40%, 36%, og 31% interesserede. Blandt de mindre populære kategorier findes noveller/at læse noveller, med 19% interesserede, og at høre lydbøger, med 14% interesserede.

Kategorierne hvor færrest angiver, at de er noget eller meget interesserede, er digte, med 9%, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen, med 6%.

Figur 7 nedenfor viser de adspurgtes foretrukne måde at læse/høre en roman på.

Figur 7: Foretrukken måde at læse/høre en roman på



Figur 7 viser, at de adspurgte i alt overvejende grad foretrækker at læse romaner som fysiske bøger. Hele 72% angiver dette som førsteprioritet. De øvrige muligheder ligger nogenlunde lige, med lave andele der foretrækker disse. 9% foretrækker at høre en roman på lydbånd/CD, 7% at læse den digitalt, og 5% at høre den på netlydbog eller i radioen. 8% angiver, at de ikke ved hvordan de foretrækker at læse/høre en roman.

Figur 8 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der synes det er nemt at høre/læse og forstå forskellige typer litteratur.

Figur 8: Andel der synes at det er nemt eller meget nemt at gøre følgende



Figur 8 viser, at der inden for de fleste typer litteratur kun er få problemer med forståelsen. 87% angiver at det er nemt eller meget nemt at forstå og læse indholdet i avisartikler. For romaner er det tilsvarende tal 78%, for noveller 63%, og for breve og beskeder fra det offentlige er tallet 60%.

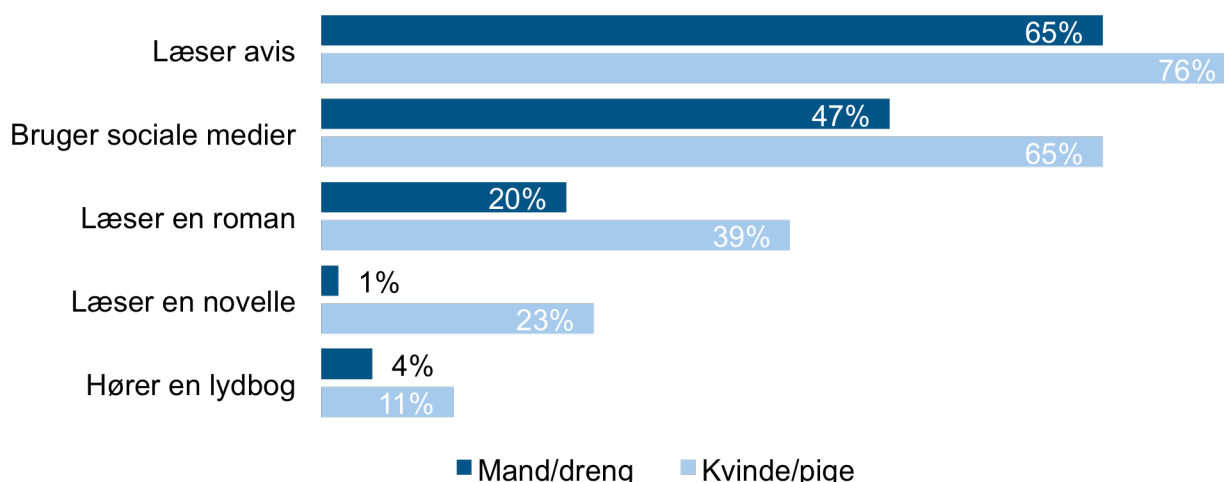
Nordborgs borgere har dog sværere ved at forstå indholdet ved oplæsning. Kun 39% angiver, at de har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet i lydbøger. Dette betyder, at 61% af de adspurgte har svært ved dette. 38% har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet ved oplæsning i radioen, hvilket betyder at 62% har svært ved det samme.

4. Forskelle mellem køn og aldersgrupper

I undersøgelsen er der gennemført nærmere analyse og statistiske tests for variationer på tværs af køn, alder, uddannelse og arbejde. Dog blev der kun fundet interessante og signifikante forskelle med hensyn til køn og alder. Nedenfor gennemgås køns indflydelse på benyttelse af medier, alders indflydelse på benyttelse af medier, og alders indflydelse på foretrukken måde at læse/høre en roman på.

Figur 9 nedenfor viser forskelle i hvor ofte de to køn læser avis, bruger sociale medier, læser romaner, læser noveller, og hører en lydbog.

Figur 9: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med køn

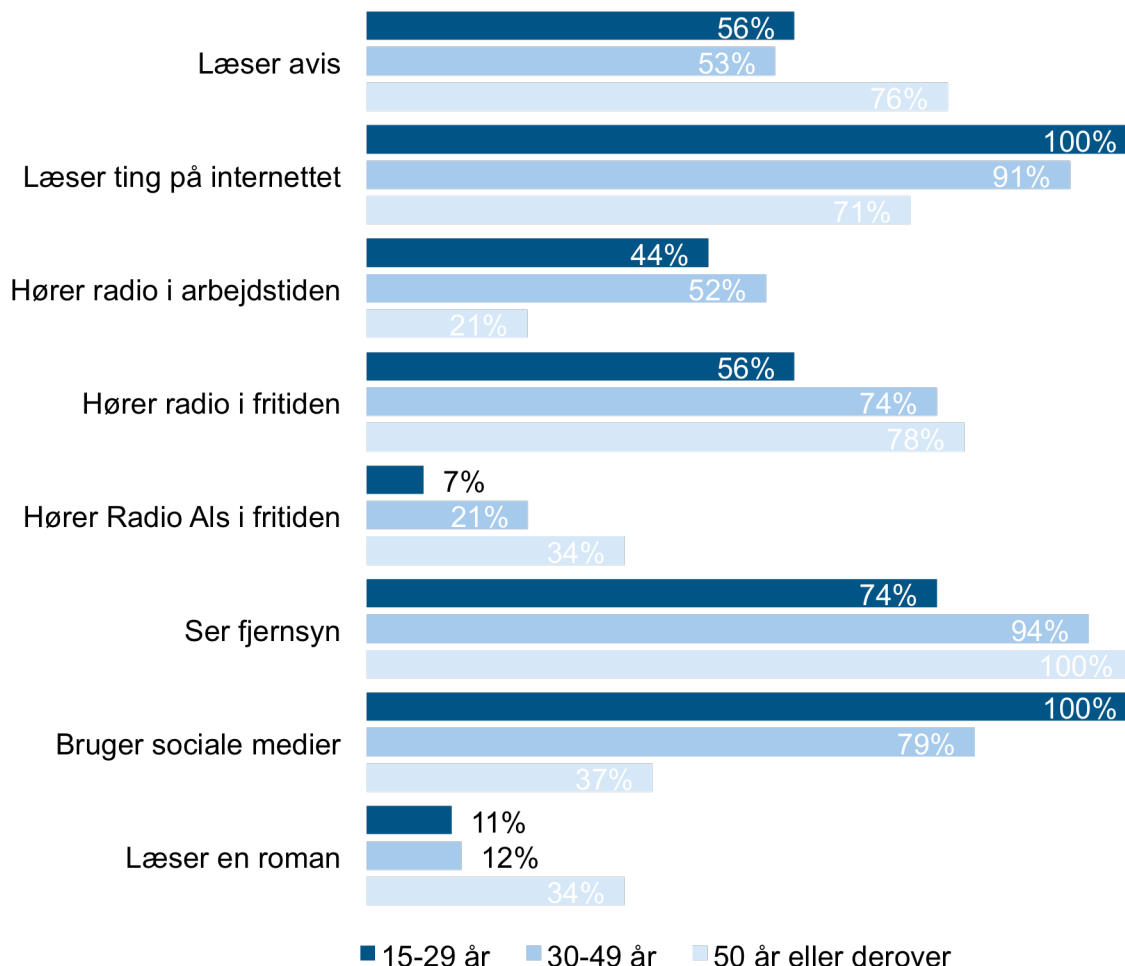


Af Figur 9 fremgår det, at kvinder generelt benytter medier oftere end mænd. Størst er forskellen ved noveller, hvor 22% flere kvinder end mænd læser dem en eller flere gange om ugen. Herefter følger romaner, hvor 19% flere kvinder end mænd læser dem ugentligt eller oftere. Forskellen ved sociale medier er også stor, med 18% flere kvinder end mænd, der benytter disse en eller flere gange om ugen.

Ved aviser findes der en mindre forskel, med 11% flere kvinder end mænd, der læse disse ugentligt eller oftere. Den mindste påviste forskel er ved lydbøger, med 7% flere kvinder end mænd, der hører disse en gang om ugen eller oftere.

Figur 10 nedenfor viser alders indflydelse på hyppigheden af benyttelse af forskellige typer medier.

Figur 10: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med alder



Figur 10 viser store forskelle i de forskellige aldersgruppers medievaner. Blandt de mest bemærkelsesværdige er læsning af ting på internettet og brug af sociale medier. Det fremgår, at 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år læser ting på internettet ugentligt eller oftere, mens tallet hos de 50-årige og ældre er nede på 71%. Ligeledes bruger 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år sociale medier ugentligt eller oftere, mens tallet for de 50-årige og ældre kun er 37%.

En omvendt tendens ses ved benyttelsen af fjernsyn. Her angiver 100% af de 50-årige og ældre, at de benytter dette ugentligt eller oftere, mens 74% af de 15-29-årige angiver dette.

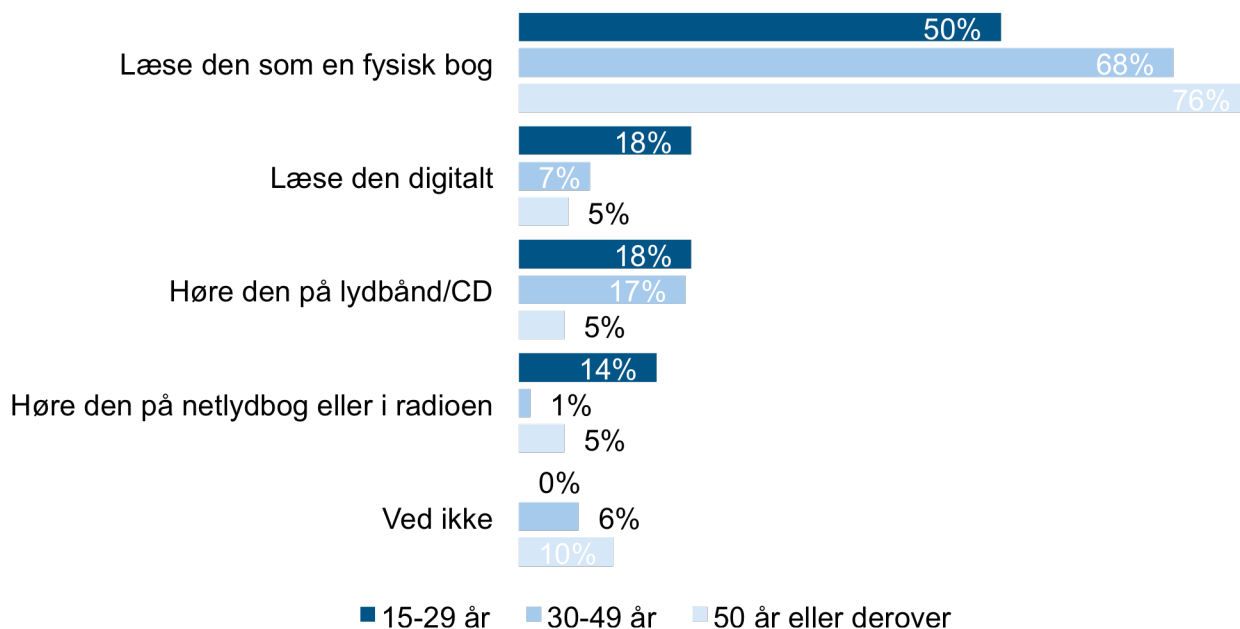
Også med hensyn til radio i fritiden gør dette mønster sig gældende – 78% af de 50-årige og ældre hører radio i fritiden ugentligt eller oftere, mens kun 56% af de 15-29-årige gør dette. Tendensen gør sig også gældende med Radio Als i fritiden. Når det kommer til radio i arbejdstiden er tendensen mindre klar – dette skyldes sandsynligvis, at en stor andel af de 50-årige og ældre ikke har nogen arbejdstid.

Også når det kommer til romaner er det blandt de højere aldersklasser, at den hyppigste benyttelse forekommer. 34% af de 50-årige og ældre angiver, at de læser i en roman ugentligt eller oftere, mens kun 11% af de 15-29-årige angiver dette.

Med hensyn til aviser er sammenhængen mellem alder og brugshyppighed ikke helt så entydig, som den er med nogle af de andre medier. Det kan dog påpeges at 76% af de 50-årige og ældre læser aviser en eller flere gange om ugen, mens betydeligt færre, 56%, af de 15-29-årige gør dette.

Figur 11 nedenfor viser alders indflydelse på ens foretrukne måde at læse/høre en roman på.

Figur 11: Foretrukken måde at læse/høre en roman på, sammenholdt med alder



Figur 11 viser en klar sammenhæng mellem alder og foretrukken måde at læse en roman på. Blandt de 50-årige og ældre foretrækker langt de fleste, 76%, at læse en roman som en fysisk bog. Samme tal for de 15-29-årige er nede på halvdelen, 50%. Til gengæld foretrækker flere i denne gruppe at læse bøger digitalt. 18% af de 15-29-årige foretrækker at læse en roman digitalt, mod kun 5% af de 50-årige og ældre. Ligeledes foretrækker 18% af de 15-29-årige at høre en roman på lydbånd/CD, mod 5% af de 50-årige og ældre.

Også med hensyn til netlydbøger og radio er de unge mere positive – 14% af de 15-29-årige foretrækker at høre en roman således, mod 5% af de 50-årige og ældre.