

BORNHOLM LÆSER – FOR SJOV

EN LÆSEKAMPAGNE FOR ELEVER PÅ 3.-6. KLASSETRIN

HELLE VAABENGAARD, LÆSE- OG SKRIVEKONSULENT, BORNHOLMS PPR OG SUNDHEDSPLEJE

Der har i flere år – og med god grund – været fokus på læsning og skrivning. Eleverne holder op med at læse, når koden er knækket, og det er svært at motivere eleverne til at vælge sig en bog til selvlæsning. På 3. – 4. klassetrin skal læsningen automatiseres, men det er samtidig på det tidspunkt, de første elever begynder at droppe læsningen. På 5. – 8. klassetrin er der for alvor mange elever, der dropper læsningen¹. Der er altså et behov for en målrettet indsats for at få eleverne på mellemtrinnet til at læse af lyst. I denne artikel vil jeg beskrive, hvordan en læsekampagne for Bornholms 3.-6. klasser blev organiseret.

Fakta om læsekampagnen

Målgruppe: 3.-6. klasse i alle skoletilbud i Bornholms Regionskommune

Periode: uge 3, 4 og 5 i 2013

Tovholdere på de enkelte skoler: Skolebibliotekarerne

Teknikere: Kenny Reé Lyngberg og Kirsten Lenz

Initiativtagere: Kirsten Lenz og Helle Vaabengaard

Samarbejdspartnere: CFU Bornholm og Bornholms PPR og Sundhedspleje

Kunstner: Claus Hansen
www.bornholmlaeser.dk

Kender du det? Solene stiger langsomt i horisonten, vinden løber gennem græsset på må og få – blot en stille, men lun brise. Den lille prins sidder ved en gul kornmark og gør en rød ræv tam, imens øver Harry Potter besværgelser i fornødenhedskammeret – klar til kamp mod Voldemort. Ikke langt derfra øver Mette og Mia de nyest håndboldfinter i hallen, og Sigge løber rundt på folden med sin bror, Sam, i fuld galop. Adam og Eva fester og sender søde blikke i hinandens retning, mens en mørk, lydsløs skygge sniger sig ind på sit intet-ende offer...

Fysisk umulige rejser kan pludselig lade sig gøre i bøgernes verden, for med disse fortællinger kan man helt gratis rejse rundt på jorden – på 180 dage – eller på endnu kortere tid. Ja, hvorfor nøjes med jorden, når det nu er muligt at mærke selv de fjerneste stjerner og parallelle verdner, hvis blot man får en nøgle en læsenøgle!

Læsekampagnen skulle bygges op om en hjemmeside, hvor eleverne kunne uploade egne anmeldelser og kommentere på hinandens indlæg

Ovenstående tekststykke blev produceret på en flyvetur over Østersøen, og det blev indfaldsvinklen til forældrebrevet og til den plakat, som vi fik kunstneren Claus Hansen til at producere for læsekampagnen, Bornholm læser – for sjov.

Idegrundlag

Målet var at styrke eleverne i deres læsning. De skulle have en oplevelse af flow i læsningen og en styrkelse af egen læselyst. En lige så væsentlig del af målet var, at eleverne skulle have mulighed for at læse bøger

ger, der umiddelbart vakte interessen, samt at opleve forskellige tilgange til litteraturen. Modsat de mere traditionelle læsekampagner var vi opsatte på, at eleverne skulle have mulighed for at kommunikere med hinanden om de læste bøger, så derfor måtte vi finde et forum hertil. Beslutningen blev derfor, at læsekampagnen skulle bygges op om en hjemmeside, hvor eleverne kunne uploade egne anmeldelser og kommentere på hinandens indlæg. Dette gjorde det samtidig muligt for forældrene at følge med i og støtte læsningen hjemme.

Hjemmesidens opbygning – rammen

Websiden blev bygget simpelt op med fem overordnede sider i skabelonen, Blogspot. En startside, elevside, forældreside, lærerside og den sidste side, hvor konkurrencestillingen kunne følges.

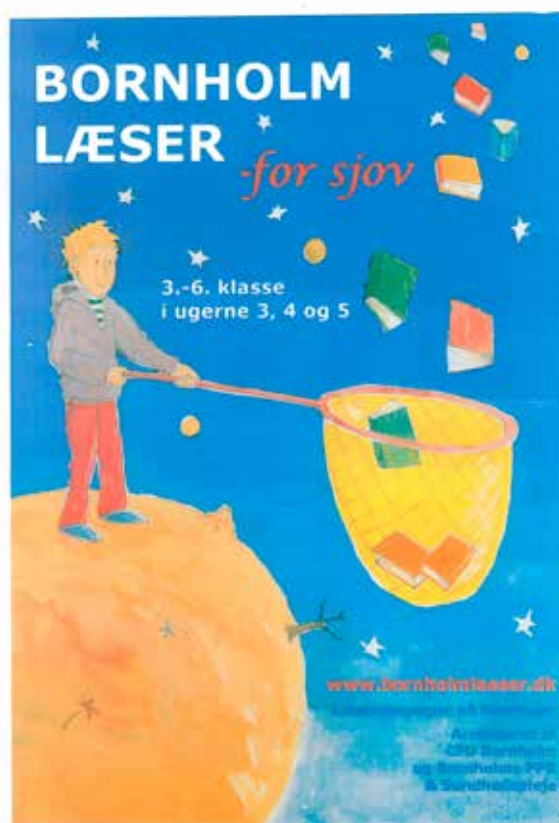
Startsiden fungerede som velkomstsider, og højre del af hjemmesiden var tilgængelig på samtlige sider. På denne del af hjemmesiden var det muligt at se alle de uploadede anmeldelser med de nyeste øverst. Hver dag opstod en ny fane med dato, og når der blev klikket på pilen ud for en given dato, fremstod rækken med uploadede anmeldelser. Dette gav et godt overblik.

Når der skulle bruges vejledning til det tekniske, var der hjælp at hente, udformet som en videoguide. Her blev det vist, hvorledes en videoanmeldelse blev uploadet. Ydermere var der oprettet en liste over tilmeldte klasser. I alt 42 klasser blev tilmeldt læsekampagnen.

Elevsiden indeholdt musikvideoen "Det er rapt at læse!" og en tekst om, hvorfor det er godt at kunne læse. Teksten var for svær at læse selvstændigt for de yngste elever, men tænkt som et oplæg i klassen eller hjemme. Derudover var der indlagt links til hjemmesider for yderligere inspiration.

Forældresiden indeholdt råd til læsning hjemme og videoer vedr. højt læsning for børn, læsning med ørerne, forslag til, hvad forældre, der har børn i læsevanskeligheder, kan gøre, og hvad ordblinde forældre kan gøre for at støtte deres barn.² På siden var der endvidere artikler og links til flere ideer samt en miniguide til at låne net-lydbøger på folkebibliotekerne.

Lærersiden indeholdt information om læseforståelsesstrategier, mål for læsekampagne, henvisninger til artikler og bøger samt læsefoldere. Desuden blev



Plakaten for læsekampagnen Bornholm læser - for sjov. Produceret af kunstneren Claus Hansen.

læseanbefalinger fra Eva-rapporten "Læsning i Folkeskolen" til lærerne gengivet.

Den sidste side skulle give et overblik over læsekonkurrencerne, der var nemlig indlagt tre konkurrencer. To af konkurrencerne byggede på kvantitet – flest læste sider og flest lyttede minutter pr. klasse. Kvaliteten blev fremhævet i den sidste konkurrence, hvor det var den bedste anmeldelse, der blev kåret.

Efter hver uge blev konkurrencesiden opdateret således, at det var muligt for den enkelte elev/klasse at følge med i, hvem der førte konkurrencerne. Alle klassers dansklærer skulle angive og sende antallet på læste sider og hørte minutter (lydbog), så der kunne laves statistik.

CFU Bornholm og teknikken

En ting er at få ideer, en helt anden er at få tingene til at lykkes rent praktisk. Der blev lagt timer i at finde en billig platform³. Desuden skulle platformen være brugervenlig og udelukkende kunne anvendes i en lukket gruppe. Alle skulle have mulighed for at følge med og læse på hjemmesiden, men det skulle kun



være muligt at kommentere og uploade for de klasser, der deltog aktivt i læsekonkurrencen.

Kunsten at sprede det gode budskab

For at læsekampagnen skulle få liv ude på den enkelte skoleafdeling, måtte vi alliere os med skolebibliotekarerne. Ved to materialevurderingsmøder på CFU blev stemningen loddet, og der var mulighed for at stille spørgsmål samt at kommentere de ting og ideer, som blev fremlagt.

Forventningerne til tovholderne (skolebibliotekarerne) blev efterfølgende formuleret skriftligt i en folder. De skulle vide, hvem læsekampagnen var rettet mod, og hvornår den løb af stablen, kende til formålet med læsekampagnen, videreformidle tiltaget til lærerne på klassetrinnene, hjælpe med de tekniske udfordringer, der kunne opstå, downloade net-lydbøger, fortælle om lånerkort på folkebibliotekerne, finde rundt på hjemmesiden, inspirere med bogudstillinger til klassetrinnene, vise hjemmesiden til lærere og elever inden læsekampagnen startede, fremskaffe web cam og head sæt, lave et hjørne på skolen, hvor der kunne være ro til optagelser, støtte lærere undervejs, uddele foldere og ophænge plakater.

Uden tovholdere ude på skolerne ville læsekampagnen ikke have fungeret. De fik prikket til lærerne og opfordret dem til at deltage. Skolebibliotekarerne brugte tid på at indrette skolebiblioteket anderledes og havde i deres undervisning før og under fokus på læsekampagnen. Der blev lavet små events, da selve

kampagnen blev skudt i gang og ved afslutningen. Men ud over at have påtaget sig den mere opmuntrende rolle påtog de sig også den tekniske rolle, således at ingen lærer skulle føle sig afskåret pga. tekniske vanskeligheder. Skolebibliotekarerne satte sig ind i programmet og kunne være behjælpelige ved optagelser og uploads.

I forbindelse med læsekampagnen blev der gjort et stort stykke arbejde for, at lærerne skulle kende til tilbuddet, så der blev afholdt informationsmøder og udarbejdet en række materialer udover selve hjemmesiden

Havde skolebibliotekarerne ikke bakket op om ideen, da de fik den fremlagt eller påtaget sig ovenstående rolle på skolerne, så ville denne læsekampagne nok ikke have haft gang på jord. Det daglige tilhørsforhold mellem skolebibliotekarere, lærere og elever må bestemt ikke underkendes trods hjemmesidens brede og hurtige tilgængelighed.

Information til alle og enhver

I forbindelse med læsekampagnen blev der gjort et stort stykke arbejde for, at lærerne skulle kende til tilbuddet, så der blev afholdt informationsmøder og udarbejdet en række materialer udover selve hjemmesiden. Efter den første ideudveksling skulle stemnin-

gen for en læsekampagne loddet. Der blev informeret og sparret med skolelederne, skolebibliotekarer samt læsevejledere og koordinerende støttecenterledere, hvor vi inviterede os selv til deres i forvejen planlagte netværksmøder. Ud over den mundtlige information lavede og udleverede vi breve direkte henvendt til skolens ledere, til tovholderne, til de tilmeldte klassers lærer, et forældrebrev, en plakat og bogmærker. For at skabe interesse for læsekampagnen i den brede befolkning og især blandt forældrene blev der af den lokale TV2-station lavet interview i programmet "Mellem os"⁴, og den lokale avispresse blev kontaktet ved både opstart og afslutning på læsekampagnen.

Konkurrenceelementet

Enhver god kampagne med respekt for sig selv har en tilhørende konkurrence, og ved at tilføre læsekampagnen dette element satsede vi på, at eleverne i et samarbejde ville blive yderligere motiverede for at læse. Traditionen tro var der en konkurrence med flest læste sider.⁵ Da vi havde valgt, at alle klasser skulle kunne deltage uanset skoletilbud, var vi nødt til at tage hensyn til de meget forskellige klassestørrelser. De læste sider skulle divideres med antallet af elever i den enkelte klasse.

Vi ville gerne sende et tydeligt signal om, at lyttelæsning også er læsning og ikke spor snyd; at læse er mere og andet end blot afkodning. Derfor skulle den klasse, der havde lyttelæst flest minutter pr. elev, også præmieres.

Den sidste konkurrence var en mere individuel konkurrence. Den elev, der lavede den bedste anmeldelse, blev præmieret. Denne gang var det altså kvalitet frem for kvantitet, der blev præmieret. Hele klassen fik en præmie, selvom det var den enkeltes præstation.

Events skaber opmærksomhed om projektet ude på skolerne

Selve hjemmesiden og alle informationerne skaber jo ikke mere læselyst i sig selv, dette var udelukkende de overordnede rammer, som den enkelte skole, klasse, lærer og elev sammen skulle udfylde.

Tilgangene og selve afviklingen af læsekampagnen var også, trods den samlende hjemmeside, meget forskellige fra skole til skole og fra klasse til klasse.

På én skole blev læsekampagnen sat i gang med en højtidelighed, hvor skolelederen klippede en rød snor

over til udstillings- og webcamhjørnet, mens de deltagende klasser så på. Herefter blev de medvirkende beværtet, så dette virkede meget officielt.

På en anden skole blev læsekampagnen skudt i gang ved, at de deltagende klasser kom en tur på biblioteket til et lille introduktionsoplæg. Hjemmesiden blev fremvist sammen med den lille boks, hvor der var placeret en computer med et web cam. Der blev lavet en boganmeldelse, mens eleverne kiggede på. Breve til forældre samt link til forældresiden blev lagt på skolens intra, og der blev også udviklet skemaer til regnskaberne for flest læste sider og lyttede minutter.

En tredje skole valgte at inddrage lærernes personlige historier. På skolebiblioteket blev der, blandt andre udstillinger, lavet et "lærerboghjørne". Her fremviste lærerne de bøger, som de læste, da de var børn på mellemtrinnet.

Skolebibliotekarernes væsentligste rolle var at få informeret lærerne på de enkelte skoler samt at skabe rum til denne særlige læseindsats.

Lærerne gav i første omgang udtryk for, at de gerne ville deltage i læsekampagnen, men syntes, at de vidde rammer for deltagelse og tilrettelæggelse skabte lidt usikkerhed. Der blev stillet spørgsmål til, om klassen måtte nøjes med at deltage i én af konkurrencerne, eller om det ville være snyd. Om der skulle være både mundtlige og skriftlige anmeldelser. Om det kun var læste sider i skolen, der skulle optælles, eller om de hjemmelæste sider også talte med. Denne usikkerhed blev dog ændret i løbet af kampagneugerne for samtlige lærere, fordi der lokalt var både opbakning og hjælp at hente, og fordi hjemmesiden var let tilgængelig, og eleverne hurtigt blev selvhjulpne og aktive. De fleste af spørgsmålene, som lærerne fremsatte inden læsekampagnen, gav eleverne faktisk selv svar på. Målet var at styrke læselysten, så derfor indgik al læsning i de tre uger, læsekampagnen forløb. Hvordan den enkelte anmeldelse skulle bygges op – både mundtligt og skriftligt – blev overladt til læreren, der på de enkelte trin og med kendskab til sin klasse kunne sætte kravene rimeligt og udfordrende.

Lærerne kommenterede undervejs på hjemmesiden:

Nexø sagde ...

Nu venter vi bare spændt på at komme i gang. Startskuddet går i morgen;-)

Kongeskær sagde....

Vi læser rigtig meget hos os. På skolen – derhjemme – i bussen. De som er hjemme med forkølelselæser i sengen! Så bare pas på...når der opdateres i morgen!
Kongeskær 4.a

Allerede første dag tikkede der anmeldelser fra eleverne ind på hjemmesiden. I første omgang var det de skriftlige anmeldelser, der blev uploadet, men efter et par dage kom de første mundtlige – lavet som små videosekvenser.

Der var i de enkelte klasser meget forskel på styringen af læsekampagnen. Nogle klasser valgte udelukkende at uploade på skolen, efter at læreren havde gennemgået teksterne. Andre havde en mere fri tilgang, hvor der blev uploadet hjemme fra værelset, fra et større lokale, således at der kunne opføres små dramastykker m.v. Dette bevirkede, at kvaliteten og udformningen af de uploadede anmeldelser var meget forskellig.

Anmeldelserne

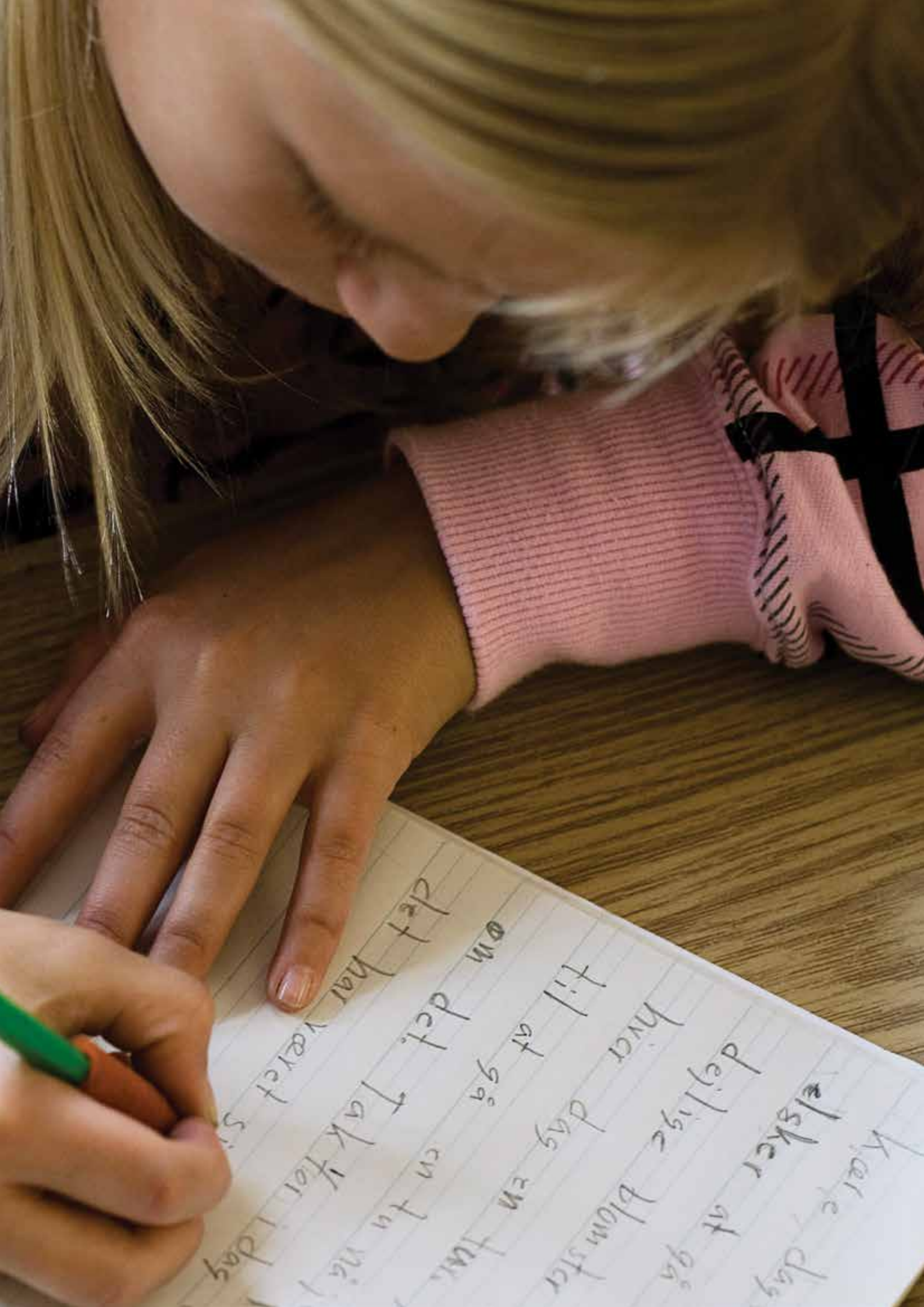
Der var, som tidligere nævnt, to valgmuligheder, når eleverne skulle lave anmeldelser. Den ene var en skrivemulighed, hvor der kunne indsættes billede af bogen, anmelderen selv, stjerner m.v. Den anden mulighed var en videooptagelse, hvor eleven lavede en mundtlig anmeldelse. Der blev især eksperimenteret med denne form. Der var små skuespil, hvor klassekammerater deltog. Der var talende sokkedukker, der anmeldte bøger m.v.

De første par dage var det især de skriftlige anmeldelser, der prydede hjemmesiden, men efterhånden kom de mundtlige også på banen. Det var primært 3. og 5. klasserne, der tog denne nye form til sig. Det var også elever fra 3. klasserne, der efter endt læsekampagne fortsatte med at uploade anmeldelser hjemmefra, selv efter vinderne af konkurrencerne blev offentliggjort på hjemmesiden. Konkurrencerne blev vundet af hhv. 3. og 5. klasser. Der blev i alt uploadet 446 anmeldelser på de tre uger.

Reaktioner

"Jeg skal tale med dig. Det er helt vildt!" storsmilende bliver jeg modtaget midt på gangen på vej til en klassekonference med hovedet fuld af alt muligt andet. "Min klasse, er du klar over, hvad de har læst? Det er sådan, at forældrene spørger, når jeg møder dem, hvad jeg har gjort. Når børnene er færdige med at læse en





Kære dag
elsker at gå
dejlige blomster
hva dag en far,
til at gå en far,
en det. Tak for i dag
det har været si

bog, så tager de en ny bog op ad tasken! Er det ikke vildt?" Endelig er det gået op for mig, at Lene, der er dansklærer i 4. klasse, snakker om læsekampagnen og spontant flyver tanken – her er det i hvert fald lykkes at rykke i forhold til læselysten. Trods de mange læste sider er 4. klasse ikke en af præmietagerne, skal det senere vise sig, men de har ikke sluppet læselysten af den grund. De har sammen aftalt, at de indtil sommerferien vil skrive alle de sider op, som de tilsammen har læst, for notering af antal læste sider og bøger rykkede ved deres læsebevidsthed.

En anden lærer skrev i sin evaluering, at det var befriende for børnene, at de ikke skulle besvare spørgsmål angående bøgernes indhold, men at de fik lov til at koncentrere sig om selve læseoplevelsen. Der var frihed til planlægning af, hvornår der skulle læses, og hvordan læsningen skulle organiseres i klassen.

Teknisk har udfordringerne ikke været store ude på skolerne, da først eleverne selv kom ind på siden. En klasse oplevede dog, at deres skriftlige anmeldelser ikke blev uploadet, da hele klassen skrev og sendte samtidigt, og derved gik nogle af anmeldelserne tabt.

Ideen med at gøre kommunikation om bøger og litteratur autentisk er taget op og arbejdet videre med af en af skolernes 6. klasser og lærere, der d. 11. juni 2013 åbnede en udstilling på Rønne Bibliotek, hvor de anmeldte og anbefalede deres yndlingsbøger til sommerferielæsning.⁶

Evaluering

Målsætningen for læsekampagnen var klar. Elever på mellemtrinnet skulle udvikle læseglæde. Og læsning skal ikke blot opfattes som en disciplin i skolen, men både autentisk og vedkommende. Derfor blev udgangspunktet en hjemmeside med informationer og tiltag samt en mulighed for at kommunikere sammen om bøger.

Læseglæden kom, og den sejrede – forstået på den måde at læsekampagnen også blev et indspark for den videre læseundervisning ude på skolerne.

Tanker om kommentarer til de forskellige anmeldelser blev ikke fulgt op af elever eller lærere, sådan som vi havde håbet. En af grundene var, at der var mange nye tiltag, som lærerne skulle sætte sig ind i. Nogle klasser gjorde meget ud af at øve fremlæggelse, så eleverne kiggede ind i kameraet, mens de fortalte om bøgerne. Andre gjorde meget ud af, at alle elementer

i en klassisk "skoleboganmeldelse" blev inddraget. Fokus var altså primært på elevernes egne produktio-ner, så der blev ikke gjort meget ud af at kommentere på andres produkter.

Efterfølgende kan man undre sig over, om det er fordi, eleverne på mellemtrinnet ikke er undervist eller trænet i at kommentere på hinandens indlæg. Om kommentaren er en underkendt genre, når der ikke følger en tommelfinger og "likes" med? Men det vil være rigtigst at tage den på egne skuldre, for oplægget på netop dette punkt var ikke tydelig nok, og det må vi arbejde videre med fremadrettet.

Elever, der deltog i læsekampagnen, gav udtryk for, at de læste eller så udvalgte anmeldelser og blev inspireret til at læse andet, end de tidligere ville have valgt, men ikke havde lyst til eller tænkte på at kommentere. Det var ikke det, der var deres fokus.

Der skal være fælles rammer, men også mulighed for at tilrettelægge og gøre tiltaget til sit eget, så der ikke bliver snærende bånd eller urealistiske forventninger

Konklusionen er, at læsekampagner ikke er gået af mode, og med de tekniske muligheder vi i dag har – og som der skal undervises i jvf. Faghæfte 48 – bliver muligheden for at kommunikere med andre større. Det, der formidles, skal altså kunne forstås af andre. Formidlingen bliver autentisk, og fremmede kan læse og se med fra sidelinjen.

På de fleste skoler på Bornholm er der indlagt læsebånd af forskellig karakter, så børnene læser jo allerede. Læsekampagnen giver mulighed for et nyt fokus i læsetræningen. Det er noget, vi gør sammen, nye ideer bliver diskuteret, vi inspirerer og lader os inspirere af hinanden både konsulenter, lærere og elever.

Læsekampagnen er hverken død eller forældet, den har helt sikkert sin berettigelse. Der skal være fælles rammer, men også mulighed for at tilrettelægge og gøre tiltaget til sit eget, så der ikke bliver snærende bånd eller urealistiske forventninger.

Der har været mange positive tilkendegivelser af Bornholm læser – for sjov. Vi blev opfordret til at gentage tiltaget allerede i kommende skoleår, men for at eleverne ikke skal synes, det bliver for meget af det

samme, så vil læsekampagnen blive gennemført hvert andet år (ulige år) for 3.-5. klasse, og hvert andet år vil der blive andre tiltag for andre klassetrin med andre temaer.

Det næste nye projekt, som eleverne i overbygningen bliver udsat for i år, er en læsekampagne med kanonforfatterne. "Kanonføde for 7. - 9. kl. Gammel litteratur i nyt perspektiv". Det bliver spændende at se, hvordan det løber af stabelen.

Andre læsekampagner

I Danmark afholdes der med jævne mellemrum læsekampagner – såvel lokalt forankrede som landsdækkende. Af landsdækkende læsekampagner har vi i øjeblikket:

Danmark læser

Kulturministeriet har afsat 20 millioner til at give flere danskere lyst til at læse skønlitteratur. Midlerne skal blandt andet bruges til en konkurrence mellem kommunerne om, hvem der kan finde det mest spændende læsetiltag. Desuden afsættes midler til en "litteraturhuskunstnerordning" for børneinstitutioner administreret af Kunstrådets litteraturudvalg. Kampagnen kører fra 2013-2017.

Ordet fanger

Kampagnen, der blev igangsat i 2010, har til formål: 1. at skabe fornyet og varig læse-

lyst via stimulerende og unikke tiltag for det enkelte individ. 2. at få bogen på børnenes Top 10 over gaveønsker. 3. at øge salget og udlån af bøger til børn og unge med 25 %.

Bag kampagnen står en række organisationer og institutioner, såvel private som offentlige.

Bogstart

For at give børn i udsatte boligområder et bedre udgangspunkt for at lære at læse besøger bibliotekarer i udvalgte kommuner små børn og deres forældre fire gange, til og med barnet fylder tre år. Bibliotekarerne giver en bogpakke og taler med familierne om oplevelser gennem børnelitteratur, oplæsning og sproglig udvikling. Bogstart blev opstartet i 2009, er finansieret af Satspuljemidler og administreres af Kulturstyrelsen.

- 1 Emu – Skolebiblioteket og læsning
- 2 De fleste videoer var hentet fra Læsetips, et tv-program produceret i et samarbejde mellem kanalen dk4 og Nationalt Videncenter for Læsning
- 3 En platform er det program, som hjemmesiden bygge op om. I dette tilfælde er det blogspot.
- 4 <http://www.tv2bornholm.dk/search.aspx?csearch=læsekampagne&fra=02-09-2012&til=04-01-2013&antal=20&Artikler=True&Video=False&Sider=False&range=90&newsID=67856&offset=0>
- 5 EMU – Skolebiblioteket og læsning
- 6 [https://bibliotek.brk.dk/SOMMERFERIEBØGER:6.klasser anbefaler](https://bibliotek.brk.dk/SOMMERFERIEBØGER:6.klasser%20anbefaler)

