

Sommarboken

Sammanställning av enkät

2016

Katarina Larson



## Sommarboken 2016

### Beskrivning av projektet

Sommarboken är ett läsfrämjande biblioteksprojekt vars fokus ligger på lustfylld fritidsläsning för barn mellan 8-12 år. Barnens läsning skall vara kravlös och utan motprestation. Biblioteken som deltar förbinder sig att arrangera minst 3 träffar under sommaren. Det litterära samtalet ska vara i centrum vilket innebär att barnen på olika sätt ska få möjlighet att prata om sin läsning med en bibliotekarie.

En del av projektet är två olika paket med Sommarbokenmaterial som biblioteken kan köpa. De innehållande: antingen bokväskor eller bokpåsar, festivalarmband, klistermärken, bokmärken.

Projektet startade 2012, då deltog fem pilotbibliotek från Västra Götalandsregionen. 2016 medverkade 230 bibliotek/filialer från hela Sverige och 281 paket (innehållande bl a 5300 boklådor, 8750 bokpåsar) beställdes och skickades ut till bibliotek runt om i Sverige.

Sommarboken har utvecklats till ett nationellt projekt.

2016 drivs Sommarboken av Kultur i Väst och stöds av Sveriges Kulturråd.

### Om utvärderingen

Detta är en sammanställning av den enkät som i augusti 2016 skickades ut till de bibliotek som deltagit i projektet. Syftet med utvärderingen har bland annat varit att få fram bibliotekens synpunkter och Sommarbokens utvecklingsmöjligheter. Rapporten följer i stort sett de frågor som ställdes i enkäten även om de inte kommer inte i strikt ordning utan har satts ihop tematiskt. Utvärderingen avslutas med en kort sammanfattning som innefattar de utvecklingsområden som framkommit.

### Sommarboken 2016 och deltagarna på träffarna

Det var 144 bibliotek/filialer från 16 län som svarade på 2016 års enkät. Flest svar (39 %) inkom från bibliotek och filialer i Västra Götaland. Där i stort sett alla regionens kommuner deltar.

Enligt de svarande biblioteken har minst 6750 barn deltagit och fördelningen har varit 68 % flickor och 32 % pojkar mellan 9-12 år.

Besökarna är oftast flickor med svenska som modersmål. De är duktiga läsare och vana biblioteksbesökare. Till skillnad mot resultatet i förra årets enkät verkar dock andelen

läsovana deltagare med annan språkbakgrund än svenska ha ökat. Det kan bero på att fler bibliotek inlett samarbeten med fritids vilket lett till en större spridning på deltagande barn ifråga om kön, läsvana och erfarenhet av att besöka biblioteket.

*”Vi har träffat många som vi inte brukar träffa på biblioteket och överraskande många var pojkar”* skriver ett bibliotek som deltog för första gången 2016.

### Träffarna

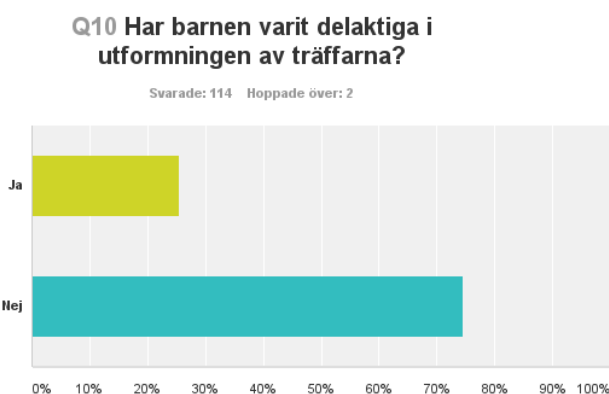
Enligt enkäten har nästan 75 % av biblioteken haft 3 eller fler träffar under sommaren. Detta visar att genom planering går det att genomföra projekt även på sommaren trots semestrar och ibland personalbrist.

I stort sett varje gång och på varje bibliotek har det boktipsats, bokpratats och bjudits på fika vid träffarna. Andra väldigt populära aktiviteter har varit pyssel och den för året framtagna deckarvandringen. Drygt hälften av de svarande biblioteken har laddat ner och använt den, i stort sett, självinstruerande deckarvandringen.

Det är främst fysiska böckerna man visat och pratat om. Fler har visat ljudböcker och film än förra året medan färre har visat e-böcker. Sommarboken 2016 hade det vidgade textperspektivet som tema. Att man ute på biblioteken då valt att i större grad lyfta fram film och ljudböcker kan visa på att man tagit till sig temat.

Träffarna fungerar oftast bra, en fråga några bibliotek lyfter är hur de ska lägga upp träffarna när deltagarna har stor åldersspridning. Då är det svårare att bli hålla boksamtal som engagerar och angår alla. Det kan vara stor skillnad mellan en 9-årig och en 12-årig läsare ifråga om läsvana och intresse. En lösning de framhåller skulle kunna vara att dela upp barnen i fler grupper och då utifrån ålder. Bibliotekarierna är verkligen angelägna om att nå fram till de barn som kommer till träffarna och att de ska bli inspirerade till läslust. Det visar på en önskan om att arrangera träffar med kvalitet.

### Delaktighet



*”På första träffen fick barnen önska vad de ville göra under sommaren vilket vi tog hänsyn till när vi utformade träffarna.”* skriver ett bibliotek.

Endast 25 % av biblioteken uppger att barnen varit med och planerat eller påverkat de träffar som varit under sommaren. Detta är en marginell ökning gentemot 22,9 % från 2015.

Barnens direkta delaktighet har främst bestått i att de har blivit tillfrågade om vilka önskemål de haft rörande träffarna som t ex tips på aktiviteter, typ av fika eller teman. Deras åsikter har bibliotekarierna sen haft med i sin planering inför sommaren. Andra mer påtagliga insatser har varit att de förberett och genomfört boktips och boksamtal.

Annars har det oftast handlat om att bibliotekarien har planerat aktiviteter och barnens insats har varit att tycka till om hur mycket, hur länge och i vilken ordning som det ska göras. Alltså indirekt delaktighet. Det finns oftast praktiska skäl bakom detta, som tidsbrist eller att det vid planeringen varit svårt att få in barns synpunkter. Att dekorera bibliotekets barnavdelning är också en vanlig väg för att få barn mer delaktiga. Bibliotekarien har kommit med idén och barnen har varit med och utfört den. Många har fått sätta upp sina boktips, teckningar och "skylta" med utvalda och rekommenderade böcker.

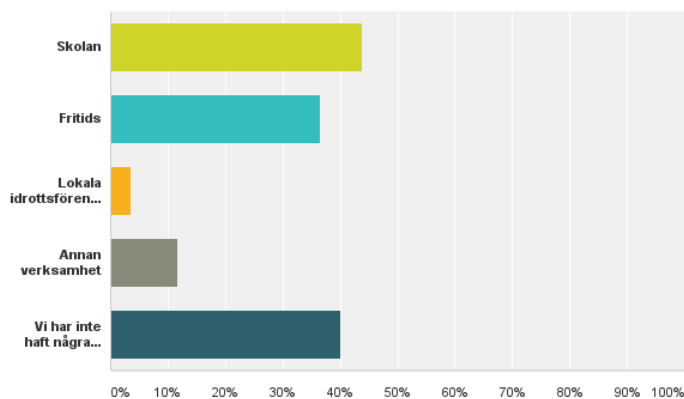
I vissa fall vill föräldrarna vara mer inblandade än önskvärt. Ett bibliotek tipsar.

*"I år hade vi gjort en "föräldraparkering" i vår foajé för att inte föräldrarna skulle "lägga sig i" och styra barnen för mycket. Det var jättebra."*

## Samarbete

### Q11 Vilka andra verksamheter har ni samarbetat med kring Sommarboken?

Svarade: 112 Hoppade över: 4



Glädjande nog har fler bibliotek i år haft samarbeten som sträckt sig utanför det egna "huset". Det är i första hand skolan man har sökt upp och då handlar det oftast om att man skickat ett informationsbrev om Sommarboken och de träffar man planerar under sommaren.

Bibliotekarier har även varit ute på skolor och informerat om projektet personligen för elever och lärare. Deras slutsats är att de personliga besöken har genererat många fler besökare till biblioteket och Sommarboken än ett skickat informationsbrev. Har de dessutom haft med sig en flyer med datum och tider för sommarens träffar har barnen sparat den som en påminnelse inför sommaren.

I år har dessutom fler utvecklat sitt samarbete med fritids vilket fått helt nya deltagare att besöka träffarna. Detta har lett till andra erfarenheter och kontakter för både biblioteket och fritids.

Ett bibliotek skriver: *” Vi har informerat på skolor för att alla barn skulle ha möjlighet att vara med. Men vi har främst vänt oss till fritids.”*

Andra samarbetspartners har varit teatergrupper, kulturskolor och lokala idrottsföreningar. Någon svarar att de samverkat med ortens bokhandel som bl a har skyltat med bokballonger innehållande boktips som barnen gjort på träffarna. Det finns även exempel på hur bibliotek arbetat tillsammans och tagit fram material och aktiviteter till träffarna som de sedan delat med varandra.

Men fortfarande är det 40 % som inte sökt eller haft något samarbete utanför biblioteket. Något att utveckla till nästa sommar.

### **Marknadsföring**

Många bibliotek och bibliotekarierna upplever att de kan ha svårt att nå ut med information om sina arrangemang till allmänheten. Detta gäller även för projektet Sommarboken och de träffar man ordnar under sommaren. Här är dessutom målgruppen barn i åldern 9-12 år som är en grupp som biblioteken inte har givna vägar att nå ut till.

Vilka kanaler använder då biblioteken för att kommunicera ut Sommarbokens träffar?

Främst handlar det om affischer (som laddas ner från Sommarbokens hemsida), bibliotekets hemsida och sociala medier som Facebook/Instagram. Men både Facebook och Instagram har en åldersgräns på 13 år vilket kan göra att 9-12 åringarna inte läser den information som finns där.

Flera bibliotek finns på den egna kommunens hemsida och alla de platser där kommunala aktiviteter annonseras, som t ex tv-skärmar på kommunala inrättningar och de informationsfoldrar eller broschyrer med aktiviteter som de flesta kommuner skickar ut till sommarlovslediga barn. Många bibliotek annonserar dessutom i lokaltidningen.

Andra vägar är att bibliotekarierna skriver brev till eller besöker skolor i närområdet, gör flyers som de delar ut samt muntligen bjuder in barn som besöker biblioteket eller tillhör dess bokklubbar.

För att nå barn som av olika anledningar inte kan komma till biblioteket har vissa kommuner/bibliotek valt att använda bokbussarna för Sommarbokenprojektet. De har då kört ut till och besökt platser och arenor där barn finns på sommaren t ex fotbollsläger. Ett annat exempel är det bibliotek som lånade en av kommunens bilar, fyllde den med låneböcker, fika, filtar och Sommarboken-material sen åkte de ut till öppna fritids och badplatser runt om i kommunen under några dagar. Deras besök annonserades i lokalpressen och på kommunens och bibliotekets hemsida. Väldigt uppskattat och välbesökt.

### **Varför delta?**

Biblioteken lyfter fram främst tre anledningar till varför de deltar i Sommarboken.

1. Vikten av att ha aktiviteter på biblioteket under sommaren för de barn som är hemma

(eller de som besöker orten).

2. Biblioteken vill uppmuntra den kravlösa fritidsläsningen. De vill visa på ett alternativ till skolans styrda och kravfyllda syn på läsning.
3. De tycker det är viktigt med roliga och givande aktiviteter för att locka barn till läsning, eller för att få dem att fördjupa sin läsning.

Andra skäl är att barnen verkligen uppskattar projektet. Både barnen och bibliotekarierna tycker om upplägget med träffar och fint kampanjmaterialet som delas ut. Att ha avsatt tid för att få prata om böcker, ge boktips och ha boksamtal är något som alla (barn och bibliotekarier) uppskattar. De skriver också om hur detta leder till att barn upptäcker och får en annan relation till biblioteket och bibliotekarien än den de har via de obligatoriska skolbesöken.

En annan aspekt de framför är vikten av att delta i ett större nationellt sammanhang med ett gemensamt koncept. Ett bibliotek ger detta exemplet:

*”Genom projektet har vi via Sommarbokens hemsida kunnat hänvisa barn till träffar på andra biblioteket det ger barnen möjlighet att delta vid fler träffar än om vi arbetat isolerat”*

Ett annat bibliotek sammanfattar det såhär. *”Vi är med för att det är kul! Och för att konceptet med läsning för nöjes skull, utan krav på prestation är så himla bra. Och för att det är kul att kunna erbjuda barnens någonting att göra under sommarlovet. Framförallt de barn som annars kanske inte kommer iväg på så mycket aktiviteter. Alltid roligt att kunna erbjuda någonting som inte kostar pengar.”*

### **Viktigaste erfarenheterna för det deltagande biblioteket**

*”Att lyssna på barnen och att de verkligen vill prata om böckerna de läst, bara de får frågan.”*

Att många barn verkligen vill prata om böcker med andra är ett svar som återkommer. Många bibliotekarier är förvånade över hur okomplicerat, kul och bra det blir när barn boktipsar för och med andra barn som de kanske inte ens känner. Kanske man underskattar barn och deras kapacitet och sociala förmågor. För boktipsandet och samtalen kring de lästa böckerna blir en social aktivitet och samvaro med glada barn, vilket ofta skiljer sig gentemot de schemalagda biblioteksbesöken barnen gör under skoltid.

Många bibliotek upplever att det är svårt att nå ut med information kring träffarna. Samtidigt skriver andra bibliotek om hur förvånade de är över att så många barn faktiskt dyker upp mitt i högsommaren. Det har visat sig att marknadsföringen är väldigt viktig och det tar tid att planera både aktiviteter och vilka åtgärder man ska ha för att nå ut. Ska det vara anmälningar till träffarna eller inte? Utan anmälan kan det vara svårt att beräkna antalet barn som kommer och att planera aktiviteter och personal därefter. Men då missar man spontanbesökarna och de barn som av olika skäl inte klarar av eller kommer ihåg att anmäla sig.

Projekt och koncept behöver tid för att etablera sig och formas till något bra. Detta gäller även Sommarboken och den kravlösa läsningen. Det är viktigt att man inte bara prövar Sommarboken en sommar för att sedan gör något annat nästa sommar utan man måste låta

det ta tid. Det leder till att fler barn och föräldrar frågar och pratar om projektet, intresset växer och fler vill delta.

### **Vilka förbättringar kan göras på det lokala biblioteket?**

Bibliotekarierna har många tankar och idéer kring hur de kan utveckla projektet på "hemmaplan". Att starta upp och/eller fördjupa samarbeten med andra verksamheter är viktigt och det skulle flera bibliotek vilja utveckla. Det hänger nära samman med att de även upplever att marknadsföringen lokalt behöver bli bättre. De når inte ut till barnen i den utsträckning de önskar. Några funderar kring hur de skulle kunna få fler pojkar och barn med annan språkbakgrund att komma till träffarna. De kommer till biblioteket och sitter vid datorerna och hämtar material men dyker inte upp till Sommarbokenträffarna. Viktigt att även nå de barn inte bor i bibliotekets närhet, kan man ta sig ut och möta dem? Exempel på bibliotek som utvecklat strategier för detta finns.

Många skriver om att de ska fundera kring hur det praktiska arbetet kring träffarna kan läggas upp på ett bättre sätt med hänsyn till personalresurser och hur lokalerna ser ut. *"Att fler i personalen engagerade sig i aktiviteten för att göra den bättre"*.

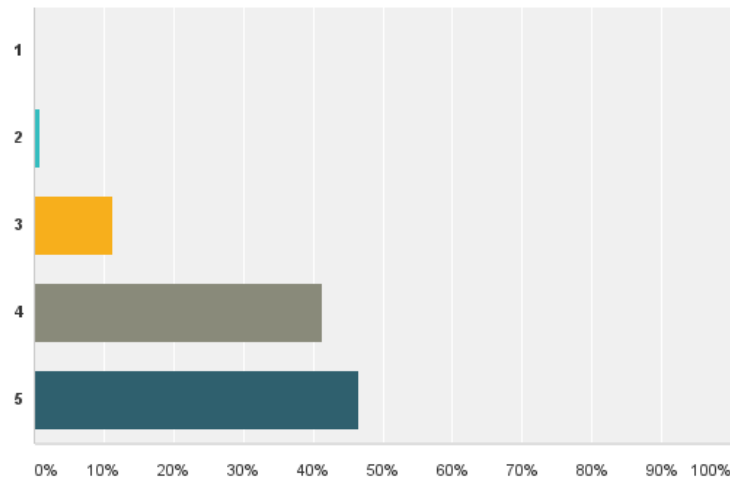
Exempel på förbättringar är att man kanske ska dela stora deltagargrupperna efter ålder för att på ett bättre sätt kunna ha boktips och aktiviteter så att det passar barnen. Någon funderar kring att inleda samarbeten som kan leda till en större språkkompetens på träffarna. *"Vid deckarvandringen blev det tydligt att kännedom inte finns kring vissa referenser och ord, exempelvis undrade flera barn över ordet skorsten, vilket är något som knappt finns på hur i området där de bor"*.

Fler träffar och bättre boksamtal är andra utvecklingsområden. Barnens delaktighet i träffarna är en annan faktor som många bibliotekarier vill försöka att förbättra. Hur ska man få barnen att kunna vara med och påverka? Kan en referensgrupp fylla det syftet?

## Projektet Sommarboken

### Q17 Vad tycker ni om projektet Sommarboken som helhet? Ange på en skala 1 till 5 där 1 betyder inte bra och 5 betyder mycket bra.

Svarade: 116 Hoppade över: 0



Många är nöjda och 88 % ger projektet betyg 4 eller mer. Men det finns åsikter och tankar främst kring materialet. Allt från utseendet på årets Sommarbokenlogga till att festivalarmbanden borde tas bort. I stort sett alla bibliotek uppskattar Deckarvandringen som togs fram i år. De vill gärna att Kultur i Väst producerar mer material av den typen som sedan läggs ut på hemsidan för fri nedladdning.

Marknadsföringen kommer tillbaka även här och då handlar det om att få ut information om och lansera Sommarboken nationellt. Det skulle leda till att fler föräldrar och barn blev medvetna om och visste att Sommarboken finns och vad projektet står för. Ett omvänt förhållande som kunde leda till att föräldrar och barn kom och frågade efter projektet. Slutligen. Eftersom Kultur i Väst kommer att driva Sommarboken i egen regi 2017 ställdes en fråga om biblioteken skulle fortsätta beställa materialpaket även om priset höjs. 60 % svarade vet ej, 36 % ja och 3 % nej.

### Kort sammanfattning och utvecklingsområden

Fler bibliotek har deltagit i år än tidigare och fler paket har beställts. Som förut är de flesta deltagarna läs- och bibliotekvana flickor med svenska som modersmål. Positivt är att i år kan man se en lite större spridning på deltagande barn ifråga om kön, läsvana och erfarenhet av att besöka biblioteket. Detta beror troligen på att fler bibliotek har tagit kontakt med andra verksamheter som t ex närliggande fritids. Ett samarbete som fler bibliotek borde titta på och initiera till nästa år.

Det har arrangerats tre eller fler träffar på de flesta biblioteken med främst boktips, boksamtal och fika som favoritaktiviteter. Men endast 20 % av biblioteken uppger att barnen varit delaktiga i träffarnas upplägg. Enligt Barnkonventionen har alla barn rätt att vara



delaktiga och ha inflytande i de aktiviteter som berör dem. Så även här finns en stor utvecklingspotential för att genom att lyssna till och ta tillvara barns tankar och åsikter får man dem att känna ett större engagemang och vilja att delta i träffarna.

I enkätensvaren finns det vissa områden som återkommer som är mer svårhanterade för biblioteken. Marknadsföring är ett sådant. Biblioteken vill i högre grad nå ut till och sprida informationen till eventuella deltagare och sen kunna påminna dem om de inplanerade träffarna under sommaren men de vet inte riktigt hur. Flera metoder har använts bl a har bibliotekarier gjort personliga besök i skolklasser och haft med sig informationsflyers om sommarens träffar, vilket gett bra respons.

En annan fråga är, hur kan biblioteket nå ut till de barn som inte bor i bibliotekets närhet och ge dem en möjlighet att delta? Ett bibliotek lånade en av kommunens bilar och körde ut från tätorten till öppna fritids och badplatser i kommunen där barnen fanns. Det är en demokratifråga – alla ska ha lika stor chans att kunna ta del av bibliotekens arrangemang. Folkbibliotekens uppdrag är att arbeta läsfrämjande i synnerhet mot målgruppen barn. Många bibliotek är nöjda med projektet Sommarboken och angelägna om att verka läsfrämjande och väcka läslusten hos barn på olika sätt. De vill hela tiden utveckla och höja kvalitén på sina träffar och få fler att bli läsare på de sätt som passar barnen. Men kanske de ibland underskattar barnen, för ett svar som ofta återkommer är att många barn verkligen vill prata om böcker med andra.

I enkäten har det visat sig att skälen till varför biblioteken deltar i Sommarboken kan sammanställas i tre punkter:

1. Vikten av att ha aktiviteter på biblioteket under sommaren för de barn som är hemma (eller de som besöker orten).
2. Biblioteken vill uppmuntra den kravlösa fritidsläsningen. De vill visa på ett alternativ till skolans styrda och kravfyllda syn på läsning.
3. De tycker det är viktigt med roliga och givande aktiviteter för att locka barn till läsning, eller för att få dem att fördjupa sin läsning.

Dessa skäl stämmer väl överens med den av Kulturrådet framtagna definitionen av läsfrämjande i handlingsprogrammet 2014:

- göra läsare av läskunniga
- öppna vägar till litteraturen för den som inte läser
- öka tillgången till en mångfald av litteratur på olika språk och i olika format för läsare i alla åldrar
- ge fler möjlighet till en konstnärlig upplevelse genom litteratur
- ta bort hinder för läsning, bredda en repertoar och stärka läsarens självförtroende och läsaridentitet

Avslutningsvis skriver ett av biblioteken:

*”Sommarboken är ett fantastiskt tillfälle för barn att få gemenskap i sin läsning och för oss bibliotekarier att träffa barnen och lära känna dem på deras fritid. Få en personlig koppling till dem, det tror jag är jätteviktigt för att de ska fortsätta att vilja gå till biblioteket.”*

//Katarina Larson 20161215