

DET FYSISKE RUM

KORT NR. 7



Fysisk synlighed

Fysisk synlighed handler om, hvordan man i det fysiske rum kan skabe øget synlighed om en demokratiaktivitet (arrangement, kampagne mv.) på biblioteket.

AGORA

FYSISK SYNLIGHED

EKSEMPEL:

De 8 biblioteker i AGORA-projektet lavede en fælles udstilling i forbindelse med bibliotekernes grundlovsdagsaktiviteter. Udstillingen havde et fleksibelt udtryk, der kunne tilpasses det enkelte bibliotek. Formålet med udstillingen var at reklamere for bibliotekernes lokale grundlovsfejring, at få de besøgende til at tage stilling til, hvad de godt kunne tænke sig var anderledes lokalt, nationalt og globalt samt at indsamle (og vise) brugernes svar på samfundsrelaterede spørgsmål.

Udstillingen blev placeret centralt på bibliotekerne, hvor de fungerede som blikfang og vakte nysgerrighed hos brugerne. Det førte til, at mange interagerede med udstillingen ved at give deres input på håndskrevne sedler, ligesom de blev klogere på programmet for grundlovsdagsfejringen.

HVORFOR?

For at styrke synliggørelse og markedsføring i det fysiske rum af bibliotekets demokratiaktiviteter såsom arrangementer og kampagner.

HVORDAN?

Hvis du ønsker at skabe synlighed om en aktivitet, et arrangement osv., er der en række overvejelser, du indledningsvis bør gøre dig:

- **Formål:** Hvad ønsker du konkret at opnå med udstillingen / synligheden?
- **Målgruppen:** Hvem er målgruppen for den udstilling / synlighed, du vil skabe?

- **Placering:** Hvilken placering i det fysiske rum sikrer bedst, at du når målgruppen?
- **Blikfang:** Hvilket blikfang skal du anvende for at skabe synlighed – og hvorfor er netop dette blikfang det rette?
- **Forenkling:** Budskabet står tydeligst frem, hvis det forenkles. Hvordan forenkler du bedst det budskab, I vil ud med?

Eksempler på veje til at skabe fysisk synlighed omfatter elementer, der fungerer som blikfang, indbyder til fysisk interaktion, skaber nysgerrighed og fører til overraskelse hos modtageren.

