

AGORA

Værktøjskassen

Velkommen til AGORA Værktøjskassen! En demokrativærktøjskasse, som er udviklet af de otte biblioteker Favrskov, Herning, Horsens, Randers, Silkeborg, Skive, Viborg og Aarhus i forbindelse med AGORA-projektet.

Du kan bruge værktøjskassen, når du skal udvikle, planlægge og eksekvere demokratiaktiviteter lokalt på dit bibliotek.

I hæftet bagerst i værktøjskassen kan du læse meget mere om baggrunden for værktøjerne samt få inspiration til, hvordan du bruger dem – og hvordan værktøjskassen hænger sammen med Demokratirollemodellen. Men du kan også bare hoppe direkte ud i det – og dykke ned i de enkelte kort!

Værktøjskassen består af i alt 43 værktøjer (kort), som er fordelt på seks kategorier:

- Borgerinvolvering
- Det fysiske rum
- Faste koncepter
- Planlægning og evaluering
- Strategisk målgruppearbejde
- Øget deltagelse

På bagsiden af dette kort finder du en samlet oversigt over alle 43 værktøjer.

Demokratirollerne

Øverst på hvert værktøj er der med ikoner anført, hvilke af demokratirollerne det pågældende værktøj er særligt anvendeligt til.

De seks demokratiroller er:



FOLKEOPLYSNING



DEMOKRATISK ØVEBANE



STEMMEGIVER



RUM FOR INDFLYDELSE



RUM FOR DEBAT OG SAMTALE



RUM FOR HANDLING OG FÆLLESSKAB

Oversigt over værktøjer

Borgerinvolvering

1. Brugerpanel
2. Idégenerering med borgere
3. Test
4. Udfordringskort
5. Unge-involvering
6. Workshop

Det fysiske rum

7. Fysisk synlighed
8. Indretning og opstilling til arrangementer
9. Interaktiv udstilling
10. Scenskift

Faste koncepter

11. AI-Musikværksted
12. Demokrati Fitness
13. Demokrati-podcast
14. Diskussionscirkel
15. Frirumsdebatten
16. Futures Literacy
17. Fællesspisning
18. Kulturelementer i demokratiarrangementer
19. LEGO® Build the Change
20. Ligeværdige politiske samtaler
21. Munk-debat
22. Rapid prototyping
23. Samtalesalon

Planlægning og evaluering

24. Demokrati-mixerpult
25. Demokratiroller
26. Demokratitræet
27. Forventningsafstemning og rammesætning
28. Logbog til evaluering

Strategisk målgruppearbejde

29. Bredde, Dybde, Mangfoldighed
30. Klubfællesskaber
31. Målrettede invitationer
32. Partnerskaber
33. Personaer
34. Tilgængelighed

Øget deltagelse

35. Meningsfulde oplevelser
36. Afstemninger
37. De 4 oplevelsesdomæner
38. De små nemme - fra publikum til deltagere
39. Dilemmaøvelser
40. Drop-in-aktiviteter med lav deltagelsesbarriere
41. Samtalekort
42. Spørgsmålsfacilitering
43. Timeout-dialog



Du finder en digital version af værktøjskassen (og hæftet) her.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 1



Brugerpanel

Formaliserede brugerpaneler handler om at etablere en fast struktur omkring inddragelsen af et bestemt segment. Typisk består et brugerpanel af 6-12 personer, der repræsenterer en bestemt borgergruppe, og som over tid rådgiver biblioteket vedrørende beslutninger om udviklingsindsatser og viden om målgruppen. Det kan være i forbindelse med én større demokratiindsats, som biblioteket skal i gang med, eller det kan være et mere generelt og langsigtet arbejde med målgruppen.

AGORA

BRUGERPANEL

EKSEMPEL:

Vi har på Randers Bibliotek indbudt til et brugerpanel i forbindelse med udviklingen af en større demokratiindsats. Vi rekrutterede via sociale medier og vores fællesspisninger og kommunikerede det som en mulighed for at melde sig til at være med til at arrangere aktiviteter her på biblioteket. Vi indledte processen med et møde, hvor rigtig mange interesserede deltog og berigede os med deres ord og tanker om, hvad de ønskede af aktiviteter i Kulturhuset i Randers. Mødet resulterede bl.a. i, at fire borgere sammen med os stod for en workshop for familier. Og et par måneder efter afholdte vi et stort arrangement med underholdning og aktiviteter for børnefamilier. Begge arrangementer var meget populære, og brugerpanelet var meget aktive både i planlægning og afvikling.

HVORFOR?

At anvende brugerpaneler er en langsigtet og strategisk måde, hvorpå biblioteket kan arbejde med at tiltrække nye målgrupper, opnå større forståelse af bestemte segmenters behov og motivation og/eller få indsigt i et bestemt segments eventuelle barrierer for deltagelse i demokratiaktiviteter.

HVORDAN?

Start med at definere så klart som muligt, hvilket segment I vil have fat i. "Unge" er fx en for bred kategori, så hvordan kan I indsnævre det yderligere med afsæt i fx udspecificering af alder, interesser, geografi, livssituation mv. Der er fx enorm forskel på en 15-årig og en 23-årig. Så hvem er det, vi mener, når vi taler om "unge"? Dette er naturligvis gældende for alle de segmenter, vi ønsker at arbejde med ("de ældre", "børnefamilier", "stamkunderne", "mændene" osv.). Vær præcis.

Brainstorm så på, hvad et sådant brugerpanel vil få ud af at bruge tid på at rådgive jer som bibliotek. Hvad kan motivere dem? Hvilken værdi er der i det for dem? Nogle motiveres af at opnå indflydelse inden for et felt, de er interesseret i. Nogle vil være motiveret af forskellige belønningsformer, og andre vil være motiveret af være en del af et fællesskab, få adgang til særlige oplevelser – eller helt konkret at få noget på CV'et. Spørg evt. et par repræsentanter for målgruppen, hvis I er i tvivl.

Dernæst skal I rekruttere via de kanaler, som vil ramme målgruppen bedst (gennem netværk, på sociale medier, i biblioteksrummet, gennem eksisterende arrangementer etc.). Indkald de interesserede borgere, som melder sig til et møde, hvor I fortæller mere om brugerpanelets rolle og det potentielle udbytte, de vil have af at deltage. Det er vigtigt at være helt klar på, hvad jeres forventninger til panelet er, så rammerne er tydelige fra start. Hvad er det, panelet skal bidrage med – hvor mangler I viden?

En god måde at nå i mål med et brugerpanel kan være at indgå partnerskaber. Måske er der andre lokale aktører, som kunne tænke sig at være med? Det kan fint give mening at have et brugerpanel, som man er fælles om – så undersøg, om der er aktører med samme behov/interesser som jer.

Og endelig er brugerpaneler en langsigtet måde at arbejde med viden på, som er afhængig af, at der arbejdes med relationsopbygning kontinuerligt. I skal skabe et tillidsfuldt rum, så man som borger har lyst til at byde ind. Ring evt. særskilt til hver deltager i panelet efter første panelsamtale og følg op på, hvordan den enkelte oplevede samarbejdet, og om der er noget, der skal være anderledes til næste gang. Det er godt givet ud. Husk også at melde tilbage til brugerpanelet løbende i forhold til, hvordan deres bidrag bliver anvendt i konkrete indsatser. Vis dem, at de er betydningsfulde samarbejdspartnere.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 2



Idégenerering med borgere

At idégenerere med borgere handler om at inddrage borgere i udviklingen af aktiviteter eller løsninger med henblik på at opnå innovative og målrettede idéer, nye perspektiver, øget ejerskab og demokratisk forankring. Det er vigtigt at have gode forskelligartede idégenereringsmetoder, I kan benytte jer af, som matcher den udfordring, I skal løse i fællesskab med borgerne.

AGORA

IDÉGENERERING MED BORGERE

EKSEMPEL:

Connectival er en stor studiestartsdag i kommunen, og Viborg Bibliotekerne stod for en workshop med en stor gruppe af unge studerende, der skulle komme med inputs til dagen. Det var et nyt tiltag og skulle rumme mange initiativer, men man ønskede de unges stemme repræsenteret i udviklingen. Vi involverede de unge tidligt i udviklingen for at skabe en dag, de havde lyst til at tage ejerskab over med aktiviteter, de kunne spejle sig i og føle sig som en del af. Både for at styrke deres engagement, lyst til at deltage og tilknytning til byen.

HVORFOR?

Når vi involverer borgere i idéudvikling, kan vi skabe mere meningsfulde og bæredygtige løsninger, der er forankret i virkelighedens behov.

HVORDAN?

Formulér en udfordring, som I kan idégenerere ud fra (se værktøj nr. 4: Udfordringskort). Brug først metoder, der *åbner* processen op:

- **Negativ brainstorm:** Formuler en negativ version af udfordringen – fx hvordan sikrer vi os, at arrangementet bliver så kedeligt som overhovedet muligt for 16-18-årige? Brainstorm på alle de idéer, I kan komme i tanke om. Tag herefter alle de negative idéer én ad gangen og vend dem om – hvordan kan vi bruge de negative til at få positive idéer?
- **Billedtombola:** Sørg for omkring 20 billeder, der er klar på forhånd: Træk på skift et billedkort, og lad alle skrive én eller flere idéer ned med udgangspunkt i billedet. Brug kun 30 sekunder pr billede. Det skal gå hurtigt, så processen hele tiden flytter sig. Sørg for, at billederne er forskellige og ikke direkte relateret til emnet.

- **Hvad ville X gøre:** Idégenerér med afsæt i perspektivskifte: "Hvis Trump skulle løse udfordringen, hvad ville han så foreslå", "Hvis Pippe Langstrømpe...", "Hvis Taylor Swift..."
- **Idéstafet:** Lad alle deltagere tegne eller beskrive en idé til udfordringen på et A4-papir. Efter et par minutter sender alle deres idé til højre og må kort forklare sin idé til den, der modtager den, der nu skal udvikle videre på idéen. Når alle idéer har været hele bordet rundt, fortæller alle skiftevis i plenum om den idé, de har fået sidst, og der bygges videre på idéerne sammen.
- **Fodstorming:** Gå ud i verden et sted, som er relateret til emnet eller målgruppen, og brainstorm alle de idéer, I kan i relation til udfordringen, mens I går rundt og oplever stedet – fx biblioteksrummet, en legeplads fyldt med børnefamilier, en kantine på en ungdomsuddannelse etc.

Og dernæst metoder, der *lukker / ordner*:

- **Dot voting:** Sæt alle idéer op på en væg og lad alle gå rundt og se på idéerne. Giv deltagerne lov til at sætte fx 3 prikker hver på de idéer, de synes er bedst. De idéer, der har fået flest stemmer, er de idéer, I arbejder videre med.
- **Go with the Energy:** Lad deltagerne i fællesskab samle idéerne efter temaer på gulvet, og bed dem give hver klynge en overskrift. Lad deltagerne vælge det tema, de helst vil arbejde videre med, så der på den måde formes grupper. Hver gruppe arbejder nu i dybden med idéudvikling med afsæt i de oprindelige idéer og præsenterer til sidst, hvad de er kommet frem til.
- **Prioriteringsmatrix:** Lav en stor 2x2 matrix med Effekt / Indsats. Placer nu de enkelte idéer i matrixen: 1) Høj effekt, lav indsats, 2) Høj effekt, høj indsats, 3) Lav effekt, lav indsats, 4) Lav effekt, høj indsats. 1 = de idéer, I helt sikkert arbejder videre med. 2 = de idéer, I måske arbejder videre med, hvis indsatsen er effekten værd. 3 = skrotes medmindre I kan skrue på effekten. 4 = skrotes.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 3



Test

At teste handler om at afprøve sin viden, indsigter, idéer eller modeller hurtigst muligt i processen – inden vi forelsker os for meget i vores geniale idé og begynder at perfektionere den og eksekvere den i stor skala. Måske virker den anderledes på dem, der skal "bruge" den, end vi havde forudset? Det har vi brug for at finde ud af ret tidligt – så vi kan nå at korrigere, justere, fjerne barrierer, tilføje mening eller finde på en anden løsning.

AGORA

TEST

EKSEMPEL:

Bibliotekerne i Silkeborg, Horsens og Skive afholdt hver især arrangementet *Den europæiske ungdom i den nye verdensorden* med Jeppe Bentzen. De 3 arrangementer omfattede oplæg om Europa og Bentzens bog "De vingskudte" samt workshop med øvelser og gruppearbejde.

Bibliotekerne ønskede at teste, hvordan de bedst muligt kunne skabe refleksionsrum for unge om Europa og give dem mulighed for at gå på opdagelse i deres egen holdning til og rolle i det europæiske fællesskab. Samtidig ønskede bibliotekerne at udforske forskellige afgrænsede unge-målgrupper og at eksperimentere med nye kontakter og møder mellem unge.

Ved at afvikle 3 ensartede arrangementer med relevante lokale justeringer kunne bibliotekerne teste forskellige tiltag. De eksperimenterede fx med forskellige ungemålgrupper for de tre workshops (et sted deltog én STX-klasse, et andet sted blev to HHX- og STX-klasser sammen og et tredje sted var deltagerne en FGU-klasse), ligesom de testede rummets indretning, undervisningsformen, deltagersammensætningen og lokalitetens betydning for arrangementet.

Efter afviklingen delte de tre biblioteker deres erfaringer med hinanden, og samlet set opnåede de megen ny viden, som de kunne bruge i udviklingen af fremtidige demokratiaktiviteter.

HVORFOR?

Vi tester for at sikre øget engagement, kvalitet og tilpasning til målgruppens reelle behov i de demokratiaktiviteter og -ydelser, som vi tilbyder borgerne. Ofte tror vi, at vi ved, hvordan noget vil blive modtaget – eller vi glemmer at forholde os til det, fordi vi bliver så optagede af det spændende udviklingsarbejde. At teste er at arbejde bevidst med vores antagelser og at kvalificere "jeg tror" og "jeg synes".

HVORDAN?

Du kan teste på flere niveauer – det vigtigste er, at du gør det. Og at du gør det tidligt. Her er tre bud:

1. Ring til en ven: Hvad end det er en idé til et arrangement, en løsning på et problem eller et stort projekt, så kan du altid tjekke af med et par kollegaer, borgere, en faglig ekspert mv. – og få andres perspektiver på idéen: Hvad tænker de om det, hvad ville de foretrække, hvor kan de se værdien, barriererne etc.
2. Tavle-testen: Hvis I har fysiske tavler (eller lignende) i biblioteksrummet, kan du lynhurtigt få gode input. Skriv fx "Vi overvejer at lave en arrangementsrække om X, Y, Z – hvad synes DU, vi skal have med i vores overvejelser inden?" Og lad der være plads til, at borgerne kan skrive små gode råd, idéer, barrierer for deltagelse osv. ned på tavlen til jer.
3. Prøvehandlingen: Inden man laver en hel arrangementsrække, udvikler en festival eller udfolder et helt nyt format på en række aktiviteter, så lav en prøvehandling. Formuler en afgrænset version af din fulde idé og afprøv nu "det hjørne" af idéen i virkeligheden. Med borgere. Bed dem om undervejs eller efter at udfylde en skabelon med 3 kolonner: Det, de kan lide. Det, de finder problematisk. De idéer, de har til at gøre det endnu bedre. Hold det simpelt, så du har noget konkret at arbejde videre med.

Gå aldrig i forsvar, når du tester. Sig tak for input og lad det blive ved det. Formålet er ikke at overbevise folk om, at din ide er god.

Hav gerne noget visuelt eller en prototype (model) med, når du tester. Det gør det meget nemmere, at du har konkretiseret din ide, så I hurtigere får en fælles forståelse af, hvad idéen går ud på.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 4



Udfordringskort

Udfordringskort handler om at systematisere viden og indsigter fra bibliotekets dataindsamling – fx fra studieture, observationer, prøvehandlinger, brugerrejser, konferencer, spørgeskemaer, interviews mv. Et udfordringskort beskriver på en overskuelig måde de vigtigste indsigter og gør den videre ideudviklingsproces meget nemmere at gå til.

AGORA

UDFORDRINGSKORT

EKSEMPEL PÅ UDFYLDT UDFORDRINGSKORT:

Indsigtsens navn: Følelse af afmagt

Citat: "Nogle gange er det svært... jeg har tit en følelse af, at det ikke rigtig nytter noget. Jeg ved, at jeg har ret til at stemme, og jeg kan måske påvirke andre ting også, men nogle gange kan problemerne bare virke så store, eller der er så mange af dem, så det bliver helt uoverskueligt, hvad jeg egentlig kan gøre. Fx i forhold til klima. Eller i forhold til misogyni. Det virker bare til at blive større og større. Især på sociale medier – men jeg aner ikke, hvad jeg kan gøre ved det."

Visualisering/illustration/foto:



Kort beskrivelse af indsigt: Flere borgere bemærker, at de oplever en følelse af afmagt, når de bliver spurgt til deres demokratiske handlerum. De giver udtryk for, at det særligt er, når de befinder sig på sociale medier, at de kan blive overvældet af, at der er mange ting, som bør være anderledes. En følelse, som dels handler om ikke at vide, hvordan man kan handle. Og dels en manglende tro på, at man har reel indflydelse.

Udfordring: Hvordan kan biblioteket styrke borgernes følelse af handlerum og påvirkningskraft?

HVORFOR?

Udfordringskort gør det nemmere at identificere mønstre i et omfattende datamateriale, og det skaber overblik og systematisering af den viden, I har opnået. Det gør det også nemmere at omsætte jeres viden til potentielle rum for demokrati-udvikling.

HVORDAN?

Når I har lavet et interview, en prøvehandling eller anden form for dataindsamling, afsætter I tid umiddelbart efter til at udarbejde udfordringskort. I laver et udfordringskort for hver indsigt, I har indsamlet.

Indsigt betyder i den sammenhæng en iagttagelse af noget interessant, der har fanget jeres opmærksomhed:

- Måske er der flere, der har sagt noget bestemt i undersøgelserne (et mønster),
- måske er det gået op for jer undervejs, at noget er relateret til hinanden (en sammenhæng)
- eller måske er der noget, der skiller sig ud eller er anderledes, end I havde troet (en anomali).

Det kan være alt fra en adfærd, holdning, fysisk indretning, noget der er relateret til et system, en arbejdsgang mv. Det kan være et konkret problem, som bliver italesat, et uopfyldt behov eller et dilemma.

Lav et udfordringskort for hver indsigt, I indsamler. Og brug dem direkte i den videre idégenerering og udviklingsarbejdet.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 5



Unge-involvering

Unge-involvering handler om at tænke inddragelsen af unge i udvikling af vores demokratiaktiviteter som et egentligt fritidsjob. Når vi betaler løn til de unge, anerkender vi, at deres arbejde skaber værdi for os og borgerne. Samtidig har det en iboende social og dannende funktion, fordi forskning peger på, at fritidsjob har en positiv effekt på unges trivsel og på deres senere tilknytning til uddannelse og arbejdsmarked.

AGORA

UNGE-INVOLVERING

EKSEMPEL:

1. Silkeborg Bibliotekerne hyrede to unge ind til at afvikle en skriveworkshop til arrangementet *Grundlovsforfesten*. Et lokalt ungebånd blev ligeledes hyret til at afholde en koncert samme dag. Der var en vis grad af frihed til form og indhold, men vi havde fælles dialog om, hvilket tema de arbejdede ind i, og der var støtte til praktiske ting på dagen (opstilling, hjælpe med materialer mv.). Foruden at være en dobbelt gevinst (både *for* og *med* unge) giver det også en anden eksponering af arrangementet, fordi de unge, der driver værket, får spredt budskabet på kanaler, vi ikke har adgang til. Dermed kommer der langt flere deltagere, end vi selv havde kunnet tiltrække og formidlingen fra ung til ung har mere værdi.
2. *Læsemakker* er et 14-ugers forløb på Silkeborg Bibliotekerne, hvor børn i børnehavealderen får læst højt 2 gange ugentlig af "læsemakkere" (8. klasseelever, der har oplæsningen som fritidsjob). Læsemakkerne bliver klædt på til jobbet gennem en workshop om dialogisk læsning og aflønnet via projektmidler fra Helhedsplanen (en boligsocial indsats, som støtter familier fra udsatte boligområder). Vores erfaring er, at det er godt givet ud at støtte meget i starten og at have en god forventningsafstemning.

HVORFOR?

Når vi inddrager unge i udviklingen af vores aktiviteter, højner vi sandsynligheden for, at vi får udviklet tilbud, som tiltrækker andre unge – fordi vi skaber indhold, der er afstemt reelle "unge-behov", fordi vi gennem de involverede kan tale i øjenhøjde med målgruppen, og fordi vi kan trække på de involveredes "ungenetværk" og forståelse af kanaler i relation til målgruppen. Og så er det at have unge mennesker "gående" på ens bibliotek en god måde at opnå større (uformel) forståelse for en målgruppe, som bibliotekerne kan have svært ved at nå.

HVORDAN?

At etablere kommunale lommepegejobs kræver, at I enten aflønner pr. time, eller at I honorerer via enkeltudbetalinger for "projektleverancer" på samme vis som foredragsholdere, der sender regninger på virk.dk.

Det kræver støtte at igangsætte det – særligt i starten af et forløb for at få mest muligt ud af det.

Store skolebørn: Rammesæt opgaven tydeligt og afsæt tid til at lære dem op. Følg dem tæt og vær klar til at hjælpe dem med at justere adfærd og lignende. Det er en pædagogisk opgave at lære dem, hvad det vil sige at være på arbejde.

Unge: Afsæt tid til relationsopbygning. Det kræver en mentorrolle at guide dem igennem kommunale systemer og arbejdsgange. Til at starte med er det ikke bare hænder, I hyrer ind, men en investering, der kan blive selvkørende med tiden. Og som en kæmpe bonus får I et "nyt blik" på jeres praksis og organisation.

BORGERINVOLVERING

KORT NR. 6



Workshop

At anvende workshops til borgerinvolvering handler om at etablere et eller flere møder af en vis varighed, hvor man inddrager borgere i udviklingen af en given aktivitet eller en større indsats. Det har karakter af research, hvor biblioteket får en masse input og perspektiver, de kan arbejde videre med inden for et givet emne – fx konkrete idéer til demokratiaktiviteter eller konkret viden, som kan anvendes i et videre arbejde med emnet.

AGORA

WORKSHOP

EKSEMPEL:

Silkeborg Bibliotekernes arrangement *Kan vi tale sammen* var bygget op om 3 faser, hvor workshop var en del af det metodiske grundlag. **Første fase** involverede individuelle workshops med en HF-klasse og en lokal seniordebatklub. På workshoppen reflekterede de to grupper hver især over generationsforskelle, dannelse og det gode liv og udviklede spørgsmål, de gerne ville samtale om.

Anden fase var en samtaleworkshop, hvor vi brugte den viden, vi opnåede på første møde (fx deres fordomme om hinanden). Vi varmede op med en øvelse i uenighed (de skulle fordele sig på gulvet i henholdsvis "for" og "imod" forskellige udsagn) og en øvelse i at lytte (to og to fortalte de skiftevis om en oplevelse). Dernæst blev de fordelt i mindre grupper, hvor deres forberedte spørgsmål kom i spil. Og til sidst skulle de tilbage i grupperne og reflektere over samtalen.

Tredje fase var et samtalearrangement mellem Anne Sophia Hermansen og Sofie Diemer. Vi anvendte udsagn og observationer fra workshopsene til at vinkle spørgsmål og temaer i interviewet, men bad også deltagerne om at forholde sig til udsagnene direkte. Nogle af de generationsforskelle, vi så i fase 1 og 2, blev også brugt til at stille skarpe spørgsmål til publikum, som kunne svare med rød/grønne kort. Workshopsene gav både en god dybde i vores forberedelse, hvor de fungerede som dataindsamling og inspiration, men de kunne også stå som et element i sig selv, fordi både de unge og seniorerne havde stor værdi af samtalerne.

HVORFOR?

I en bibliotekssammenhæng kan workshops være hensigtsmæssige, når vi har brug for at udvikle nye idéer og/eller viden i samarbejde med borgerne. Herudover kan deltagerne i en workshop også opleve, at selve workshoppen kan have en værdi i sig selv.

HVORDAN?

En workshop kan tilrettelægges på mange forskellige måder. Det handler om at lade deltagerne indgå i en række øvelser, som du designer, så I får viden og input til dit emne eller din indsats. Første skridt er derfor at formulere, hvad målet med workshoppen er – hvad ønsker I at få ud af det? Hvad står I med, når I er på den anden side? Hvad ved I fx mere om?

Dernæst skal I være skarpe på, hvem der skal med. Hvilket segment er I interesseret i at få viden om og fra? I nogle sammenhænge vil det give mening at have en bred gruppe af borgere med, og i andre sammenhænge vil det give mening kun at have repræsentanter fra en bestemt målgruppe. Det afhænger af jeres formål med workshoppen. Et antal mellem 12 og 20 personer kan være fint i forhold til at få kvalificerede svar og input, og det er samtidig et antal, som er til at håndtere i ét fælles rum – i mindre grupper.

Næste skridt er at udvælge øvelserne: Fx plenum-dialog på baggrund af forberedte spørgsmål, interviewform, rollespil, historiefortælling, øvelser på gulvet, strukturerede samtaleformer, dilemmakort, test af prototyper, skriveøvelser, tegneøvelser, forskellige idégenereringsøvelser og meget mere. Søg inspiration her i værktøjskassen.

Start bredt og få etableret et tydeligt tema for workshoppen tidligt, så deltagerne ved, hvilken ramme de skal arbejde og tænke ind i. Tænk workshoppen som en tragt, hvor I bliver mere og mere konkrete og fokuserede i forhold til workshoppens problemstilling. Slut gerne med udvikling af et eller flere løsningsforslag til emnet – konkrete input er både lettere at tale om og lettere at bruge i den efterfølgende proces.

Husk også en opmærksomhed på, hvordan I får viden med fra workshoppen. Optag samtalerne, hvis det er mindre grupper, men hvis der er mange deltagere og mange grupper, skal du tilrettelægge øvelserne, så du får skriftligt output, du kan samle ind efterfølgende.

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.

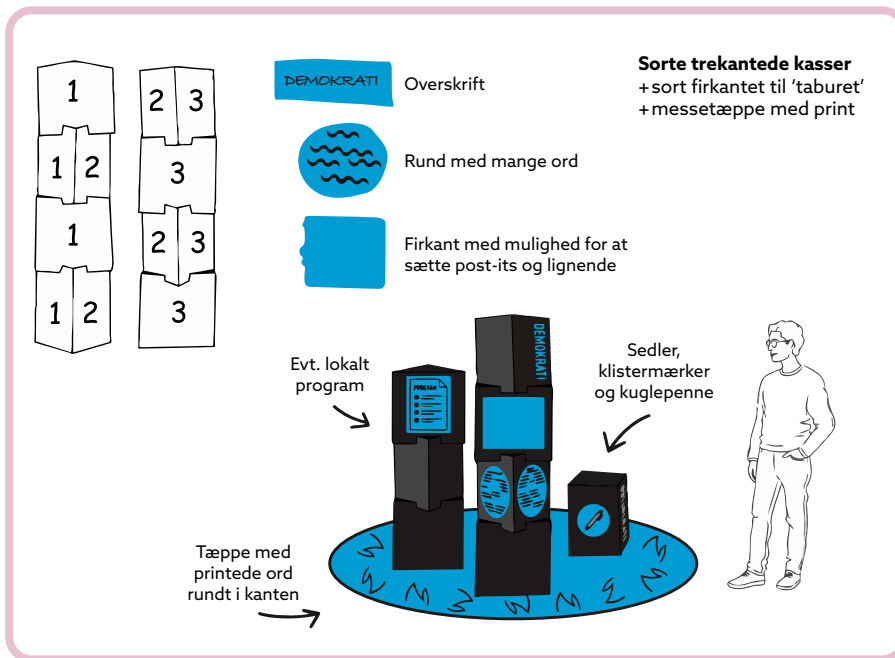
HVORDAN?

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.



DET FYSISKE RUM

KORT NR. 8



Indretning og opstilling til arrangementer

Møblement og indretning er med til at præge deltagernes adfærd, og du bør derfor overveje, hvordan du indretter med udgangspunkt i, hvad du ønsker at opnå med dit demokratiarrangement.

AGORA

INDRETNING OG OPSTILLING TIL ARRANGEMENTER

EKSEMPEL:

1. Til arrangementet *Morgenpolitik* på Silkeborg Bibliotekerne opstillede vi – i stedet for en traditionel stolerække-opstilling – seksmandsborde i en vifte ud fra midten, så alle deltagere havde lige god adgang til dem, der stod på scenen. Opstillingen var med til at understrege, at det var et ligeværdigt rum, og at det var dialogen – og ikke en ekspert – der var i centrum.
2. Arrangementet *Syrien – Hvad nu?* på Silkeborg Bibliotekerne var et foredrag om Syriens historie og fremtid efter Assad-regimets fald. Her havde vi placeret publikum ved caféborde, hvilket gav en del snak ved bordene – også blandt deltagere, der ikke kendte hinanden på forhånd, men som udvekslede rejseberetninger og snakkede om artikler, de havde læst. Det uformelle set up gjorde også, at alle turde stille spørgsmål til oplægsholderen, og arrangementet blev meget interaktivt og dialogbåret.

HVORFOR?

Formålet er at skabe fysiske rammer, der understøtter intentionen med arrangementet. Du kan fx ved hjælp af indretning skabe et rum i rummet, der føles trygt, eller som lægger op til bestemte handlinger blandt deltagerne.

HVORDAN?

I planlægningen af dit arrangement bør du være helt skarp på, hvad det konkret er, du ønsker at opnå med arrangementet – altså intentionen – så du kan understøtte denne bedst.

Overvej derpå, hvilke greb der kunne hjælpe dig til at indfri intentionen. Hvilke konkrete handlinger og/eller stemninger ønsker du til arrangementet, og hvordan hjælper du disse på vej gennem de fysiske rammer?

Da indretning og opstilling til arrangementer har stor betydning for, hvordan deltagernes adfærd er til et arrangement, kan det fx være nødvendigt at flytte reoler samt at overveje, hvordan stole og borde placeres. En opstilling med caféborde og stole kan fx bidrage til en mere hyggelig stemning samt anspre til øget dialog publikummerne imellem, hvorimod stolerækker lægger op til, at man læner sig tilbage og passivt tager imod fra scenen.

Hvis du til et arrangement opfordrer til handling, kan et bord med papir, kuglepenne og lignende gøre det nemmere at bruge samtalekort (se værktøj nr. 41: Samtalekort) eller give mulighed for kreative outputs fra publikum.

DET FYSISKE RUM

KORT NR. 9



Interaktiv udstilling

En interaktiv udstilling kombinerer fysiske elementer og deltagerhandlinger, som tilsammen fremmer refleksion og samtale om et givent emne. Du kan også bruge interaktive udstillinger til at rammesætte et kommende arrangement fx ved, at de besøgende kan stille spørgsmål til oplægsholder eller markere deres interesse for specifikke emner ved at "stemme" med klistermærker. På den måde er udstillingen med til at præge vægtningen til det endelige arrangement.

AGORA

INTERAKTIV UDS STILLING

EKSEMPEL:

Med Skive Biblioteks udstilling *Hvem bestemmer?* blev det fysiske børnebibliotek inddelt i tre alderszoner (0-9 år, 10-12 år, 13-15 år). Hver zone bestod af:

- En bogudstilling med litteratur om det at bestemme
- Et tydeligt og farverigt skilt med spørgsmålet "Hvad må du selv bestemme?"
- Manillamærker, hvor børn kunne skrive eller tegne deres svar
- Et stort spørgsmålstegn-skilt, hvor svarene blev hængt op

Borgerne kunne frit deltage under deres biblioteksbesøg, og mange børn skrev eller tegnede svar sammen med deres forældre, hvilket førte til samtaler om grænser, frihed og ansvar. Resultatet var mange personlige og sjove bidrag samt en tydelig samtale mellem børn og forældre.

HVORFOR?

En Interaktiv udstilling kan fungere som en lavpraktisk, åben formidlingsform, hvor de besøgende inviteres til at deltage frem for blot at observere. Her er formålet at skabe engagement, refleksion og dialog gennem visuelle og deltagende greb. Du kan også anvende udstillinger som optakt til eller som reklame for et kommende demokratiarrangement.

HVORDAN?

Hvis du ønsker at lave en interaktiv udstilling, bør du først afklare, hvad intentionen er med udstillingen. Ønsker du fx at skabe dialog om et emne, få input til rammesætningen af et forestående arrangement, indsamle inspiration til mulige fremtidige aktiviteter eller markedsføre et fremtidigt bibliotekstilbud? Det er vigtigt at være skarp på dette for at kunne skabe en vellykket udstilling.

Dernæst skal du overveje, hvilke elementer der kan understøtte indfrielsen af intentionen. Hvilken form for interaktiv udstilling vil være mest egnet til at få målgruppen til at interagere med udstillingen? Hvad ville motivere dem (opsigtsvækkende farver, sanselighed, udsagn/ord der skiller sig ud og får folk til at stoppe op etc.) Og hvilke elementer, materialer etc. skal indgå i din udstilling?

Når du planlægger en interaktiv udstilling, kræver det en række elementer:

- Et fysisk rum med ordentlig plads til den fysiske udstilling
- Materialer til interaktion (fx skilte, Manillamærker, snor, ophæng, bogudstilling)
- Tydelig visuel formidling og lav indstigningshøjde
- Tilpasning af spørgsmål og sprog efter målgruppen
- Evt. personale som kan invitere til deltagelse på en let og uformel måde

Hvis en udstilling fungerer som optakt til et arrangement, skal den kunne stå selvstændigt uden arrangementet for at give værdi for de besøgende i biblioteksrummet. Her kan udfordringen være at få det hele til at give mening før, under og efter.

Vigtig huskeregel, når du laver interaktive udstillinger: Keep it simple! Det giver en højere grad af interaktion, når det er nemt at afkode og nemt at gå til.

DET FYSISKE RUM

KORT NR. 10



Sceneskift

Et bevidst sceneskift kan være med til at styrke autenticiteten af deltagerens oplevelse af dit demokratiarrangement samt understøtte fordybelse, rolleforandring og differentierede læringssituationer. Ved at flytte en aktivitet fra biblioteksrummet til et autentisk miljø som et spillested eller værksted, kan deltagerne opleve, at der er noget på spil, og at de selv bliver aktører i et større fællesskab.

AGORA

SCENESKIFT

EKSEMPEL:

Til arrangementet *Grundlovsforfest – MelodiGrandPrix* på Skive Bibliotek startede eleverne fra en folkeskole i bibliotekets læringsrum, hvor de arbejdede med Grundloven. De producerede musik med AI og brugte tekster, de havde skrevet i skolen på forhånd. Efter produktionsfasen flyttede gruppen til et spillested for unge, hvor scenen, lyset og publikumsrummet skabte en helt ny energi. Sceneskiftet fungerede som et vendepunkt: Eleverne rettede ryggen, begyndte at tænke som "bands" og tog deres produktioner alvorligt. De oplevede, at de trådte ind i en "professionel" kontekst, og mange udtrykte stolthed over at stå på en rigtig scene. Dommerpanel og præmieoverrækkelse forstærkede følelsen af betydning og gjorde læringen om Grundloven kropslig og oplevelsesbaseret.

HVORFOR?

Formålet er at skabe fornyet energi, ejerskab og engagement hos deltagerne via et fysisk skift af rammer, og på den måde kan sceneskiftet bruges til at skabe en forstærket (lærings-)oplevelse.

HVORDAN?

Du kan anvende sceneskift som en bevidst metode til at forstærke stemning og læring.

Lad aktiviteten starte i et neutralt eller velkendt rum (fx biblioteket), hvor deltagerne forbereder sig ved fx at skrive tekster, researche og samarbejde. Flyt derefter aktiviteten til et nyt rum med en stærk symbolsk betydning – det kunne være et spillested. Skiftet markerer en overgang fra en fase til en anden (fx fra læring til performance) og giver deltagerne mulighed for at træde ind i en ny rolle som kunstnere og formidlere. Dette skaber en tydelig dramaturgi i aktiviteten: forberedelse -> transformation -> fremvisning.

Praktiske elementer:

- Gør deltagerne bevidste om skiftet: "Nu skal vi optræde – vi går på scenen"
- Brug lokationen aktivt: Lys, lyd, scene, dommere, publikum
- Sørg for teknisk og tidsmæssig planlægning, så flowet bevares
- Afslut med fælles refleksion: Hvordan ændrede stedet oplevelsen og jeres motivation?

Værktøjet kræver:

- Adgang til anden lokalitet: Spillested, værksted, forsamlingshus, udendørscene etc.
- Logistik og transport skal planlægges
- Samarbejde med lokale aktører: Spillested, værksted etc.
- Teknik: Lyd, lys, evt. AV-udstyr
- Tydelig rammesætning og pædagogisk forankring: Skiftet skal give mening i forhold til indholdet

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 11



AI-Musikværksted

AI-Musikværksted er et koncept, hvor vi forbinder musikproduktion, tekstskrivning og refleksion over et demokratisk tema (fx Grundloven) og gør arbejdet med demokrati konkret, sjovt og relevant. Det styrker deltagernes forståelse af rettigheder og pligter samt deres oplevelse af medbestemmelse og ytringsfrihed gennem kunstnerisk udtryk.

AGORA

AI-MUSIKVÆRKSTED

EKSEMPEL:

Skive Bibliotek afholdte *Grundlovsforfest – MelodiGrandPrix* med en 6. klasse fra en lokal skole. Eleverne skrev selv tekster om Grundloven og producerede musikstykker ved hjælp af AI-værktøjer. Arrangementet blev afviklet på et lokalt spillested med øvelokaler og scene, og et dommerpanel bestående af bibliotekschefen, en bibliotekar og en ung fra spillestedet vurderede sangene. Der var høj energi, tydelig læring om demokrati og stor glæde ved at kombinere teknologi, kreativitet og medborgerskab.

HVORFOR?

For at engagere børn og unge i demokratiske temaer på en anderledes måde gennem kreativ skaben.

HVORDAN?

Værktøjet kombinerer musikskabelse med brug af kunstig intelligens.

Du starter med at bede deltagerne skrive en tekst over et demokratisk tema, fx Grundloven, hvorefter de bruger AI-værktøjer som Suno.ai og Riffusion.com til at generere melodi og akkompagnement.

Efterfølgende præsenterer de deres numre som et "mini-melodigrandprix", hvor et dommerpanel giver feedback og kårer et vinderbidrag.

Formatet kan gennemføres på ca. 2 timer, når deltagerne på forhånd har forfattet teksterne, og fungerer bedst med:

- Introduktion til tema og AI-værktøjer
- Produktion i små grupper
- Fælles afspilning og bedømmelse
- Refleksion over budskaberne i sangene

Hvad kræver værktøjet?

- Adgang til computer/tablet og internet
- Kendskab til basale AI-musikplatforme (Suno.ai, Riffusion.com etc.)
- Lokale med lydanlæg eller mulighed for fælles afspilning
- Facilitatorer med pædagogisk og teknologisk forståelse
- En samarbejdspartner (skole, klasse eller ungdomsgruppe)

Værktøjet fungerer særligt godt med børn og unge.

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 12



Demokrati Fitness

Demokrati Fitness handler om at sætte fokus på – og træne – hverdagsdemokratiet. Konceptet er udviklet af We Do Democracy som et redskab til at træne deltageres 10 forskellige "demokratimuskler" og fungerer ved, at en "fitnessinstruktør" instruerer deltagerne og guider dem igennem øvelserne.

AGORA

DEMOKRATI FITNESS

EKSEMPEL:

Aarhus Bibliotekerne anvender Demokrati Fitness i forskellige sammenhænge og mest som del af undervisningstilbud til skoleklasser og ungdomsuddannelse. Det gælder fx i undervisningstilbuddet *Demokrati – det er noget vi træner* for 8-9. klasse, hvor vi både forsøger at styrke elevernes viden om demokrati og samfund og deres mod på at engagere sig.

Afhængigt af sammenhængen gennemføres en eller to demokratifitness-øvelser som en del af udvisningstilbuddet. Det kan fx være øvelsen "Uenighed", der træner deltageres evne til at turde at være uenige – og til at tale sammen om det, de er uenige om. Det kan også være øvelsen "Mobilisering", hvor deltagerne finder sammen om sager, de brænder for.

Fælles for alle demokrati fitness-øvelser er, at alle deltagere (fx i et undervisningsforløb) kan tage del i øvelsen samtidig – og at det foregår på en tryk måde, så alle oplever at "træne demokrati".

HVORFOR?

Formålet er at styrke den demokratiske deltagelse ved at invitere til aktiv deltagelse i en tryk arena med kyndig vejledning fra en "fitnessinstruktør". Der er forskellige træningsøvelser med forskellige fokuspunkter, fx at lytte aktivt til hinanden, øve sig i at være uenige og verbal selvtillid.

HVORDAN?

Når I skal afvikle Demokrati Fitness, skal en "fitnessinstruktør" bogstaveligt talt sætte rammen (med kegler) og guide deltagerne igennem øvelserne. Der er en drejebog til hver muskel. På 30 minutter kan I med en gruppe (fra 6 til flere hundrede personer) træne én af de 10 demokratimuskler:

- Aktiv lytning: I et demokrati skal alle vores stemmer høres. Du skal kunne lytte fordomsfrit og lære af andre.
- Aktivist: I et demokrati kan du gøre noget aktivt ved det, du brænder for.
- Empati: I et demokrati skal der være plads til os alle. Du skal kunne rumme folk, der er anderledes end dig selv.
- Holdning: I et demokrati ændrer vi vores holdninger. Du skal kunne sige din mening højt og lytte til andres.
- Kompromis: I et demokrati er der plads til forskellighed. Du skal kunne søge det gode kompromis, hvor alle føler, at de får mere end de giver.
- Mobilisering: I et demokrati er der brug for kvalitet og fællesskab. Når du giver plads til andres input, står vi stærkere sammen.
- Mod: I et demokrati er det vigtigt, at vi deltager. Du skal finde modet til at være med, som du er.
- Nysgerrighed: I et demokrati har vi brug for at lære af hinanden. Du skal kunne sænke dine parader og stikke næsen i sporet.
- Uenighed: I et demokrati er vi ofte uenige. Du skal kunne blive i uenigheden, fordi den gør os klogere på hinanden.
- Verbal selvtillid: I et demokrati har vi alle en stemme. Du skal lære din stemme at kende, så det føles godt at bruge den.

I træningsøvelserne deltager alle på lige fod, og alle øvelser indeholder aktive elementer samt tid til refleksion. I kan anvende træningsøvelserne enkeltvis fx som del af et arrangement eller undervisningstilbud, eller I kan sætte dem sammen, så 2-3 træninger udgør en selvstændig aktivitet.

Teori: Værktøjet er udviklet af We Do Democracy og for at kunne træne andre i Demokrati Fitness, skal I uddannes som trænere. We Do Democracy afholder heldagsworkshops, der stiller deltagerne i stand til at afvikle Demokrati Fitness. Se mere på Demokrati Fitness' hjemmeside <https://demokratifitness.dk/>.

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 13



Demokrati-podcast

Biblioteket kan udnytte podcast-formatet til at nå ud til et større publikum med sine demokratiaktiviteter og kan sikre, at disse får et liv også efter aktiviteten er afviklet. Det er også en mulighed for at få borgere i tale og dele aktive synspunkter.

AGORA

DEMOKRATI-PODCAST

EKSEMPEL:

I forbindelse med *De Dødes Dage* i Horsens optog biblioteket podcast-afsnittet *De dødes dage: Mindeværdige talks*, der blev optaget live på gågaden i Horsens – og i realtid sendt ud via højtalere. Samtalen blev afholdt i KUBEN, en gennemsigtig glasbygning på strøget i Horsens, hvor højtalere muliggjorde, at forbipasserende kunne lytte med og observere samtalens deltagere. Podcast-formatet betød ligeledes, at samtalen efterfølgende kunne lægges på bibliotekets podcast-kanal, hvor endnu flere borgere kunne opleve denne.

En biblioteksmedarbejder interviewede to personer, og temaet for samtalen var sorgen over at miste et nærtstående familiemedlem. Hvordan er tiden lige efter tabet? Er det vigtigt at gå i sorggruppe og tale om det? Og hvordan finder man frem til en ny tilværelse, hvor sorgen er en livslang ledsager?

HVORFOR?

Podcast-formatet kan sikre længere levetid af produktet (fx en samtale imellem to eksperter) samt muliggøre, at indholdet når ud til et bredere publikum. Lytteren får mulighed for at genhøre produktet, ligesom nye lyttere kan opleve det. Podcast-formatet kan ligeledes bidrage til at øge levetiden af et demokratiarrangement.

HVORDAN?

Vær opmærksom på følgende, når du arbejder med podcasts:

Før:

- Brug tid på at vælge et aktuelt og konkret koncept for din podcast.
- Find den vært og de gæster, som kan understøtte din podcast-idé.
- Lav et manuskript, hvor en række forskellige faser og spørgsmål giver overblik i interview/optagefasen.
- Overvej, om en samarbejdspartner kan gavne dit koncept, din adgang til de rigtige netværk i forhold til gæster og din kommende lytterskare.

Under:

- Sæt en klar grænse for podcastens længde. Hvis du optager "for" længe, ender du ud med et stort redigeringsarbejde.
- Lad dine gæster vide, hvad der skal ske under optagelsen.

Efter:

- Sørg for, at din podcast er tilgængelig i alle podcast-apps.
- Brug sociale medier til at formidle podcasten, brug billeder, audiograms, video eller ord.
- Del podcasten direkte med samarbejdspartnere.

Nødvendigheder:

- Teknisk udstyr til produktion af podcast
- Erfaring med interviewteknik
- Viden om lyd er desuden at foretrække

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 14



Diskussionscirkel

Diskussionscirkel er en struktureret samtaleform, hvor deltagerne står i en cirkel og drøfter et givent emne eller dilemma. Det er et format, der fremmer lige deltagelse og respektfuld samtale.

AGORA

DISKUSSIONSCIRKEL

EKSEMPEL:

I *Klimaworkshoppen* for en 8. klasse brugte Skive Bibliotek en diskussionscirkel til at drøfte klimarelaterede emner. Vi delte eleverne i to lige store grupper: halvdelen stillede sig i en cirkel med ryggen mod midten af cirklen, mens eleverne i den anden halvdel stillede sig foran en af eleverne i cirklen. Eleverne blev derpå stillet et spørgsmål, og det blev rammesat, hvor længe de havde til at diskutere spørgsmålet. Når tiden var gået, rykkede eleverne en plads med uret og diskuterede med en ny. Eleverne blev opfordret til at argumentere både for egne og alternative synspunkter. Det skabte stort engagement og refleksion.

Diskussionscirklen kan varieres, så eleverne i indercirklen først får at vide, at de skal argumentere for problemstillingen og ydercirklen imod, og når tiden er gået, byttes der, så de nu skal argumentere modsat.

HVORFOR?

Med en diskussionscirkel kan du skabe refleksion, dialog og demokratisk dannelse blandt deltagerne. Det er et værktøj, som giver mulighed for at afprøve egne holdninger, lytte til andres perspektiver og argumentere for forskellige synspunkter.

Værktøjet kan sikre, at alle stemmer bliver hørt – ikke kun de højtråbende. Deltagerne lærer at lytte aktivt samt træner deres argumentation, refleksion og kritisk tænkning. Tryghed skaber mod – og mod skaber deltagelse. Unge oplever demokrati som noget, man gør, ikke bare noget, man lærer om.

HVORDAN?

Deltagerne står i en cirkel og drøfter et emne, spørgsmål eller dilemma bestemt af facilitatoren. Der kan arbejdes med forskellige roller, så deltagerne skal argumentere for synspunkter, de ikke nødvendigvis selv har, hvilket både styrker evnen til perspektivskifte og kritisk tænkning.

Start med at fortælle, hvad formålet er med at lave diskussionscirklen:

- At lære at udtrykke egne synspunkter
- At lytte aktivt
- At forstå forskellige perspektiver
- At øve respektfuld dialog

Gør det meget konkret, hvad der forventes:

- Ingen afbrydelser
- Man taler én ad gangen
- Man må gerne skifte mening undervejs
- Kritik rettes mod idéer – ikke personer

Introducér emnet tydeligt:

- Det er vigtigt, at spørgsmålet ikke har et facit, men inviterer til refleksion

Tidsstyring:

- Rammesæt, hvor længe deltagerne har til at diskutere spørgsmålet
- Når tiden er gået, beder du deltagerne rykke en plads med uret og diskutere med en ny

Afrunding og refleksion - slut af med en runde:

- "Hvad tager du med fra i dag?"
- "Har du ændret mening om noget?"
- "Hvad fungerede godt i vores samtale?"

Værktøjet er særligt egnet til udskoling og opad, men kan tilpasses yngre målgrupper.

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 15



Frirumsdebatten

Konceptet Frirumsdebat er en særlig debatform, der er velegnet til emner, hvor ét spørgsmål deler folk i to lejre. To debattører med hver deres holdning til et specifikt emne debatterer over 3 runder i et fast format. En moderator styrer debatten, der indledningsvis søger at tydeliggøre deltagerens holdning til emnet, dernæst sættes fokus på refleksion og nuancer, inden publikum kommer på banen til sidst.

AGORA

FRIRUMSDEBATTEN

EKSEMPEL:

Musikjournalistik i en wokekultur var en frirumsdebat mellem musiker Signe Tobiassen og rockjournalist Espen Strunk afholdt af Aarhus Bibliotekerne.

I første runde (30 min.) spurgte moderator ind til de to debattørers holdning, så uenigheden kom tydeligt frem – og så de hver især kunne forklare sig tydeligt:

- Signe Tobiassen mente, at musikjournalistikken har et problem med sexistisk sprog i artikler og anmeldelser. Moderatoren spurgte ind til, hvordan det kommer til udtryk, og hvad hun syntes, vi skal gøre ved det
- Espen Strunk mente, at vi skal værne om ytringsfriheden og den kunstneriske frihed. Moderatoren spurgte ind til hans oplevelser som skribent og de tendenser, han ser i musikjournalistikken

I anden runde (20 min.) spurgte moderator ind til debattørernes holdninger til hinandens synspunkter for at afdække nuancer og dilemmaer.

I tredje runde (30 min.) var det publikum, der havde ordet. Mange var fra musiklivet, så der kom mange relevante kommentarer og spørgsmål.

HVORFOR?

Formålet er at blive klogere på hinandens argumenter og komme bag om stereotyper og fordomme.

HVORDAN?

Start med at invitere to debattører, som har hver sin holdning til et emne. Debatten varer cirka 90 minutter og styres af dig som moderator. Prioritér at invitere direkte ud i de forskellige 'fløje' (plakater i byen, mails til grupper/foreninger, deling på facebooksider), så publikum ikke kun hælder til én side.

Debatten inddeles i tre runder med hvert sit formål:

1. **Konfrontation:** Spørg ind til det emne, debattørerne er uenige om. Formålet er at få deres holdninger klart og tydeligt frem – og at undgå stereotyper, misforståelser og stråmandsargumenter (når man skaber et fejlagtigt billede af sin modparts synspunkter, som man så argumenterer imod).
2. **Refleksion:** Spørg ind til nuancer, gråzoner og tvivl. Start med et mere alment og lidt personligt spørgsmål, som begge debattører svarer på efter tur. Fx: Er der et emne, som du i løbet af dit liv har oplevet at skifte radikalt mening om? Giv 2 minutter til at svare og evt. 2 minutter, hvor de kan tænke over det først. Borgerne i salen kan tale med deres sidemakker om samme spørgsmål imens. Det personlige spørgsmål skaber en pause fra situationen med hårdt optrukken uenighed og minder om, at 'dem fra den modsatte fløj' er mere end dét. Bed derefter debattørerne om fysisk at bytte plads, og spørg ind til nuancerne i debatten. Fx: Nu har du lyttet til din moddebattør – hvor synes du, at han/hun har det bedste argument? Har du hørt noget i aften, der har gjort indtryk på dig? Bliver du nogensinde i tvivl om det her og hvorfor? Hvor ser du de største dilemmaer? Lad debattørerne bytte plads igen.
3. **Deltagerunden:** Gør publikum til deltager og spørg salen om deres input. Hvad skal vi stille op med det her emne? Hvordan kommer vi videre? Deltagerne kan stille spørgsmål, men også dele deres tanker, refleksioner og forslag til løsninger. Debattørerne kan få ordet og svare på konkrete spørgsmål, men det skal helst være deltagerne, der siger mest.

Teori: Debatformatet blev oprindeligt udviklet af de frie skoler, og du finder tilgængeligt materiale her: <https://frirummet.org/frirumsdebatten/debatpilots-vaerktoeskasse>. Det er ikke længere muligt at blive uddannet 'debatpilot', men alle er velkomne til at bruge materialet og tilrette formatet.

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 16



Futures Literacy

Futures Literacy handler om evnen til bevidst og kritisk at anvende forestillinger om fremtiden til at udfordre nutidens antagelser. Målet er at styrke refleksion, handlekraft og demokratisk dømmekraft ved at gøre deltagerne opmærksomme på, hvordan deres forventninger til fremtiden påvirker deres valg og prioriteringer i dag.

AGORA

FUTURES LITERACY

EKSEMPEL:

Randers Bibliotek afholdt et fremtidsværksted baseret på Futures Literacy, hvor borgerne skulle forestille sig at rejse i tiden.

Invitationer under overskriften "En bæredygtig hverdag i Randers år 2050" blev sendt ud til uddannelsesinstitutioner samt seniorfællesskaber, og en HHX-klasse tilmeldte sig til fremtidsværkstedet.

Forestillingsevnen blev understøttet af et soundscape (akustisk lyd, der kan sætte stemningen i et rum), som gav associationer til tidsrejse og nytænkning. Deltagerne skulle i løbet af workshoppen være reflekterende og æstetisk skabende. De blev inddelt i grupper af 3, der skulle forholde sig til spørgsmål i forhold til metodens tre faser (se under 'Hvordan').

Til hver fase blev deltagerne guidet igennem forskellige scenarier, de skulle tage stilling til. Dagen sluttede af med, at klassen skulle vælge en klimahandling, og her valgte de en plantedag for alle skolens elever.

HVORFOR?

Formålet er at nære forestillingsevnen, gøre deltagerne mere bevidste om deres opfattelse af fremtiden og forbedre deres evne til at forestille sig alternative fremtidsscenarier.

HVORDAN?

Futures Literacy udfoldes ofte i en faciliteret proces – et såkaldt "Futures Literacy Laboratory". Processen består typisk af 3 overordnede faser, som du i rollen som facilitator tager deltagerne igennem:

1. Afslør fremtidsforestillinger: I første fase udforsker I deltageres eksisterende forestillinger om fremtiden inden for et givent tema, fx demokrati, teknologi eller lokalsamfundets udvikling. Bed deltagerne beskrive, hvad de forventer vil ske, og hvilke drivkræfter de ser som afgørende. Formålet er at forstå, hvorfor de ser fremtiden, som de gør fx på grund af ubevidste antagelser, værdier og normer, som former deres tænkning
2. Udfordr fremtidsforestillinger: I anden fase arbejder I med et alternativt eller overraskende fremtidsscenario, som udfordrer de gængse forventninger. Bed deltagerne forestille sig radikalt anderledes fremtider – ikke for at forudsige dem, men for at skabe afstand til deres egne selvfølgeligheder. Denne fase åbner for nye perspektiver og kan synliggøre blinde vinkler, magtstrukturer og uudnyttede handlemuligheder.
3. Genovervej nutiden: I tredje fase skal deltagerne reflektere over, hvad de har lært om deres egne antagelser, og hvordan denne nye bevidsthed kan omsættes til handling i nutiden. Fokus er ikke på at udarbejde en fast plan, men på at styrke evnen til kritisk og kreativ fremtidstænkning som demokratisk kompetence.

En seance varer typisk 2-4 timer.

Teori: Værktøjet er baseret på Futures Literacy udviklet af UNESCO. Du kan læse mere her: <https://www.unesco.org/en/futures-literacy/about>

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 17



Fællesspisning

Fællesspisning er et letforståeligt koncept, som helt lavpraktisk handler om at kombinere et fælles måltid med en demokratiaktivitet – fx et foredrag eller en debat.

AGORA

FÆLLESSPISNING

EKSEMPEL:

1. Favrskov Bibliotekerne inviterer årligt brugerne af lokalbiblioteket i Ulstrup til brugermøde, hvor de har mulighed for at give deres mening til kende og komme med forslag til biblioteksledelsen. Her fungerer fællesspisning som ramme om brugermødet, hvor vi udover at spise mad sammen, synger fællessang, ligesom vi fra bibliotekets side giver en beretning om året, der er gået, og lytter til borgernes inputs om, hvordan biblioteket fungerer (og ikke fungerer) for dem. Fællesspisningen gør arrangementet populært (det er også gratis), og selvom mange kommer for maden, hæver det kvaliteten af arrangementets egentlige formål – at indgå i dialog med lokalsamfundets borgere.
2. Favrskov Bibliotekerne arrangerer ligeledes fællesspisninger i forbindelse med børneteater. Her bidrager det fælles måltid til at gøre arrangementet endnu hyggeligere og gør det nemmere for børnefamilierne at deltage, da der er sørget for aftensmaden.

HVORFOR?

Det at dele et måltid sammen og mødes om 'noget fælles tredje' kan – udover at være med til at skabe en behagelig stemning – bidrage til at tiltrække deltagere, som ellers ikke havde nået. Fællesspisning kan på den måde bruges som et middel til at nå målgrupper, som ellers typisk ikke får med til jeres demokratiarrangementer på biblioteket, ligesom det kan hjælpe dialogen på vej deltagerne imellem.

HVORDAN?

Overvej i forbindelse med planlægningen af jeres arrangement, om fællesspisning med fordel kan indtænkes, og i så fald hvordan dette gøres bedst.

Hvordan kan fællesspisningen rammesættes?

Hvilken menu passer bedst til arrangementstypen? (indgår fællesspisningen fx i et arrangement med fokus på bæredygtig kunne det give god mening at servere vegetarisk mad).

Hvordan skal bordopstilling være?

Er bibliotekets lokaler egnede til at tilberede/servere store mængder mad, eller skal I indgå samarbejder med andre?

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 18



Kulturelementer i demokratiarrangementer

At bruge kulturelementer i demokratiarrangementer handler om at anvende kulturprodukter (film, musik, kunst, litteratur etc.) som "det fælles tredje", der kan gøre et emne mere nærværende og følelsesmæssigt relaterbart for deltagerne. Debatten kan på den måde give resonans i det personlige. Det kan ligeledes være en måde at tale ind i aktuelle begivenheder på et mere abstrakt eller universelt plan end fx politiske foredrag, der ofte skal være hyper-aktuelle. Og så kan kulturproduktet fungere som katalysator for dialog om samfundsrelevante emner.

AGORA

KULTURELEMENTER I DEMOKRATIARRANGEMENTER

EKSEMPEL:

1. På Silkeborg Bibliotekerne afholdte vi en *Lyttosalon* og markedsførte den som et musisk generationsmøde, hvor vi opfordrede publikum til at følges med børn, bedsteforældre og lignende. Moderator havde planlagt, hvilke musiknumre der skulle spilles ud fra temaet "Farligt" (fx farligt godt, farligt sprog mv.). Vi sørgede for at skabe luft imellem sangene, som kunne afføde dialog, hvor værten indledte med sine tanker og en begrundelse for, hvorfor han syntes, at sangen var fed, og hvordan den passede ind i temaet. Dernæst var ordet frit og samtalen blev skabt på dagen ud fra deltageres kommentarer. Her faldt snakken bl.a. på musik som bidragende til en fællesskabsfølelse, hvordan man fandt musik før kontra nu, og hvad man kan tillade sig at skrive / sige i forhold til MeToo og krænkelser. Disse temaer ville man sandsynligvis ikke have haft lige så let ved at tage op uden musikoplevelsen.
2. Horsens Bibliotekerne inviterede hver anden uge borgere til arrangementet *Film & snak*, hvilket resulterede i mange fine og fortrolige samtaler. Arrangementerne afholdtes tirsdage kl. 13.30, og her mødtes deltagerne på biblioteket og så sammen en film inden for et udvalgt tema, hvorefter de talte om filmen, og om de tanker den satte i gang hos dem. Den første gang var der to kortfilm på programmet: "Det korte liv" og "Ivalu" – begge film med en grønlandsk vinkel, men som også omhandler en række andre temaer. En bibliotekar styrede samtalen og sørgede for, at der var kaffe på kanden. Gennem arrangementsrækken deltog en fast kerne, men der dukkede også nye ansigter op alt efter emnet. Flere deltagere fortalte, at det var godt at tale om filmene, og at de flere gange fik udfordret deres holdninger. De nævnte også, at det var nemmere at tale i en 'filmklub' fremfor en læseklub, da det dels ikke krævede forberedelse, og dels følte de sig mere hjemmevante i filmmediet og dermed bedre klædt på til at mene noget her end i forhold til litteraturen.

HVORFOR?

Formålet er at anvende kulturprodukter kombineret med debat/dialog til at øge kvaliteten og tilgængeligheden af en demokratiaktivitet og samtidig løfte deltageroplevelsen.

HVORDAN?

Hvis du ønsker at bruge kulturprodukter i forbindelse med demokratiaktiviteter, er der en række ting, du skal have blik for:

- Overvej nøje, hvilket kulturprodukt du vil anvende. Kulturoplevelsen skal være relevant, og tænk over en rød tråd, så samtale og kulturprodukt taler sammen
- Sørg for, at kulturproduktet ikke er af for lang varighed, hvis du gerne vil have tid til samtale efterfølgende. Arrangementet bør ikke vare meget mere end to timer samlet set
- Arrangér, at deltagerne oplever kulturproduktet sammen – fx ved at de sidder i samme lokale og ser en film eller lytter til musik
- Skab derefter åndehuller / rum til samtale i arrangementet deltagerne imellem – kombinér evt. med samtalekort eller andet (se værktøj nr. 41: Samtalekort)
- Rund arrangementet af og tag evt. en runde, hvor I i fællesskab samler op på samtalerne
- Acceptér, at du faciliterer muligheden for en demokratisk samtale, men at det afhænger af publikum, om det reelt bliver det

Værktøjet kræver:

- Udstyr til fremvisning / afspilning af kulturproduktet
- Rettigheder til afspilning af musik og film etc. i det offentlige rum – fx ved at bruge "Filmstriben – på biblioteket" eller indgå samarbejder med rettighedshavere (CPH:DOX og lignende)
- Evt. samtalekort, der kan styre samtalerne

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 19



LEGO® Build the Change

LEGO® Build the Change er et non-profit-program, som siden 2007 har engageret børn og givet dem et kreativt frirum til at bygge løsninger på de virkelige udfordringer, som vores planet står over for. Det er et fast koncept, hvor man arbejder med læring gennem leg og træner færdigheder som kreativitet, kommunikation, designtænkning, problemløsning og samarbejde.

AGORA

LEGO® BUILD THE CHANGE

EKSEMPEL:

Aarhus Bibliotekerne har i forbindelse med *Børnenes Grundlovsfest* på Dokk1 anvendt Build the Change som én blandt flere aktiviteter i festprogrammet. I 2025 byggede børnene idéer til:

- Hvordan man får mere udendørs leg på skolen
- Hvordan man kan mindske skrald i naturen

Build the Change-aktiviteten havde en varighed på 20 minutter. Først blev de to udfordringer (se ovenfor) præsenteret, herefter var der tid til individuelt at bygge idéer og løsninger med LEGO. Til slut præsenterede børnene deres løsninger for hinanden, og idéerne blev fotograferet, så de senere kunne overrækkes til rådmanden for børn og unge i Aarhus Kommune.

HVORFOR?

Build the Change handler om at give børn mulighed for at udtrykke deres idéer og ønsker for fremtiden. Ved at lade børn bygge deres idéer til, hvordan aktuelle samfundsudfordringer kan løses, kan Build the Change bidrage til at styrke børns demokratiske selvtilid – og på den måde påvirke deres vilje, lyst og evne til at deltage i demokratiet.

HVORDAN?

Der findes en række gratis undervisningsforløb designet til at engagere børn i bæredygtighed og miljøet. Undervisningsforløbene er udviklet til brug i skoleklasser og inkluderer alt, hvad du skal bruge for at komme i gang. Du kan downloade de gratis workshop-pakker på linket nedenfor.

Teori: Værktøjet er baseret på LEGO® Build the Change. Se mere om, hvordan du kommer i gang her: <https://www.lego.com/da-dk/sustainability/children/build-the-change>

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 20



Ligeværdige politiske samtaler

Drop scenen. Drop talemonopolet. Drop ekspertrollen. Hvis ønsket er at bringe magthavere og almindelige borgere tættere på hinanden og i samtale, må udgangspunktet være at vinkle sit demokratiarrangement, så almindelige mennesker kan se sig selv i det og føle, at de har noget at byde ind med. Det kan formatet 'ligeværdige politiske samtaler' hjælpe med.

AGORA

LIGEVÆRDIGE POLITISKE SAMTALER

EKSEMPEL:

På Aarhus Bibliotekernes 10 mindste filialer afholdte vi samtalearrangementsrækken *Kaffe & politik* op til kommunalvalget i 2025 med afsæt i ligeværdige møder á 90 minutter mellem tre byråds kandidater og lokale borgere. Her kunne byråds kandidaterne høre om folks oplevelser, og deltagerne fik indblik i byråds kandidaternes politiske perspektiver. En biblioteks medarbejder faciliterede arrangementerne.

Som borger deltog man ved at møde op, tage plads ved et rundbord og i første omgang præsentere sig selv og byde ind med, hvilke lokale emner man er optaget af. Derfra blev samtalen om de emner, som borgerne bragte op, modereret af en medarbejder fra biblioteket. Var der mere end tre emner, stemte alle deltagerne (borgere og politikere) på det emne, de var mest optaget af. På denne måde skabte alle tilstedeværende en dagsorden sammen på stedet.

Det fungerede godt at skabe en hyggelig stemning om bordet, hvor samtalen frit kunne udfolde sig - måske også fordi moderatoren kridtede banen tydeligt op fra begyndelsen ved at fortælle om intentionen med arrangementet og de 6 grundregler for samtalen:

1. Lyt opmærksomt til de andre, og undgå at afbryde eller afspore samtalen
2. Tal ud fra dine egne erfaringer og oplevelser
3. Tal direkte til de andre, og spørg ind til det, de fortæller
4. Brug hverdagsprog
5. Vær nærværende
6. Vi behøver ikke at være enige - vi er her for at blive klogere

HVORFOR?

Målet er at skabe ligeværdige samtaler, hvor alle i rummet - borgere, eksperter, politikere etc. - er i øjenhøjde og deltager på lige vilkår.

HVORDAN?

Kontakt alle byråds kandidater og hør hvem, der ønsker at deltage - gerne 3 politikere til hvert arrangement. Det er vigtigt, at alle byråds kandidater får tilbuddet om at deltage, samt at I tydeligt forklarer, at I forbeholder jer retten til at sammensætte politikerne til arrangementerne, så hele det politiske spektrum repræsenteres. Det er ligeledes essentielt at være meget tydelig på formatet, så byråds kandidaterne ved, hvad de går ind til.

Format:

- Værten byder velkommen, beskriver formatet og præsenterer en række grundregler (se grundreglerne i eksemplet) for en god samtale. Brug hverdagsprog, inviter deltagerne til at tale ud fra egne erfaringer og levet liv, inviter til nysgerrighed og nærvær
- Politikerne præsenterer kort sig selv og deres motivation for at deltage
- Borgerne præsenterer sig selv med navn og en sætning om: "Et lokalt emne jeg er optaget af"
- Facilitator skriver alle nævnte emner op og sammen beslutter deltagerne (evt. via afstemning), hvilke 2-3 emner der skal udgøre dagsordenen
- Runderne køres med først borgerperspektiv, så politikerrespons, så åben, faciliteret samtale
- Arrangementet afrundes med en fælles refleksion

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 21



Munk-debat

Munk-debat er et fast format opbygget omkring et klart og skarpt formuleret udsagn, som to "sider" argumenterer for og imod. Hver side repræsenteres typisk af 1-2 debattører med faglig indsigt eller tydelige perspektiver på emnet. Debatten indledes med, at publikum stemmer på udsagnet – fx enig, uenig eller i tvivl. Herefter følger en række debatrunder, hvor debattørerne fremlægger deres hovedargumenter, udfordrer hinandens synspunkter og uddyber deres positioner. Afslutningsvis stemmer publikum igen.

AGORA

MUNK-DEBAT

EKSEMPEL:

En Munk-inspireret debat kunne fx tage udgangspunkt i udsagnet: "Sociale medier styrker demokratiet". Arrangementet indledes med, at en debattør argumenterer for udsagnet (fx en digital aktivist), mens en anden debattør argumenterer imod (fx en demokratiforsker). Publikum stemmer før og efter debatten og inviteres efterfølgende til uformelle samtaler i mindre grupper. Aktiviteten styrker borgernes forståelse for demokratiets vilkår i en digital tidsalder og giver plads til refleksion over egen holdning.

HVORFOR?

Munk-debatformatet har til formål at skabe en debat om komplekse og samfundsrelevante emner på en levende og nuanceret måde. Formatet er velegnet til at engagere borgere i demokratiske samtaler ved at gøre uenighed legitim, synlig og konstruktiv. Fokus er ikke på at kåre den retorisk stærkeste debattør, men på at flytte holdninger gennem saglige argumenter og respektfuld dialog.

HVORDAN?

Når du skal afvikle en Munk-debat, er det som nævnt essentielt at tage udgangspunkt i et tydeligt formuleret udsagn, som to "sider" kan argumentere henholdsvis for og imod. Hver af de to sider repræsenteres af debattører, som kan formidle viden om emnet og/eller har en tydelig holdning til emnet.

Under selve debatten har du som moderator ansvar for at sikre struktur, tidsstyring og en god tone.

Indled debatten med at bede publikum stemme om et udsagn – er de enig, uenig eller i tvivl. Brug en fysisk eller digital ramme, der understøtter dialog og afstemning (fx farvede pap-kort eller Mentimeter – se værktøj nr. 36: Afstemninger). Derefter gennemfører du en række debatrunder, hvor debattørerne har mulighed for at fremlægge deres hovedargumenter, udfordre hinandens synspunkter og uddybe deres positioner.

Afslutningsvis beder du publikum stemme igen. Vinderen er den side, der har formået at flytte flest publikumsstemmer – uanset om det er fra enig til uenig, eller fra tvivl til en klarere holdning. Dermed belønner formatet evnen til at overbevise og nuancere frem for blot at bekræfte allerede eksisterende holdninger.

Teori: Munk er et debatformat udviklet af Peter Munk og Rudyard Griffiths i Canada i 2008. Læs evt. mere her:

<https://munkdebates.com/about/>

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 22



Rapid prototyping

Rapid prototyping er en metode, hvor deltagerne hurtigt skitserer, bygger eller visualiserer deres idéer med simple materialer eller digitale værktøjer. Det handler ikke om at skabe færdige produkter, men om at afprøve og konkretisere tanker og koncepter. Metoden kan bruges i demokratiworkshops, undervisning og udviklingsforløb, hvor kreativitet og deltagelse er i centrum.

AGORA

RAPID PROTOTYPING

EKSEMPEL:

Til *Klimaworkshoppen* på Skive Bibliotek arbejdede en 8. klasse med fremtidens bæredygtige transportmidler. Efter oplæg og diskussioner fik eleverne til opgave at udvikle deres egne transportidéer ved hjælp af rapid prototyping. De brugte både fysiske og digitale materialer til at visualisere deres løsninger og argumenterede for de bæredygtige kvaliteter. Metoden skabte stort engagement og gjorde det lettere for eleverne at omsætte abstrakte tanker til konkrete forslag.



HVORFOR?

Rapid prototyping kan hjælpe med at omsætte idéer til konkrete modeller hurtigt og kreativt. Det fremmer innovation, samarbejde og refleksion – især i processer, hvor deltagerne skal udvikle løsninger på komplekse problemstillinger som fx klima og bæredygtighed.

HVORDAN?

Grundprincipper i rapid prototyping er: Test tidligt, Test småt, Lær hurtigt, Fejl er data.

Typiske trin i rapid prototyping:

1. Definér udfordringen: Formulér klart, hvad I vil udvikle eller afprøve. Afgræns målgruppe og formål.
2. Udvikl en hurtig idé: Brainstorm flere mulige løsninger. Vælg én idé, som kan testes hurtigt. Undgå at perfektionere – fokus er læring, ikke færdigt produkt.
3. Lav en simpel prototype: Skab en meget enkel version af løsningen. Det kan fx være en skitse på papir, en mock-up, en rollespilsafprøvning, en midlertidig opsætning i et rum. Prototypen skal være billig, hurtig og midlertidig. Sørg for at have materialer til modellering tilgængelige (fx pap, tape, LEGO, papir, digitale værktøjer).
4. Test med brugere: Præsenter prototypen for den relevante målgruppe. Observer deres reaktioner og adfærd. Stil åbne spørgsmål: Hvad fungerer? Hvad er uklart? Hvad mangler?
5. Indsaml feedback og læring: Notér konkrete indsigter. Identificér styrker, svagheder og overraskelser. Fokusér på, hvad I har lært - ikke på at forsvare jeres idé.
6. Justér og gentag: Forbedr prototypen på baggrund af feedback. Test igen. Gentag processen i flere iterationer, indtil løsningen fungerer tilfredsstillende.

Metoden er velegnet til børn og unge, især i undervisnings- og workshopformat.

FASTE KONCEPTER

KORT NR. 23



Samtalesalon

En samtalesalon er et fast koncept, hvor værten ved hjælp af stramme rammer og underfundige spørgsmål sørger for, at deltagerne indgår i dialoger om vigtige emner med nogen, de ikke kender i forvejen.

AGORA

SAMTALESALON

EKSEMPEL:

Umiddelbart inden Horsens Biblioteks arrangement *Europas sikkerhed* med Peter Viggo Jakobsen, afholdt vi en samtalesalon (2 timer), der gav deltagerne mulighed for at gå i dybden med aftenens tema, komme til orde og høre andre, der ikke nødvendigvis delte mening med dem. Formålet var ikke at blive enige, men at lytte til hinanden.

Alle deltagerne sad i rundkreds. Moderatoren rammesatte emnet (Europas sikkerhed) gennem en statistik, der viste, at 'forsvar' og 'sikkerhed' for første gang ligger øverst på listen over, hvad befolkningen finder vigtigt. Dét kickstartede snakken om, hvorfor emnet til aftenens arrangement var vigtigt. Deltagerne blev herefter bedt om at dele egne erfaringer. Der var mange forskellige historier – blandt andet en russisk/ukrainsk kvinde, som nuancerede samtalen. Hendes historie var formentlig ikke kommet frem, hvis der havde siddet en ekspert i kredsen.

Moderatoren stillede nye spørgsmål løbende – skiftevis i plenum eller to og to. Det er vigtigt at sætte nye vinkler på emnet løbende, så de personlige historier ikke tager over for nogle af gæsterne, og det bliver svært for de andre at spille ind.

Til sidst opsummerede vi forløbet. Vi havde været inde i en række personlige vinkler på emnet Europas sikkerhed, og deltagerne var imponerede over, hvor meget de havde fået med om emnet. Med kun en enkelt statistik og 10 personer blev emnet nuanceret, og deltagerne kunne tage videre til ekspertoplægget med Peter Viggo med en helt anden forståelseshorisont.

HVORFOR?

Det handler om små skub, der får folk til at falde i snak. Formålet er at starte en samtale om et bestemt emne samt at styre samtalen, så fokus på emnet fastholdes. Værktøjet kan bidrage til at skabe et ligeværdigt udgangspunkt for samtalen og gøre det nemmere at møde nye mennesker i åben, ærlig og fordomsfri dialog.

HVORDAN?

En samtalesalon kan både stå i egen ret og fungere som optakt til et andet arrangement, hvormed deltagerne får mulighed for at gå i dybden med emnet før arrangementet. Du kan ligeledes anvende samtalesaloner som 'ice-breaker' i samtaler, hvor deltagerne ikke kender hinanden.

En klassisk samtalesalon forløber over to timer, hvor du som vært på forhånd har udvalgt et emne og sammensat en drejebog med forskellige samtaleøvelser.

Efterhånden som deltagerne ankommer, sætter du dem løbende i gang med at tale sammen to og to ud fra nogle tilfældige stikord. Når alle deltagerne er ankommet, byder du som vært velkommen og fortæller, hvorfor du har valgt dagens emne. Dernæst er der typisk en "samtalekvadrille", hvor deltagerne snakker med tre forskellige samtalepartnere om tre forskellige spørgsmål.

Midt i samtalesalonen beder du deltagerne sætte sig to og to i en halv time over en samtalemenu, der består af 5-7 lidt "drillende" spørgsmål, hvor du eksempelvis tillader dig at lægge dem ord i munden. Dette greb kan bidrage til at skabe en dybere og mere personlig samtale.

Afslutningsvis kan du runde af med en spontan sparringsøvelse, hvor deltagerne går hjem med konkrete, gode råd fra de andre gæster.

Husk at slutte til tiden – men sørg samtidig for, at deltagerne kan blive hængende en halv times tid og snakke af, hvis de har lyst.

Teori: Værktøjet er baseret på Andreas Lloyd og Nadja Pass metode. Læs mere i deres gratis håndbog:
https://samtalesaloner.dk/wp-content/uploads/2016/01/Samtalesaloner_web.pdf

PLANLÆGNING OG EVALUERING

KORT NR. 24



Demokrati-mixerpult

Demokrati-mixerpulten er et internt værktøj, du kan anvende i planlægningen af demokratiaktiviteter. Mixerpulten består af tre skalaer, som der kan skures op og ned for, når en demokratiaktivitet designes:

Skala 1: Fra Græsrodder til Beslutningstagere

Skala 2: Fra Individ til Fællesskab

Skala 3: Fra Refleksion til Handling

AGORA

DEMOKRATI-MIXERPULT

EKSEMPEL:

I forbindelse med planlægningen og udviklingen af Aarhus Bibliotekernes kommunalvalgsaktiviteter i 2025 har demokrati-mixerpulten hjulpet til, at vi har haft blik for at udvikle og afholde aktiviteter med forskellige former for demokratisk deltagelse.

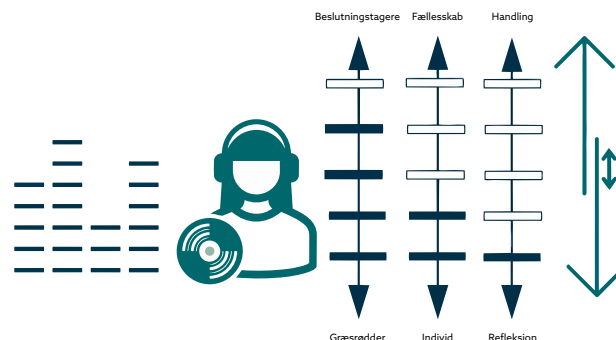
1. Til vores arrangement *Den Store Valgdebat* ville vi gerne samle spidskandidaterne fra de 11 etablerede partier til en debat på Rampen på Dokk1, hvor der er plads til ca. 400 publikumsdeltagere. Intentionen var altså et arrangement, hvor der på kanal 1 var skruet helt op på "beslutningstagere" (versus "græsørdder"), mens kanal 2 og 3 var indstillet på "individuel" og "refleksion" over, hvem man vil stemme på til valget (versus "fællesskab" og "handling").
2. Aarhus Bibliotekerne afholdt 10 arrangementer i serien *Kaffe og Politik*. Intentionen med disse arrangementer var, at borgere og byråds kandidater i øjenhøjde kunne møde hinanden i trygge og hyggelige rammer, sådan at byråds kandidaterne kunne høre om borgernes oplevelser, og deltagerne omvendt kunne få indblik i byråds kandidaternes politiske perspektiver. Til de arrangementer stod mixerpultens kanal 1 derfor indstillet midt imellem "Græsørdder" og "Beslutningstagere", mens kanal 2 var skruet op på "fællesskab" (versus "individ") og kanal 3 ned mod "refleksion" (versus "handling").

HVORFOR?

Demokratisk deltagelse kan tage mange former. For at opnå tydelighed om hvilken form for demokratisk deltagelse man ønsker at opnå med en given demokratiaktivitet, kan "demokrati-mixerpulten" anvendes i udviklings- og designfasen.

HVORDAN?

Ved planlægning/udvikling af din demokratiaktivitet forholder du dig til, hvordan du ønsker at indstille mixerpulten:



Ønsker du fx at skabe en stor, klassisk paneldebat med kendte politikere (fx i forbindelse med et valg) vil der på demokrati-mixerpultens kanal 1 være skruet op på "beslutningstagere", på kanal 2 vil der typisk være vægt på "individ" fremfor "fællesskab" mens kanal 3 vil være indstillet på "refleksion" i stedet for "handling".

Det er vigtigt at understrege, at alle indstillinger på demokrati-mixerpulten har noget at byde på. Med andre ord tjener det ikke nødvendigvis formålet fx at skruer op på "beslutningstagere", "fællesskab" og "handling". Den rette indstilling er den, der passer til intentionen med demokratiaktiviteten.

Teori: Aarhus Bibliotekernes Demokrati-mixerpult er inspireret af professor Birgit Erikssons deltagelsesteori (Æstetik og Kultur ved Aarhus Universitet)

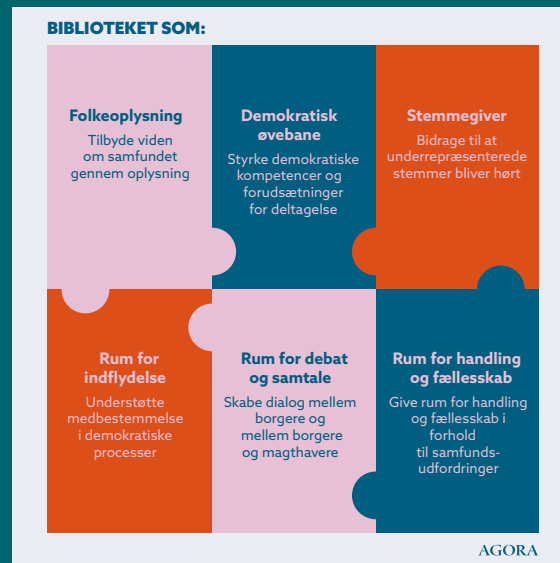
PLANLÆGNING OG EVALUERING

KORT NR. 25



Demokratiroller

I AGORA-projektet har vi udviklet en demokratirollemodel, der fungerer som et strategisk og praktisk værktøj, der kan hjælpe os som bibliotek med at afklare, hvilken demokratisk funktion vi vil og kan udfylde - og hvordan vi bruger vores ressourcer bedst muligt.



DEMOKRATIOLLER

HVORFOR?

Demokratirollemodellen hjælper os med at sætte klar retning for demokratiarbejdet. Med den kan vi beslutte hvilke indsatser, der giver mest mening i relation til bibliotekets lokale kontekst, og vi undgår på den måde at "ville det hele på én gang". Vi opnår sammenhæng mellem strategi, aktiviteter og ressourcer.

Samtidig kan modellen hjælpe os med at styrke kvaliteten i de enkelte demokratiaktiviteter ved bl.a. at sikre, at vi vælger de metoder, formater mv., som matcher rollerne. Vi ved, hvor vi skal sætte ind med kompetenceudvikling, fordi vi ved, hvad den enkelte rolle kræver, og vi kan arbejde mere systematisk med fx evaluering.

Endelig giver modellen os også et fælles sprog og forståelse, som både styrker den interne koordinering og faglige refleksion, men som også gør os skarpere, når vi over for eksterne samarbejdspartnere skal sætte ord på, hvad det er, vi præcist kan bidrage med.

HVORDAN?

Brug modellen til at kvalificere dialogen om jeres nuværende demokratiaktiviteter i forhold til de 6 demokratiroller. Kortlæg fx de demokratiaktiviteter, I har afviklet de sidste 2 år på jeres bibliotek. Hvor vil I placere de enkelte aktiviteter i modellen? Hvordan ser det ud? Er der nogle demokratiroller, I indtager i særlig stor eller lille grad?

Tag en snak om, hvorvidt det er bevidste valg, eller det blot er "blevet sådan".

Spørg jer selv: Hvilke årsager er der til fordelingen? Og hvilke konsekvenser har denne fordeling?

Tag så en snak om, hvorvidt I ønsker at ændre denne fordeling. Hvor ønsker I at bevæge jer hen med jeres demokratiindsatser med afsæt i rollerne? Ønsker I fx med jeres fremadrettede udvikling at sætte ind med aktiviteter, hvor I indtager flere roller? Eller færre roller? Eller er der en bestemt rolle, I ønsker at arbejde mere med over tid? Og hvorfor?

Med afsæt i det, I beslutter jer for (fx at arbejde mere med rollen "demokratisk øvebane"), overvej I følgende:

1. Hvilke metoder skal I så arbejde mere med?
2. Hvilke kompetencer forudsætter det – og er der evt. brug for kompetenceudvikling?
3. Hvilke målgrupper henvender I jer til med den nye indsats? Og er der særlige behov, I skal være opmærksomme på her?
4. Hvilke samarbejdspartnere eller partnerskaber kræver det?
5. Hvilke risici kommer med rollen – og hvordan vil I håndtere det?
6. Hvordan vil I følge op på jeres nye fokus på den pågældende rolle? Og hvornår?
7. Og hvordan hænger det sammen med jeres øvrige strategiske indsatser i organisationen?

Husk: Formålet med modellen er ikke, at alle biblioteker skal arbejde med alle 6 roller på lige niveau, men at I som bibliotek er bevidste om, hvilke demokratiroller I ønsker at arbejde med – og hvorfor.

I kan også bruge demokratirollemodellen til at planlægge og udvikle konkrete demokratiaktiviteter. Her anbefaler vi, at I bruger modellen i samspil med AGORA-værktøjskassen. Det er anført på hvert værktøj, hvilke demokratiroller det pågældende værktøj er særligt anvendeligt til. Ønsker I fx at arbejde mere med rollen "Demokratisk Øvebane", skal I blot finde kortene med ikonet for demokratisk øvebane og bruge disse som inspiration. Se kort nr. 0 for en oversigt over ikonerne.

Teori: Modellen er udviklet i AGORA-projektet. Du kan læse mere om de 6 demokratiroller og få inspiration til, hvilke typer af aktiviteter som matcher de enkelte roller her:

<https://www.herningbib.dk/agora>

PLANLÆGNING OG EVALUERING

KORT NR. 26



Demokratitræet

Demokratitræet er et internt værktøj, som du kan bruge i dit arbejde med det demokratiske værtskab for at styrke borgernes demokratiske selvtilid.

Den enkeltes demokratiske selvtilid er sammensat af tre delelementer, der til sammen påvirker viljen, lysten og evnen til at deltage i demokratiet:

1. Man tror på, at man har noget at sige, og man gør det.
2. Man oplever, at nogen er villig til at lytte til en.
3. Man tror på, at man kan handle og påvirke samfundet.

For at vedligeholde eller styrke den demokratiske selvtilid hos borgerne, er det vigtigt, at vi arbejder med vores demokratiske værtskab. Det vil sige, at vi som værter gør, hvad vi kan for at:

- A. skabe en *stemning*, hvor det opleves som trygt at give udtryk for ens holdning
- B. skabe *relationer*, sådan at vi lytter til hinanden
- C. give mulighed for at *handle* og påvirke samfundet

AGORA

DEMOKRATITRÆET

EKSEMPEL:

I forbindelse med planlægning og afvikling af Aarhus Bibliotekernes arrangementsserie *Kaffe og politik* var det intentionen at skabe en række arrangementer, hvor borgere og byråds kandidater i øjenhøjde kunne møde hinanden i trygge og hyggelige rammer. Målet var, at byråds kandidaterne kunne høre om borgernes oplevelser, og borgerne kunne få indblik i byråds kandidaternes politiske perspektiver.

For at bidrage til den ønskede stemning, hvor en uformel og ligeværdige samtale kunne finde sted, blev arrangementerne derfor afholdt om et kaffebord. Fraværet af en scene eller et podie til magthavere og beslutningstagere (her politikere) kan bidrage til at udligne magtasymmetrimen mellem dem og borgerne.

For at styrke relationerne mellem deltagerne blev kaffe og politikarrangementerne indledt med en runde, hvor alle præsenterede sig og fortalte, hvad de var optagede af i lokalområdet. På den måde blev alle inviteret ind i samtalen og lyttede til hinanden. Det gjorde barrieren for at deltage i den videre samtale væsentligt lavere.

Det demokratiske handlingselement i kaffe og politikarrangementerne var, at man som borger fik direkte adgang til at tale med og dermed måske også mulighed for at påvirke lokale byråds kandidater.

HVORFOR?

Ved at koble begreberne "demokratisk selvtilid" og "demokratisk værtskab" kan demokratitræet bidrage til at skabe de bedste forudsætninger for demokratisk deltagelse i forbindelse med udvikling og afholdelse af aktiviteter og arrangementer på biblioteket.

HVORDAN?

Overvej med udgangspunkt i Demokratitræet, hvilket demokratisk værtskab du ønsker at levere i forbindelse med dit arrangement. Altså, hvordan du vil:

- skabe en stemning, hvor det opleves som trygt at give udtryk for ens holdning: Hvilken rammesætning kræver arrangementet for eksempel? Hvilke handlinger vil understøtte en tryk stemning i rummet? Hvordan kan I indrette rummet, så det medvirker til den rette stemning?
- skabe relationer, sådan at vi lytter til hinanden: Hvordan kan vi styrke relationsdannelsen i rummet? Hvilke små øvelser eller greb i dialogen kan træne vores evne til at lytte? (find evt. inspiration i værktøjerne nr. 35-46 under kategorien "Øget deltagelse")
- give mulighed for at handle og påvirke samfundet: Hvordan afslutter vi for eksempel selve arrangementet? Hvad vil give en oplevelse af, at vi gør en reel forskel og kommer videre med noget?

Om der er vægt på det ene eller andet af disse værtskabselementer, afhænger af intentionen med arrangementet. Handling er med andre ord ikke altid målet. At dele perspektiver, lytte og blive klogere rummer også stor demokratisk værdi.

Pointen er, at bibliotekets demokratiske værtskab påvirker gæsternes demokratiske selvtilid – og ved at være bevidste om det, kan vi planlægge bedre demokratiaktiviteter.

Teori: Demokratitræet er udviklet af Aarhus Bibliotekerne med inspiration fra Dansk Ungdoms Fællesråds definition af demokratisk selvtilid og med inspiration fra civilsamfundsorganisationen Sager der samlers fokus på det demokratiske værtskab.

PLANLÆGNING OG EVALUERING

KORT NR. 27



Forventningsafstemning og rammesætning

Værktøjet handler om at skabe en fælles forståelse og tydelige rammer for samarbejdet eller arrangementet.

AGORA

FORVENTNINGSAFSTEMNING OG RAMMESÆTNING

EKSEMPEL:

Da Viborg Bibliotekerne skulle planlægge *Demokratiets Dag*, inviterede vi alle interesserede kollegaer ind til et udviklingsmøde – også dem, der ikke kendte til AGORA-projektet. Det var et stort møde, hvor tovholderen startede med at sætte rammen ved at fortælle om projektet, ønskerne til arrangementet, introducerede deltagerne for temaet for dagen ("værdi") og bad alle deltagerne præsentere deres tanker. På den måde var vi alle sporet ind på temaet og på bølgelængde. Det affødte en rigtig god dialog og idégenerering, der senere blev til et fedt program med mange fagligheder.

HVORFOR?

Formålet er at sikre, at alle deltagere kender formålet, rollerne og spillereglerne i forbindelse med et arrangement / samarbejde, således man undgår misforståelser og får skabt et trygt og produktivt forløb.

HVORDAN?

Forventningsafstemning og rammesætning er meget aktuelt i forbindelse med større og komplekse demokratiaktiviteter.

Forud for aktiviteten indkalder du alle relevante kolleger mv. til et møde med fokus på rammesætning. Start med at introducere formålet med arrangementet, workshoppen eller samarbejdet og skitsér dine tanker om aktiviteten.

Invitér derpå deltagerne til at dele deres egne forventninger – dette kan gøres mundtligt i plenum, via post-its eller en kort spørgerunde.

Herefter opsummeres og konkretiseres fælles mål og rammer – fx tidsplan, roller, ansvar og succeskriterierne. Hvis I oplever, at der er et mismatch eller uenighed deltagerne imellem, skal disse afklares.

Til sidst skriver du rammer og aftaler op synligt, så alle kan referere til dem undervejs.

PLANLÆGNING OG EVALUERING

KORT NR. 28



Logbog til evaluering

Logbog til evaluering handler om at etablere en systematisk fremgangsmåde til evaluering af demokratiaktiviteter med afsæt i en fast skabelon.

AGORA

LOGBOG TIL EVALUERING

HVORFOR?

Formålet er at evaluere bibliotekets demokratiaktiviteter systematisk med henblik på, at erfaringer og læring opsamles og deles i organisationen. Derudover kan værktøjet skabe en øget bevidsthed om og overblik over typer af aktiviteter, I afvikler på biblioteket – og hvad der særligt karakteriserer dem.

HVORDAN?

Efter I har afviklet en demokratiaktivitet, afholder I et møde, hvor I udfylder logbog-skabelonen nedenfor. Det kan også give mening at bruge skabelonen som hjælp i planlægningsfasen af aktiviteten, da den kan sikre, at I kommer omkring en række relevante overvejelser.

Fremgangsmåde: Udpeg en facilitator, som har ansvar for at lede mødet og sikre et lærende og evaluerende fokus i samtalen. Udpeg samtidig en referent, som har til opgave at notere i logbogen. For at sikre det største udbytte deltager alle relevante medarbejdere ideelt set i evalueringen – alternativt kan logbøgernes hovedpointer deles med relevante kolleger efterfølgende.

LOGBOG-SKABELON:

Beskrivelse:

Aktivitetens navn og kort beskrivelse af aktiviteten

Formål/mål med aktiviteten:

Hvorfor er aktiviteten vigtig?

Hvad ville vi gerne opnå med aktiviteten – og hvorfor?

Hvad skulle der til for, at vi forud for afviklingen ville betegne aktiviteten som en succes – og i hvilken grad, opnåede vi dette?

Udfordringer:

Hvilke demokratiske udfordringer forsøgte vi at imødekomme med aktiviteten?

Metode og deltagelsesform:

Hvad gjorde vi konkret i forhold til metode?

Hvilken betydning havde metodevalget for resultatet?

Hvordan deltog man som borger i aktiviteten?

Hvad fungerede godt, og hvad fungerede mindre godt i forhold til deltagelsesform og metode?

Målgruppe(r):

Hvem var målgruppen for aktiviteten (Husk "alle" eller "dem, der kom" er ikke en målgruppe)?

Hvilke deltagelsesbarrierer havde vi identificeret i forhold til målgruppen, og hvordan arbejdede vi med disse?

Demokratirolle:

Hvilken af de 6 AGORA demokratiroller ønskede vi som bibliotek at indtage med aktiviteten? Efterfølgende refleksioner i forhold til bibliotekets rolle? (Se værktøj nr. 25: Demokratiroller)

Læring:

Hvad er den vigtigste læring fra aktiviteten?

Hvad er næste skridt?

Hvordan vil vi justere lignende fremtidige aktiviteter?

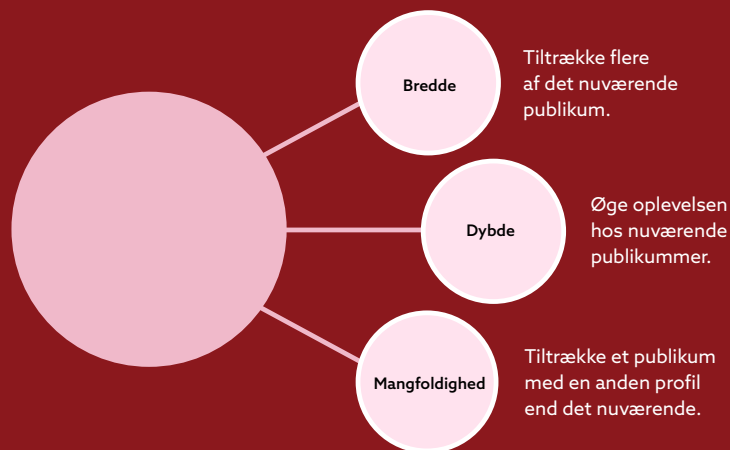
STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 29



Bredde, Dybde, Mangfoldighed

Når man skal arbejde strategisk med målgrupper og demokratiindsatser og -aktiviteter, er det vigtigt at gøre sig klart, hvad man ønsker at opnå. Og hvorfor. Disse overvejelser kan med fordel tage afsæt i nedenstående model:



BREDDE, DYBDE, MANGFOLDIGHED

HVORFOR?

Modellen er god til at tydeliggøre, hvad I ønsker at opnå med aktiviteten, indsatsen eller jeres generelle målgruppearbejde. Den gør jer i stand til at blive skarpere på, hvor I vil hen – og hvilke knapper I så skal skrue på for at opnå netop det.

HVORDAN?

Prøv fx indledningsvis at kortlægge de demokratiaktiviteter, I har kørt de sidste to år på jeres bibliotek ved at placere de enkelte aktiviteter i modellen. Er det aktiviteter, som primært har til hensigt at skabe:

- Bredde: Vi ønsker, at der kommer flere af dem, der allerede kommer på biblioteket
- Dybde: Vi ønsker, at de, der allerede kommer på biblioteket, skal komme oftere og bruge mere tid her
- Mangfoldighed: Vi ønsker, at der skal komme andre segmenter end dem, der plejer at komme på biblioteket

Tag en snak om, hvorvidt det er bevidste valg, eller blot er "blevet sådan"? Spørg jer selv: Hvilke årsager er der til fordelingen? Og hvilke konsekvenser er der ved fordelingen?

Tag så en snak om, hvorvidt I ønsker at ændre denne fordeling. Ønsker I med jeres fremadrettede udvikling at sætte mere ind med aktiviteter, der har fokus på Bredde? Dybde? Eller Mangfoldighed? Gør jer det klart, hvorfor I ønsker dette, inden I kaster jer ud i det. Formålet med modellen er *ikke*, at alle biblioteker skal arbejde på alle tre niveauer – men at I som bibliotek er bevidste om, *hvilke* niveauer I arbejder med og hvorfor.

Arbejd dernæst med, hvordan I sikrer jer, at I opnår målet:

- Bredden: Hvordan kan I udnytte den viden, I har om dem, der allerede kommer nu, til at skabe markedsføring og kommunikation, som når endnu bredere ud til borgere med samme profil?
- Dybden: Hvordan kan I "skrue på" de eksisterende formater, I har, så I skaber noget uden om selve aktiviteten, der kan styrke relationen og oplevelsen for de nuværende publikummer? Vær nysgerrige på deres behov og motivation. Hvordan skaber I merværdi for dem? Hvordan styrker I relationen til dem? Hvordan kan I skabe noget uden om eller i selve aktiviteten, som vil give dem en endnu dybere oplevelse? (se bl.a. værktøj nr. 35: Meningsfulde oplevelser og nr. 37: De 4 oplevelsesdomæner)
- Mangfoldigheden: Hvilke målgrupper vil I være noget for og hvorfor? Hvordan kan I blive klogere på disse målgruppers behov? Kun ved at opnå den viden, kan I skabe målrettede aktiviteter og markedsføring (se bl.a. værktøj nr. 32: Partnerskaber og nr. 33: Personaer)

Teori: Modellen er udarbejdet af Applaus (bearbejdet fra Bollo et al., Study on Audience Development. How to place audiences at the centre of cultural organisations. 2017)

STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 30



Klubfællesskaber

Klubfællesskaber handler om at skabe eksklusive demokrati-fællesskaber, hvor biblioteket kan tilbyde særlige fordele til udvalgte målgrupper – og hvor I samtidig har mulighed for at arbejde strategisk med det pågældende fællesskab med henblik på fx at styrke og fastholde relationen til målgruppen, indsamle data om målgruppen og/eller sikre jer én effektiv kanal med markedsføring direkte til målgruppen.

AGORA

KLUBFÆLLESSKABER

EKSEMPEL:

Herning Bibliotekernes *Her er debat*-klub er et eksempel på en måde at arbejde med klubfællesskaber på. Det fungerer som et nyhedsbrev, som vi sender ud til kernepublikummet til vores demokratiaktiviteter. På den måde fastholder vi de af vores borgere, der har angivet interesse i denne type af arrangementer samt laver direkte salg til dem. Vi giver dem adgang til artikler og boganbefalinger samt prioriteret adgang til køb af billet til arrangementer. Vi gør opmærksom på tendenser i samfundet, på vores arrangementer og tilbyder kontekst i forholdet, der sker aktuelt. Nyhedsbrevet sendes ud en gang om måneden.

HVORFOR?

At skabe eksklusive fællesskaber for udvalgte segmenter har flere formål: Det kan være en god måde at fastholde og styrke relationen til de borgere, vi allerede har fat i ved at give dem adgang til særlige fordele eller viden. Samtidig er det en måde for biblioteket som levende socialt samlingspunkt at forbinde mennesker på og herigennem styrke demokratisk deltagelse, dannelse, oplysning og sammenhængskraften i lokalsamfundet. Og endelig er det også helt lavpraktisk en konkret kanal, som biblioteket kan anvende strategisk i sin markedsføring.

HVORDAN?

Klubfællesskaber kan være fysiske fællesskaber, hvor biblioteket fx sørger for, at en række mennesker kan mødes til forskellige debatarrangementer om mere eller mindre specifikke interesser/emner. Men det kan give rigtig god mening at tilknytte en digital kanal til fællesskabet – som fx et nyhedsbrev eller et socialt medie.

Det kræver naturligvis ressourcer at udarbejde fx et nyhedsbrev, men det kan være godt givet ud, idet I hermed har en direkte kanal til en række af de borgere, som har indikeret interesse for et givet emne. Det vil sige, at I kan informere og give særlige fordele gennem nyhedsbrevet – men I kan også bruge det til egen fordel ved at markedsføre andre aktiviteter eller informere om andre tilbud relateret til emnet.

I kan skabe en forstærket oplevelse for jeres publikum *før* et arrangement (ved at dele relevante artikler, opbygge hype mv.) og *efter* arrangementet (ved at dele supplerende materiale, oplægsholders slides mv.). På den måde kan I klæde publikum bedre på forud for arrangementet og fastholde deres fokus – eller "forlænge" aktiviteten – efter afviklingen.

Når I skaber indhold til kanalen, så tænk på, hvad der vil skabe værdi for den pågældende målgruppe og sørg for at tilbyde en bid af det i hvert eneste nyhedsbrev eller opslag. Det må aldrig blive envejs og en *ren* salgskanal. Så vær skarp på, hvad værdien er for modtageren – og indgå evt. i dialog med udvalgte repræsentanter for målgruppen i forhold til løbende udvikling af indholdet.

I diverse mailprogrammer, som administrerer nyhedsbreve samt på sociale medier, er det desuden muligt at tracke data og fx dykke ned i, hvilket indhold målgruppen klikker på og interagerer med. På den måde bliver I hele tiden klogere på målgruppens interesser og behov.

STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 31



Målrettede invitationer

Målrettede invitationer handler om at målrette og personliggøre invitationer direkte til de segmenter, vi ønsker at have repræsenteret til vores arrangement. Det er vigtigt, at vi som biblioteker sikrer os, at vi skaber demokratiaktiviteter for alle - og ikke kun for de udvalgte grupper, som naturligt finder os.

AGORA

MÅLRETTEDE INVITATIONER

EKSEMPEL:

Særligt til debat- og samtalearrangementer som fx Aarhus Bibliotekernes *Skal City Vest rives ned?* eller *Vi mødes om folkeskolen* var det vigtigt og frugtbart at have stemmer repræsenteret fra forskellige grupper i lokalområdet. Som forberedelse til arrangementerne spurgte vi derfor os selv om, hvem der skulle være til stede i samtalen, hvem der ikke ville komme af sig selv, hvem der kunne have en anden holdning end den brede gruppe og hvem der var berørt af temaet i sin dagligdag.

Da vi havde identificeret disse enkeltpersoner, grupper, interesseorganisationer, foreninger mv., henvendte vi os direkte til dem – primært på mail og telefon. Vi fortalte dem, hvorfor vi havde brug for netop dem i rummet. Vi bad dem desuden dele aktiviteten i deres netværk og vigtigst af alt – vi fulgte løbende op på disse henvendelser, så vores oprigtige ønske om deres deltagelse var tydelig.

HVORFOR?

Som bibliotek er det vores ansvar, at alle væsentlige aktører til et givent arrangement er til stede, og at de, der kan have glæde og demokratisk værdi af arrangementet, kender til det og forstår relevansen. I forhold til visse segmenter er der dog behov for en mere målrettet og personlig indsats, da de enten ikke bevæger sig steder (fysisk og digitalt), hvor de ser vores traditionelle massekommunikation. Eller hvis de af forskellige årsager ikke tænker, at det er relevant / noget for dem.

HVORDAN?

Inden du går i gang med at eksekvere de målrettede og personlige invitationer (fx via mail, telefon eller ved at "dukke op" fysisk) er det vigtigt at få lavet en interessentanalyse: Hvem skal være til stede i denne samtale? Hvem kommer ikke af sig selv? Hvem er de tavse stemmer? Hvem har en anden holdning? Hvem er berørt af dette tema i sin dagligdag?

Når du ved det, kan du udarbejde en tekst, som du kan bruge i en mail, eller som afsæt for dialog med de pågældende. Den kan fint tage udgangspunkt i arrangementets skabelontekst helt overordnet set, men tænk særligt på den specifikke modtager. Få det frem tydeligt i teksten eller talen, hvorfor netop han/hun er vigtig for arrangementet, og hvorfor arrangementet er relevant for ham/hende.

Det er selvklart, at målrettede og personlige invitationer kræver flere ressourcer end den traditionelle massekommunikation, men det kan være rigtig godt givet ud, når samtalerne kræver mangfoldighed og bred repræsentation. Det giver oftere et arrangement af højere kvalitet for alle involverede – og kan i øvrigt være første spadestik i et mere langsigtet relationsarbejde med bestemte grupper, parter, organisationer mv.

STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 32



Partnerskaber

Partnerskaber handler om, at biblioteket indgår strategiske samarbejder med borgere, organisationer, foreninger eller virksomheder med henblik på at nå andre og nye målgrupper end dem, biblioteket selv har adgang til i forvejen eller for at udvikle særlige demokratiaktiviteter i samspil med aktører, som besidder særlige kompetencer og viden (tværfaglig innovation).

AGORA

PARTNERSKABER

EKSEMPEL:

Arrangementet *Livet på den anden side af hegnet* opstod i et samarbejde mellem Silkeborg Bibliotekerne, den lokale gruppe "Silkeborg støtter flygtninge" og foreningen "Små broer". En medarbejder fra biblioteket havde tidligere samarbejdet med nogle fra foreningerne i andre sammenhænge (læsefællesskab i varmestuen), og det var på den måde, at vi fik aftalerne i stand.

Arrangementet var et oplæg om livet på udrejsecenter Kærshovedgård og mere generelt om asylsystemet i Danmark. Vi havde flere møder mellem alle parter som en del af planlægningsarbejdet, og det var tydeligt, at det krævede guidning at nå frem til fælles måder at formidle på. Særligt havde vi en del overvejelser omkring det at invitere partsindlæg ind på scenen med biblioteket som afsender, da begge foreninger har en markant holdning til emnet.

Erfaringen fra arrangementet var, at det blev politisk, og at der var episoder, hvor stemningen var lidt højspændt. Det var ikke noget, der ikke kunne håndteres, men vi lærte, at vi kunne have rammesat arrangementet mere målrettet ved selv at indtræde med en tydelig rolle i aktiviteten fx som moderator. På den måde kan vi som bibliotek have mere direkte indflydelse på at sikre 1) den røde tråd, 2) at formålet er tydeligt i en bibliotekskontekst og 3) at publikum inddrages undervejs. Særligt når vi samarbejder med nogle, der ikke er så skolede i at formidle på en scene.

HVORFOR?

At indgå partnerskaber kan være en god måde at få adgang til bestemte målgrupper, som biblioteket ikke har fat i endnu. Ved at kombinere kompetencer fra forskellige sektorer eller brancher kan man desuden skabe fælles værdi og nå segmenter, der ellers ville være svære at trænge igennem til.

HVORDAN?

At indgå partnerskaber som brobygning til at nå nye målgrupper handler først og fremmest om at identificere de personer eller organisationer, som har bedst fat i den målgruppe, som I har særlig interesse i. Tænk i aktører, som har adgang til målgruppen, og som ikke er direkte konkurrenter. I behøver ikke have ensartede tilbud for, at I kan få noget ud af at dele erfaringer om målgruppen eller udvikle noget sammen. Start med almindelig desk research ved computeren og skriv ned undervejs, når I finder gode aktører. Prioriter derefter og lav en liste over dem, I tror, det vil give mest værdi at tale med, og som I har nemmest adgang til (fx at I har en vej ind gennem en allerede etableret relation, geografi eller hvad der ellers kan have indflydelse herpå).

Brainstorm dernæst på, hvad et fælles mål kunne være – det er afgørende, at begge parter får noget ud af samarbejdet. Så inden du tager fat i dem, så tænk over, hvad det er, biblioteket kan tilbyde den anden vej? Hvad kommer vi med i et potentielt samarbejde?

Tag fat i aktøren, og vær klar på, hvad dit formål er. Men vær også klar på at tilbyde fleksibilitet. Det kan være målet er et konkret samarbejde, men det kan også blot være dialog og videndeling om den pågældende målgruppe – hvad har de af erfaringer/viden om målgruppen? Hvilke kanaler anvender de? Hvilke tilbud, aktiviteter og formater benytter de? Hvilke behov har de? Hvad virker, og hvad virker ikke?

Husk: At arbejde med partnerskaber er en langsigtet måde at arbejde med målgrupper og tværfaglig innovation på. Det er afgørende at have tydelige rammer for arbejdet – både i egen organisation og i samarbejdet med de andre aktører.

STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 33



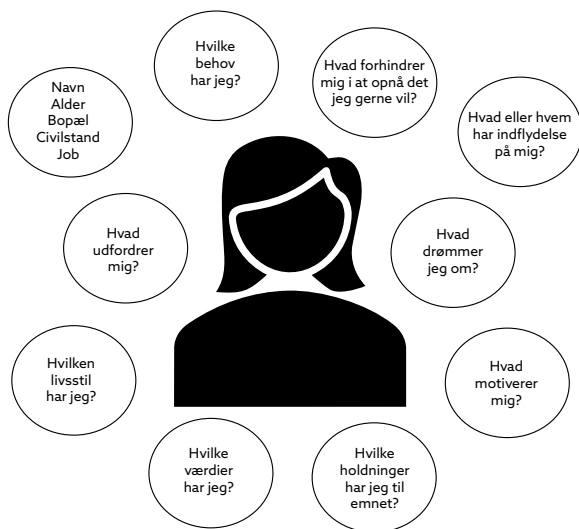
Personaer

Personaer er fiktive men realistiske beskrivelser af borgere, der hver især repræsenterer forskellige segmenter. De udarbejdes på baggrund af viden om bibliotekets forskellige målgrupper og gør det nemmere at udvikle demokratiaktiviteter, indhold og kommunikation, der er relevant og værdiskabende.

AGORA

PERSONAER

EKSEMPEL PÅ PERSONA-SKABELON:



HVORFOR?

I kan arbejde med personaer for at reducere kompleksitet i de forskellige indsigter, I har om de målgrupper, I gerne vil henvende sig til – så det bliver nemmere og mere tilgængeligt at arbejde med dem. Personaer er gode til at tydeliggøre de forskelle, der er i borgernes behov, så I ikke kommer til at lave one size fits all-løsninger.

HVORDAN?

I baserer personaer på viden om bibliotekets segmenter fra jeres egne undersøgelser eller fra mere formelle segmenteringsundersøgelser som fx Tænk tankens Fremtidens Biblioteker "Biblioteksbrug i dag og i morgen"
<https://www.fremtidensbiblioteker.dk/aktiviteter/biblioteksbrug>

Ud fra de kvantitative og kvalitative data, I har tilgængelige, beskriver I for hvert segment en fiktiv karakter, der indeholder de værdier, kvaliteter og behov, som karakteriserer en samlet gruppe af borgere. Se eksemplet på en skabelon, I kan bruge, her på kortet.

Det er vigtigt, at de kendetegn, I beskriver for hver persona, tager udgangspunkt i det tema, I arbejder med. Dvs. hvis I fx skal bruge dem i *udviklingen* af aktiviteter omhandlende unge og lokalpolitik, så skal personaerne – ud over demografiske data som køn, alder, uddannelsesbaggrund mv. – også indeholde viden om, hvad de synes om politik, lokalpolitikere og det nære demokrati. Sæt også et billede eller en tegning af en person ind, som visuelt giver en indikation af, hvilken type I har med at gøre.

I kan fx vælge at udarbejde 5 personaer, der repræsenterer de 5 vigtigste segmenter, I vil henvende jer til. Herefter bruger I personaerne til at vurdere og tilpasse, hvordan I skal tilrettelægge elementer i jeres kommunikation om aktiviteten, indholdet af aktiviteten – eller I kan bruge personaerne direkte i udviklingen af aktiviteter: Har vi fx demokratiaktiviteter, der er relevante for alle 5 personaer og hvis nej – hvordan kan vi så arbejde med det?

I kan også udarbejde en persona, som slet ikke eller i begrænset omfang deltager i bibliotekets demokratiaktiviteter for at gøre det tydeligere, hvad der skal til for at nå dette segment.

Hæng gerne personaerne op der, hvor I arbejder (back office). Så kan de agere som en hjælpsom reminder til at tænke jeres forskellige segmenter ind i forskellige faser af aktivitetsudvikling.

Personaer vil altid være en generalisering, der løst repræsenterer en gruppe borgere og deres kendetegn. Det er dog vigtigt, at de ikke baserer sig på fordomme – men på reel indsamlet viden, som I har fået bekræftet. Har I ikke den viden tilgængelig, er det at arbejde med personaer en god måde at blive skarp på, *hvor* I mangler viden om jeres segmenter, så I kan gå i gang med at indsamle indsigter til videre brug. Se fx værktøjer nr. 1-6 under emnet "Borgerinvolvering" for inspiration til, hvordan I kan komme i gang med netop det.

STRATEGISK MÅLGRUPPEARBEJDE

KORT NR. 34



Tilgængelighed

Tilgængelighed handler om at inkludere mennesker med særlige behov, som ellers kan have vanskeligt ved at deltage i vores arrangementer. Ofte kommer tilgængelighed til at handle om vores bygninger – om indretning og udstyr, som kan gøre det svært at kaste sig ud i som medarbejder. Men tilgængelighed handler også om, hvordan vi møder den enkelte borger i forbindelse med vores demokratiaktiviteter, og om hvordan vi med simple greb gør vores aktiviteter tilgængelige for flere mennesker.

AGORA

TILGÆNGELIGHED

EKSEMPEL:

Randers Bibliotek samarbejder tæt med lokale foreninger, der arbejder med psykiske udfordringer. Herfra har vi fået indsigt i, at en særlig opstilling af stole kan øge trygheden for nogle deltagere – bl.a. ved at placere siddepladser op ad væggene, hvor man kan læne skulderen imod væggen og sikre god afstand. Opstillingen består af to enkeltstående stole ved den ene væg, efterfulgt af et gangareal, derefter en række stole, endnu et gangareal og afslutningsvis to stole langs den modsatte væg. Vi oplever tydeligt, at pladserne langs væggene bliver besat først, og flere deltagere har givet positiv feedback på, at opstillingen skaber ro, overblik og mulighed for nemt at finde og forlade sin plads uden at skulle passere mange andre.

HVORFOR?

Vores demokratiaktiviteter skal være for alle, men ca. 30 % af den danske befolkning mellem 16 og 64 år har et fysisk og/eller psykisk handicap (*Mennesker med handicap, Vive 2020*). Et handicap, som kan bevirke, at de ikke har lige adgang til bibliotekerne.

HVORDAN?

At arbejde med tilgængeligheden på en aktivitet betyder, at man sørger for, at alle let kan få adgang til aktiviteten, også personer med handicap. Et lokale skal for eksempel være let at komme ind i, der skal være mulighed for at sidde ved døren/op ad væggen, der skal være pauser, god og enkel skiltning, god guidning og velkomst mv.

Du kan finde viden om, hvordan du konkret kan arbejde med tilgængelighed på dit bibliotek i Centralbibliotekernes e-forløb om "Det tilgængelige folkebibliotek": <https://centralbibliotek.dk/aktiviteter/det-tilgaengelige-folkebibliotek>. Her kan du bl.a. finde redskaber til mere tilgængelig kommunikation og wayfinding, og du kan se konkrete eksempler på, hvordan nogle biblioteker har arbejdet med tilgængelighed i hverdagen.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 35



Meningsfulde oplevelser

Meningsfulde oplevelser handler om at skabe demokratiaktiviteter, hvor deltagerne ikke er passivt observerende men aktivt bidragende som medskabere af aktiviteten. Den meningsfulde oplevelse har 6 karakteristika:

1. Involvering af alle sanser
2. Øget koncentration og fokusering
3. Brugernes fornemmelse for tid ændres
4. Brugere bliver emotionelt påvirkede
5. Processen er unik for den enkelte og har en iboende værdi
6. Brugere er i kontakt med deres omgivelser ved at udføre handlinger

AGORA

MENINGSFULDE OPLEVELSER

EKSEMPEL:

I forbindelse med bibliotekets EU-arrangement holdt et medlem af Europa-Kommissionen et oplæg om EU's arbejde med at inddæmme Tech-giganternes negative påvirkning på demokrati og trivsel blandt børn og unge (2: øget koncentration og fokusering).

Oplægsholderen talte meget passioneret om emnet og anvendte konkrete eksempler, hvilket samlet gjorde det meget nærværende for mange af deltagerne, da disse havde stærke personlige holdninger til disse tematikker (4: emotionel påvirkning).

Midtvejs i arrangementet var der fællesspisning (1: sanselig aktivering), hvor deltagere og oplægsholder sad ved langborde, spiste og indgik i dialog med hinanden om emnet på kryds og tværs med afsæt i det, der gav mening for dem personligt (5: unik proces for den enkelte), samtidig med at fysiske samtalekort placeret på bordene hjalp dialogen på vej.

Efter maden var der fælles dialog imellem oplægsholder og publikum, ligesom alle deltagerne blev aktiveret undervejs, når de skulle stemme om forskellige udsagn (6: udføre handlinger).

HVORFOR?

Ved at indtænke de 6 karakteristika i dit demokratiarrangement kan du skabe stærke oplevelser, som øger deltagerens udbytte samt øger chancerne for, at du lykkes med at indfri intentionen med arrangementet.

HVORDAN?

Overvej, hvilke konkrete tiltag du kan iværksætte for at involvere deltagerne og gøre dem til aktive medskabere af arrangementet. Tænk over hvordan kan du inkorporere flest mulige (og ideelt set alle) af de 6 karakteristika ved den meningsfulde oplevelse i dit arrangement:

1. Involvering af alle sanser: Hvordan kan du arbejde med flere sanser i dit arrangement? Fx visuelle citater på væggene, baggrundsmusik ved start, fysiske materialer, smagsprøver knyttet til tema mv.
2. Øget koncentration og fokusering: Hvordan kan du skabe plads til elementer, der vægter koncentration? Fx styrede dialogformater, refleksionspauser hvor man noterer sine tanker mv.
3. Brugernes fornemmelse for tid ændres: Hvordan kan du skabe rum for intenst nærvær? Fx ved at lave rollespil, kreativ aktivering, dilemmaøvelser (se værktøj nr. 39: Dilemmaøvelser for inspiration) mv.
4. Brugerne bliver emotionelt påvirkede: Hvordan kan du stimulere deltagerens følelser? Fx gennem historiefortælling, brug af video med ægte mennesker, konkrete eksempler med vægt på de menneskelige konsekvenser mv.
5. Processen er unik for den enkelte og har en iboende værdi: Hvordan kan du give plads til den enkelte i arrangementet? Fx via refleksionskort, hvor deltager svarer individuelt på værdibaserede spørgsmål, mulighed for at lave til- og fravalg undervejs i arrangementet, så deltageren præger sin egen oplevelse mv.
6. Brugerne er i kontakt med deres omgivelser ved at udføre handlinger: Hvordan kan du aktivere deltagerne? Fx afstemning, udvikling af prototyper mv. (se værktøjer nr. 35-43 i kategorien "Øget deltagelse" for inspiration).

Teori: Værktøjet er frit baseret på Boswijk et al.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 36



Afstemninger

At arbejde med afstemninger handler om at skabe minidemokratiske processer i vores arrangementer, hvor deltagerne får medindflydelse på et arrangements indhold og/eller får mulighed for at tilkendegive en holdning og være aktiv ind i et arrangement eller en udstilling.

AGORA

AFSTEMNINGER

EKSEMPEL:

1. Silkeborg Bibliotekernes arrangementsrække *Morgenpolitik* afholdes typisk en fredag morgen forud for, at der tirsdag eftermiddag er byrådsmøde. Hver gang er byrådet repræsenteret med to-tre byrådspolitikere, og herudover møder interesserede borgere op uden tilmelding. Emnerne fra byrådets dagsorden præsenteres kort fredag morgen og sættes til afstemning mellem deltagerne. På den måde er det borgerne, der er med til at bestemme, hvilke emner de ønsker at indgå i fælles dialog med hinanden og byrådspolitikerne om.
2. I forbindelse med workshoppene *Hvem bestemmer* lavede vi en udstilling i børnebiblioteket i Randers, hvor børn kunne svare på, hvem der bestemmer hvad derhjemme ved at sætte klistermærker på en stor tavle, som var synlig for alle.
3. Til debatmødet *Præsten og juristen* ønskede Herning Bibliotekerne at aktivere deltagerne og udleverede derfor rød/grønne kort til alle, som de kunne bruge, når vi i starten af arrangementet, løbende undervejs og som afrunding afholdt afstemninger relateret til dialogen på scenen.

HVORFOR?

Ved at imitere indholdet af vores arrangementer i formen også (demokratiske processer, hvor man kan afgive sin stemme) skaber vi autentiske aktiviteter med borgerne, hvor vi skaber øget deltagelse og engagement ved at lade borgerne komme til orde undervejs.

HVORDAN?

Der er mange måder, du kan arbejde med afstemninger undervejs i et demokratiarrangement:

Indholdsvalg: Lad deltagerne være med til at bestemme, hvilket indhold I skal dykke særligt ned i undervejs. Det kræver naturligvis, at du på forhånd har forberedt en række "veje", som kunne være interessante at gå ned af. Fx:

1. På mail inden: Giv dem en række valg og lad dem sende en tilbagemelding retur.
2. På sociale medier: Lav en afstemning.
3. Eller undervejs i arrangementet: "Skal vi gå ned af spor X eller spor Y den sidste halve time?" Stem på sms, ræk hånden op eller lignende.

Visuel prik-afstemning: Med små runde klistermærker (prikker) kan borgeren stemme på udsagn eller holdninger, som de er mest enige i. Fx på plakater, der hænger på væggen undervejs i et arrangement – eller i en udstilling om et bestemt emne. Det giver en visuel holdningstilkendegivelse, som kan afkodes hurtigt, og som kan sætte gang i yderligere dialog og refleksion.

Temperaturmåling: Uddel røde og grønne kort til deltagerne og lad dem undervejs i arrangementet tilkendegive deres holdning til spørgsmål, der stilles ud i rummet (enig/uenig, ja/nej). Lad dem evt. tale to-og-to efter en temperaturmåling om, hvorfor de svarede, som de gjorde. Og lad evt. et par stykker i plenum sætte ord på det også. I stedet for kort kan man også vælge "rejs jer op/sæt jer ned" som svar på spørgsmål.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 37



De 4 oplevelsesdomæner

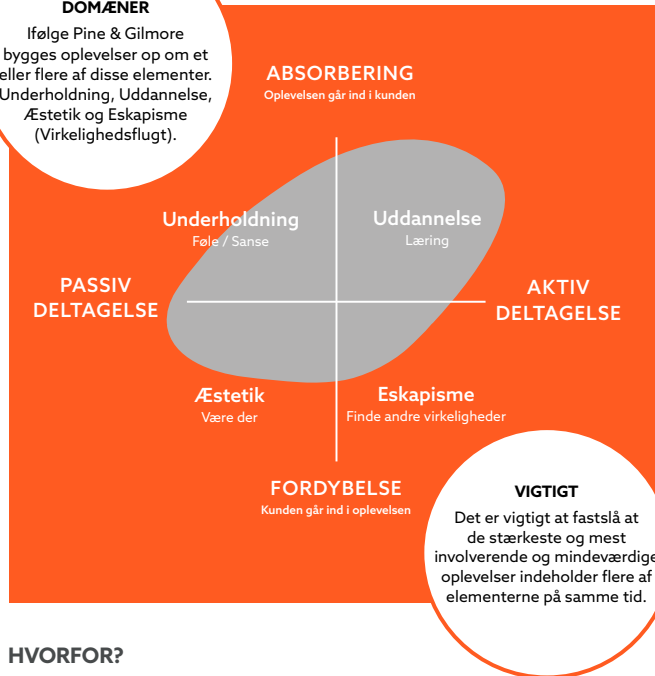
De 4 oplevelsesdomæner er en model, som kan fungere som et værktøj til at designe engagerende og meningsfulde demokratiaktiviteter til borgerne. Alle oplevelser kan placeres mellem to akser: *aktiv/passiv* deltagelse og *absorbering/fordybelse*. Som det ses på bagsiden af dette kort, indeholder modellen på den måde 4 'oplevelsesdomæner': Underholdning, Uddannelse, Æstetik og Eskapisme.

AGORA

DE 4 OPLEVELSESDOMÆNER

DE 4 OPLEVELSESDOMÆNER

Ifølge Pine & Gilmore bygges oplevelser op om et eller flere af disse elementer. Underholdning, Uddannelse, Æstetik og Eskapisme (Virkelighedsflugt).



HVORFOR?

Modellen bidrager til en øget bevidsthed om, hvad det er for en type oplevelse, du ønsker at skabe.

HVORDAN?

Stærke oplevelser kombinerer flere domæner på en gang og ved at være bevidst om domænerne og koble disse med intentionen med dit arrangement, kan du øge chancerne for at lykkes med at skabe engagerende og meningsfulde demokratiaktiviteter, der opnår det, du sigter efter.

Sådan kan du arbejde med de 4 domæner:

Underholdning: Overvej, hvordan du kan gøre demokratiaktiviteten afslappet og nemt fordøjelig. Hvordan kan du tilføje elementer undervejs, som underholder? Fx lytte til underholdende oplæg, sjove anekdoter, livlige debatarrangementer.

Uddannelse: Overvej, hvordan du kan aktivere deltagerne og skabe ny viden hos dem. Hvilke aktiviteter vil skabe både aktivering og læring? Fx deltage i workshops eller samskabende processer.

Æstetik: Overvej, hvordan du kan skabe æstetisk fordybelse i din aktivitet. Hvordan stimulerer du til sanselig fordybelse i rum og stemning? Fx modtage litterær oplevelse som en del af demokratiaktiviteten.

Eskapisme: Overvej, hvordan du kan skabe demokratiaktiviteter, der gør det muligt for deltagerne at leve sig ind i oplevelsen. Hvordan kan du skabe aktiviteter, der kan fungere som et afbræk fra virkeligheden? Fx indgå i rollespil eller simulationsøvelser.

Teori: Værktøjet er baseret på Pine & Gilmores teori vedr. oplevelsesøkonomi

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 38



De små nemme – fra publikum til deltagere

”De små nemme” er en samling af mindre greb, der kan hjælpe med at planlægge og afvikle demokratiarrangementer på en måde, så publikum ikke sidder som passive tilskuere, men inddrages aktivt undervejs.

AGORA

DE SMÅ NEMME - FRA PUBLIKUM TIL DELTAGERE

EKSEMPEL:

Aarhus Bibliotekernes arrangement *USA ved en skillevej?* var egentlig et standardforedrag om det amerikanske præsidentvalg. Men vi kontaktede foredragsholderen før booking og aftalte, at der skulle være mere publikumsinddragelse undervejs. Vi aftalte bl.a. at have fokus på følgende i arrangementet:

- Løbende afstemninger ved håndsoprækning (se også værktøj nr. 36: Afstemninger)
- Mere tid til spørgsmål og kommentarer til sidst end normalt
- Italesættelse fra scenen af, at vi gerne ville høre fra deltagere med forskellige køn, aldre, erfaringer osv.
- Italesættelse fra scenen af, at man gerne måtte udfordre konsensus og tage ordet, selvom man havde en anden holdning end flertallet. Vi understregede, at vi ikke var der for at være enige med hinanden eller bekræfte hinanden, men for at blive klogere.

HVORDAN?

I selve designet af arrangementet:

- Foredrag: I stedet for en times foredrag fra scenen og en spørgerunde kan I fx placere deltagerne ved mindre borde og lade aftenen veksle mellem korte, inspirerende oplæg (15-20 min) og små perioder med gruppesamtaler ved bordene, hvor deltagerne reflekterer sammen (kombiner evt. med værktøj nr. 41: Samtalekort)
- Debatarrangementer med politikere: I stedet for en klassisk paneldebat kan I afsætte det meste af tiden til indlæg/spørgsmål fra publikum og italesætte, at politikernes opgave primært er at lytte

I forbindelse med spørgerunder:

- Lad deltagerne tale med deres sidemakker i to minutter, før I åbner for spørgsmål i plenum. Det kan give tryk og mod til at sige noget i plenum

- Italesæt, hvis der er grupper, der ikke har sagt noget endnu – opfordr fx direkte: "Er der én af jer unge/mænd/kvinder/nogen, der har X holdning/erfaring, som har lyst til at sige noget?"

Ved starten af et arrangement – kom godt fra start:

- Sæt folk sammen to-og-to eller flere med samtalekort (se værktøj nr. 41: Samtalekort)
- Syng en fællessang
- Lav fælles tjek-ind-øvelse – fx to-og-to eller som de sidder: "Hvad har du af forventninger til i aften?" eller "Hvad håber du at tage med dig hjem?". Hør eventuelt et par eksempler i plenum, og brug deltagerne kommentarer aktivt i arrangementet efterfølgende også.

Gamification:

- Lav en quiz undervejs i et arrangement – fx inden pausen, hvor deltagerne svarer på spørgsmål om indholdet, som oplægsholderen har talt om, eller som omhandler fakta relateret til emnet. Fx "20 procent af stemmeberettigede unge undlod at bruge deres stemme til sidste folketingsvalg – sandt eller falsk?" Lav spørgsmål i quizen, som pirker til fordomme/myter, som sætter gang i dialogen, eller som peger samtalen i retning af den intention, som I har med arrangementet.

Catchbox:

- Øg sandsynligheden for, at deltagerne vil sige noget i plenum ved at anskaffe en Catchbox (en mikrofon formet som en kæmpe terning i skumgummi) i stedet for en almindelig mikrofon. Der er flere fordele herved: Flere ønsker måske at deltage i den fælles dialog, idet de undgår at få stukket en intimiderende mikrofon op under næsen og kan tale mere naturligt i plenum. Herudover kan deltagerne kaste med mikrofonen mellem hinanden, hvilket skaber en mere løs og uformel stemning i en debatsammenhæng.

Se de øvrige værktøjer i kategorien "Øget deltagelse" (nr. 35-46) for mere inspiration og andre – lidt større – greb, du kan sætte ind med for at aktivere og engagere deltagerne.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 39



Dilemmaøvelser

At arbejde aktivt med dilemmaer i et demokratiarrangement handler om at gøre deltagerne til medskabere af arrangementet. Det fungerer godt til emner af mere etisk eller nuanceret karakter, hvor der ikke er rigtige eller forkerte svar, men hvor du ønsker at åbne op for dialogen og skabe ligeværdige samtaler og fællesskab om emnet.

AGORA

DILEMMAØVELSER

EKSEMPEL:

I Silkeborg Bibliotekernes arrangement *Uge 17: Demokratiet 2.0* inddrog oplægsholderen deltagerne aktivt i etiske diskussioner om ytringsfrihed og kunstig intelligens. Han præsenterede et dilemma og bad dernæst publikum om at summe over det i mindre grupper – hvad ville de gøre? Hvordan ville de forholde sig til dilemmaet? Det varmede deltagerne op og gav dem mulighed for at spore sig ind på nuancerne i hinandens holdninger før debatten i plenum. Ofte kan dialogen i plenum blive styret af de første stemmer (og dermed perspektiver), der kommer til orde.

HVORFOR?

At bruge dilemmaøvelser undervejs i et arrangement kan være med til at skabe et rum for refleksion, hvor alle får mulighed for at deltage og komme til orde – på en nem og anderledes måde. Det kan kvalificere en debat og skabe nuancer i dialogen.

HVORDAN?

Du kan arbejde med dilemmaer på flere måder – eller kombinere elementer fra flere:

Dilemmakort: Opdel deltagerne i små grupper, der på skift trækker et dilemmakort (som du og/eller oplægsholder har udarbejdet inden). Deltagerne læser det højt og drøfter forskellige handlemuligheder. Målet er ikke at finde én "rigtig" løsning, men at drøfte forskellige måder at håndtere situationer på, da dilemmaer sjældent kan "løses". Det er en god og tryk måde at gå til et emne på, uden det nødvendigvis bliver personligt.

Dilemma på gulvet: Udarbejd en række realistiske dilemmaer, som matcher det overordnede tema for arrangementet. Bed deltagerne om at tage stilling til dilemmaerne ved at placere sig fysisk i lokalet (fx ja/nej, enig/uenig etc.). Hæng evt. skilte op i lokalet på forhånd og lad deltagerne flytte sig rundt fra dilemma til

dilemma. Sørg for at skabe dialog undervejs ved at lade dem tale sammen med hinanden om dilemmaet og sætte ord på, hvorfor de har stillet sig der, hvor de har – og interview efterfølgende i plenum repræsentanter fra hver side af lokalet / holdningen. Sørg for at være neutral og gør det tydeligt, at der ikke er noget, der er rigtigt eller forkert.

Dilemmahjørner: Du kan også åbne mere op for dialogen og vælge en række udsagn med udgangspunkt i arrangementets tema – fx "Hvor ser du det største demokratiske potentiale:

- A. Digitale platforme og sociale medier kan øge den politiske samtale og gøre det nemmere for borgere at deltage i debatten.
- B. Nye inddragelsesformer som fx borgerting (hvor en repræsentativ gruppe af borgere udvalgt ved lodtrækning drøfter politiske emner og giver anbefalinger til politikerne) kan give borgerne mere indflydelse på politiske beslutninger.
- C. Det danske foreningsliv kan lære borgere – og især unge – demokratiske spilleregler, aktivt medborgerskab og engagement
- D. Noget helt fjerde

Giv herefter hvert udsagn et hjørne i lokalet, og bed deltagerne om at gå hen til det hjørne, som markerer det udsagn, de er mest enige i. Lad dem tale med dem, de står sammen med – hvorfor de har placeret sig på lige netop det udsagn. Og hør herefter uddrag fra dialogen i hvert hjørne i plenum.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 40



Drop-in-aktiviteter med lav deltagelsesbarriere

Drop-in-aktiviteter handler om at arbejde med formater og greb, som har lavest mulige deltagelsesbarriere – og som ikke beder deltagerne om at forpligtige sig mere i demokratiaktiviteten, end de har mulighed for.

AGORA

DROP-IN-AKTIVITETER MED LAV DELTAGELSESBARRIERE

EKSEMPEL:

Til Aarhus Bibliotekernes *Grundlovsfest* lavede vi en Grundlovschallenge, som var et udfordringsark til både børn og voksne med en række opgaver, som var nemt tilgængelige og inviterede til små demokrati-refleksioner og/eller handlinger. Fx:

- Tegn noget med kridt på fliserne, som gør, at andre føler sig velkomne til Grundlovsfesten.
- Spørg én, du ikke kender: Er det vigtigst at være tryk eller fri? Hvorfor?
- Lav et kampråb sammen med nogen. Lav kampråbet til et skilt i bibliotekets bod.
- Diskuter en påstand med en anden person – tag det modsatte synspunkt og prøv at blive i uenigheden sammen.

HVORFOR?

Ikke alle borgere får lige læst Piketty og Magtudredningen 2.0 – eller tropper engageret op til en debataften på biblioteket. Vi kan nå bredere ud med aktiviteter, som borgerne bare kan droppe ind til, mens de alligevel er på biblioteket.

HVORDAN?

Lav nemt tilgængelige, inviterende og legende formater med elementer af demokrati. Tænk over, om I kan lave aktiviteter, som ikke kræver, at man er med hele vejen fuldt ud – men noget man kan stoppe op og være med til i en kortere periode eller på afstand.

Det kan være afstemninger, quizzer eller udfordringer i biblioteksrummet, som man kan gå til og fra (eller bare kan reflektere over selv). Eller ugentlige drop-in-avislæseklubber, hvor deltagerne snakker ud fra dagens avis – løst faciliteret af en biblioteksmedarbejder. Eller afhold nogle af jeres arrangementer i biblioteksrummet, hvor det er synligt for alle – i stedet for i en lukket sal. Det giver mulighed for spontant at deltage, og der er stadig mulighed for, at man kan høre om arrangementet på forhånd og dukke op på dagen.

Tænk over, hvordan I kan åbne op for flere niveauer af deltagelse i jeres aktivitet – kan I skrue på formatet eller udtænke en ekstra del af aktiviteten, som har drop-in-karakter?

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 41



Samtalekort

Samtalekort er en måde, hvorpå du kan kickstarte en samtale mellem deltagere, guide dem henimod demokratiarrangementets emne på en god måde og/eller understøtte, at samtalen løftes op over smalltalk og banaliteter, så deltagerne hurtigere kommer i dybden og hen mod det fælles alment menneskelige.

AGORA

SAMTALEKORT

EKSEMPEL:

Til Silkeborg Bibliotekernes arrangement *Kan vi tale sammen?* satte vi en lokal senior-debatklub og en HF-klasse i scene til en samtale om dannelse, generationer og det gode liv. Forud for mødet havde vi et forløb med HF-klassen, hvor de udarbejdede samtalekort med fokus på, hvad de gerne ville vide om de ældre – og omvendt. Vi samlede dernæst alle spørgsmål sammen og redigerede dem med fokus på intention og åbning af samtalen. Til mødet varmede vi først op med andre samtaleøvelser med fokus på bl.a. lytning og delte dernæst deltagerne ud i blandede grupper. De fik samtalekortene med ud i grupperne og blev instrueret i, at de kunne bruge dem som samtalestartere.

HVORFOR?

Samtalekort giver deltagerne mulighed for at tale dybere og lader dem byde ind med deres egne erfaringer. Det kan fungere godt som katalysator for demokratiske samtaler på tværs af deltagere, der ikke kender hinanden. Hvis der er mange deltagere, kan du bruge samtalekort til at rammesætte og facilitere en samtale, selvom du ikke kan nå rundt og tale med alle.

HVORDAN?

Lav fysiske kort, som indeholder udsagn, citater, spørgsmål – eller blot enkeltstående ord, der giver associationer til vinkler, der relaterer sig til arrangementets overordnede tema. Det er væsentligt, at spørgsmålene har bred appel uanset alder, køn og interesser, og at de måske også giver anledning til at reflektere over noget, deltagerne ikke tænker over i deres dagligdag. I et generationsmøde eller som helt brede samtaleåbnere kunne det fx være spørgsmål som "Hvad er det bedste råd, du har fået?", "Hvilke drømme har du for fremtiden?", "Hvornår har du sidst ændret holdning og hvorfor?", "Hvad ville du have gjort anderledes i livet, hvis du havde chancen?" eller "Hvilke ting kan I være uenige om din familie?".

Det er vigtigt, at du udarbejder udsagn, som fører deltagerne i retning af den samtale, der er arrangementets intention. Så start med at spørge dig selv om, hvad I vil opnå med arrangementet? Hvad vil du have deltagerne til at samtale om – og hvordan? Lav herefter indholdet til kortene, så de matcher din intention.

Overvej og fornem i rummet, hvordan deltagerne skal støttes – skal de have tid til at orientere sig og vælge kort, eller skal det være mere styret med tid og form? Graden af formalisering afhænger af deltagerne, antallet af deltagere og arrangementets form.

Hvis du bruger spørgsmål på kortene (eller lader deltagerne være med til at udarbejde kortene), så vær opmærksom på at formulere dem, så de muliggør, at man kan blive personlig – men ikke privat. Fx ikke spørgsmål som: "Har du nogensinde været i tvivl om din seksualitet og ellers fortæl om første gang du oplevede en anden seksualitet end heteroseksualitet." Men snarere: "Betyder din seksuelle orientering noget for den, du er?" eller "Har dit blik på forskellige seksuelle orienteringer ændret sig gennem tiden?".

Sørg for at give tid til samtalen. Hvis du kickstarter dialogen med kortene, skal du også sørge for, at der er tid og rum til at samtale.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 42



Spørgsmålsfacilitering

Spørgsmålsfacilitering handler om at arbejde med spørgsmål på forskellige interaktive måder som en vej til at sikre deltagelse i rummet og skabe konstruktive dialoger.

AGORA

SPØRGSMÅLSFACILITERING

EKSEMPEL:

1. Til Grundlovsforfesten muliggjorde vi på Silkeborg Bibliotekerne spørgsmål via SMS og fik rigtig god respons. Borgerne kom spontant op til os bagefter og takkede for, at de havde kunnet stille spørgsmål på den måde. Særligt det, at de kunne sidde i ro og trykthed i plenum, men stadig havde mulighed for at påvirke debatten og få deres stemme hørt, blev fremhævet som positivt.
2. Silkeborg Bibliotekerne afviklede et arrangement om alkoholkultur, alkoholforbrug og bevægelsen Sober Curious, der handler om en mere bevidst og nysgerrig tilgang til alkoholindtag. Den første del af arrangementet var et oplæg, og efterfølgende kørte vi en paneldebat, som til en vis grad blev formet af de spørgsmål, der blev stillet via Mentimeter. Ved at bruge dette værktøj fik vi gode og overraskende vinkler, vi ellers ikke var kommet ind på. Og netop grundet emnet var det stærkt, at der kunne stilles sårbare spørgsmål anonymt, som alle kunne se på skærmen.

HVORFOR?

Spørgsmålsfacilitering er med til at skabe en tryk demokratisk samtale, hvor man giver plads til alle stemmer og nuancer, og hvor alle får mulighed for at bidrage – også dem, der normalt ikke siger så meget i plenum. Værktøjet hjælper også til at undgå "mikrofonkrammere", der tager patent på mikrofonen og bruger lang taletid i plenum. Herudover styrker værktøjet fælles refleksion og muliggør anonymisering i forbindelse med fx følsomme emner.

HVORDAN?

Der er flere måder, hvorpå du kan arbejde med spørgsmål, når du faciliterer et demokratiarrangement. Vælg det, der passer med netop dit formål og din aktivitet – eller kombiner elementer fra flere.

1. Hatten rundt: Bed deltagerne om at skrive spørgsmål på sedler, som ligger på bordene sammen med skriveredskaber. Indsaml sedlerne (fx et par gange undervejs eller i pausen) og put dem i en hat, sæk, kasse eller lignende. Træk nu tilfældige spørgsmål på fastsatte tidspunkter i løbet af arrangementet, eller når der er brug for øget deltagelse.
2. Postkort: Som ovenfor – men i stedet for sedler laver I postkort, som deltagerne får ved arrangementets start. De kan skrive spørgsmål eller kommentarer på kortene og aflevere dem til en moderator, som herefter sorterer og formidler udvalgte spørgsmål og kommentarer til oplægsholder undervejs.
3. I come prepared: Her er det facilitatoren, der forbereder et sæt åbne, refleksive spørgsmål, som deltagerne besvarer skriftligt – enten individuelt eller i små grupper, på post-its eller digitale boards. Lad en moderator samle og tematisere svarene og snak om dem i plenum, eller lad deltagerne læse hinandens refleksioner og reagere på dem.
4. They come prepared: Giv deltagerne mulighed for *inden* arrangementet at stille spørgsmål til oplægsholdere, forfattere mv. på mail. Og øg deltagelsen – og engagementet – allerede, inden arrangementet går i gang.
5. SMS-spørgsmål: Kræver et telefonnummer, som deltagerne kan sende deres spørgsmål til. Opfordr undervejs til at skrive spørgsmål ad den kanal – og veks herefter mellem spørgsmål fra salen og spørgsmål fra SMS. Sørg for at have en moderator, der udvælger sms-spørgsmålene undervejs og evt. samler dem i forhold til emne og på den måde skaber struktur i samtalen.
6. Mentimeter: Indsaml spørgsmål og integrér dem i en præsentation gennem det digitale værktøj Mentimeter. Det er nemt at bruge, og alle får på den måde overblik på en fælles skærm – frem for at gøre brug af en moderator, som så er den eneste, der har adgang til alle spørgsmål. Vær opmærksom på, at nogle deltagere har brug for at blive instrueret i værktøjet (de skal bruge en QR-kode eller webside/pinkode for at komme i gang). Mentimeter er gratis – medmindre man har mange deltagere, så kræver det et abonnement.

ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 43



Timeout-dialog

Timeout er en faciliteret samtaleform med en fast og tydelig struktur. Samtalen tager udgangspunkt i et fælles tema eller spørgsmål, som relaterer sig til en aktuel samfundsudfordring. Er velegnet til grupper på 6 til 25 deltagere.

AGORA

TIMEOUT-DIALOG

EKSEMPEL:

På Horsens Bibliotek afholdt vi en Timeout-dialog forud for et arrangement om sammenhængen mellem brug af skærme i hverdagen og fordybelseskriser. Arrangementet var med journalist Jakob Sorgenfri Kjær, der holdt oplæg med udgangspunkt i sin bog "Kig op".

Til timeout-dialogen inden arrangementet sad alle deltagerne i en cirkel, og vi startede med en navnerunde, hvorpå moderatoren præsenterede spillereglerne og dagens emne.

Første øvelse var en "icebreaker", hvor deltagerne skabte en fælles fortælling ved at sige et ord på skift hele kredsen rundt et par gange.

Herefter blev deltagerne præsenteret for en medieudviklingsrapport, der illustrerede, at danskerne er et af de folkefærd i Europa, som bruger sociale medier mest, og at mere end hver anden dansker over 12 år ønsker at skære ned på deres skærmforbrug. Deltagerne fik derefter tid til selvrefleksion over eget forbrug af sociale medier, inden vi afsluttede runden med fælles dialog.

Vi var igennem endnu et par spørgerunder, inden vi samlede op og rundede af. Herefter spiste vi aftensmad sammen inden arrangementet med Jakob Sorgenfri Kjær.

HVORFOR?

Timeout er en struktureret dialogmetode, der har til formål at skabe trygge og ligeværdige samtaler om komplekse og ofte polariserende emner. Med metoden får alle deltagere mulighed for at blive hørt og for at lytte aktivt til andres perspektiver. Fokus er ikke på at nå til enighed, men på at opbygge gensidig forståelse og refleksion.

HVORDAN?

Start med at introducere deltagerne for spillereglerne:

- tal ud fra egne erfaringer
- lyt uden at afbryde
- undgå at diskutere direkte imod hinanden og
- respekter den tildelte taletid

Lav derpå en runde, hvor hver deltager får ordet på skift. Der kan være flere runder, hvor spørgsmålene gradvist bevæger sig fra det personlige og erfaringsnære til det mere perspektiverende og samfundsmæssige. Spørgsmålene i de forskellige runder er bygget op, så alle kan tale ud fra egne erfaringer. Fx "Hvad kommer du til at tænke på, fra din egen hverdag, når du ser disse fakta?", "Oplever du, at skærmen er kommet imellem dig og verden omkring dig?" og "Hvorfor kan det være relevant for dig "at tage kontrollen tilbage", altså skære ned på din skærmtid?"

Facilitatorens rolle er at holde rammen, sikre tryghed og understøtte, at alle stemmer kommer i spil. Ved at holde øje med at alle kommer til orde, og at alle har tid til at blive hørt, men også ro til at reflektere over spørgsmålene, fører moderatoren alle sikkert igennem dialogen.

Timeout adskiller sig fra klassisk debat ved, at målet ikke er at overbevise eller vinde, men at skabe refleksion og forståelse. Metoden er derfor særligt velegnet i situationer med risiko for polarisering, eller hvor man ønsker at styrke relationer og tillid mellem forskellige grupper.

Teori: Værktøjet er baseret på den finske Timeout-metode. Find mere info her: <https://www.timeoutdialogue.fi/>