



Gør det nærværende

VEJLEDNING
TRIN 4

Brug Involveringsskemaet til at tænke de trin igennem, som gør jeres målgrupper i stand til at omsætte de nyskabende ideer til handlinger og resultater. Lav et skema for hver af de vigtigste målgrupper.

Når I som ledelse, SU/MED eller arbejdsgruppe har fundet frem til de konkrete indsatser, som bidrager at forny den måde, I løser kerneopgaven på, er det tid til at tænke i kommunikation og involvering. Det samme gælder, hvis I skal i gang med at gennemføre indsatser, som er besluttet fra centralt hold i kommunen.

De nye tiltag skal formidles, så de, der ikke har været med i idéudviklingen, men som nu får en aktiv rolle, forstår, hvad det hele handler om og oplever at få den nødvendige støtte. Budskaberne skal gerne præsenteres på en måde, der skaber interesse, og inspirerer til den type handlinger, der gør ideerne til virkelighed.

SÅDAN GØR I

- 1. Identificer de centrale budskaber**
- 2. Vurder målgruppernes behov, og gør budskaberne relevante og inspirerende for hver enkelt målgruppe**
- 3. Præsenter budskabet og få opbakning**
- 4. Etabler en måde at følge med i, budskaber og ideer bliver omsat til handlinger**



Gør det nærværende

HVAD SKAL DER SKE I MÅLGRUPPEN IFT. TILTAGET?	HVAD SKAL DER SÅ TIL I DE FORSKELLIGE TRIN AF REALISERING AF IDÉEN?	HVILKE BUDSKABER OG KOMMUNIKATIONSMETODER SKAL SÅ BRUGES?
Beskriv ideen/tiltaget kort:	1) Motivation: Hvordan gør vi initiativet vigtigt, spændende og forståeligt?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
Beskriv hvad målgruppen ideelt set skal gøre anderledes, for at ideen/tiltaget bliver realiseret – og hvor langt der er derhen ift. forståelse, motivation, kompetencer og rammer:	2) Forberedelse: Hvordan gøres målgruppen klar til at handle på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
	3) Opstart: Hvordan sikrer vi at målgruppen kommer godt i gang med at arbejde på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
	4) Opfølgning: Hvordan får vi målgruppen til at blive ved med at arbejde på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):



Gør det nærværende

INVOLVERINGSSKEMA EKSEMPEL TRIN 4

HVAD SKAL DER SKE I MÅLGRUPPEN IFT. TILTAGET?

Beskriv ideen/tiltaget kort:

Vi laver et "formidlingskoncept" hvor institutioner kan rekvirere en aktivitet med en bibliotekar, som kommer hjælper med informationssøgning f.eks. til projektarbejde eller at opnå "Internet-kompetencer"

HVAD SKAL DER SÅ TIL I DE ORSKELLIGE TRIN AF REALISERING AF IDÉEN?

1) Motivation: Hvordan gør vi initiativet vigtigt, spændende og forståeligt?

- Vi gør det klart at denne formidlingsaktivitet er en del af vores vision om at være "fremtidens bibliotek for alle"
- Vi gør meget ud af at forklare, at bibliotekar-kompetencer fint kan udøves "ud af huset", selvom det ikke er set før
- Vi giver et par eksempler, men lader ellers bibliotekarerne selv vælge nogle tværgående temaer, som understøtter fagene
- Alle bibliotekarer skal melde tilbage om de er interesserede i at deltage i formidlings-aktiviteten.

HVILKE BUDSKABER OG KOMMUNIKATIONSMETODER SKAL SÅ BRUGES?

Centrale budskaber (hvad):

- Formidlingskonceptet er en del af "fremtidens bibliotek for alle" – også dem som ikke kommer på biblioteket
- Der bliver tilført ekstra ressourcer til første omgang
- Der bliver lavet en "startpakke" med forskellige aktivitetsforslag samt lister over institutioner, virksomheder mv. med kontaktpersoner.

Kommunikationsform (hvordan):

- Vi mødes med alle bibliotekarer samlet og drøfter initiativet igennem som en beslutning der er taget, men som bibliotekarerne selv kan forgive endeligt, samt tage stilling til om de ønsker at deltage i
- Vi inviterer alle personalegrupper til mødet, så de bliver involveret i planerne og evt kan være med til at finde formidlingssteder samt forberede formidlingsaktiviteterne

Beskriv hvad målgruppen ideelt set skal gøre anderledes, for at ideen/tiltaget bliver realiseret – og hvor langt der er derhen ift. forståelse, motivation, kompetencer og rammer:

Bibliotekarerne skal samarbejde om at forberede og gennemføre formidlingsaktiviteterne
Bibliotekarerne kommer nok til at bruge ekstra tid på forberedelse det første år. Nogle har måske brug for et kursus eller anden støtte ift. at påtage sig den aktive, udadrettede formidlingsrolle.

2) Forberedelse: Hvordan gøres målgruppen klar til at handle på det nye initiativ?

- Vi hyrer en bibliotekskonsulent til at komme nogle timer hver uge, og stiller 1 person fra administrationen til rådighed for at færdiggøre formidlingsmateriale og lave aftaler med de relevante institutioner og virksomheder

Centrale budskaber (hvad):

- Som bibliotekarer fokuserer vi fortsat på informationsindhold og kvalitet, men nu handler det om at gøre andre i stand til at lave god informationssøgning

Kommunikationsform (hvordan):

- 1 fra ledelsen mødes 1 time hver uge med bibliotekargruppen eller en repræsentant fra gruppen. Det er op til bibliotekarerne om bibliotekskonsulenten skal deltage

3) Opstart: Hvordan sikrer vi at målgruppen kommer godt i gang med at arbejde på det nye initiativ?

- Når formidlingskonceptet er færdigt fremlægger bibliotekarerne det for et panel af repræsentanter fra målgrupperne og får feedback
- De første gange inden bibliotekarerne tager ud, tilbyder vi et "klargøringsmøde" med bibliotekskonsulenten for at tjekke om alt er klart

Centrale budskaber (hvad):

- Vi følger og støtter jer hele vejen frem til start

Kommunikationsform (hvordan):

- Vi følger op på formidlingsaktiviteterne på gruppeniveau med møder. Vi følger op på hvordan bibliotekarerne "har det med initiativet" og hvordan de håndterer evt udfordringer som de møder ifbm formidlingsaktiviteterne

4) Opfølgning: Hvordan får vi målgruppen til at blive ved med at arbejde på det nye initiativ?

- Bibliotekskonsulenten kan inddrages på ad hoc basis det første år. Der er en månedlig samtale med hver af bibliotekarerne hele det første år. Initiativet bliver evalueret efter 6 mdr og der kan laves justeringer. Vi gør det tydeligt, at initiativet fortsætter året ud, uanset hvad første evaluering viser

Centrale budskaber (hvad):

- Støtten til jer fortsætter så længe I har brug for den

Kommunikationsform (hvordan):

- Månedlige, individuelle "fysiske" samtaler med hver bibliotekar om hvordan initiativet skrider frem, herunder samarbejdet ml lærerne
- Evalueringen bliver en spørgeskemaundersøgelse blandt "kunderne" og en rapport som udarbejdes af bibliotekskonsulenten. Er det en succes, sørger vi for lokalpresse mv for at skabe positiv omtale og yderligere interesse for formidlingsaktiviteterne