

# Creative Friday: Når biblioteket bliver en legeplads for læring

**Hvad gemmer der sig egentlig i kælderen under biblioteket på DTU? På Creative Friday åbnede DTU Bibliotek dørene til det ukendte – og lod de studerende udforske de kreative afkroge**

□ **Sarah Drewsen**, Multimediemedarbejder, DTU Bibliotek

Det begyndte som en helt almindelig fredag i maj. Men under biblioteket på DTU, hvor sollyset ikke når, skete der noget usædvanligt. Her, i kælderen, høstes lyden af grin, kaffeskvulp og knasende chipsposer, hvor DTU's studerende var inviteret til Creative Friday: En markedsdag med VR-briller, video- og lydoptagelser og en snert af mystik ...

I 2025 fik kælderen under biblioteket en opgradering. Ikke en af dem, man nødvendigvis lægger mærke til ved første øjekast – men en, der har potentiale til at ændre, hvordan studerende og universitets medarbejdere bruger biblioteket.

Vi installerede blandt andet et professionelt lydstudie til podcastoptagelser og opdaterede nogle af de tekniske værktøjer, som allerede stod til rådighed i vores walk-in videostudie og vores XR- og postproduktionsrum. Men vi stod med en udfordring: Mange vidste slet ikke, hvad der gemte sig dernede. Derfor besluttede vi at åbne dørene – bogstaveligt talt – og invitere til Creative Friday, hvor nysgerrighed og teknologi gik hånd i hånd. Vores

mål var at skabe en større synlighed, og det lykkedes.

## Sådan blev idéen til virkelighed

Mens de sidste opdateringer af kælderen faldt på plads, begyndte vi planlægningen af vores arrangement. På den måde gav vi os selv en stram deadline, da vi gerne ville afvikle arrangementet, inden de studerende fik travlt med deres eksamener, samtidig med at ideen var at give dem et kreativt, men fagligt pustenum midt i deres oplæsning.

Vi ønskede, at de studerende selv skulle prøve kræfter med de værktøjer, der er at finde i kælderen under biblioteket. Derfor kreerede vi tre workshops – én for hvert rum – hvor de studerende fik hands-on erfaring med de mange muligheder.

Vi vidste, at der skulle være et trækplaster. Noget, der kunne lokke de studerende frem. Hvis de skal bruge deres tid på os, skal vi også give noget igen. Med det in mente etablerede vi et snackudvalg, og kaffe kom hurtigt på listen.

Vi udarbejdede en digital invitation, som blev delt på de sociale medier. Vi pushede den på vores event-skærm i biblioteket i ugen op til arrangementet. Vi hang plakater op rundt omkring på campus. Vi lavede et lille underholdende indslag fra vores podcaststudie, som vi delte på Instagram. Men det, der i virkeligheden virkede, var fysisk henvendelse til de studerende, som på dagen befandt sig på biblioteket.



← Foto: Lasse Lyhne  
Abild, 2025

## Dragende mystik

DTU Biblioteks Media Lab-service dækkes af en håndfuld multimedie medarbejdere. Det er dem, der har en del af ansvaret for, at mystikken i kælderen ikke overtager og skræmmer de studerende væk. Så når teknikken driller, eller når kælderen, som nu, skal opdateres, er det kollegerne fra DTU Media Lab, der står for det. Derfor var det også os, der arrangerede dagen og udviklede de tre workshops, som de studerende skulle deltage i.

Mystikken over kælderen forduftede lige så snart, de første studerende trådte ned i kælderen. Men måske var det netop mystikken, der drog dem. For mange af de studerende var det nemlig første gang, de trådte ned af trappe-trinnene og undersøgte bibliotekets mange muligheder nærmere.

## Biblioteket som legeplads

I planlægningsfasen var der ikke tid til at tøve. Som førstegangs-eventholdere havde vi ikke et stort bagkatalog af erfaringer at trække på, men vi havde lysten til at skabe noget, der både var sjovt og meningsfuldt. Vores uofficielle mantra blev hurtigt: *“Have fun.”* Og det holdt vi fast i. Det var med den tilgang, vi udviklede

de tre workshops (én til hvert rum i kælderen), hvor vi tog udgangspunkt i vores egne oplevelser med de digitale værktøjer.

Noget var inspireret af aktiviteter, vi selv havde prøvet, andet af aktiviteter vi gerne ville prøve. Det gjorde de tre workshops personlige – og måske netop derfor føltes de også mere indbydende for de studerende. De kunne mærke, at vi brændte for det, vi viste frem. Og jeg tror, vi vil gøre det på samme måde næste gang – for der bliver en næste gang!

Men – for der er altid et men – vi skal fremadrettet tænke over, hvordan vi rekrutterer deltagerne. Denne gang havde vi mystikken på vores side: En kælder, der gemte på noget ukendt. Det kort kan vi kun spille én gang. Derfor overvejer vi at skrue ned for kampagnen op til og i stedet lægge kræfterne i selve dagen. For det var, da vi mødte de studerende ansigt til ansigt, at magien opstod.

Jeg vil give andre biblioteker ét råd: Spring ud i det. De studerende er nysgerrige og åbne, og hvis man tør kravle ud fra mørket og vise dem de mange facetter, et bibliotek rummer, så lytter de. Det handler ikke om at stable en storstilet kampagne på benene. Kast en snøre ud, og sørg for at der er kaffe på kanden – mere skal der faktisk ikke til. Så kan kræfterne bruges der, hvor det virkelig tæller: På at skabe en oplevelse, der mærkes!