



SEISMONAUT

Digital kultur i en Corona-tid

Casesamling

Udarbejdet af Seismonaut for Region Midtjylland
April 2020

Indholdsfortegnelse

| | |
|--|-----------|
| Indledning | 3 |
| CPH:DOX Online | 4 |
| Online teater på Magistraten | 6 |
| Randers Regnskov Live | 8 |
| Børn skaber danmarkshistorie på Buster Filmfestival | 10 |
| KGL Xtra er et online univers af oplevelser | 12 |
| Sammen hver for sig hos Læseforeningen | 14 |
| Digital undervisning på Aarhus Musikskole | 16 |

Indledning

Corona-krisen har sat kulturlivet under pres. Hvad gør man så? Man digitaliserer oplevelserne og gør dem tilgængelige for ens publikum, som pludselig sidder hjemme i stuerne.

Under Corona-krisen er der opstået et væld af tiltag, der vidner om opfindsomhed og virkelyst blandt de danske kulturinstitutioner. Vi har netop nu en unik mulighed for at undersøge hvilke oplevelser, der bliver eksperimenteret med, hvilke platforme der bliver brugt og hvilke forretningsmodeller, der bliver testet.

Denne casesamling rummer syv cases, der både repræsenterer en bredde i kulturlivet og viser forskellige typer af digitale tiltag med henblik på at uddrage erfaringer og god praksis. Det er håbet, at casesamlingen vil være til gavn for andre kulturinstitutioner og blive delt i bredere sammenhænge som eksempler på, hvordan kulturlivet imødegik Corona-krisens udfordringer.

Læring og gode råd

På tværs af de forskellige digitale kulturtilbud, er der en række karakteristika, som går igen. Det er først og fremmest kendetegnende for de portrætterede kulturinstitutioner, at de har været i gang med en digital læring- og udviklingsproces, da Corona-krisen ramte. De aktuelle digitale kulturtilbud bygger derfor ovenpå kulturinstitutionernes hidtidige erfaringer.

Dertil er det interessant, hvordan de digitale tilbud tager afsæt i kulturinstitutionernes formål i samklang med en dyb forståelse for brugernes behov. Corona-krisen har med andre ord givet anledning til at gentænke ens mission som kulturinstitution.

Det er bemærkelsesværdigt, hvordan nye digitale tilbud på få dage og uger har skabt vigtig læring for kulturinstitutioner. Derfor er det oplagt, at kulturinstitutionerne evaluerer og udvikler deres digitale tilbud også efter Corona-krisen. For hvorfor ikke bruge blended learning og digitale platforme til at nå flere? Hvorfor ikke vise alt det spændende frem, som sker bag facaden? Og hvorfor ikke bruge teknologi til at eksperimentere med genrer og formater?

Tilbagemeldingerne fra de syv cases er, at deres erfaringer med nye teknologier og formater vil betyde

gentænkning af eksisterende tilbud og udvikling af nye digitale tilbud efter Corona. Dertil viser erfaringerne, at det er muligt at nå nye målgrupper i en digital ramme og skabe en anden form for dialog med brugerne. Kulturinstitutionerne når brugere, de ikke tidligere har været i kontakt med, ligesom de i langt højere grad får feedback og indgår i dialog omkring deres kunst og kultur på sociale medier.

Den øgede opmærksomhed, som de digitale kulturtilbud har affødt, er også med til at styrke institutionernes brand og communityet omkring dem. De portrætterede cases håber, at interessen vil blive omsat i øget loyalitet og flere besøg, når de åbner igen. Det er forskelligt hvordan de syv cases forretningsmodel er skruet sammen. Nogle arbejder helt bevidst med gratis digitale tilbud som del af en udbredelses- og profileringsstrategi, mens de digitale tilbud for andre rummer et nyt indtjeningspotentiale.

Gode råd til digital kultur

- Skab digitale tilbud, der løser et behov hos brugerne og matcher organisationens formål.
- Tag afsæt i den teknologi som I kender og allerede bruger, så I kommer hurtigere fra start.
- Udviklingen af nye digitale tilbud handler lige så meget om kompetencer og mindset hos organisationen, som om teknologiske løsninger.
- Søg inspiration hos andre kulturinstitutioner nationalt og internationalt, de vil ofte gerne hjælpe.
- Ræk ud i dit netværk og skab partnerskaber. I står stærkere sammen.
- Vær bevidst om forretningsmæssige perspektiver og om digitale tilbud skal skabe profilering eller indtjening.

Casesamlingen er lavet af Seismonaut for Region Midtjylland. Er du interesseret i at vide mere om Region Midtjyllands kulturudviklingsindsats kan du besøge kultur.rm.dk.



CPH:DOX Online

Dokumentarfilmfestivalen CPH:DOX var blandt de allerførste til at gå online, da åbningsdagen nærmest faldt sammen med nedlukningen af Danmark. CPH:DOX gennemgik en digital transformation på ganske få timer og dage.

Som reaktion på den globale Corona-krise udkom CPH:DOX i år i en ny online version, hvor publikum kunne opleve årets dokumentarfilm og deltage i live-debatter hjemme fra sofaerne. Derudover har CPH:DOX faciliteret 1.000 digitale branchemøder, der er et andet vigtigt ben i festivalen.

“Det har været mit livs sværeste professionelle beslutning. Men den tog næsten sig selv, fordi vi ikke havde et ønske om at forlade projektet og lukke det ned, og dermed forsvinde som institution og efterlade vores community.”

- Tine Fischer, adm. dir., CPH:DOX.

Ideen til CPH:DOX Online opstod ud af omstændighederne. Beslutningen blev ifølge administrerende direktør Tine Fischer taget ud fra, at alt indhold, pressekampagner mv. lå klar på det tidspunkt, hvor Corona-situationen begyndte at blive kritisk. Ud fra en økonomisk betragtning var det ikke muligt at udskyde festivalen. Derfor havde CPH:DOX 24 timer til at finde ud af, om de kunne transformere dokumentarfilmfestivalen til en online version. Første skridt var at finde ud af, om

festivalens partnere, leverandører og rettighedshavere var med på præmissen. I og med at der var opbakning, besluttede CPH:DOX sig for at gennemføre festivalen.

Flere platforme i spil på én gang

Dernæst handlede det om at håndtere de tekniske og praktiske udfordringer. Her rakte CPH:DOX ud til to udenlandske eksperter inden for digitale platforme og transformationsprocesser, som festivalen i forvejen arbejdede sammen med. De to eksperter satte CPH:DOX i forbindelse med relevante platformsudbydere. De testede forskellige løsninger og valgte at samarbejde med Shift72, som også er platformleverandør på SXSW og Cannes Film Festival. Shift72 byggede i rekordtempo en løsning, der både rummede et streaming univers med indbygget betalingsløsning, arkivfunktion samt et festivalelement. I tilknytning til filmene har CPH:DOX nemlig også vist portrætter og interviews med filmskaberne samt transmitteret en række live-debatter om alt fra kunstig intelligens til seksuel krænkelse af børn og unge på nettet.

Derudover har festivalen afviklet konferencer og møder. Festivalen har i år hostet 500 møder samt sat yderligere 500 møder op mellem branchefolk. Festivaldelen er blevet håndteret via Webinar Jam, mens break-out møderne er foregået i Zoom.

Til trods for de mange digitale løsninger på markedet har CPH:DOX ikke fundet én løsning, der kunne det hele. Visningerne er derfor broadcastet via Facebook Live for at skabe interaktion deltagerne imellem. Samtidig har festivalen haft professionelle tv-afviklere på, der har transmitteret live-udsendelserne via et til lejligheden opbygget kontrolrum.

“Vi har en oplevelse af, at det nærmest har givet et stærkere community end ved en fysisk festival. Nu ved man, hvem der deltager, og kan connecte bagefter. Samtidig er tingene tilgængelige bagefter, hvilket også har betydning for ens sociale impact.”

- Tine Fischer, adm. dir., CPH:DOX.

Med erfaringerne fra i år er Tine Fischer overbevist om, at både CPH:DOX og andre festivaler verden over kommer til at rumme et stærkere digitalt element fremover. Også for at trække branchen i en mere bæredygtig retning uden så mange rejser.

Modsat hvad man måske kunne tro, er seriositeten og intimiteten ikke forsvundet i de digitale møder. Mødedeltagerne har kunnet sidde i rolige omgivelser hjemme hos sig selv, frem for at være i en larmende messehal, hvor der samtidig kører en masse andre dagsordener. Derfor har der også været positive feedback på de online møder.

Festivalen lever videre

Festivalen er stadig i gang. Ja faktisk er den blevet forlænget, så filmene får lov til at blive liggende april måned ud. Derfor har festivalen heller ikke haft lejlighed til at samle op på resultater og erfaringer endnu.

Det står dog allerede nu fast, at festivalen er nået bredere ud geografisk og har fået fat i nye brugergrupper. Hvor festivalen normalt alene foregår i København oplever CPH:DOX, at 30% af brugerne er spredt ud over hele landet uden for hovedstadsområdet. Dertil er tilbagemeldingerne fra den hotline, som har hjulpet brugerne med teknisk assistance 24/7, at de også har været i kontakt med en helt anden type brugere, der ikke tidligere har gjort brug af CPH:DOX.

Den samlede økonomi er endnu ikke gjort op, ligesom CPH:DOX ikke ønsker at melde billetsalget ud, før festivalen er ovre. Tine Fischer vil dog gerne gå så langt som til at sige, at festivalen står stærkere økonomisk, end de kunne have frygtet.

“Da vi startede, var vi usikre på, om festivalen ville overleve. Det er vi ikke nu. Vi er blevet modtaget sindsygt godt af publikum, presse og samarbejdspartnere. Vi kommer også til at søge de støttemuligheder, der er, men vi er så meget længere, end hvis vi havde aflyst festivalen.”

- Tine Fischer, adm. dir., CPH:DOX.

Læring og gode råd

CPH:DOX har haft en meget stejl læringskurve på digital transformation. En transformation som de ellers har været tilbageholdende med at gå i gang med, fordi de vidste, at der ville være bump på vejen i forhold til både samarbejdspartnere og digitale kompetencer.

Med en organisation på omkring 25 ansatte samt en række praktikanter ligner CPH:DOX mange andre små og mellemstore kulturinstitutioner uden egen udviklings- eller it-afdeling. Derfor har det ansvar ligget hos direktøren. Det er ifølge Tine Fischer en del af forklaringen på, hvorfor andre festivaler rundt om i verden heller ikke har været i gang med en digital transformation. Corona-krisen har derfor rummet en unik mulighed som CPH:DOX har grebet, og hvor de er lykkedes med beskedne midler og hjælp fra deres netværk. Tine Fischer opfordrer også andre kulturinstitutioner, der ønsker at gå i en mere digital retning, at tage fat i deres netværk for at få hjælp og sparring.

Dertil opfordrer Tine Fischer andre kulturinstitutioner til at skabe en stærk digital brugeroplevelse. Det er noget af det, som CPH:DOX selv vil arbejde mere med. Med Corona-nedlukningen er der pludselig et langt større udbud af digitale oplevelser. Det kan godt være, at vi lige nu accepterer det meste, men det er relevant at styrke brugeroplevelsen og skabe bedre møder digitalt.

Fakta om CPH:DOX online

Dokumentarfilmfestivalen CPH:DOX er med årets program gået rent online.

CPH:DOX har vist dokumentarfilm og live-debatter, ligesom de har afviklet et brancheprogram med 1.000 branchemøder og festivalaktiviteter.

cphdox.dk



Online teater på Magistraten

Da Coronaen ramte Danmark var teatret Magistraten i Silkeborg hurtige til at åbne et online teater. Hver dag læser en dansk komiker højt fra sin yndlingsbørnebog.

Udover højtlesningen tilbyder Magistraten *Digital poetry slam i en Coronatid* samt *Corona Kulturfestival*, hvor de præsenterer online kultur fra hele verden.

Tommy Nielsen, leder af Magistraten i Silkeborg, var hurtig til at se nye muligheder for teatret, da Corona-udbruddet ramte Danmark. Hver dag kl. 12.30 livestreamer teatret via Facebook, når en dansk komiker læser højt fra sin yndlingsbørnebog. Oplæsningerne bliver samtidig optaget, så de kan tilgås efterfølgende. Teknisk har det ikke krævet andet end en softwarepakke til 1.500 kr., fordi de gerne ville have Magistratens logo på skærmen.

Oplæserne tæller foreløbigt navne som Sebastian Dorset, Jacob Taarnhøj, Heino Hansen, Mette Rønne og Tjelle Vejrup. Først dagen før annonceres det, hvem der læser op næste dag. Magistraten har her fundet ud af, at seerskaren ikke nødvendigvis afhænger af, hvem der læser op, men i lige så høj grad af, hvor gode de er til at læse op og på hvilken dag, de bliver sendt. Selvom dagene flyder mere ud for os under Corona- nedlukningen, er vi stadig mere interesserede i at gå i online teater om søndagen end om mandagen.

Brugerne er de samme

Magistraten er nået ud til 112.000 unikke mennesker på Facebook, og af dem har de konverteret 9.200 til enten at deltage eller markere, at de er interesserede.

Foreløbigt har danskerne samlet set hørt komikere læse op i ca. 500.000 minutter.

Hvem er det, der lytter med? Ifølge Tommy Nielsen er deres online kulturforbrugere i høj grad den klassiske kulturforbruger. Brugerne tæller nemlig især yngre kvinder i form af mødre, der udgør den normale målgruppe for børneteater. Teatret arbejder dog aktivt med user engagement og konvertering og oplever, at de også får engageret fædrene, når de livestreamer kommentarer under højtlesningerne.

“Hvis vi er live og vi kan streame en kommentar, som Søren skriver sammen med Albert, så fungerer det rigtig godt. Der er mange mænd, der får den opgave at kigge med, når de er hjemme. Og de kommenterer i højere grad, når vi lægger et stream ud.”

- Tommy Nielsen, leder af Magistraten.

Det er altid en voksen, som logger ind på højtlesningerne, men der sidder som oftest et eller flere børn med. På kommentarsporet kan Tommy Nielsen se, at højtlesningerne bliver brugt på forskellige måder. Der er eksempelvis nogle, som nyder at lytte med, mens de arbejder.

Magistraten har fået 55.000 interaktioner i deres livestreams, der tæller klik, reaktioner eller delinger. Det vidner om, at tilhørerne gerne vil være med, og at de synes, det er interessant. På de kommentarer og billeder, som teatret modtager, kan de se, at de har skabt et community, hvor børn sidder og tegner under historierne og familierne lytter til fortællingerne sammen. Det vurderer Tommy Nielsen som et udtryk for, at de er lykkedes med at bringe historien op på en scene og få folk til at reflektere over dem. Her ligger der for teatret en vigtig pointe i, at fortællingerne bliver formidlet live, fordi det giver en anderledes og bedre oplevelse.

Magistraten har også forsøgt sig med Poetry Slam i en Coronatid, men oplever, at det kræver mere at få dette format til at fungere end højtlesningen, hvor de er mindre afhængige af skærmen og er i stand til at skabe et rum omkring oplæsningen.

Magistraten styrker sin position

Magistratens tilbud er gratis, fordi de gerne vil give alle mulighed for at være med. Samtidig er Tommy Nielsen bevidst om, at det de kan som et mindre teater, er at få noget opmærksomhed og opbygge deres position, frem for at forsøge at tage penge for noget som, med al respekt, ikke nødvendigvis vil sælge billetter.

“Det vi præsenterer og vores økonomiske virkelighed som teater er to forskellige ting. Vi tror ikke på, at folk der er pressede i deres hverdag og på deres økonomi, skal forholde sig til et økonomisk issue, når de vil gå i online teater.”

- Tommy Nielsen, leder af Magistraten.

Som et mindre teater har Magistraten med deres online teater ønsket at sætte en dagsorden, og det er de ifølge Tommy Nielsen lykkedes med. De har eksempelvis ikke markedsført deres tilbud og har fået positiv omtale flere steder, fx hos TV2 News.

Samtidig har det online teater opbygget Magistratens position på sociale medier, så de i dag har en stærkere kanal. Da de lancerede ‘Komikere læser børnebøger’, havde de 1.200 likes og 1.100 følgere på Facebook. I dag har de 4.200 følgere og 3.200 likes. Hvis den udvikling fortsætter i de kommende uger forudser Tommy Nielsen, at Magistraten vil stå som den stærkeste kulturudbyder på Facebook i Silkeborg, når Corona-nedlukningen er ovre. Og som online tilstedeværelsen vokser, vil det også skabe en anden tilstedeværelse for det fysiske teater i Silkeborg, fordi de vil være i stand til at tiltrække andre typer af forestillinger og nye samarbejdspartnere.

“Vi står med en helt anden platform. For os er online det nye live.”

- Tommy Nielsen, leder af Magistraten.

Læring og gode råd

Magistraten har undervejs i Corona-nedlukningen skiftet strategi, så de ikke kun producerer, men også kuraterer og formidler live performances, der finder sted rundt omkring i verden. Til det formål har de udviklet formatet Corna Kulturfestival, der på sin egen Facebook-side linker til online kulturoplevelser verden rundt. På programmet er indtil videre Edith Piaf cabaret fra Melbourne, Drag Show fra Serbien, Poetry Slam fra Toronto og Jazz fra New York.

Magistraten kommer også til at fortsætte med den online tilstedeværelse efter Corona, men det bliver i nogle andre formater. Nu har de nemlig opbygget teknologiforståelsen og fået styr på, hvordan de skaber user engagement. Som Tommy Nielsen formulerer det, vil Magistraten gerne være Silkeborgs Teater før, under og efter Corona. Det betyder, at man ikke kan fjerne det ansvar, som ligger undervejs. Ifølge Tommy Nielsen har Magistraten haft mulighed for at række ud til en stribe kendte komikere, fordi de gør det gratis, mens andre kulturinstitutioner vil have ensembler eller kulturformidlere, som de kan aktivere.

Fakta om Magistratens online teater

Magistraten er under Corona-nedlukningen omdannet til et online teater. Teatret tilbyder hver dag kl. 12.30 live højtlesning af børnebøger udført af kendte komikere. Derudover har Magistraten eksperimenteret med live Poetry Slam om Corona.

Magistraten har også etableret Corona Kulturfestival, der formidler online kulturtilbud fra hele verden inden for scenekunstmrådet.

facebook.com/magistratendk



Randers Regnskov Live

I Randers Regnskov har nedlukningen banet vej for en helt ny form for digital formidling, der hver dag streames af over 50.000 børn og familier. Randers Regnskov Live skaber et frikvarter med biologien i centrum.

Randers Regnskov er en af de mange attraktioner, der har lukket for publikum. Men formidlingen er ikke droppet af den grund. Randers Regnskov streamer alle hverdagsmorgener under Corona-krisen undervisning live, til hvad der svarer til et stort fyldt fodboldstadion. Det skal ses i lyset af, at deres normale skoletjeneste, på et godt år, får besøg af i alt 14.000 elever.

Undervisningen bliver sendt fra et biologilokale, der er indrettet med eksotiske planter og et skelet i hjørnet. Her fortæller formidlingschef Asser Øllgaard på levende og humoristisk vis - sammen med sin medvært og kameramand Brian Rasmussen - om biologiens forunderlige verden. Hver dags udsendelse tager udgangspunkt i et tema, der kan være alt fra tænder, hår og ører til døden, sex og børn.

“Det vi lever efter i Randers Regnskov er, at vi er til for at redde verden. Hvordan kan vi redde en lille del af verden og have noget at samles om?”

- Henrik Herold, direktør i Randers Regnskov.

Det hele er ikke sjov og ballade. Undervisningen handler grundlæggende om at give børn og unge en fascination for naturen og naturvidenskaben, fordi

det er dem, der skal leve videre i en verden, som skal reddes.

De kastede sig ud i et eksperiment

I Randers Regnskov kastede de sig med live undervisningen ud i et eksperiment, der blev skabt fra den ene dag til den anden. Derfor var lyden også dårlig til at begynde med, ligesom de fandt ud af, at de havde brug for et nyt og bedre kamera. Det så organisationen blot som en mulighed for at gå i dialog med deres brugere og få noget feedback.

At de valgte at streamer via Facebook skyldes, at det var den platform, de havde. Og dertil at de ønskede at skabe et live format for at skabe energi og en fællesskabsfølelse.

Allerede på den første dag nåede de ud til over 20.000 familier og har været oppe på at blive set af 27.000 familier svarende til over 50.000 personer. Derefter har de fundet ud af at dele episoderne på YouTube, så de kan tilgås mere fleksibelt, hvilket har resulteret i flere tusinde ekstra visninger af hver episode.

At de er lykkedes med at skabe en succes tilskriver Henrik Herold, direktør i Randers Regnskov, organisationens kultur og personalets erfaring med at kunne performe.

De to idémænd bag Randers Regnskov Live har tidligere eksperimenteret med foto og videoptagelser, ligesom de har haft lavet en julekalender. Det er den erfaring, som gør, at de har været i stand til på meget kort tid at udvikle og eksekvere et stærkt live formidlingsunivers.

“Kast jer ud i det. Det værste der kan ske er, at I kommer i dialog med jeres brugere og I finder løsninger sammen”

- Henrik Herold, direktør i Randers Regnskov.

Randers Regnskov bliver drevet ud fra en filosofi om, at dyrepasserer er den vigtigste attraktion i regnskov, fordi det er rundt om dyrepasserer at alting sker. Det betyder også, at dyrepasserer er vant til at kunne performe overfor både regnskovens publikum og i forbindelse med indslag på TV. Derfor er det også uproblematisk for Randers Regnskov at sende live på Facebook hver formiddag, hvor man

kan følge med i hverdagen i regnskoven, hvilket er Randers Regnskovens anden sendeflade.

Gejst og kundelojalitet

At gå live har for Randers Regnskov betydet, at de har været i stand til at holde gejsten oppe. Dertil har udsendelserne betydet, at de får en masse positiv feedback og opbygger en loyalitet hos brugerne, der fortæller, at de glæder sig til at besøge Randers Regnskov, når Corona-krisen er ovre.

De digitale tiltag betyder også, at Randers Regnskov bliver top of mind og får en masse positiv opmærksomhed, netop fordi de har været blandt de første til at mestre Corona-krisen med positivitet. Eksempelvis har Ekstra Bladet udpeget Asser og Brian som Corona-helte. Dermed bliver de to formidlere pludselig også en attraktion i sig selv.

“Det har taget Randers Regnskov 10 år at få 35.000 følgere på Facebook. Nu er vi oppe på over 90.000 følgere. Det svarer nærmest til 10.000 nye følgere om dagen.”

- Henrik Herold, direktør i Randers Regnskov.

Hvad der tidligere tog et årti at opbygge sker altså nu fra dag til dag. Den platform har også en værdi i fremtiden, ligesom opmærksomheden åbner nye muligheder for samarbejder og partnerskaber. Det luner i en tid, hvor Randers Regnskov ligesom andre attraktioner og kulturinstitutioner rammes hårdt økonomisk, fordi de mister entreindtægter under Corona-lukningen.

Læring og gode råd

Randers Regnskov er i gang med en digital læringsproces, som ikke stopper her. Det kan meget vel være, at fremtidens skoletjeneste også kommer til at foregå digitalt, hvor eleverne ser nogle videoer om bestemte temaer inden de kommer på besøg i regnskoven. For hvem siger, at skoletjenesten i 2020 skal foregå i et undervisningslokale i Randers Regnskov?

På den måde kan Randers Regnskov Live ses som et eksperiment, som også forpligter. Man skal bruge det, der er kommet ud af det, og fortsætte udviklingen.

Henrik Herold giver tre gode råd til andre, der vil arbejde mere digitalt:

- Det første handler om at kaste sig ud i det og prøve det af.
- Det andet om at finde de personer, som gør sig godt live - og det er ikke nødvendigvis dem med flest stjerner på skuldrene eller flest år på bagen.
- Og endelig for det tredje, at man skal ‘træne krigstid i fredstid’ og dermed få opbygget og trænet en stærk organisation, som er klar til at gå i kamp, når det gælder.

Fakta om Randers Regnskov Live

Randers Regnskovens skoletjeneste live streamer alle hverdage kl. 9 på Facebook. Bagefter bliver episoderne lagt på YouTube.

Derudover sender Randers Regnskov live på Facebook hver dag kl. 11.30, hvor man kan følge med i hverdagen i regnskoven.

facebook.com/randersregnskov



Børn skaber danmarkshistorie på Buster Filmfestival

Buster Filmfestival vil have børn til at skabe film om Corona-tiden med deres mobiltelefon. Filmene kommer til at indgå som del af Buster Filmfestival til efteråret, ligesom de vil blive en del af Nationalmuseets samling.

Buster Filmfestival har inviteret alle børn mellem 5-16 år til at lave film om livet som barn eller ung under Corona-krisen. De mange filmbidrag vil blive samlet til én stor dokumentarfilm om livet under Corona-lockdown i et børneperspektiv. Filmen får premiere på Buster Filmfestival til september 2020 og bliver samtidig en del af Nationalmuseet. Buster har nemlig indgået et samarbejde med Nationalmuseet.

“Det specielle ved filmprojektet er, at det er børn og unge, der selv laver film om deres oplevelse af livet under pandemien. Vi kender historierne om epidemierne fra historiebøgerne, og nu oplever vi det selv. Derfor vil vi selvfølgelig gerne have mulighed for at bruge filmen i vores formidling og på vores digitale kanal ‘Vores Tid’.”

- Rane Willerslev, direktør Nationalmuseet.

På den måde kommer filmene til at leve videre, ligesom der er mulighed for, at de kan indgå i en udstilling på Nationalmuseet.

Derudover tegner der sig et stærkt hold af partnere bag projektet i form af DR, Københavns Kommune, Nordea Fonden, Ungdomsbyen og Det Danske Filminstitut Parterne som skal være med til at sikre, at flest mulige børn og unge griber opfordringen og bruger filmmediet til at fortælle deres historie.

Filmskole på nettet

På festivalens hjemmeside ligger nu Busters Filmskole. Her fortæller den danske filminstruktør Sebastian Cordes i små korte videoer, hvordan man dokumenterer ens oplevelser og fortæller dem i en klar filmisk form. Programchef på Buster Filmfestival Mariella Harpelunde Jensen fortæller her om, hvordan ideen opstod.

Buster har været en filmfestival i 20 år, der som en del af sit program, har haft workshops, hvor børn har arbejdet aktivt med film. Men alt det, børnene har lavet, er aldrig blevet screenet som en del af festivalens program. Som ny programchef ville jeg gerne sikre mere samskabelse mellem det børnene laver og festivalen. Det er de briller, som Mariella Harpelunde Jensen har haft på i udviklingen af Busters Filmskole.

“Med Corona-lockdown, tænkte vi, at det her er den allervigtigste film at skabe.”

- Mariella Harpelunde Jensen, programchef Buster Filmfestival.

At det er lykkedes at etablere Busters Filmskole skyldes i høj grad, at festivalen bygger videre på eksisterende erfaringer og stærke samarbejdspartnere. Busters Filmskole er inspireret af projektet ‘Vild med Film’, hvor festivalen sidste år lavede film sammen med 3.000 børn i samarbejde med biblo.dk.

Ny digital platform for at få alle med

Buster Filmfestival har altså haft en skabelon at tage udgangspunkt i, men har samtidig sat barren højere denne gang, fordi de gerne vil invitere alle børn og unge ind. Da festivalen lavede ‘Vild med film’ tog de udgangspunkt i den eksisterende platform SkoleTube,

der gjorde det let for eleverne at uploade deres film. I og med at SkoleTube kræver et abonnement, sætter det nogle begrænsninger for, hvilke børn og unge som kan være med, afhængig af om deres skole har adgang til SkoleTube.

I den her situation har det været vigtigt for Buster Filmfestival at række ud til alle børn og unge i hele landet. Derfor har de fået bygget deres egen upload-funktion til hjemmesiden, som giver alle mulighed for at lægge deres film op. Det har krævet et par nætters kodning fra en programmør, de kender. Men bortset fra det, er initiativet lagt op på, at børn og unge bruger deres egen teknologi i form af mobiltelefoner til at filme med.

Film som redskab for refleksion

Ideen går grundlæggende ud på, at børn og unge optager en kort dokumentarfilm og deres egen oplevelse af Corona-lockdown. Hvad er anderledes? Hvordan ser hverdagen ud? Og hvad betyder noget lige nu?

“Når der sker noget usædvanligt, så er man bare i det. Man savner sine venner og er måske træt af sin mor og far. Men det er ikke sikkert, at man har så meget refleksion omkring det. Og samtidig er børnenes refleksion ikke den samme som de voksnes. Jo flere børn, der sætter stemmer på og deler deres tanker, jo flere komponenter får vi til at se tilbage på den tid - hvad var godt og dårligt, og hvad kan vi gøre til næste gang?”

- Mariella Harpelunde Jensen, programchef Buster Filmfestival.

Buster Filmfestival vil gerne stille krav til det at lave film og lægge noget kvalitet ind i det som modvægt til megen af den underholdning, der også flourer her i Corona-tiden. Det betyder, at de stiller krav om både billeder og voice over, og at filmen skal klippes sammen. De mindste laver derfor filmene sammen

med deres forældre, mens de unge selv kan lave deres egen dokumentarfilm. Samtidig er festivalen bevidst om løbende at lægge forskellige film, der både appellerer til en fra 0. klasse og en fra 9. klasse. Og samtidig at alle film ikke skal være lige formfuldendte for at appellere til flere.

Læring og gode råd

Håbet med projektet er at skabe erfaringer om, hvordan man laver gode projekter med børn, som samtidig kan berige festivalen og i højere grad gøre Buster Filmfestival til en del af samfundet.

Mariella Harpelunde Jensens bedste råd er, at man tager udgangspunkt i at lave noget, der giver mening for målgruppen, og dermed ikke bare gør det for ens egen skyld.

“Det er i ekstraordinære situationer, at vi finder ny teknologi og nye muligheder. Men det hjalp, at vi vidste præcis, hvad vi ville have.”

- Mariella Harpelunde Jensen, programchef Buster Filmfestival.

Derudover handler det ifølge Mariella Harpelunde Jensen om at gøre, som man plejer, og så overføre det til en digital kontekst. Hvad er det, vi vil opnå? Og hvilke samarbejdspartnere har vi, som kan hjælpe os? Det er dér, man skal starte. Ved at bygge videre på noget, som man allerede ved noget om og er godt til.

Fakta om Buster Filmskole

Børn og unge laver dokumentarfilm om tiden under Corona optaget med deres mobiltelefon. Filmene uploades på Buster Filmfestivals hjemmeside og bliver klippet sammen til én stor film, der bliver vist på Buster Filmfestival til september 2020.

Samtidig bliver filmene en del af Nationalmuseets samling.

buster.dk/news/fortael-danmarkshistorie-i-bornehojde



KGL Xtra er et online univers af oplevelser

KGL Xtra er et nyt gratis univers på Det Kongelige Teaters hjemmeside, hvor teatrets kunstnere og ansatte viser, hvad de laver, når de ikke er på scenen. KGL Xtra er en del af teatrets strategi om at involvere brugerne i processen bag kunsten.

Med Corona-udbruddet i Danmark lancerede Det Kongelige Teater deres nye online univers KGL Xtra. Her er det muligt at streame udvalgte forestillinger fra Det Kongelige Teaters repertoire samt opleve teatrets medarbejdere backstage. I det online univers inviteres brugerne helt tæt på og kan følge med i, hvordan teatrets medarbejdere træner, øver og forbereder sig til forestillingerne på nationalscenen. KGL Xtra skulle først have været lanceret til sommer, men er nu gået i luften under Corona-nedlukningen.

“Vi tror på, at der er et behov lige nu, samt at den kunst, som vi har, kan være med til at understøtte det fællesskab, som danskerne er en del af. Og vi kan mærke, at danskerne søger det.”

- Magnus Restofte, kommunikationsdirektør Det Kongelige Teater.

På KGL Xtra er det muligt at se videoer med alt fra stemmetræning over arbejde med parykker til fysisk træning, som når koreografen Tim Matiakis sammen med sønnen Milo guider til træning for børn og

voksne hjemme i stuerne. Det gør teatret, fordi de gerne vil tilbyde en bredde af oplevelser.

På KGL Xtra inviteres brugerne også med ind i skabelsen af Hobitten, Det Kongelige Teaters store udendørsforestilling i Dyrehaven. I en video giver teaterchef Kasper Holten indblik i sine kunstneriske overvejelser bag Hobitten. Han sender stafetten videre til Kristoffer Jørgensen, der fortæller om, hvad det vil sige at være stuntkoreograf på Hobitten. En forestilling hvor der skal kæmpes både højt og lavt og til fods og til hest, og som derfor er udfordrende rent sikkerhedsmæssigt.

Digitalt turnaround på nationalscenen

KGL Xtra er spydspidsen i Det Kongelige Teaters digitale strategi, der handler om at være relevant for flere danskere. KGL Xtra vil både være relevant for de kunstinteresserede, der indløser billet til en forestilling, og de mennesker, som ikke har mulighed for at besøge teatret.

“KGL Xtra foregriber en strategi, som vi har arbejdet på de sidste 4-5 år, hvor vi har skabt et digitalt turnaround og når ud til flere danskere.”

- Magnus Restofte, kommunikationsdirektør Det Kongelige Teater.

Det har været en stor omvæltning for teatret, at ændre fokus i kommunikationen fra det færdige resultat til processen undervejs. Det har været en udviklingsproces at få medarbejderne til at forstå, at en naturlig del af det at komme ud til danskerne og blive relevant for flere, også er at vise de fejl, man laver undervejs, samt at det kræver blod, sved og tårer at nå til det færdige resultat på scenen.

Det er særligt teatrets bagom-videoerne, der er populære, og som har været med til, at Det Kongelige Teater har opbygget egne stærke kanaler. KGL Xtra har skabt et univers, som brugerne kan dykke ned i og hvor strategien både er at tale til den særligt passionerede kulturforbruger og novicen, som ønsker guides og inspiration. Dermed får indholdet også et længere liv, fordi det ikke behøver at knytte an til det aktuelle repertoire.

“Facebook og Instagram performer rigtig godt. Også YouTube som vi tror får et boost med udvidelsen af KGL Xtra. Og selvfølgelig hjemmesiden, hvor vi forsøger at lede al vores trafik ind. Der er jo også en kommerciel vinkel i det samt et ønske om at give tingene et længere liv på tværs af sæsoner.”

- Magnus Restofte, kommunikationsdirektør Det Kongelige Teater.

Hvor KGL Xtra indtil nu er båret af videoer, vil sitet blive udvidet med en nyhedsdel med artikler. Det gør teatret, fordi de oplever, at omfanget og dybden af pressens anmeldelser og omtaler af teatrets forestillinger, er blevet reduceret. Nyhederne vil derfor være fagligt baseret og gå i dybden med kunsten og de overvejelser, som ligger bag.

Nye brugergrupper og en ny dialog

I og med at teatret med KGL Xtra både taler til eksisterende og nye brugere, når teatret breder ud. De som vælger teatret til i en digital ramme er lidt yngre end gennemsnitsalderen blandt de, som indløser billet. Det Kongelige Teater kan se, at deres digitale tilbud særligt rammer de unge samt gruppen af 35-50 årige, der ellers kan være svære at få fat i, fordi de har travlt med både børn og karriere.

“Når vi først kommer på radaren, er der større sandsynlighed for, at de vælger os til på et senere tidspunkt i deres liv.”

- Magnus Restofte, kommunikationsdirektør Det Kongelige Teater.

Samtidig giver KGL Xtra en ny form for interaktion med publikum gennem de mange kommentarer, delinger og interaktioner på tværs af Det Kongelige Teaters digitale platforme. Magnus Restofte fortæller, at de får et højt antal reaktioner på de posts, hvor de giver noget af sig selv.

Læring og gode råd

Det Kongelige Teaters digitale strategi og tilstedeværelse på tværs af kanaler har både krævet flere kommunikationsressourcer og et skærpet fokus. Dertil har den digitale kommunikationsstrategi påvirket medarbejderne og transformeret teatret i langt højere grad end forudset. Der har overrasket Magnus Restofte, hvor lang tid det skulle tage dem og hvor tålmodige, de har skulle være undervejs, fordi det er en gennemgribende anderledes måde at gøre tingene på. Heldigvis har de haft gode tal og resultater at støtte sig til undervejs, hvor de har fulgt nøje med i brugernes interaktioner.

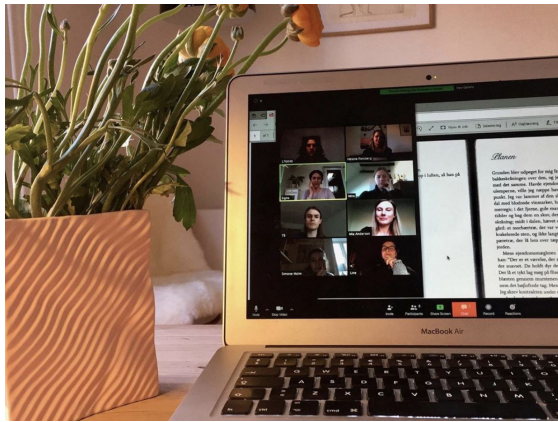
Magnus Restofte mener, at man bør starte med at kortlægge, hvilken investering, man vil lægge i det, og hvilke ressourcer, man reelt har til rådighed for at vurdere, hvilke digitale tilbud man som kulturinstitution har mulighed for at realisere. Dernæst at man starter med at skabe nogle succeser, hvor man involverer de i organisationen, der kan og har lyst til at være med, fordi det gør det lettere at få resten af organisationen med. For det tredje at man rækker ud i sit netværk og hører, hvordan andre griber det an. Og endelig at man tænker over, hvad det er for en type indhold, man kan producere og ikke mindst, hvad brugerne finder interessant ved at lytte til deres reaktioner og kommentarer.

Fakta om Kgl Xtra

Det Kongelige Teater har med Kgl Xtra lanceret et nyt online univers, der giver danskerne mulighed for at se forestillinger og komme bagom nationalscenen under Corona-nedlukningen.

KGL Xtra er en del af Det Kongelige Teaters digitale transformation, hvor teatret er til stede på tværs af en række digitale kanaler.

kglteater.dk/kgl/xtra/



Sammen hver for sig hos Læseforeningen

‘Sammen og hver for sig’ er titlen på en novelle af Virginia Woolf, der handler om samhørighedens svære kunst, og som samtidig er temaet for Læseforeningens nye initiativ omkring digital fælleslæsning.

Læseforeningen er en almennyttig forening, der arbejder i krydsfeltet mellem litteratur, mental sundhedsfremme og socialt udviklingsarbejde. Foreningen arbejder for at skabe stærke læsende fællesskaber for mennesker i alle livssituationer og på tværs af sociale lag. Kernen i Læseforeningens arbejde er guidet fælleslæsning, der udføres af frivillige læseguider landet over.

Fælleslæsningen foregår i mindre grupper, der normalt sidder sammen og får læst en tekst højt og indgår i dialog omkring den. Som noget helt nyt tilbyder Læseforeningen nu digital fælleslæsning tilrettelagt via den digitale mødeplatform Zoom. Det sker både i lukkede grupper for sårbare borgere og i åbne grupper for alle, der har lyst til at være med.

Mental sundhed i en krisetid

Læseforeningen har et særligt fokus på at inddrage mennesker i udsatte livssituationer gennem læsegrupper. Det kan være for ensomme ældre eller psykisk sårbare unge. Læseforeningen har 100 læsegrupper rundt omkring i landet. Læsegrupperne mødes fast en gang om ugen, hvor litteraturen er udgangspunktet for samværet og dialogen.

De digitale læsegrupper er med succes gennemført blandt psykisk sårbare, mens det er lidt sværere med

de ældre på plejehjemmene, fordi de ikke nødvendigvis selv har de fornødne teknologiske færdigheder. Læseforeningen er i dialog med kommunerne, for at finde en god løsning, ligesom de er ved at lave en guide til online læsegrupper.

Oplevelserne med de digitale læsegrupper for psykisk sårbare vidner om, at det digitale møde også rummer intimitet. Med videomøderne inviteres deltagerne pludselig med hjem hos hinanden. Som daglig leder Mette Steenberg fortæller, kan man nu se folk sidde hjemme i køkkenet, kolonihavehuset eller lejligheden.

“På en måde er intimiteten væk, men på den anden side er den endnu stærkere. Vi ser en ung pige bryde sammen, når vi skal lægge på, fordi hun ved, at hun ikke skal snakke med nogen i en uge.”

- Mette Steenberg, daglig leder Læseforeningen.

Lige nu sidder alle alene hver for sig. I læsegrupperne kan man mødes og dele oplevelser, tanker og følelser. Man kan basalt set mærke, at man er en del af et fællesskab. Fokus i de online læsegrupper er litteraturoplevelser. Deltagerne relaterer naturligt nok til deres eget liv og situationen under Corona, men samtalerne skal ikke handle om politik og håndtering af krisen, men om, hvad krisen gør ved os som mennesker.

Digitale læsegrupper når ud til flere

Feedbacken fra både deltagerne og læseguiderne er ovenud positiv, fordi det med videomøderne kan lade sig gøre at mødes, selvom det ikke er helt det samme. At valget faldt på Zoom skyldes, at det var den platform, som foreningen selv brugte til interne møder. Og efter en hurtig test blandt læseguiderne blev videomøderne udbredt til læsegrupperne.

Med de online læsegrupper har Læseforeningen samtidig lavet flere åbne læsegrupper, hvor alle har mulighed for at være med. De åbne digitale læsegrupper bliver også omtalt på Læseforeningens Facebook-side, ligesom de på Instagram laver opslag med inspiration til litteratur for at inspirere flere til at læse og deltage i de online læsegrupper.

Læseforeningen håber nemlig, at flere har lyst til at være med i en læsegruppe online, fordi barrieren for

deltagelse for nogle opleves som lavere. Samtidig giver det foreningen mulighed for at nå bredere ud i landet. Derfor vil Læseforeningen også efter Corona-krisen udvide de fysiske møder med virtuelle møder.

“Vi ser nogle fantastiske ting, når folk mødes på kryds og tværs. Deltagerne får den her oplevelse af, at vi ikke er så forskellige som mennesker, selvom vi har nogle forskellige baggrunde og vilkår. De ting vi går og tænker over og er optaget af er i høj grad det samme. Der er mange af de skel, som vi ellers har mellem os, der bliver udvisket i de her læsegrupper.”

- Mette Steenberg, daglig leder Læseforeningen.

Hvis de online åbne læsegrupper bliver populære, vil det skabe grundlag for et større frivilligt engagement blandt læseguiderne og dermed også for, at foreningen når længere og bredere ud. Det vil ændre på opfattelsen af Læseforeningen, der gerne vil bruge anledningen til at vise, at fælleslæsning er for alle og ikke kun dem, der tilhører bestemte kategorier. Målet er at skabe et fælles samlingssted med afsæt i litteraturen.

Læring og gode råd

Initiativet er stadig meget nyt. Men Mette Steenberg, har alligevel gode råd til de foreninger og institutioner, som gerne vil arbejde mere digitalt:

- Først og fremmest skal det være styret af brugernes behov, så de oplever det som meningsfuldt.
- Dernæst skal man som forening eller kulturinstitution have ressourcerne til det, hvilket kan betyde, at man i højere grad trækker på frivillige eller definerer en ny rolle for de frivillige.
- Og endelig handler det om hurtigt at få brugerne på banen, for at få testet ideen.

Fakta om Læseforeningen online

Læseforeningen tilbyder lukkede og åbne læsegrupper med guidet fælleslæsning via den digitale mødeplatform Zoom.

Derudover poster Læseforeningen læseinspiration på Instagram.

facebook.com/laeseforeningen



Digital undervisning på Aarhus Musikskole

Den nemme løsning havde været at aflyse musikundervisningen under Corona-nedlukningen. Aarhus Musikskole har i stedet valgt at tilbyde digital musikundervisning til eleverne. Undervisningen rummer en helt ny måde at tænke musikskole på.

Hvis Aarhus Musikskole havde valgt at stoppe undervisningen under Corona-nedlukningen, ville de først have set eleverne igen efter at de skulle have gentilmeldt sig for en ny periode. Og dermed ville de have risikeret at miste kontakten til eleverne eller at eleverne havde bedt om, at få deres penge tilbage. Derfor besluttede Aarhus Musikskole sig hurtigt for at tilbyde musikundervisning digitalt, fortæller Lars-Ole Vestergaard, leder af Aarhus Musikskole.

“Vi interesserer os for, at eleverne har så meget musik i deres hverdag, som muligt. Det er vores formål og ikke musikundervisningen i sig selv.”

- Lars-Ole Vestergaard, leder af Aarhus Musikskole.

Aarhus Musikskole har forskellige tilbud afhængig af elevernes alder og den type undervisning, de modtager. Samlet set har omkring to tredjedele af eleverne benyttet sig af de digitale tilbud.

Musikundervisningen for grupper har dog vanskelige kår i et digitalt set-up. Aarhus Musikskole tilbyder derfor digital eneundervisning, ligesom de henviser til

eksisterende digitale musiktilbud og guides til fx at bygge sit eget instrument. Et af de tilbud er Sangskattebogen, der er et musikalsk univers udviklet af Aarhus Musikskole i samarbejde med Aarhus Kommune. Siden 2014 har Sangskattebogen opnået over 80 mio. visninger. Det gør Aarhus Musikskole for at fastholde børnenes interesse i musikken.

Book en tid hos din musislærer

De lidt større børn får tilbudt digital musikundervisning, hvor de har mulighed for at booke en tid med deres lærer via videoopkald over computeren eller mobilen. Det sker efter det forhåndenværendes søms princip, da underviserne og eleverne hverken har en fælles platform eller samme type computere eller telefoner. Derfor benytter de alt fra Google Hangout, Microsoft Teams og Zoom til Skype, Messenger eller Facetime. Det betyder, at den enkelte lærer og elev må finde den måde at kommunikere på, som fungerer for dem. Det giver selvfølgelig nogle praktiske udfordringer for både lærere og elever. Dertil kommer, at de mindre elever har svært ved at deltage i videomøder og derfor i stedet får en opringning fra deres musislærer.

“De mindre elever er slet ikke til videomøder, kodeord og shared screen, de er bare glade for at jeg ringer til dem, og siger: ‘Læg telefonen på nodeholden og prøv at spil for mig’. Og så svarer jeg: ‘Prøv at øv det og det, så ringer jeg igen om tre dage’. Det er så analogt, som det kan blive.”

- Lars-Ole Vestergaard, leder af Aarhus Musikskole.

For de større elever har Aarhus Musikskole stor glæde af Moodle, som også bliver brugt på Konservatoriet. Moodle er en digital læringsplatform, der kan håndtere lydoptagelser og noder, og hvor man kan uploade indspilninger i et lukket forum.

Nye muligheder med blended learning

Aarhus Musikskole har god erfaring med at bruge Moodle, da det har kørt et blended learning program i samarbejde med VIA University College målrettet pædagogstuderende. Blended learning, hvor man

skifter mellem virtuel og personlig undervisning, har klare stordriftsfordele, hvilket gør den form for musikundervisning billigere. Blended learning taler derfor godt ind Aarhus Musikskoles mission om, at få så mange som muligt til at interessere sig for og beskæftige sig kreativt med musik. Samtidig frigør blended learning elevernes tid. Det betyder, at både børn og voksne kan tage undervisningen, når det passer dem. Den virtuelle undervisning understøttes af personlig vejledning og inspiration fra ens musiklærer, der samtidig kan tage hensyn til elevernes progression og musikalske præferencer.

Blended learning rummer potentielt et nyt indtjeningsgrundlag for Aarhus Musikskole, idet de med Moodle har mulighed for at sætte betalingsluser op for forskellige undervisningstilbud. Samtidig har blended learning et demokratisk potentiale, idet billigere musikundervisning vil give flere mulighed for at lære at spille musik. Som det er i dag underviser Aarhus Musikskole gratis i musik på udvalgte skoler i kommunen i indskoling. Her kunne blended learning være et fint supplement til den personlige undervisning, som både kræver høj egenbetaling og at eleven møder op hos musiklæreren.

Perspektiverne i blended learning retter sig ikke kun mod øget fleksibilitet og nye betalingsformer. Det ændrer også fundamentalt ved måden at udøve musikundervisning på. Musikundervisning er grundlæggende bygget op omkring en klassisk mesterlære tankegang, hvor der er fokus på relationen mellem lærer og elev. Blended learning rummer mulighed for en større grad af standardisering, og at læreren kan være til rådighed for flere på én gang. Her ser Lars-Ole Vestergaard et særligt potentiale i forhold til opøvelse af elevernes færdigheder som eksempelvis skalaer, hørelære og det at sidde korrekt med ens instrument. Dermed vil den personlige undervisning i højere grad kunne fokusere på det musisk kreative og det at udtrykke sig og skabe musik sammen. Blended learning ændrer derfor fundamentalt ved musiklæreren selvforståelse.

Læring og gode råd

Lars-Ove Vestergaard er sikker på, at de erfaringer Aarhus Musikskole gør sig under Corona-krisen, vil gavne musikskolen på den lange bane. Derfor kommer de også til at indhente erfaringer fra underviserne om, hvordan den digitale undervisning under Corona-nedlukningen har fungeret.

Lars-Ove Vestergaards anbefalinger til andre musikskoler eller kulturinstitutioner, der gerne vil styrke deres digitale tilstedeværelse, handler om at være nysgerrig og kaste sig ud i det.

“Vær nysgerrig og gå i gang. Snak med kollegerne og ræk ud i dit netværk. Sid ikke og vent på, at der kommer nogen og hjælper dig. Hvis du ikke gør noget, er der bare nogle andre der gør det. Og så er toget kørt.”

- Lars-Ole Vestergaard, leder af Aarhus Musikskole.

Samtidig har Aarhus Musikskole haft glæde af unge lærerkræfter, som har bragt ny energi og viden med sig. De har holdt kurser internt og holdt øje med, hvad der er sket internationalt inden for feltet, ligesom de selv trækker på erfaring med fjernundervisning af elever på steder så forskellige som Samsø, Grønland og Afghanistan.

Fakta om Digital musikundervisning

Aarhus Musikskole tilbyder under Corona-nedlukningen digital undervisning til deres musikskoleelever. Lærer og elever finder en platform, der fungerer for dem til at gennemføre musikundervisningen via et videoopkald.

facebook.com/AarhusMusikskole