

فرهنگ رسانه‌ای کودکان: کلیدی برای کتابخانه‌های آینده^۱

کرستن دورتن^۲

مترجمان:

مجید نبوی

دانشجوی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه تهران
m.nabavi@ut.ac.ir

امیر حسین رجبزاده عصارها

دانشجوی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه تهران
amir.assarha@gmail.com

سعیده جهانگیری

کارشناس کتابداری و اطلاع رسانی
Jahangiri.saeideh@gmail.com

چکیده

کتابخانه‌های عمومی، حوزه‌های مهمی را در ارتباط با اظهارات^۳ و انتظارات^۴ اجتماعی - فرهنگی مرتبط با آینده کودکان، تحت پوشش قرار می‌دهند. یکی از بحث‌های اصلی مقاله حاضر این است که با توجه به این که امروزه، این اظهارات و انتظارات، از فرهنگ رسانه‌ای پیچیده‌ای تغذیه می‌کنند، کتابخانه‌های واقعی^۵ و کتابخانه‌های مجازی^۶ هر دو باید به کاربران جوان خود با در نظر گرفتن تمامی وجوه نشانه‌شناختی مرتبط با بازنمایی (نوشته‌ها، تصاویر و صداها)، برونداد با کیفیت و همچنین در کنار آن درونداد با کیفیتی را نیز در تمامی وجوه مذکور، از طریق مکالمات متقابل بین کاربران و کتابدارانی که دارای تخصص و مهارت در ارزیابی کیفی وجوه مختلف مرتبط با بازنمایی هستند، ارائه دهند. بحث اصلی این مقاله با تحلیل مختصر روندهای جهانی استفاده کودکان

1. Children's media culture: a key to libraries of the future

4. expression

5. expectation

6. physical

2. Kirsten Drotner

7. virtual

از رسانه‌ها و طبقات اجتماعی - فرهنگی آن‌ها و همچنین با استفاده از نمونه‌هایی از چالش‌های پیش روی کتابخانه‌های چندوجهی^۱، به اثبات رسیده است.

بحث اصلی مقاله این است که کتابخانه‌های عمومی قرن ۲۱ باید به کاربران جوان، گستره وسیعی از قالب‌های جدید و چند وجهی بیان را در راستای برآوردن اهداف باارزش زمانی و عینی ارائه نمایند. علی‌الخصوص، به این مسأله اشاره‌ای خواهیم داشت که کتابخانه‌های عمومی برای تعریف خود از توصیف مجموعه و محصولاتشان فاصله گرفته و در راستای این امر کارکردهای ویژه خود برای کاربران را تشریح کنند. این کارکردها می‌بایست با ارتقاء کیفیت معارف موجود در اطلاعات، سرگرمی و ارتباط انجام شود.

در بسیاری از کشورها، کتابخانه‌های عمومی از قدیمی‌ترین مؤسسات متولی امر فراهم‌آوری مجموعه‌های کودکان و محل تولید گفتاری و جوه نشانه شناختی بیان به‌شمار می‌روند که ممکن است نشان‌دهنده انتظارات و بیانات فرهنگی - اجتماعی آینده کاربران باشند. به‌طور سنتی، چاپ وجه اصلی بیان است که فهرستی غنی از انواع اطلاعات (وقایع^۲) و سرگرمی‌ها (افسانه^۳) را ارائه می‌کند.

همان‌طور که در کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره حقوق کودکان از سال ۱۹۸۹ گفته شد، کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان گنجینه‌های آثار چاپی، از جمله عوامل مهم تسریع‌کننده حمایت از آزادی بیان کودکان بوده‌اند. در ماده ۱۳ آمده است:

کودک، باید آزادی مطالعه داشته باشد؛ این حق باید مشتمل بر آزادی جستجو، دریافت و بهره‌مندی از اطلاعات و عقاید در همه انواع آن به صورت شفاهی و نوشته و یا چاپی (در قالبی هنری) یا از طریق سایر رسانه‌های دلخواه کودکان، می‌باشد (کنوانسیون ۱۹۸۹: ماده ۱۳).

این مقاله به‌طور مشخص نشان می‌دهد که آزادی مطالعه کودکان شامل دریافت (جستجو، دریافت) و نیز تولید و تبادل (بهره‌مندی) اطلاعات و سرگرمی‌ها (انواع عقاید) و استفاده از همه رسانه‌ها می‌شود. با این که کتابخانه‌های عمومی به‌طور سنتی بر آسان‌سازی راه‌های دریافت کودکان از طریق رسانه‌های چاپی، تمرکز کرده‌اند، اما روندهای جاری فن‌آوری‌ها و فرهنگ رسانه‌های روش‌های جدید و مهمی را که برای پوشش سایر جنبه‌های آزادی مطالعه کودکان به همراه ترکیب و اشتراک اطلاعات و سرگرمی از طریق مجموعه‌های نشانه‌شناختی متنی، تصویری و صوتی می‌باشند، ارائه کرده و تمرکز قبلی را وسعت می‌بخشند.

سؤالی کلیدی که اینجا مطرح می‌شود این است که آیا کتابخانه‌ها باید براساس جریان‌های نوین رسانه‌ای کار خود را انجام دهند یا نه و اگر این چنین است به چه دلیل و با کدام استدلال؟ در ادامه، سعی خواهیم کرد تا چند پاسخ و نحوه انجام آن را به‌صورت سرفصل ذکر کرده و در راستای تفهیم این امر تحلیل مختصری از روندهای جهانی استفاده‌های کودکان از رسانه‌ها و چالش‌هایی که این روندها برای توسعه کتابخانه مطرح می‌کنند، ارائه دهیم.

جنبش‌های رسانه‌ای: همگرایی، کالایی‌سازی^۱، جهانی‌سازی

در بسیاری از نقاط دنیا، رسانه‌ها تشکیل‌دهنده برنامه‌های روزمره کودکان هستند و در شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و نگرش کودکان به جهان مؤثرند. برای مثال ۴۰٪ کودکان ۹ تا ۱۶ ساله دانمارکی، از رسانه و فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات^۲ به‌عنوان دلیلی برای دیدار دوستانشان استفاده می‌کنند، پسرها بازی‌های کامپیوتری انجام می‌دهند، دخترها اغلب با یکدیگر فیلم تماشا می‌کنند و یا به موسیقی گوش می‌دهند. این

1. commodification

2. ICT

نتایج، درباره تعداد زیادی از کشورهای اروپایی، صدق می‌کند (دروتنر^۱، ۲۰۰۱: ۱۶۴؛ لیوینگ استون و بویل^۲، ۲۰۰۱). تماشای تلویزیون، انجام بازی‌های کامپیوتری یا تبادل اطلاعات شخصی در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک یا توییتر^۳ چیزی مضاف بر زندگی اجتماعی کودکان نیستند، بلکه فعالیت‌هایی هستند که در متن اصلی زندگی روزمره‌شان قرار دارند. سه روند مرتبط به هم نیز، یعنی همگرایی فنی تمام علائم نشانه‌شناختی، کالایی‌سازی اقتصادی محصولات و فرایندهای جهانی مشارکت اجتماعی، مشخص‌کننده استفاده کودکان از رسانه‌ها هستند.

در حال حاضر، ما شاهد یکی شدن تدریجی دستگاه‌های تلویزیون و رادیو، رسانه‌های چاپی، تلفن همراه، کامپیوتر و اینترنت هستیم. این همگرایی بین رسانه‌ها، ارتباطات دوربرد و فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات توسط امکانات فن‌آورانه برای رقومی‌سازی همه نشانه‌ها، اعم از (متون، صداها، شماره‌ها، تصاویر ساکن و متحرک) و ترکیب همه این علامت‌ها، با استفاده از رایانه میسر شده است. بعضی از این فن‌آوری‌ها از اول به صورت رقومی هستند، مانند رایانه‌های شخصی، بازی‌های ویدئویی و تلفن‌های همراه. دیگر فن‌آوری‌ها مانند تلویزیون‌های رقومی، کتاب‌های الکترونیکی و رادیوهای اینترنتی، بعدها به صورت رقومی درآمدند. طی دو دهه گذشته، همگرایی فن‌آورانه رسانه‌ها با همگرایی مالی همراه شده است. به این صورت که شرکت‌های جدید و بزرگ، فراهم‌آورندگان دسترسی به اینترنت، صنعت سرگرمی و سخن‌پراکنی از لحاظ ارتباطی با هم ادغام و استفاده می‌شوند.

شکل پیچیده رسانه‌های کنونی، اساساً توسط تشکیلات بازرگانی گسترش یافته‌اند و به وسیله منطق بازار اداره می‌شوند. با این‌که رسانه‌های سخن‌پراکنی همانند رادیو و تلویزیون، مقوله‌های قبلی اهداف خدمات

1. Drotner

2. Livingstone & Bovil

3. Face book, Twitter

عمومی و تجاری را پیوند زده و اغلب در ارتباط با موقعیت ملی، بازی‌های رایانه‌ای، قالب‌های سیار و یا پیوسته^۱ ارتباطات مطرح می‌شوند، اما همگی محصولاتی تجاری به حساب می‌آیند. در نتیجه بقای آن‌ها وابسته به موقعیت‌شان در بازارهای جهانی است. در ارتباط با این مسئله، کشمکش‌های اخیر بر سر مالکیت محتوای پیوسته (حقوق مالکیت معنوی در برابر خلاقیت عامه) دلیل روشنی برای سرمایه‌گذاری‌های تجاری بی‌شماری است که در فعالیت‌های رسانه‌ای اتفاق می‌افتد.

به‌کارگیری همگرایی و کالایی‌سازی در کنار هم، به از بین بردن مرزهای موجود بین آنچه اغلب به‌عنوان رسانه‌های قدیم با رسانه‌های جدید نامیده می‌شوند، کمک می‌کند. بنابراین، فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات یا رسانه‌های جدید دیگر به‌طور مجزا از رسانه‌های قدیم مانند تلویزیون، روزنامه و رادیو توسعه پیدا نمی‌کند. به‌علاوه، خانگی کردن سریع این فن‌آوری‌ها در بسیاری از نقاط دنیا باعث تغییر علاقه مردم به استفاده صرف از این ابزارهای جدید، به سمت کارکردهایشان شده است، و این ویژگی به‌ویژه در مورد کودکان صادق است. برای مثال، آن‌ها یک تلفن همراه جدید را اغلب به‌خاطر فن‌آوری پیشرفته‌اش انتخاب نمی‌کنند، بلکه آن‌ها می‌خواهند با روش‌های جدید ارتباط برقرار کنند، در زمان‌های مختلف و در مکان‌های مختلف (دروتنر^۲، ۲۰۰۵؛ لینگ^۳، ۲۰۰۴).

در کنار همگرایی، دو دهه گذشته شاهد تشدید جهانی‌سازی تولید، توزیع، قالب‌ها و کاربردهای رسانه‌ها و فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بوده است. عامه مردم موافقت می‌کنند که امروزه رسانه‌ها، یکی از اجزای تشکیل‌دهنده جهانی‌سازی فرهنگی به‌شمار می‌روند: جریان سریع و

1. Mobile and online

2. Drotner

3. Ling

جهانی نشانه‌ها و کالاهای فرهنگی به وسیله فناوری‌های ارتباطی، منجر به افزایش آن‌چه جان تاملینسون^۱، آن را اتصال پیچیده^۲ می‌نامد، شده‌اند (تاملینسون، ۱۹۹۹: ۲). یعنی رسانه‌های جهانی و بین‌ملیتی، ارتباط درونی فرهنگ‌های متمایز و جنبه‌های متفاوت وجود را برجسته می‌کنند. تاکنون، دیدگاه از بالا به پایین در جهانی حکمفرما بوده است؛ دیدگاهی که بر جنبه‌های قانونی، سیاسی، فن‌آورانه و اقتصادی این اتصال پیچیده متمرکز بوده است. مطالعه طرز استفاده کودکان از رسانه‌ها، ژانرها و قالب‌هایی که از مرزهای موقت و جغرافیایی فراتر می‌روند روشی برای نزدیک شدن به جهانی‌سازی رسانه‌ای از دیدگاه پایین به بالا محسوب می‌شود. چنین دیدگاهی ممکن است، برای شکل دادن و تعیین نقاط جزئی اختلاف موجود بین اغلب نظریه‌های بالا به پایین بسیار کلی درباره جهانی‌سازی فرهنگی، مؤثر باشد، این نظریه‌ها عموماً نظریاتی هستند که در آن‌ها عموماً تمایل بر این است که دیدگاه دوگانه فرهنگ ملی و فرهنگ فراملی یا دیدگاه دوگانه همگن‌سازی و ناهمگن‌سازی ساختاربندی شوند.

تمایلات کاربران: بررسی چندوجهی‌ها، وجه تمایزهای رقومی و دگرگونی

روندهای ساختارگرا نسبت به رقومی‌سازی، کالایی‌سازی و جهانی‌سازی رسانه‌ها، دارای مفاهیم ضمنی مهم و متضادی برای رشد و زندگی اجتماعی- فرهنگی کودکان هستند. این مفاهیم ضمنی در ارتباط با مسائلی مانند شکل‌گیری و اشتراک منابع چندوجهی، فرهنگ‌های مشارکتی و شکل‌گیری وجه تمایزهای رقومی، و با بررسی قالب‌های نشانه‌شناختی و اجتماعی دگرگونی‌ها، عمل می‌کنند.

رسانه‌های رقومی قالب‌های تولید و تبادل فرهنگی کودکان را

1. Tomlinson

2. Complex connectivity

تسهیل می‌کنند. رقومی کردن همه علامت‌های نشانه‌شناختی به آمیختگی یکپارچه‌تر نوشته، تصویر و صدا در ترکیب‌های چندوجهی که ممکن است مورد ویرایش و تبادل قرار بگیرند، می‌انجامد. باید اشاره کرد که چندوجهی بودن فی‌نفسه، مخصوص رسانه‌های رقومی نیست. حتی ابتدایی‌ترین کتاب‌ها برای کودکان، نشان‌دهنده ترکیبی از متن و تصاویر هستند. بنابراین تازگی رسانه‌های رقومی بیشتر در سهولتی است که به واسطه آن نظام‌های نشانه‌ای مختلف روی یک متن صورت گرفته و همزمان در همان جا مورد ویرایش قرار گیرد. علاوه بر این کاربرد ماهرانه نشانه‌ها، در دیگر رسانه‌ها نیز به ذهن ما آشناست. به‌عنوان مثال در نوشتن نامه یا رتوش نگاتیوهای عکس به روش‌های مخصوص به خود. البته باز اشاره می‌کنیم که سهولت نسبی که چنین ویرایشی ممکن است با آن انجام شود مخصوص رسانه‌های رقومی است. بیشتر کودکان با دسترسی به یک رایانه به بارگذاری^۱ موسیقی، تصاویر و متن می‌پردازند و بسیاری از آن‌ها، نشانه‌ها را به منظور ارسال و به اشتراک گذاشتن نتایج، ویرایش و بازآمیزی می‌کنند (گیلجی^۲، ۲۰۰۸، پرکل^۳، ۲۰۰۸). این قابلیت برای رسانه‌های آنالوگ، جدای از تلفن، وجود ندارد.

این فرایندها، اغلب شامل بررسی‌های پیچیده گروهی از کدها و قراردادهای نشانه‌شناختی است. مطالعات گوناگون نشان می‌دهند که این ویرایش‌ها، آموزش بسیار زیادی در خصوص شکل‌دهی به منابع پیچیده نشانه‌شناختی به صورتی که نه تنها با تولیدکنندگان جوان مرتبط باشد بلکه به افرادی هم که در نتایج کار به آن‌ها پرداخته می‌شود هم توجه شود، می‌طلبد (جویت و کرس^۴، ۲۰۰۳، تاینر^۵، ۱۹۹۸). تعداد بسیار کمی از کودکان می‌توانند هر یک از قالب‌های سواد رقومی یا سواد چندوجهی را بدون آموزش نظام‌مند به کار گیرند.

1. Download
4. . Jewitt & Kress

2. Gilji
5. Tyner

3. Perkel

امروزه، فرهنگ فراغت کودکان، شامل آن دسته از آموزش‌های ابتدایی است (به غیر از مدرسه) که هنری جنکینز^۱ نام "فرهنگ مشارکتی"^۲ رسانه‌های رقومی که با ویژگی‌هایی مانند وابستگی‌های آنلاین، اظهارات خلاقانه، حل مساله مشارکتی و استفاده از واسطه در کارها مشخص می‌شود (جنکینز و دیگران، ۲۰۰۶). اما مهم این است که این فرهنگ بر روی اشکال مختلف عضویت عمل می‌کند. همان‌طور که اشاره کردیم، رسانه‌های رقومی، به صورت مجازی همگی دارای یک ماهیت تجاری هستند و دستیابی کودکان به آن‌ها و تخصیص فرهنگ رسانه‌ای جاری به صورت نابرابر و براساس مذهب، طبقه، جنسیت و نژاد می‌باشد. این اصطلاح وجه تمایزهای رقومی^۳ نشان‌دهنده ارتباط نزدیک با خطوط نادرست و آشنایی که با اصطلاحات طبقه، جنسیت، نژاد، سن و مذهب مشخص می‌شوند، می‌باشد (فاکس^۴ ۲۰۰۵، پیتر و والکنبرگ^۵ ۲۰۰۶). وجه تمایزهای رقومی اغلب توسط سیاست‌گذاران و مسئولان آموزشی به عنوان مشکلات دسترسی شمرده می‌شوند، و این در حالی است آن‌ها در گفته‌های خودشان نیز به هیچ وجه به نابرابری در استفاده اشاره نمی‌کنند - کودکانی هستند که تفاوت‌های بسیار بارزی به لحاظ یادگیری و دانستن چگونگی بررسی پیچیدگی‌های رسانه‌ها در زمینه‌هایی که به زندگی جاری و شرایط آینده آن‌ها مرتبطند، دارند (وارسچوار^۶، ۲۰۰۴).

وجه تمایزها، از لحاظ استفاده و اولویت بندی فرهنگی، به دوران کودکی مدرن وابسته هستند، که از این منظر، وجه تمایزهای رقومی دلیلی برای توجه تحلیل‌گرانه ندارند. ولی از لحاظ سیاست‌های اجتماعی - فرهنگی باید مورد توجه قرار گیرند. این اهمیت از این روست که وجه تمایزهای رقومی به صورت فزاینده‌ای به عنوان طبقات اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند. گفتمان‌های جهانی مبنی بر این که ما در جوامع اطلاعاتی

1. Jenkins
4. Fox

2. Participatory culture
5. Peter & Valkenburg

3. Digital divides
6. Warschauer

زندگی می‌کنیم، جوامع دانشی، جوامع یادگیری یا شبکه‌ای گسترده (کستلز^۱ ۱۹۹۶، هوتچینز^۲ ۱۹۶۸، هوسن^۳ ۱۹۷۴، رانسوم^۴ ۱۹۹۴، استیچر^۵، ۱۹۹۴)، همه به نقش سازنده‌ای که ذخیره، شکل‌دهی، پردازش و ارتباط روزافزون رسانه‌های نشانه‌ها بازی می‌کنند، اشاره دارند. بنابراین مهارت کلیدی، مهارت نشانه‌شناسی است. که به معنای توانایی ترکیب و بررسی اظهارات چندوجهی به‌عنوان بخشی از تعامل، ارتباط و اشتراک روزمره می‌باشد.

فرهنگ اوقات فراغت رسانه‌های کودکان زمینه‌های آموزشی مهمی برای تشکیل منابع نشانه‌شناختی چندوجهی در اختیار می‌گذارد. دسترسی نابرابر و همچنین تخصیص نابرابر این منابع، نابرابری‌های اجتماعی را تا اندازه‌ای که در نسل‌های قبلی که فرصت‌های زندگی آن‌ها کمتر به توانایی‌های مرتبط با نشانه‌شناسی وابسته بود، دیده نمی‌شد، متبلور می‌کند. از این منظر، فرصت‌هایی که توسط کتابخانه‌های عمومی و تحت عنوان غنی‌سازی آینده کودکان^۶ ایجاد شد، به بُعد جدیدی از ارتباط همان‌طور که در زیر به آن اشاره خواهیم کرد، نائل شد.

بدون در نظر گرفتن اختیارات واقعی کودکان در زمینه سروکار داشتن با رسانه‌ها و ژانرهای مختلف، کودکان در سراسر دنیا از وجود رسانه‌ها آگاهند. این آگاهی به خاطر جهانی‌سازی رسانه‌ای است که هم توانایی و هم اجبار همیشگی برای مواجهه با بازنمایی‌های مختلف وجود، قالب‌های مختلف ارتباط و مشغولیت، و روش‌های مختلف "بودن در دنیا"^۷ را می‌دهد. عکس‌العمل کودکان در قبال این دگرگونی رسانه‌ای رد کردن، فرار کردن، غرق شدن کامل یا تردید می‌باشد و تعداد انگشت شماری تحت تأثیر قرار نمی‌گیرند. (بلک و باکینگهام^۸ ۲۰۰۷، فیلیتزن و کارلسون^۹، ۲۰۰۲).

بنابراین در زمینه عملی، همان‌طور که در هر دو نوع گفتمان عمومی

1. Castells

4. Ransom

7. Being in the world

2. Hutchins

5. Stecher

8. Block & Buckingham

3. Husen

6. Future resourcing of children

9. Feilitzen & Carlsson

و دانشگاهی دیده می‌شود هیچ زمینه‌ای برای تعاریف از پیش تعیین شده برای نسل در حال ترقی با توجه به استفاده یکسان آن‌ها از رسانه‌ها، وجود ندارد و به‌طور گوناگون کودکان را نسل شبکه‌ها (تاپ اسکات^۴، ۱۹۹۸)، نسل رقومی (پاپرت^۵، ۱۹۹۶)، کودکان مجازی^۶ (هولوای و والتاین^۷، ۲۰۰۳)، و قبیله با نفوذ^۸ (رینگلد^۹، ۲۰۰۲) می‌نامند. کودکان به راه‌های مختلفی، از روندهای رسانه‌ای کنونی تأثیر پذیرفته‌اند و مطابق با تفاوت‌هایشان در سن، جنس، منطقه و نژاد به آن‌ها عکس‌العمل نشان می‌دهند. امروزه همه آن‌ها با حال و آینده مواجهند و این مواجهه با توانایی آنان در درگیر شدن و بررسی این رسانه‌های به‌وفور رقومی شده، کالایی شده و جهانی شده، مشخص می‌شود. سؤالات مهمی اینجا در ارتباط با چگونگی جا انداختن کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان منابعی برای کودکان در راستای بررسی این پیچیدگی‌ها، مطرح می‌شوند.

تغییرات در خروجی کتابخانه: مواد جدید، استفاده‌های جدید

ماهیت متغیر استفاده‌های کودکان از رسانه‌ها، بر روش‌های فعالیت کتابخانه‌های عمومی در قسمت‌های غنی جهان از لحاظ دسترسی به رسانه‌ها، تأثیر می‌گذارد. برای مثال، در دانمارک شمار کودکانی که دست کم یک بار در ماه از کتابخانه عمومی بازدید می‌کردند، از ۵۱ درصد در سال ۱۹۹۸ به ۳۹ درصد در سال ۲۰۰۴ کاهش یافته است، در حالی که شمار کودکانی که، کمتر از یک بار در ماه از کتابخانه‌های عمومی بازدید می‌کردند از ۲۸ درصد در سال ۱۹۸۷ به ۴۳ درصد در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته است (بیل و دیگران^{۱۰}، ۲۰۰۵: ۱۸۳). بازدید از کتابخانه‌های آموزشی، در درصد بالایی ثابت مانده است: ۹۱ درصد از کودکان دست کم یک بار در ماه در مقابل ۹۳ درصد در سال ۱۹۹۸ (بیل و دیگران، ۲۰۰۵، ۱۸۲)، و شاید

4. Tapscott

7. Holloway and Valentine

9. Rheingold

5. Papert

10. Bille et al

6. Cyber

8 Thumb generation

دلیل آن این است که کتابخانه‌های آموزشگاهی به جای این‌که مانند کتابخانه‌های عمومی بیشتر گزینه‌ای برای اوقات فراغت شخصی باشند، بیشتر به منابعی برای یادگیری به کار برده می‌شوند.

با توجه به تأکید گسترده روی کمبود فرهنگی دسترسی، هنوز هم بسیاری از کتابخانه‌های عمومی روی تسهیل دسترسی فیزیکی کودکان به منابع چاپی تمرکز می‌کنند. طبیعتاً این تمرکز، به‌عنوان پیش شرطی برای استفاده در قسمت‌هایی از جهان که مشکل فقر فرهنگی دارند و برای گروه‌هایی از استفاده‌کنندگان که دسترسی برایشان سخت است، مهم تلقی می‌شود. در دانمارک، همانند بسیاری از دیگر کشورها، کتابخانه‌ها برای جلب توجه کودکان در رقابت با دیگر حوزه‌های فرهنگی قرار دارند؛ و بنابراین در اینجا (دانمارک)، ارائه دسترسی به آن صورتی که ارائه منابع متنوع باکیفیت و استفاده‌های متنوع برای ما به‌عنوان چالشی بزرگ هستند، نیست.

کتابخانه‌های عمومی، به گسترش قالب‌های خروجی خدمات خود نیاز دارند تا تمامی قالب‌های بازنمایی (چاپی، صدا، تصاویر ساکن و متحرک) را دربر گیرند. در واقع، این گسترش از سال ۲۰۰۰ از ملزومات کتابخانه‌های عمومی دانمارک بوده است. امروزه، کودکان دانمارکی، کمتر از کتابخانه برای امانت گرفتن کتاب استفاده می‌کنند، در حالی‌که آن‌ها علاقه شدیدی به امانت گرفتن فیلم و موسیقی نشان داده‌اند، درست همانند بازی‌های برخط، که سرگرمی مهمی در کتابخانه‌های واقعی، به خصوص برای کودکان سنین ۱۰-۱۳ سال شده است (دروتنر، یورگنسن و نیبو^۱ ۲۰۰۶). استفاده کودکان از کتابخانه‌ها به چند نوع تقسیم شده است: استفاده‌های مجازی و فیزیکی، در فرایندی تبادلی که کتابخانه ترکیبی^۲ نامیده شده است (تورهاگ^۳ ۲۰۰۱)، کتابخانه‌های اجرایی

1. Drotner, Jorgensen & Nyboe

2. Hybrid

3. Thorhauge

(گرووند^۱، ۲۰۰۶) و کتابخانه به‌عنوان فضای سومی بین اماکن عمومی و خصوصی^۲ (الدنبرگ، ۱۹۹۹).

کتابخانه‌های عمومی هنوز تسریع‌کننده‌های مهمی برای آزادی بیان کودکان هستند. اما نقش آن‌ها از دسترسی و مراقبت از اطلاعات و سرگرمی، و تحویل انبوهی از اطلاعات (اغلب) بی‌نظم به کاربران جوان، کم‌کم به تسهیل تبادل دانش منسجم با هدف تسهیل فرایندهای درک معنا برای کاربران، در حال تغییر است. در زمینه سرگرمی، یکی از چالش‌های مهم، ارائه آن دسته خاص از اطلاعات است که برخورد با آن‌ها برای کودکان هنگام بازدید از تفریحگاه‌های محلی و گردش در اینترنت، به راحتی مقدور نیست. عموماً، برای کودکان کار سختی است که ارتباط بین اظهارات مختلف را درک نمایند، مثلاً در درک شباهت‌های گونه‌های هنری یا موضوعات موازی دچار مشکل هستند. از آنجایی که این ارتباطات به تحریک حس کاربر جوان در زمینه کیفیت زیبایی‌شناختی و آگاهی‌های زمینه‌ای کمک می‌کنند، بنابراین جنبه‌های مهمی در تکمیل اهدافی که در کنوانسیون سازمان ملل در مورد حفاظت از کیفیت و گونه فرهنگی معین شدند، می‌باشند.

تفاوت‌هایی که در کنترل کیفی مشاهده می‌شود، بیشتر به اهمیت نقش تخصیص‌ها بستگی دارد تا مفهوم دسترسی. حرفه‌مندان کتابداری، با انتخاب‌هایشان از مواد موجود در کتابخانه‌ها، دیگر دروازه‌بانان کیفیت فرهنگی نیستند. کودکان می‌توانند منابع برخط را سفارش دهند، که البته امروزه به راحتی این کار را انجام می‌دهند. آن‌ها پاره‌های اطلاعات و داستان‌های جالب را از میان گروهی از منابع به دست می‌آورند؛ و همچنین صرف حضور مواد در کتابخانه‌های دنیای واقعی، راهنمایی کوچکی برای انتخاب‌های فرهنگی کودکان به حساب می‌آید. ماهیت متغیر

1. Graulund

2. Oldenburg

دسترسی فرهنگی و کنترل کیفیت، هم مجبورکننده و هم مجازکننده تشکیل روابط تازه بین کاربران جوان و حرفه‌مندان کتابداری است.

تغییرات در ورودی: مهارت‌های حرفه‌ای جدید

کتابخانه‌ها، مانند اکثر مؤسسات خدمات عمومی دیگر، وجوه ارتباطشان را با عموم مردم بر چیزی که شاید دیدگاه فرستنده^۱ نامیده می‌شود، بنیان نهاده‌اند، مانند دیدگاهی که بر اولویت‌های سازمانی در بخش اشاعه اطاعات تأکید دارد. بسیاری از کتابخانه‌های عمومی، هنگام مواجه شدن با رقابت‌های روزافزون - که کمتر از ارائه‌کنندگان تجاری فرآورده‌های فرهنگی نیست - ترجیح داده‌اند خود را بیشتر با دیدگاه کاربر هماهنگ سازند و حساسیت بیشتری نسبت به گروه‌های کاربر و اولویت‌های فرهنگی نشان می‌دهند. در حالی این تغییر دیدگاه، در همان حالی که مسئله مهمی برای بسیاری از کتابخانه‌ها، از لحاظ اولویت‌های مدیریت به شمار می‌رود، باعث فهم زمینه‌ای تری نیز نسبت به کاربران شده است دال بر نظر مشتری‌مدارتری به کاربران نیز شده است. به این معنی که کاربران از طریق انتخاب‌های واقعی‌شان از مواد کتابخانه‌ای تعریف می‌شوند.

تحت شرایط تغییر یافته (که مشخصه‌های آن در بالا ذکر شد) اگر کتابخانه‌های عمومی بخواهند به‌عنوان منابعی برای آزادی بیان کودکان باقی بمانند، یکی از چالش‌های مهم‌شان، باید گسترش راهبردهای کلی برقراری ارتباط با کاربران باشد. چنین راهبردهایی، باید به زندگی روزمره کودکان و زمینه‌های متنوع تخصیص فرهنگی توجه لازم را داشته باشند. آن راهبردها باید دارای توانایی ارزیابی کیفی را در گستره‌ای از اظهارات فرهنگی باشند و در نهایت باید قادر به پاسخ‌گویی به تقاضاهای گوناگون کتابخانه‌های مجازی و واقعی باشند.

فهم چنین راهبردهایی گام کوچکی نیست. سؤالات مهمی باید

1. Sender perspective

درباره آموزش حرفه‌ای در آینده، تقاضاهای در حال تغییر موجود در فضاهای کتابخانه فیزیکی و بالاخره درباره مهارت‌های ارتباطی حرفه‌ای وجود دارند، که باید پرسیده شوند. اخیراً مقاله‌ای در یک بافت دانمارکی درباره آینده کتابخانه‌های کودکان، به بسیاری از مسائل بر پایه تحلیل عمیق^۱ فرهنگ عمومی کودکان به صورت کلی و استفاده‌شان از کتابخانه به صورت خاص، پاسخ می‌دهد (برندت و پولسن^۲، ۲۰۰۸). به‌عنوان نتیجه‌گیری دوست دارم که به توضیح تقاضاهای متغیر موجود در حوزه مهارت‌های ارتباطی حرفه‌ای پردازم. توجه به مهارت‌های ارتباطی به ویژه در برقراری ارتباط با کودکانی که در فضایی قائل به پیشرفت و تمایز فردی بزرگ شده‌اند، از اهمیت فراوان برخوردار است. رویکرد محاوره‌ای در چنین شرایطی خوب عمل کرده است، رویکردی که در عین حال که برای جنسیت و سن متقاضیان، توجه و احترام قایل است، تخصص و بینش حرفه‌ای را مورد توجه ویژه قرار می‌دهد (دروتنر، یورگنسون و نیبو ۲۰۰۶). فضاهای هم‌اندیشی حرفه‌ای، به عنوان عوامل مهم تسریع‌کننده در پیشبرد چنین رویکرد گفت‌وگو مدار به شمار می‌روند. منظور از این فضاهای هم‌اندیشی، تمرکز بر روی اندیشه‌های مشترکی است که در دستور کار مؤسسات مربوط به این حرفه قرار دارد، اما در عین حال توان بالقوه گسستن از این امور از طریق تغییر در دیدگاه را هم داراست.

از جمله این فضاهای هم‌اندیشی، کنفرانس‌ها هستند. به این ترتیب، کنفرانس‌ها نخستین محل کمک به چنین تغییر دیدگاه‌هایی هستند. برنامه کنفرانس امسال فدراسیون بین‌المللی انجمن‌ها و مؤسسات کتابداری (ایفلا)، یعنی برنامه "کتابخانه‌ها آینده را می‌سازند؛ ساختمانی برای میراث فرهنگی"، محل ارائه مفاهیم اولیه برای هم‌فکری با دیگران و تبادل دیدگاه‌هاست و عنوان این نشست نویدی در مورد شکل‌گیری بینش‌های مشترک به نظر می‌رسد.

1. in-depth

2. Brandat & Poulsen

منابع

- Block, Liesbeth de & David Buckingham (eds) (2007) *Global Children, Global Media: Migration, Media and Childhood* Basingstoke: Palgrave.
- Brandt, Anna Enemark & Ann Poulsen (eds) *Fremtidens biblioteksbetjening af børn* [Children's future library service] Copenhagen: Danish Library Association. Retrieved May 2009 from: www.bs.dk/publikationer/andre/fremtidens/index.htm
- Castells, Manuel (1996) *The rise of the network society. Vol. 1: The Information age: Economy, society and culture* Oxford: Blackwell.
- Convention on the Rights of the Child* (1989). United Nations. Retrieved May 2009 from: <http://daccessdds.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/547/84/IMG/NR054784.pdf?OpenElement>
- Drotner, Kirsten, Heidi Jørgensen & Lotte Nyboe (2006) *Børnebiblioteket som læringsrum: kultur, kommunikation og transformation* [The children's library as space for learning: culture, communication, transformation] Aarhus: Aarhus Public Libraries. Retrieved May 2009 from: <http://www.aakb.dk/graphics/portal/bibliotekerne/laeringsrum-web.pdf>
- Drotner, Kirsten (2005) Media on the Move: Personalised Media and the Transformation of Publicness, pp. 187-211 in Sonia Livingstone (ed.) *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere* Bristol: Intellect Books.
- Drotner, Kirsten (2001) *Medier for fremtiden: børn, unge og det nye medielandskab* [Media For the Future: Children, Young People and the Changing Media Environment] Copenhagen: Høst og Søn.
- Feilitzen, Cecilia von & Ulla Carlsson (eds) (2002) *Children, Young People and Media Globalization* Gothenburg: Nordicom.
- Fox, Susannah (2005) *Digital Divisions: The Pew Internet and American Life Project*. Retrieved May 2009 from <http://www.pewinternet.org>
- Gilje, Øystein (2008) Googling Movies: Digital Media Production and the "Culture of Appropriation", pp. 29-48 in Kirsten Drotner, Hans Siggaard-Jensen & Kim Christian Schrøder (eds) *Informal Learning and Digital Media: Constructions, Contexts, Critique* Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Graulund, Jan (2006) Folkebiblioteket: et rum for dannelse [The public library: room for character formation], pp. 55-71 in: L. Emerek et al. *Folkebiblioteket som forvandringsrum: perspektiver på folkebiblioteket i kultur- og medielandskabet* [The public library as a space of

- transformation: perspectives on the public library in the landscape of culture and media*] Copenhagen: Danish Library Association.
- Holloway, Sarah L. & Gill Valentine (2003) *Cyberkids: Children in the Information Age* London: RoutledgeFalmer.
- Husén, Torsten (1974) *The learning society* London: Methuen.
- Hutchins, R. M. (1968) *The learning society* Harmondsworth: Penguin.
- Jenkins, Henry, Katie Clinton, Ravi Purushotma, Alice J. Robinson, & Margaret Weigel, (2006) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Building the field of digital media and learning. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. Retrieved May 2009 from: http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9CE807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF
- Ling, Richard (2004) *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society* San Fransisco: Morgan Kaufmann.
- Livingstone, Sonia & Moira Bovill (eds) (2001) *Children and their Changing Media Environment: A European Comparative Study* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Oldenburg, R. (1999) *The great good place: Cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*. New York: Marlowe.
- Papert, Seymour (1996) *The Connected Family: Bridging the Digital Generation Gap* Longstreet Press.
- Perkel, Dan (2008) Copy and Paste Literacy? Literacy Practices in the Production of a MySpace Profile, pp. 203-24 in Kirsten Drotner, Hans Siggaard-Jensen & Kim Christian
- Schröder (eds) *Informal Learning and Digital Media: Constructions, Contexts, Critique* Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Peter, Jochen, & Patti M. Valkenburg (2006) Adolescents' Internet Use: Testing the 'Disappearing Digital Divide' versus the 'Emerging Differentiation' Approach, *Poetics*, vol. 34, no. 4-5: 293-305.
- Ransom, S. (1994) *Towards the learning society* London: Cassell.
- Rheingold, Howard (2002) *Smart Mobs: The New Social Revolution* Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Stehr, N. 1994. *Knowledge societies* London: Sage.
- Tapscott, Don (1998) *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* (New York: McGraw-Hill.

- Thorhauge, Jens (2001) *Børnekulturen i udvikling: biblioteket og de andre institutioner i opbrud* [Development of children's culture: the transformation of the library and other institutions]. In: A. Bülow & M. Hassel (eds), *Børnekulturen i grænselandet mellem amter og kommuner* [Children's Culture across the boundaries of counties and city councils] Copenhagen: Children's Cultural Council. Retrieved May 2009 from: <http://boernekultur.dk/index.aspx?id=1CE59D16-9015-4ED3-8B96-EB22CD69B5C4>
- Tomlinson, John (1999) *Globalization and Culture* Cambridge: Polity Press.
- Tyner, Kathleen (1998) *Literacy in a Digital World* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Warschauer, Mark (2004) *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*, Cambridge, MA: MIT Press.

