

# خواندن نوین یا شکل جدیدی از ارتباط؟ دانشجویان فنلاندی در کسوت خوانندگان عصر رسانه‌های اجتماعی

نویسندگان: جان هرکمن<sup>۱</sup>، ایسا واینیکا<sup>۲</sup>

ترجمه: ملیحه فخارطیسی

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی

پست الکترونیک: [fakhartabasi@gmail.com](mailto:fakhartabasi@gmail.com)

فقدان تحقیقات و پژوهش‌های پایه در سطح کشور در حوزه مطالعات خواندن، سبب شده است امروز، عمدتاً آمار و اطلاعاتی دقیق و مستند از عادت‌های مطالعه، گرایش‌های خواندن، منابع محبوب خواندنی و ... از ایرانیان در دست نباشد. بررسی تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده در کشورهای مختلف در حوزه «مطالعات خواندن»، کمک شایانی به مسیریابی و جهت دادن صحیح به پژوهش‌های داخل کشور دارد. امید است پژوهش ترجمه شده ذیل کمکی هر چند کوچک، برای محققان دلسوز حوزه فرهنگ و ادب و مطالعه در ایران باشد. (مقدمه مترجم)

## مقدمه

این مقاله به این مسئله می‌پردازد که چگونه مفهوم انقلاب دیجیتال، مفاهیم امروزی خواندن را به چالش می‌کشد. فنلاند، موردی جالب برای چنین پژوهشی است و علی‌رغم این‌که در استفاده از ارتباطات اینترنتی پهن‌بند و

---

<sup>۱</sup> این مقاله ترجمه فصل ۳ کتاب "Reading in changing society" با عنوان reading in the digital age iii. است. برای جلوگیری از طولانی شدن متن، بعضی از قسمت‌ها به تشخیص مترجم خلاصه شد، همچنین جداول و برخی از اطلاعات محاسباتی حذف شد.

<sup>۲</sup> Juha Herkman

<sup>۳</sup> Eliisa Vainikka

رسانه‌های اجتماعی در قرن بیست و یکم، از کشورهایی چون ایالات متحده، ژاپن، کره شمالی، و قطعاً کشورهای اروپایی، اندکی عقب افتاده است (تورکی و همکاران ۲۰۰۹)، این کشور به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین جوامع اطلاعاتی دنیا شناخته شده است. ضمن این که فنلاند و دیگر کشورهای اسکاندیناوی هنوز هم از فرهنگ مطالعه‌ای قوی برخوردارند (گریسولد ۲۰۱۱). تحقیق‌ها نشان می‌دهد فنلاند از نظر سرانه کتاب‌های چاپی، روزنامه‌ها، و مجله‌های منتشر شده، در میان برترین کشورهای جهان قرار دارد (فینیش مس مدیا ۲۰۱۰: ۲۲۶-۲۲۷). همچنین فنلاند در ارزیابی‌های بین‌المللی مربوط به مهارت‌های سواد دانش‌آموزان مدارس، به صورت مداوم در جایگاه بالایی قرار می‌گیرد. برای نمونه می‌توان از برنامه پایش بین‌المللی دانش‌آموزان (PISA) توسط OECD نام برد. افزون بر این مطالعات ملی در طول بیست سال گذشته در فنلاند نشان می‌دهد، با وجود رشد رسانه‌های جدید و فناوری‌های ارتباطی نوین در بین مردم، میانگین زمان صرف شده برای خواندن کاهش چشم‌گیری نداشته است (اکهلم و رپو ۲۰۱۰: ۵۵؛ مرکز آمار فنلاند ۲۰۰۹).

در هر حال این مسئله آشکار است که گسترش رسانه‌های شبکه‌ای و فناوری‌های ارتباطی به طور اساسی عادت‌های خواندن در فنلاند را به چالش کشیده است. رواج و رونق مطالعه و روزنامه‌های چاپی پیوسته رو به کاهش بوده و استفاده از اینترنت، ابزارهای تلفن همراه و رسانه‌های اجتماعی افزایش داشته است. این مسئله بخصوص در باره نسل جوانی که - بر اساس بسیاری از گزارش‌ها - رسانه‌های اجتماعی و اینترنت را به عنوان مهم‌ترین رسانه و منبع خبری خود به کار می‌گیرند، صادق است (۱۵/۳۰ تحقیقات ۲۰۱۱؛ مرکز آمار فنلاند ۲۰۱۱). از نخستین دهه قرن بیست و یکم، میزان خواندن روزنامه‌های چاپی در فنلاند شانزده درصد کاهش داشته است (مرکز آمار فنلاند ۲۰۱۲: صفحات ۶۵-۶۲ و ۸۸-۸۴). حتی اگر تعداد کتاب چاپ شده و میانگین زمان صرف شده برای مطالعه در حال سقوط نباشد، میزان امانت کتابخانه‌ای به طور اساسی از سال ۲۰۰۴ کاهش یافته است. در سال ۲۰۱۰ حجم تراکنش کتاب‌ها برای نخستین بار بعد از جنگ جهانی دوم رو به کاهش گذاشت (آلانن ۲۰۱۱). این دگرگونی‌ها حاکی از عادت‌های خواندن جدیدی است که در مقایسه با عادت‌های سابق خواندن به سوی جملات کوتاه‌تر و تعاملی و اجتماعی‌تر پیش رفته است. همانطور که جان هارتلی دانشمند رشته رسانه (۲۰۰۵: ۱۲) اثبات کرده: با تعاملی ساختن، سفارشی‌سازی، و انقلاب در نوع رسانه‌ها از «خواندن صرف» به

«خواندن و نوشتن»، روابط بین مخاطب و پدیدآورنده<sup>۱</sup> محتوا با تاکید بر شکل فعلی این رسانه‌ها، تغییرات غیرقابل بازگشتی داشته است.

این مقاله به کاوش رسانه‌های معاصر و عادت‌های خواندن دانشجویان فنلاندی به عنوان کسانی که -طبق تعریف دن تاپاسکات (۱۹۹۸)- می‌توانند به عنوان نماینده «نسل نت» توصیف شوند، می‌پردازد. در کل تمرکز اصلی ما در این بخش روی دانشجویان سنین بین ۱۸ تا ۳۰ ساله است. دانشجویانی که به عنوان گروه گذار بین جوان‌ترهایی که «بومی‌های عصر دیجیتال» هستند و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به صورت گسترده در زمان آن‌ها وجود دارد و نسل‌های قدیمی‌تر «تازه وارد به عصر دیجیتال»<sup>۲</sup> که پیش‌تر با منابع چاپی و رسانه‌های جمعی آشنا هستند، قرار می‌گیرند (نگاه کنید به هرینگ ۲۰۰۸:۷۲، پرنسکی ۶-۲۰۰۱:۱). در این مقاله به این مسئله می‌پردازیم که آیا ایده<sup>۳</sup> «خواندن جدید» می‌تواند در میان دانشجویان فنلاندی بررسی شود؛ و اینکه آن‌ها در واقع کدام گونه از خوانندگان هستند. همچنین خاستگاه اصلی عادات خواندن دانشجویان و اینکه به کدام سو در حال حرکت است، را می‌آزماییم. نقشی که توسط انتشارات الکترونیکی و چاپی بازی می‌شود، علی‌الخصوص جلوه‌های اجتماعی خواندن، به صورت ویژه در این مقاله بررسی می‌شود. سوالات پژوهش به صورت دقیق‌تر در ادامه می‌آیند:

- در قرن بیست و یکم دانشجویان فنلاندی چه چیزی مطالعه می‌کنند؟
- آن‌ها منابع خواندنی خود را چگونه و از کجا انتخاب می‌کنند؟
- آن‌ها چگونه می‌خوانند؟
- ICT<sup>۴</sup> و فرم‌های جدید متون الکترونیکی چه نقشی در عادت‌های خواندن و استفاده از رسانه‌ها ایفا می‌کنند؟
- عادت‌های خواندن دوره جدیدی‌ها چگونه با عادت‌های خواندن فنلاندی‌های قدیم به عنوان خوانندگان، قیاس می‌شود؟

---

Net generation

Digital native

<sup>۲</sup>Digital immigrants

<sup>۴</sup> information and communications technology

## «خواندن نوین»

تا دهه ۱۹۷۰ میلادی، خواندن به عنوان دانش شخصی در زمینه ُ درک الفبا و خواندن متون نوشتاری - که اغلب به صورت داستان بود- شناخته می‌شد. متقدمان مطالعات فرهنگی بریتانیا، ریچارد هُگارت (۱۹۵۷) و ریموند ویلیامز (۱۹۶۳)، این سبک فکری را در خلال سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰، با تاکید بر جنبه‌های اجتماعی استفاده ُ فرهنگی خواندن، به چالش کشیدند. اما این مهم تا بعد از گردش فراساختاری دهه ۱۹۷۰ و گسترش مطالعات فرهنگی که خواندن را بیشتر از جنبه علوم اجتماعی و انسانی می‌دید، محقق نشد. رولان بارت ۱، محقق و فیلسوف فرانسوی در حوزه ُ سواد، ایده‌اش درباره ُ «مرگ مولف» و مفهوم «متن» را در اوایل دهه ۱۹۷۰ ابداع کرد. بارت (۱۹۷۷) دریافت که معنا توسط فرآیند خواندن «متن» بوجود می‌آید.

استوارت هال (۱۹۸۰)، دیگر پیشگام بریتانیایی مطالعات فرهنگی، ایده ُ بارت را در مدل مشهور خود با نام «رمزگذاری/رمزگشایی» ۲، به کار گرفت. در این مدل نیت‌های عمدی یا غیر عمدی خالق متن به صورت «معانی ترجیحی» ۳ با متن عجین می‌شوند (رمزگذاری)؛ و تفسیر و برداشت از آن‌ها به عنوان فرآیند فرهنگی اجتماعی «درک معنا» (رمزگشایی)، به حساب می‌آید. پس از این تحولات نظری، محققان حوزه ُ فرهنگ، به مطالعه ُ فرآیند خواندن در تمام حوزه‌های متون فرهنگی روزمره، از مراکز خرید گرفته تا آن‌هایی که در سواحل تفریحی وجود دارند، پرداختند (

---

۱ Roland Barthes

۲Stuart Hall

۳ [نظریه ُ رمزگذاری/رمزگشایی هال، بر این نکته تأکید می‌کند که فرایند ارتباط- از لحظه ُ تولید پیام تا لحظه ُ دریافت پیام از سوی مخاطب- باید به عنوان یک کلیت در نظر گرفته شود. هال استدلال می‌کند معنای متن، جایی بین تولیدکننده و خواننده قرار دارد. با اینکه تولیدکننده متن را به روش خاصی رمزگذاری می‌کند، خواننده آن را در مفهومی متفاوت، رمزگشایی می‌نماید. آن چیزی که هال، حاشیه ُ فهم می‌خواند. این خط فکری به ساخت‌گرایی اجتماعی پیوند دارد.]

۴Preferred meanings

۵meaning-making

برای مثال فیسکه، ۱۹۸۹). و مطالعه کتاب به عنوان یک عمل فرهنگی-اجتماعی مطرح شد (برای مثال رادوی، ۱۹۸۹).

تحقیقات حوزه سواد همراه با نظریه‌های خواندن متحول شده است. پیش از این در دهه ۱۹۹۰، گروه جدید انگلیسی، گروهی از دانشمندانی که بر روی آموزش رسانه‌ها مطالعه می‌کنند، این ایده را که «خواندن نمی‌تواند جدای از نوشتن باشد»، گسترش دادند. علاوه بر این روی مهارت‌های شناختی فنی خواندن، تمرکز کردند. آن‌ها نظریه متون فراساختار را به عاریه گرفتند و روی فرایند «درک معنا» تاکید کردند. از دیدگاه گروه لندنی جدید، گوش کردن و خواندن ابعاد تولید متن هستند. این فرایندهای درک معنا بر مبنای ویژگی‌های فردی و علاقه‌ها و تجارب اجتماعی افراد استوارند (کازدن و همکاران، ۱۹۹۶). از آن پس، نظریه‌های «سوادهای نوین» بر ماهیت اجتماعی خواندن و نوشتن تاکید کرده‌اند (برای مثال لنگشر، ۲۰۰۲:۲). همچنین این مدل‌های جدید سواد فهمیدن «نظریه سواد فرهنگی اجتماعی» نیز نامیده می‌شود (لنگشر و کنوبل، ۲۰۰۳).

اخیرا تغییرات در محیط‌های رسانه‌ای دانشمندان حوزه سواد را به فهم گسترده‌تر خواندن به عنوان عملی تفسیری که در ارتباط با همه انواع رسانه‌ها به کار می‌رود، تشویق کرده است (گی و هایز، ۲۰۱۱). برخلاف متون چاپی، در اینترنت به شکل‌های متون چندوجهی<sup>۳</sup> که صورت‌های مختلف زبان و تصویر و صدا را ترکیب می‌کنند، مورد توجه قرار گرفته است. همچنین فاصله<sup>۴</sup> بین خالق متن و دریافت‌کننده‌های آن را از بین رفته است (لوک، ۱۹۹۵). در اینترنت، جامعه‌پذیری، تعامل و حتی خلق متون اغلب به عنوان مهارت‌های شناختی خواندن در نظر گرفته می‌شوند (گی، ۲۰۰۸:۴۰). با این شرایط، در محیط رسانه‌ای کنونی، خواندن ارتباط بسیار نزدیک‌تری با نوشتن پیدا کرده است. بنابراین «خواندن نوین» به سواد فرهنگی اجتماعی اشاره دارد؛ در این مفهوم، خواندن به

---

<sup>۱</sup>the New London Group

<sup>۲</sup>New literacies

<sup>۳</sup>Multimodal text

عنوان فعالیت‌های متنی توصیف می‌شود که در آن تفسیرها و متون از انواع مختلف متن در محیط رسانه‌ای شبکه بوجود آمده است. کلیه فرایندهای درک معنا شامل تعامل و ارتباط با دیگران است. بنابراین خواندن نوین همان ارتباطاتی است که مردم ممکن است در نقش‌های حیاتی خود بازی کند.

این تحقیق به بررسی اینکه آیا تجزیه و تحلیل تجربی عادت‌های خواندن دانشجویان فنلاندی، از ایده خواندن نوین، که در کل باعث از بین رفتن عادت‌های سابق خواندن شده است، حمایت می‌کند یا خیر. در این تحقیق ما دریافتیم خواندن شامل فعالیت‌های مختلفی در ارتباط با خواندن و نوشتن است که در فضای رسانه‌ای معاصر اتفاق می‌افتد. خواندن شامل متون منتشر شده به شکل چاپی و الکترونیکی است و از طریق گروه‌های رسانه‌ای حرفه‌ای یا خدمات رسانه‌ای اجتماعی تحویل داده می‌شوند. بنابراین، تاکید بیش‌تر روی اشکال متون نوشتاری بین فردی و ارتباطات هم‌سالان یا نشر مبتدی و حرفه‌ای در اینترنت است تا اینکه روی اشکال متنی دیداری- شنیداری از قبیل تلویزیون، ویدئو و سینما باشد. با این حال استفاده از اشکال متنی دیداری- شنیداری نیز، به عنوان بخشی از عادت‌های کلی‌تر جوانان در استفاده از رسانه‌ها، در این تحقیق مطالعه می‌شود.

## روش تحقیق<sup>۱</sup>

گروه هدف برای این تحقیق دانشجویان سنین ۱۸ تا ۳۰ ساله هستند، که در دهه ۱۹۸۰ تا اوایل ۱۹۹۰ متولد شده‌اند. به این گروه سنی «نسل نت» اطلاق می‌شود، که طبق تعریف دن تپ اسکات در سال ۱۹۹۸، نسلی است که اینترنت به عنوان جزء طبیعی از زندگی آن‌ها از همان دوران کودکی وجود داشته است. شرکت‌کنندگان بزرگ‌تر در این بررسی با اینترنت در دوران نوجوانی آشنا شدند.

سه مجموعه<sup>۲</sup> متفاوت از ابزار پژوهشی برای این تحقیق به کار برده شد: پرسش‌نامه، ثبت خاطرات رسانه‌ای و مصاحبه<sup>۳</sup> متمرکز. پرسش‌نامه برای ۳۲۳ نفر، شمایی کلی از عادت‌های خواندن و استفاده از رسانه‌ها توسط دانشجویان را به دست داد. ثبت خاطرات رسانه‌ای توسط ۱۵ نفر و مصاحبه متمرکز از ۱۵ نفر از افراد، نتایج

---

<sup>۱</sup> [بخش مربوط به روش تحقیق، توسط مترجم تلخیص شده است]

نظرسنجی را کامل کرد و اطلاعات عمیق‌تری دربارهٔ نقش خواندن و استفاده از رسانه‌ها در عادات و زندگی روزمرهٔ دانشجویان، به ما داد.

## نتایج<sup>۱</sup>

در بین فنلاندی‌های بیست ساله، وب محبوب‌تر از عمومی‌ترین رسانهٔ سابق، یعنی تلویزیون، است. لذا بررسی «خواندن» در تحقیق ما بیشتر روی متون مختلف نشر شده در اینترنت متمرکز است. اغلب شرکت‌کنندگان در منزل ارتباط اینترنتی داشتند و تعدادی از پاسخ‌دهندگان از تلفن همراه خود برای اتصال به اینترنت استفاده می‌کردند. با این حساب جا دارد دربارهٔ نسل نت صحبت کرد.

اغلب پاسخ‌دهندگان در این تحقیق با اینترنت در نوجوانی و هنگامی که ارتباطات اینترنتی به منازل شخصی راه یافتند، آشنا شدند. در کل خانواده‌های فنلاندی اتصال به اینترنت را تقریباً در سال ۱۹۹۴ همزمان با ظهور نخستین مرورگر وب گرافیکی، آغاز کردند. در فنلاند در ابتدای دهه ۱۹۹۰ کتابخانه‌های محلی و مدارس ابتدایی نقش مهمی در آشنایی کودکان دبستانی با اینترنت ایفا کردند. در کل دانشجویان قرن بیست و یکم با رسانه‌های اجتماعی آشنا ترند: ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان اظهار کردند که از رسانه‌های اجتماعی حداقل یک ساعت در روز استفاده می‌کنند. ما رسانه‌های اجتماعی را به صورت انواع خدمات برخط در نظر گرفتیم (برای مثال فیس‌بوک، توییتر، وبلاگ‌ها)، جایی که کاربران شبکه‌های خود را ایجاد می‌کنند، با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و محتوای تولیدی را دنبال می‌کنند و یا به اشتراک می‌گذارند. عمومی‌ترین انگیزه در استفاده از اینترنت ارتباط با دیگران و سرگرمی است. طبق بررسی ما مهم‌ترین برنامهٔ کاربردی اینترنت، فیس‌بوک بود. ۸۶ درصد از پاسخ‌دهندگان حساب کاربری فیس‌بوک داشتند. علاوه بر فیس‌بوک، استفاده از سایر مدل‌های متنی چندشکلی از قبیل یوتیوب<sup>۲</sup>، ویکی‌ها، وبلاگ‌ها و گروه‌های بحث نیز در بین دانشجویان رایج است.

گرچه اینترنت رایج‌ترین رسانه در بین دانشجویان بود، اما رسانه‌های چاپی هنوز هم در میان آن‌ها ارزشمند است. نیمی از پاسخ‌دهندگان همچنان یک روزنامه را در اشتراک داشتند. افرادی که اشتراک روزنامه نداشتند، روزنامه‌های

<sup>۱</sup> [بخش مربوط به نتایج، توسط مترجم تلخیص شده است]

رایگان را به شکل چاپی و یا الکترونیک مطالعه می‌کردند. ثبت خاطرات و مصاحبه‌ها همچنین نشان داد برای بسیاری از پاسخ‌دهندگان، خواندن روزنامه‌ها در صبح، هنوز هم عادت‌ی مرسوم است.

ماده خواندنی‌ای که بیشترین واکنش‌های مثبت را دریافت کرده بود، با کمال تعجب، کتاب چاپی بود، که استقبال زیادی از آن شده بود. به هر حال دانشجویان در این نمونه بیشتر با متون مختلف سروکار داشتند و در کل ممکن است بیشتر از بزرگسالان از کتاب استقبال کنند. اما مصاحبه‌ها و سوالات پرسش باز از پاسخ‌دهندگان نشان داد که آن‌ها قبل از شروع تحصیلات دانشگاهی تمایل داشتند داستان‌های قدیمی بخوانند. ۸۵ درصد پاسخ‌دهندگان بیش از ده کتاب، و ۴۰ درصد بیش از ۵۰ کتاب، برای خودشان داشتند. خواندن داستان، مخصوصاً در اوقات فراقت با اقبال روبرو بود اما تعدادی از مصاحبه‌شوندگان ابراز کردند به دلیل درس و تحصیل، زمان کمی برای اوقات فراقت و خواندن دارند. در خیلی از موارد خواندن کتاب‌ها و منابع درسی، به عنوان مانعی برای خواندن به قصد لذت ذکر شد.

در دهه ۱۹۹۰ آثار داستانی محبوب در بین جوانان در فنلاند اساساً تغییر کرد. بر اساس نتایج مطالعات بر روی خوانندگان آثار ادبی فنلاند در آن زمان، محبوب‌ترین نویسندگان مردان بودند و محبوب‌ترین داستان‌ها توسط نویسندگان ملی نوشته می‌شدند (اسکولا، ۲۰۰۹). جوانان در قرن ۲۱ کتاب‌های خارجی در ژانر فانتزی را ترجیح می‌دهند. مطالعه ما ایده تغییر را حمایت می‌کند، گرچه نتایج بررسی ما محبوبیت نویسندگان فنلاندی را همچنان در بین دانشجویان، تایید می‌کند. یکی از دلایل این ادعا محبوبیت داستان‌های جنایی خارجی و فنلاندی، و دلیل دیگر وجود آثار کلاسیک نویسندگان فنلاندی در برنامه‌ی درسی مدارس است. در کل محتوای خواندن از مطالب ملی به جهانی تغییر پیدا کرده است و جنسیت نویسنده دیگر به هیچ عنوان اهمیتی ندارد. برای دانشجویان معاصر ژانر و محتوای کتاب، دلایل اصلی انتخاب منابع خواندنیست. گرچه انگیزه‌های اجتماعی در پس انتخاب منابع خواندنی، که حتی می‌تواند موجب پیوستن به جوامع خواندن فراملی شود نیز، اهمیت دارد.

**اهمیت خواندن در زندگی روزمره**



شرایط زندگی جوانان اغلب عادت‌های خواندن آن‌ها را تعیین می‌کند. دانشجویانی که در پژوهش ما شرکت کردند بیشتر وقت خود را صرف تکالیف و مطالعاتشان می‌کردند و این موضوع، تمرکز برخی از استفاده‌های رسانه‌ای آن‌ها و اینکه آن‌ها چه می‌خوانند را مشخص نمود. بسیاری از پاسخ‌دهندگان نگران بودند که زمان کافی برای خواندن در اوقات فراغت ندارند. شرایط زندگی آن‌ها می‌توانست حتی بر انتخاب‌شان در مورد انواع و اقسام متون اثرگذار باشد، به عنوان مثال، پاسخ‌دهندگان دارای کودک خردسال، قالب‌های متنی کوتاه‌تری را ترجیح می‌دادند. بنابراین، دلیل انتخاب متون خاص شاید بسیاری از فعالیت‌های عملی یا حتی حسب اتفاق باشد؛ تا این‌که تکنولوژی‌های ارتباطی، رابط‌های کاربری، یا تصمیم‌گیری‌ها و اولویت‌های آگاهانه.

از سوی دیگر، سبک زندگی دانشجویان، میزان فراغت آن‌ها را تعیین می‌کند؛ و پاسخ‌گویان لزوماً تمایز آشکاری بین کار و پژوهش، فعالیت‌های روزمره یا فراغت قایل نمی‌شوند، آنچنان‌که در مثال ذیل مشاهده می‌شود. هم‌چنین، غالباً تفاوت بین روزهای هفته و تعطیلات آخر هفته در زندگی آن‌ها مشخص نیست. از این رو، خواندن طرح و برنامه‌ای آشکار و مشخص از متون حرفه‌ای نیست.

هنگام ظهر بود که نوشتن را کنار گذاشتم و تکرار سریال *Emmerdale* را در تلویزیون می‌دیدم. هم‌زمان، لپ‌تاپم روی پایم بود و به اصلاح اثری که اخیراً نوشته بودم می‌پرداختم، تلویزیون تبدیل به رادیو شده بود و بصورت سروصدایی در پس‌زمینه بیشتر توجه مرا بخود جلب می‌کرد. در طول پیام‌های بازرگانی، فعال‌تر بودم. (بانوی مصاحبه‌شونده، شماره ۲۵)

ثبت خاطرات رسانه‌ای و داده‌های مصاحبه تصدیق می‌کند که خواندن آنلاین معمولاً یک روند روزانه را دنبال می‌کند و بیش‌تر عبارتست از «مرور» سریع تا «خواندن» با توجه (مراجعه شود به ایکلم و ریپو در ۲۰۱۰: ۱۰۰؛ نیلسون در ۲۰۰۶). این مدل «خواندن نوین»، ارتباطات سریع آنلاین بوده و قسمت عمده آن شامل تبادل پیام با دوستان است (ونریچ و همکارانش، ۲۰۰۸). امور عادی روزانه در اینترنت شامل چک کردن ایمیل، وقایع فیسبوک، بازدید از سایت‌های دلخواه و آپدیت‌ها، غالباً به همان ترتیب روزانه است. سایت‌های دلخواه شامل روزنامه‌های آنلاین و وبسایت‌های سایر برندهای رسانه، هم‌چنین وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگوی مربوط به سرگرمی‌ها و

مشغولیات است. صرف نظر از این امور عادی، باز هم عامل اتفاق در خواندن آنلاین وجود دارد، همانند لینک‌هایی که خوانندگان را به سایت‌هایی راهنمایی می‌کند که در ابتدا قصد بازدید آن را نداشته‌اند. طبق مصاحبه‌ها، مرور سریع به خواندن مطالب آنلاین محدود نمی‌شود؛ روزنامه‌ها نیز ممکن است مشابه وبسایت‌ها به شیوه مرور سریع عناوین و مشاهدهٔ اجمالی تصاویر، خوانده شوند. خواننده تنها وقتی که مطلبی نظرش را جلب کند توقف می‌کند و آن را با تمرکز و توجه می‌خواند.

طبق مطالعات ما، خواندن آنلاین به غیر از ارتباطات میان فردی، بطور کلی می‌تواند به سه دستهٔ اصلی تقسیم شود: (۱) چک کردن اخبار آنلاین، (۲) خواندن متون مربوط به موضوعات تحصیلی و (۳) جستجوی اطلاعات در وب. این دسته‌ها در اغلب خاطرات رسانه‌ای ثبت شده و مصاحبه‌ها به عنوان تجربه‌های متداول خواندن بیان شد. چک کردن اخبار آنلاین توسط دانشجویان به عنوان بخشی از روال خواندن روزانهٔ آن‌ها در نظر گرفته شد، در حالیکه خواندن در دو دسته دیگر بیشتر مربوط به وظایف آن‌ها به عنوان دانشجو بود. از این داده‌ها همچنین می‌توان استنباط کرد که متون الکترونیک بیشتر مربوط به کار و مطالعه و متون چاپی به اوقات فراغت مربوط می‌شود، بجز خواندن وبلاگ، که در دستهٔ اوقات فراغت قرار می‌گیرد.

برخی پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که خواندن آنلاین گاهی منجر به تمرکز در بازیابی اطلاعات در یک موضوع خاص، و گاهی حتی تلاش برای دستیابی به منبع اصلی اطلاعات از طریق وب می‌شود. لیکن، اتفاق نظر مصاحبه‌شوندگان این بود که معمولاً روی متون چاپی بهتر از متون آنلاین تمرکز می‌کنند. آن‌ها حتی خواندن متون چاپی، مخصوصاً رمان‌ها را به عنوان یک فعالیت محبوب توصیف کردند.

در رابطه با مطالب فوق، دانشجویان دارای دید منفی عجیبی در مورد انتشارات الکترونیکی بودند. آن‌ها مخصوصاً مایل بودند کتاب‌ها را به صورت چاپی بخوانند. یک کتاب چاپی، واسط کاربر بسیار خوبی به شمار می‌آید که خواندن آن به مراتب راحت‌تر از متن روی صفحهٔ نمایشگر است. بطور کلی، پاسخ‌دهندگان این ارزیابی و شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌های متمرکز، صفحه نمایشگرهای کامپیوتر یا ادوات موبایل را رابط‌های کاربر خوبی برای خواندن متون طولانی به شمار نیاوردند. مصاحبه‌شوندگان بیان کردند:

احساس می‌کنم خواندن بر روی یک صفحه‌ی نمایشگر کامپیوتر خوشایند نیست، و حس خواندن نمی‌دهد... خواندن یک کتاب چاپی در حالیکه روی مبل لم داده‌ای، بسیار راحت‌تر است. علاوه بر این، خط کشیدن زیر مطالب و یادداشت گذاشتن روی صفحات کتاب‌های درسی چاپی آسان‌تر است. در هر حال شاید این نظر شخصی من باشد. (بانوی مصاحبه‌شونده، شماره ۲۱)

اگر بخواهم در وقت آزادم به خواندن بپردازم، قطعاً یک کتاب چاپی را انتخاب خواهم کرد. کتاب به دست گرفتن یک تجربه‌ی تمام و کمال است... بدون نیاز به خواندن متون آن‌لاین روی یک صفحه‌ی نمایشگر. برای مثال اگر بخواهم یک مجله‌ی دکوراسیون داخلی یا مجله‌ی دیگر در طول سفر با قطار بخوانم، خواندن یک مجله‌ی چاپی دلنشین‌تر است. (بانوی مصاحبه‌شونده، شماره ۲۵)

کنکاش انتشارات الکترونیکی نشان داد که پاسخ‌دهندگان احساس می‌کنند دسترسی به کتاب‌های الکترونیک فنلاندی بخاطر وجود سیستم‌های حفاظت اطلاعات و قانون‌های حق چاپ مختلف، بسیار محدود است و استفاده از آن‌ها بسیار دشوار. مصاحبه‌شوندگان معتقدند وقتی امکان دسترسی به محتوای یکسان بصورت منبع چاپی وجود دارد چرا باید برای انتشارات الکترونیکی بهایی بپردازند، درحالی که آن منبع چاپی می‌تواند نگه داشته شود یا حتی مجدداً به فروش برسد. آن‌ها نیز بر این باور نبودند که کتاب‌های الکترونیکی با وضع کنونی و به عنوان ادوات، اپلیکیشن‌ها و فرمت‌هایی که دائماً در حال تغییر هستند، بتوانند در آینده جهت خواندن بکار روند. مقایسه‌ی کتب چاپی و الکترونیکی براساس پاسخ‌های پرسش‌نامه و مصاحبه‌های پرسش باز در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. کتاب‌های چاپی در مقایسه با کتاب‌های الکترونیکی (براساس ارزیابی و مصاحبه).

کتاب‌های چاپی	کتاب‌های الکترونیکی
---------------	---------------------

صفحه‌ کامپیوتر برای خواندن راحت نیست (اما آیا ممکن است شرایط طوری تغییر کند که کتاب‌خوان‌های الکترونیکی محبوب‌تر شوند؟)	خواندن آسان (به استثنای کتاب‌های بزرگ)
مشکلات مربوط به حفاظت اطلاعات و حفظ حق چاپ	رابط کاربر لذت‌بخش
قابل دسترس است، اگر فرمت استاندارد تغییر کند ممکن است غیرقابل استفاده شود	ارزش خود را حفظ می‌کند، بادوام است، در هر جایی قابل استفاده است
انتخاب عناوین بقدر کافی وسیع نیست (در حال حاضر)	امکان انتخاب گسترده‌ عناوین
به سرعت قابل دسترس، محدود به یک مکان یا زمان مشخص نیست. (در درازمدت کتب قدیمی نیز با همین شرایط، قابل دسترس هستند)	دسترسی نامطمئن، فوراً قابل دسترسی نیست، تیراژ آن سریع است
سازگار با محیط زیست (عدم نیاز به کاغذ)	کاغذ یک جسم الکترونیکی نیست
باید بطور چشمگیری نسبت به کتب چاپی مقرون به صرفه‌تر باشد.	گستره وسیع قیمت

شاید یک دلیل ترجیح متون چاپی این حقیقت باشد که تنها تعداد اندکی از دانشجویان شرکت‌کننده در این تحقیق دارای تبلت یا خواننده الکترونیکی شخصی بودند. نمایشگرهای تبلت و کتاب‌خوان الکترونیکی نسبت به صفحه نمایش کامپیوترهای مرسوم راحت‌ترند، اما همچنان برای پذیرش به عنوان ابزارهای خواندن در فنلاند، نیاز به موفقیت دارند. در ابتدای سال ۲۰۱۲، تنها ۶ درصد خانواده‌ها در فنلاند دارای چنین ابزارهایی بودند (نکست مدیا ۲۰۱۲؛ مقایسه شود با فنلاند ۲۰۱۲: ۱۸). اما، تبلت‌ها در فنلاند تا اوایل دهه ۲۰۱۰ رواج پیدا نکردند؛ طبق گزارش سنجش مصرف‌کننده‌گان در بهار ۲۰۱۳، ۱۶/۷ درصد فنلاندی‌های بین ۱۵ و ۷۴ سال، از تبلت استفاده می‌کردند. حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان پرسش‌نامه، سوالات ذیل در مورد مالکیت یا دستیابی به یک تبلت یا خواننده الکترونیکی در سال ۲۰۱۲ را پاسخ دادند. بررسی ذیل تا‌یید می‌کند که دانشجویان فنلاندی علاقه چندانی به خریدن کتاب‌خوان الکترونیکی یا تبلت نداشتند، هرچند استفاده آن‌ها تا حدی در طول این سال افزایش یافته

است. از سوی دیگر، گوشی‌های هوشمند قبلاً جای خود را باز کرده بود؛ طوری که قریب به دو سوم پاسخ-دهندگان گفتند یکی از این گوشی‌ها دارند یا در نظر دارند تا پایان سال ۲۰۱۲، بخرند. اگرچه افراد گوشی‌های هوشمند خود را برای وبگردی استفاده می‌کنند، اما به ندرت کتاب‌های الکترونیکی یا دیگر متون طولانی‌تر را بر روی گوشی‌های خود می‌خوانند (وسایل ارتباط جمعی فنلاندی‌ها ۲۰۱۲ را ببینید). دانشجویان به گوشی‌های هوشمند برای ارتباطات میان‌فردی، و به لپ‌تاپ‌ها یا کامپیوترهای خانگی برای فعالیت‌های درسی و کاری خود نیاز دارند. بنابراین، تبلت‌ها و کتاب‌خوان‌های الکترونیکی ابزارهای غیرضروری برای دانشجویان است، تنها کسانی این ادوات را خریداری می‌کنند که پول اضافی داشته باشند. تاکنون تبلت‌ها در فنلاند اغلب توسط مردان و زنان ثروتمند میانسال که طرفداران فناوری‌های نوین هستند، خریداری شده است (نکست مدیا ۲۰۱۲).

بطور خلاصه، کتاب‌ها، مقالات و مجلات به عنوان اشیائی که با آن‌ها راحتیم ارزشمندند، اما دانشجویان آنچنان که می‌خواهند وقت زیادی برای خواندن ندارند. کتاب‌های الکترونیکی هنوز در وسع جوانان فنلاندی از نظر قابلیت استفاده، دسترسی یا قیمت‌گذاری آن‌ها نبوده و به اندازه کتب چاپی هم برایشان لذت‌بخش نیست؛ اگر چه متون آنلاین، نظیر اخبار و پست‌های وبلاگ‌ها معمولاً به عنوان متون روزمره چندجانبه کاربرد دارد.

### خواندن یا نوشتن؟

بررسی ما با سایر تحقیقات تطابق دارد؛ و همگی نشان می‌دهند اغلب کاربران فنلاندی وب، بجای تولید مضامین و مفاهیم خود، مطالبی که توسط سایر افراد ایجاد شده استفاده می‌کنند (به عنوان مثال ماتیکانن ۲۰۱۱:۲۲-۲۳؛ سیرکون ۲۰۰۹:۳۵۴). فیسبوک یک استثناست؛ در صورتی که استفاده آن بتواند به عنوان «تولید رسانه» در نظر گرفته شود. ایجاد پروفایل فیسبوک یک شخص نیاز به سطحی از تولید محتوا دارد، حتی اگر کاربر، پروفایل خود را پس از ایجاد آن به‌روز نکند (ریدل ۲۰۱۱:۸۹ را ببینید).

از هر ده نفر پاسخ‌دهنده تقریباً نه نفر دارای حساب کاربری فیسبوک بودند. لیکن، اغلب مصاحبه‌شوندگان در این تحقیق اعلام کردند استفاده آن‌ها از فیسبوک به وارد شدن سریع برای چک کردن آپدیت‌های دوستانشان و مشاهده اتفاقات جالب محدود می‌شود. پاسخ‌دهندگان کاملاً مراقب اطلاعات خصوصی خود بودند و تمایلی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات غیرضرور در مورد زندگی خصوصی‌شان در فیسبوک نداشتند. این نتایج

همراستا با مطالعات سیجا ریدل (۲۰۱۱) در مورد فنلاندی‌ها به عنوان کاربران فیسبوک است، که طبق آن اغلب کاربران بصورت یک «مخاطب» برای دوستانشان فعالیت داشتند، و تنها جمع اندکی از کاربران فعالانه اطلاعاتی در مورد خودشان منتشر می‌کردند. این مطلب نشان می‌دهد رسانه‌ی جمعی لزوماً سبب نمی‌شود رسانه برای مشارکت فعال در قالب تولید محتوا توسط کاربر یا «هوش جمعی (بینش مشترک)» استفاده شود (مقایسه شود با جنکینز ۲۰۰۸)، هر چند شامل شیوه‌های ارتباط تعاملی‌تر، و پیوند زدن یا اشتراک مطالب، غیر از آنچه وسایل ارتباط جمعی سنتی (مرسوم) انجام می‌دهد، می‌شود. همانطور که اندرسون ام. کاپلان و میشل هانلین (۲۰۱۰) بیان کرده‌اند، بسیاری از سرویس‌های رسانه‌های جمعی براساس شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات است، و تنها برخی از آن‌ها حول تولید محتوای خاصی شکل می‌گیرند.

اما، علاوه بر فیسبوک، چندین شیوه‌ی اشتراک دیگر نیز در این تحقیق مشاهده شد. ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، نوشتن در یک تالار گفتگو در برخی مواقع را گزارش دادند، و بیش از یک سوم آن‌ها در یک وبلاگ، کامنت نوشته بودند. پاسخ‌دهندگان اندکی وجود داشتند که مطلبی را به اشتراک گذاشته و لینک کرده باشند، یا مطالب شخصی خود را ارائه و منتشر کرده باشند. ده تا بیست درصد پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه، انتشار آن‌لاین متون را اعلام کردند، درحالی‌که کمتر از یک دهم، تصاویری همچون عکس، نقشه یا ویدیو را منتشر کردند. در عین حال، اشتراک تولید محتوا در این تحقیق بالاتر از اغلب تحقیقات در مورد استفاده‌ی آن‌لاین است که "۱٪ نظم" را تصریح می‌کنند یعنی تنها ۱ درصد بطور فعال مطالبی را تولید می‌کنند که ۹ درصد از آن‌ها کامنت می‌گذارند و ۹۰ درصد صرفاً دنبال (فالو) می‌کنند (برای مثال ون دیک ۲۰۰۹: ۴۴). این نتایج، فعالیت و پتانسیل دانشجویان برای تولید مطالب آن‌لاین خودشان را توصیف می‌کند. در این ارزیابی، همبستگی مثبتی نیز بین خواندن وبلاگ و خواندن کتاب‌های غیردرسی وجود داشت. بطور کلی، دانشجویان ثابت کردند که خوانندگان فعال‌تری در هر دو زمینه‌ی خواندن سنتی و خواندن نوین هستند.

طبق این ارزیابی، مسن‌ترین گروه جوانان بطور شگفت‌آوری فعال‌ترین تولیدکنندگان مطالب خود بودند. افراد جوان‌تر، مخصوصاً کسانی که هنوز با والدین خود زندگی می‌کردند، ابزارهای سرگرمی و منفعل (برای مثال تماشا کردن تلویزیون) را ترجیح دادند. این مرحله از زندگی آن‌ها لزوماً سبک فعالیت‌های رسانه‌ای فعال را نسبت به ارتباطات بین فردی تقویت نکرده بود. از این رو، این بررسی، بحث نسل «بومی‌های عصر دیجیتال»، یا مهارت‌های

تکنولوژیکی ذاتی جوانانی را پشتیبانی می‌کند، که شاید بیشتر قابل استناد به انتظارات و تفاسیر نسل‌های قدیمی‌تر و محققان باشد تا به تجربیات واقعی جوانان. (بوکینگام ۲۰۰۸؛ هرینگ ۲۰۰۸ را ببینید). داده‌های ما نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان مسن‌تر به وضوح دارای مهارت‌های تخصصی بیشتر و فرصت‌های بیشتری برای تولید مطالب خودشان هستند. بنظر می‌رسد مطالعات، آموزش و تجربه نقش مهمی در چگونگی استفاده‌ی جوانان از اینترنت و ایجاد رسانه دارد، در این بررسی مشخص شد، دانشجویان ارتباطات و علوم کامپیوتر، فعال‌ترین تولیدکنندگان مضامین رسانه‌ای خود بودند. برخی مصاحبه‌ها مشخص کرد که اعضای انجمن‌های تفریحی خاص نیز تولیدکنندگان فعال مطالبی هستند که غالباً به علایق جامعه‌ی آن‌ها مربوط می‌شود، اما لزوماً مطالب دیگر را بصورت آن‌لاین منتشر نمی‌کنند.

با این وجود، دانشجویان اغلب جنبه‌های اجتماعی خواندن را، بیش از تولید مطالب خودشان برجسته کردند. درباره‌ی خوانندگان این کار رایج است که با دیگران در مورد متونی که خوانده‌اند صحبت کنند، و تجربه‌ی خواندن غالباً چیزی است که آن‌ها قصد به اشتراک گذاشتن و مقایسه‌ی آن با دیگران را دارند (مقایسه شود با کولینسون ۲۰۰۹؛ پاگلیاسوتی ۲۰۰۸؛ رادوی ۱۹۸۴). علاوه بر این، افراد غالباً مطالب خواندنی را بر اساس توصیه‌های دیگران پیدا می‌کنند. طبق داده‌های ما، پاسخ‌دهندگان ارزیابی و مصاحبه‌شوندگان، صحبت کردن در مورد خواندن کتاب‌ها با دوستان و بستگان را به استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی ترجیح دادند. در صورتی که توصیه‌های مربوط به کتاب شخصاً توسط یک دوست یا فرد مورداعتماد داده شود ارزش آن بیشتر درک می‌شود.

با این وجود، مصاحبه‌های متمرکز نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در تعیین خواندن آن‌لاین بسیار حائز اهمیت است. دوستان هم وبلاگ‌هایی را پیشنهاد دادند و هم وبلاگ‌هایی نوشتند که خوانندگان به آن علاقه‌مند بودند. گروه دوستان، هم‌چنین بخش مهمی از مخاطبان وبلاگ‌های نوشته شده توسط دانشجویان را تشکیل می‌دادند. بنابراین، استفاده از وبلاگ‌ها دقیقاً مرتبط با شبکه‌های دوستی بود، هرچند هیچ‌یک از مصاحبه‌شوندگان عملاً به یک «حوزه‌ی وبلاگی» تعلق نداشتند. بحث‌ها و پیشنهادات مشابهی در مورد خواندن و متون در سایر تالارهای آن‌لاین نیز ضروری بود؛ مخصوصاً در انجمن‌های تفریحی که کاملاً به شغل اصلی شرکت‌کنندگان آن‌ها مربوط بود (مقایسه شود با استرن ۲۰۰۸). با این وجود، تنها اجتماع آن‌لاینی که بسیاری از شرکت‌کنندگان در این بررسی

، در آن شرکت کرده بودند فیسبوک بود ، و غالب مصاحبه‌شوندگان استفاده از فیسبوک را که اصولاً شامل دنبال کردن آپدیت‌های دوستانشان بود، وقت‌کشی توصیف کردند.

### تشریح مطالب

داده‌های این مصاحبه‌ی کیفی نشان داد که خواندن هنوز هم به عنوان یک تجربه‌ی ناب شخصی، که خوانندگان، مایل به تجربه‌ی آن هستند، نگریسته می‌شود. از این رو، خواندن هنوز هم به عنوان یک مهارتِ شناختی فردی برای درک و تفسیر متون (چاپی) شناخته می‌شود. از سوی دیگر، اغلب تمرین‌های متنی دانشجویان مربوط به ارتباطات آن‌لاین و رسانه‌های اجتماعی بود، که در آن سواد فرهنگی نقش مهمی بازی می‌کند؛ گرچه پاسخ‌دهندگان خودشان این تمرین‌های متنی را خواندن به حساب نمی‌آورند. برای آن‌ها این تمرین‌های متنی اغلب ارتباط با همسالانشان و گاهی فقط تفریحات یا سرگرمی - دنبال کردن آنچه که سایر مردم در شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی منتشر یا ارسال کرده‌اند- بود.

گسترش و پذیرش اینترنت به عنوان محبوب‌ترین رسانه برای جوانان نه به این معناست که اینترنت بطور خلاقانه و ابتکاری توسط شرکت‌کنندگان استفاده می‌شود، و نه به معنای تغییرات اساسی خودبخود در شکل‌های دیگر خواندن است. در مقابل، مصاحبه‌شوندگان هنوز خواندن را به همان شیوه‌ی سنتی متصور می‌شوند. خواندن هنوز هم بیشتر به متون چاپی و متون طولانی مربوط بود تا انتشارات الکترونیک. به نظر می‌رسد این قضاوت ارزشمندی درباره‌ی خواندن، در اوقات فراقت باشد؛ هنوز هم اعتماد زیادی به کتاب‌های چاپی وجود دارد؛ حتی در میان افراد پیشرو در گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی.

با این وجود، این نتایج باید تا حدودی نقادانه بررسی شود؛ بسیاری از باورهای ناخودآگاه و قضاوت‌های فردی در اقبال به کتاب‌ها باید در نظر گرفته شود (مقایسه شود لتونن ۲۰۰۱). هم‌چنین افرادی هستند که هرچند خوانندگان فعالی نیستند اما قدر و ارزش کتاب‌ها را می‌دانند (گریس ولد و همکارانش ۲۰۰۵). بنابراین، هیچ‌کس نمی‌تواند مشخص کند که آیا جوانان فنلاندی واقعا طرفدار کتاب هستند، یا این که این‌ها صرفاً عادت‌هایی هستند که در طول زمان و با پیشرفت محیط‌های رسانه‌ای و ابزارهای جدید تبلت و کتابخوان و تلفن‌های هوشمند تغییر



خواهند کرد. علاوه بر این، تعداد زیادی از شرکت‌کنندگان دانشگاهی هستند و بطور سنتی طرفدار کتاب، که این مسئله ممکن است نتایج بررسی را اریب‌دار کند.

اما، مصاحبه‌شوندگان ادعا کردند که مانع اصلی برای خواندن در اوقات فراغت، کمبود زمان-که اغلب به علت وجود مطالعات درسی بوجود می‌آید- است. ثبت خاطرات روزانه<sup>۱</sup> رسانه‌ای و مصاحبه‌ها نیز نشان داد که برنامه‌ریزی زندگی بعضی از دانشجویان فنلاندی بصورت تصادفی بوده و جدی گرفته نمی‌شود- فعالیت‌های مربوط به کار و اوقات فراغت با یکدیگر همپوشانی داشته و ممکن است فرق بین روزهای هفته و آخر هفته مشخص نباشد. از این رو، بنظر می‌رسد حتی اگر دانشجویان به خواندن انتشارات چاپی مخصوصاً داستان علاقه‌مند باشند، در این وهله از زندگی آن‌ها، سایر اشکال خواندن همچون مطالعه<sup>۲</sup> مطالب، سرگرمی سبک و ارتباطات آنلاین، که به مطالعات درسی، شغلی و زندگی اجتماعی آن‌ها مربوط می‌شود، مهم‌تر هستند.

بررسی ما ثابت کرد که جوانان به جای اینکه برای نوشتن مطالب جدید پیشقدم شوند، تمایل به استفاده از اینترنت برای کارهای تکراری روزمره<sup>۳</sup> خود دارند. پس به نظر می‌رسد این فرض که نسل اینترنت ذاتاً فعال، خلاق و مشارکت‌کننده است، غلط باشد. طبق این بررسی، وبی که توسط اکثریت دانشجویان استفاده می‌شود «معمولی» یا پیش پا افتاده است تا خلاق (مقایسه شود با بوکینگام ۲۰۰۸: ۱۴)، و در مقایسه با فرض مربوط به نسل «بومی‌های عصر دیجیتال»، اغلب جوانان فعال و مشارکت‌کننده در این بررسی، مسن‌ترهایی بودند که مهارت‌های تخصصی بیشتر و فرصت بیشتری برای تولید مطالب خودشان داشتند (مقایسه شود با آمار فنلاند ۲۰۱۲). در عوض، جوانترها بیشتر به تماشای تلویزیون پرداخته و در استفاده از رسانه<sup>۴</sup> خود منفعل‌تر بودند، یعنی به اندازه<sup>۵</sup> مسن‌ترها مطالب اصیل و ابتکاری تولید نکردند. بطور کلی، این بررسی نشان می‌دهد که میزان تحصیلات، مدرک تحصیلی و سطح آموزش بیشتر از سن نوع فعالیت‌های خواندن را پیش‌بینی می‌کند. بنابراین، عادت‌های خواندن ارتباط زیادی با مراحل تحصیلی فرد دارد.

مطالعات قبلی نشان داده است که گذر از یک مرحله<sup>۶</sup> زندگی به مرحله<sup>۷</sup> بعد باعث تغییر علایق شخصی فرد و سبک زندگی او، در نتیجه ایجاد نیازهای متفاوت به استفاده از رسانه می‌شود (فیندال ۲۰۱۲: ۱۰). تعجب برانگیز خواهد بود اگر عادت‌های کودکان امروزی در استفاده از رسانه با بالغ شدن آن‌ها- شروع درس، کار و تشکیل

خانواده- تغییر نکند. بنابراین نمی‌توان آینده را با تکیه بر استفادهٔ جوانترین نسل‌ها از رسانه بدرستی پیش‌بینی کرد.

تفاوت‌های متنی مربوط به خواندن باید در نظر گرفته شود. اغلب سناریوهای مربوط به استفاده از رسانه در آینده، براساس متون انگلیسی-آمریکایی یا آسیای شرقی هستند، که به نظر می‌رسد استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی نوین در آن‌ها بیش از سایرین گسترش یافته باشد. لیکن، محیط‌های رسانه‌ای، جوامع، آموزش و فرهنگ‌های ملی کشورهای شمال اروپا، برای مثال، نسبت به محیط انگلیسی-آمریکایی، دارای فرهنگ‌های مختلف خواندن هستند که بصورت تاریخی ایجاد شده است (مقایسه شود با هالین و مانکینی ۲۰۰۴؛ فیندال ۲۰۱۲: ۳۳). امروزه در کشورهای شمال اروپا، جمعیت مسن، خواندن سنتی و عادات استفاده از رسانه‌ها را حفظ می‌کنند. سطح بالای آموزش نیز تداوم خواندن را تقویت می‌کند؛ اغلب جوانان باز هم متون چاپی را به عنوان بخشی از مطالعاتشان در آینده خواهند خواند. طبق این پژوهش، احتمال جهش یا انتقال ناگهانی به نوع کاملاً جدیدی از فرهنگ خواندن وجود ندارد. تغییر در خواندن در دراز مدت پیشرفت خواهد کرد همانند جایگزینی نسل‌های جدید رسانه بجای نسل‌های قبل- اما این کار بطور عادی ۳۰ سال زمان می‌برد (هرینگ ۲۰۰۸: ۸۴). موسسات اجتماعی و فرهنگی، نظیر آموزشگاه‌ها و کتابخانه‌ها، نقش حیاتی را در این تغییرات بازی خواهند کرد. همچنان که مدارس و فضاهای کاری شروع به استفاده از انتشارات الکترونیکی می‌کنند، خواندن مربوط به کار و تحقیق بطور روزافزون بسوی محیط‌های غیرمادی، آنچنانکه قبلاً در تحصیل و آموزش اتفاق افتاده است حرکت خواهد کرد.

## نتیجه‌گیری

این تحقیق این فرضیه را تایید کرد که دانشجویان فنلاندی متولد شده در دههٔ ۱۹۸۰ تا اوایل دههٔ ۱۹۹۰، بیش‌تر خوانندگان بینابینی (که در جایی میان خواندن سنتی منابع چاپی و خواندن نوین فعالیت در رسانه‌های اجتماعی قرار دارند) هستند، تا این که به کلی نسل جدیدی از خوانندگان باشند. فعالیت‌های جدید از خواندن سنتی متمایز است، زیرا خواندن نوین هر روز بیش‌تر به ارتباط بین افراد مرتبط می‌شود. گرچه جوانان وقت

زیادی را برای ارتباط با همسالانشان از طریق رسانه‌ها و شکل‌های متنی کوتاه شده صرف می‌کنند، اما آن‌ها خواندن متون تخصصی را ترک نکرده‌اند و هنوز از منابع چاپی، خصوصاً کتاب استقبال می‌کنند.

تطبیق کامل با عادت‌های استفاده از اینترنت به صورت جهانی، احتمالاً بر چگونگی خواندن منابع چاپی توسط دانشجویان تأثیر می‌گذارد. در حالی که محبوب‌ترین موضوعات در بین این قشر نشان می‌دهد ضائقه فرهنگی جوانان امروز نسبت به نسل‌های قبلی بیشتر بین‌المللی است. برای نمونه آن‌ها اغلب داستان‌های خارجی و خصوصاً انگلیسی‌آمریکایی و ژانرهای فانتزی را ترجیح می‌دهند. در کل عادت‌های خواندن جوانان فنلاندی ترکیبی از شکل‌های کلاسیک و نوین خواندن است. گرچه خواندن کلاسیک بسیار ارزشمند است اما مراحل زندگی آن‌ها را به سمت فعالیت‌ها و عادت‌های ارتباطی خواندن نوین سوق داده است.

همانطور که تحلیل انجام شده توسط ریمود ویلیامز در اثر کلاسیک وی به نام «انقلاب طولانی» در سال ۱۹۶۳ نشان داد انقلاب در تکنولوژی‌های ارتباطی فقط یک بعد از تغییرات اجتماعی طولانی مدت را تکمیل می‌کند؛ سایر بازیگران مهم در این صحنه از نظر تاریخی، انقلاب‌های صنعتی و دموکراتیک هستند. می‌توان گفت تکیه بر روی تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ها قوی‌تر شده است و مرکزیت بیش‌تری در اقتصاد و قدرت و دموکراسی و غیره یافتند. آن‌ها می‌توانند به عنوان عوامل کلیدی تغییرات اجتماعی نقش بازی کنند (برای مثال کستلز، ۱۹۹۶). در ارتباط با خواندن - همان شکل همیشگی خواندن، که خواندن داستان بلند است - با وجود این که به آسانی با شکل ارتباطی «خواندن نوین»، تطبیق نیافته است اما محبوبیت خود را به خوبی حفظ کرده است. بنابراین، این مهم است که خواندن نوین را به عنوان بخشی از انقلاب طولانی مدتی که تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سازمانی و صنعتی در آن، به هم گره خورده است در نظر بگیریم؛ به جای این که آن را جهشی ناگهانی در اغلب عادت‌های خواندن شخصی افراد یا گروه‌های خاص بدانیم.