

Danskernes Digitale Bibliotek

Den digitale udvikling af børneområdet

- oplæg til
inspiration og diskussion



Digitale universer og tilbud

Den digitale udvikling skaber nye rammer og muligheder, men også udfordringer for bibliotekernes formidling til tweens og børnefamilier. Børnene er digitale indfødte og stiller derfor naturligt store krav til funktionalitet og relevans, når de skal tage nye digitale tilbud til sig. Det er dog langt fra det samme, som at målgruppen kan forholde sig kritisk til den information, de får på nettet¹. Det betyder, at bibliotekerne står over for en særlig opgave, hvor eksisterende tilbud og velfungerende formidlingskoncepter skal kobles med nye digitale redskaber, som både er nyttige og relevante for målgruppen, og som samtidig bidrager til digital dannelse af nye generationer.

Bibliotekerne skal fastholde traditionen for at tilbyde aktuel og engagerende formidling til børn og deres forældre. Bibliotekets kernekompetence er *udvælgelse og formidling* af indhold på baggrund af kvalitet, alsidighed og aktualitet. Sammen med centrale nøgleord som *udvikling og forandringer* er det den kompetence, der danner grundlag for oplæggets anbefalinger.

Dette oplæg er tænkt som inspiration til, hvordan arbejdet med digitale universer og tilbud kan gribes an af både biblioteker og netbiblioteker. Vi håber, bibliotekerne vil tage godt imod oplægget og se det som en anledning til at øge fokus på den digitale udvikling af børneområdet.

Oplægget er udarbejdet i et samarbejde mellem DDB's Arbejdsgruppe for børn og DDB's koordinationsgruppen i Danskernes Digitale Bibliotek i 2014/2015.

God læselyst!

Koordinationsgruppen og Arbejdsgruppen for børn, DDB, august 2015

¹ Jf. Bundsgaard, Jeppe m.fl. i rapporten *Digitale Kompetencer – It i danske skoler i et internationalt perspektiv*, Aarhus Universitetsforlag 2014.

Retning og mål

- Et bud på en fælles vision for børneområdet

Tanken bag oplægget her er, at en fælles retning for udviklingen af de digitale bibliotekstilbud på børneområdet vil kunne styrke og bidrage til lokale initiativer på området. Udgangspunktet for oplægget er en vision om, at:

Alle børn skal gennem biblioteket møde digitale tilbud, der styrker deres digitale dannelse, øger deres nysgerrighed og ansporer til selvstændig tænkning.

Bag visionen ligger en ambition om, at biblioteket bliver en central aktør i børnenes digitale liv. Gennem biblioteket skal børn møde trygge digitale rum, hvor der er plads til at prøve sig frem. Rum, der inspirerer, udfordrer og fordrer børnenes selvstændige tænkning.

Oplægget skal ses som et debatoplæg til, hvordan der kan skabes et fælles afsæt for bibliotekernes digitale formidling til to udvalgte målgrupper, nemlig tweens og børnefamilier. Målet er, at bibliotekernes digitale tilbud til netop disse to målgrupper bliver en lige så naturlig del af tweens og børnefamiliers biblioteksbrug, som det fysiske rum er i dag. Bibliotekerne får i arbejdet med at udvikle unikke digitale tilbud brug for at afsøge og identificere områder og opgaver, hvor bibliotekerne kan differentiere sig fra eksisterende digitale tilbud til de to målgrupper. Her er det fx oplagt at fokusere på digital dannelse og på den faglige kvalitet og legitimering af bibliotekets digitale tilbud.

Børns digitale dannelse på biblioteket

Bibliotekerne har en oplagt rolle at spille i forhold til at styrke børns digitale dannelse og dermed deres evne til at kunne begå sig kreativt, konstruktivt og kritisk på nettet.

Digital dannelse handler om på en gang at udnytte de muligheder, de digitale platforme giver os, og samtidig at kunne forholde sig kritisk til den viden og de oplevelser, digitale platforme tilbyder. Der er altså både fokus på grundlæggende tekniske færdigheder og viden og på, hvordan man finder og bedømmer den information, der er tilgængelig på nettet. Endvidere henviser digital dannelse til evnen til at kategorisere og selekttere viden for derefter at kunne skabe ny målrettet information, som er relevant og kan deles med andre (Kilde: ICILS 2014). Begrebet giver således mulighed for at arbejde med digital dannelse på mange forskellige niveauer afhængig af sammenhængen.

Erfaringer og faglige kompetencer gør bibliotekerne til en potentiel interessant samarbejdspartner for fx lokale skoler, der som en del af skolereformen har øget fokus på netop digital dannelse. Samtidig bør bibliotekerne udvikle egne tilbud, som kan styrke den digitale dannelse af målgruppen.

Målgrupper: Tweens og børnefamilier

Oplægget her fokuserer på to målgrupper: tweens og børnefamilier.

Tweens

Tweens er typisk mellem 8 og 12 år. De føler sig hverken som børn eller som teenagere. Målgruppen er interessant, fordi de er meget aktive digitalt, og samtidig er de i gang med at udforske verden uafhængigt af deres familier.

Tweens er vant til at opsøge viden og underholdning på nettet, og de har en forventning om, at det, de skal bruge, kan findes digitalt. Biblioteket har en særlig opgave i forhold til at præsentere tilbud i digitale universer, som er attraktive for målgruppen. Det gælder indhold såvel som form.

Bibliotekerne har allerede fokus på denne målgruppe. Derfor er det vigtigt at bygge videre på de tiltag, der allerede fungerer, og som er blevet godt modtaget af målgruppen.

Børnefamilier

Børnefamilier er en af bibliotekets største brugergrupper. Ifølge Kulturvaneundersøgelsen fra 2012 kommer 70 % af de børn, der bruger det fysiske bibliotek, sammen med deres forældre². Brugerundersøgelser viser desuden, at børnefamilier forventer at bruge bibliotekernes digitale tilbud mere i fremtiden³. Forældre er derfor vigtige rollemodeller både i forhold til at introducere bibliotekets digitale tilbud for deres børn og i forhold til den digitale dannelse af børn.

Strategisk er der således gode grunde til at fastholde børnefamiliernes tilknytning til biblioteket gennem målrettede digitale tilbud, som tilgodeser både børnene og de voksnes behov.

Den digitale dannelse gælder ikke bare børnene, men også de voksne, som ikke nødvendigvis er fortrolige med at opsøge digital viden til deres børn. Bibliotekerne kan bidrage med kvalificeret vejledning til voksne, så de kan tilbyde trygge og gode digitale rum for børn.

Et digitalt tilbud for de mindste børn, hvor de sammen med deres voksne får formidlet relevant indhold, vil derfor være af stor værdi. Det handler dels om at skabe intuitive, lettilgængelige digitale rammer og om at tilbyde målrettet, kompetent indhold, der er relevant for både børn og deres forældre.

² *Danskernes kulturvaner 2012*, Kulturministeriet 2012.

³ *Fremtidens Biblioteker – Målgruppebaseret viden til biblioteksudvikling*, Tænk tanken Fremtidens Biblioteker, 2014.

To veje til digital dannelse på biblioteket

Børns digitale dannelse på biblioteket kan opdeles i to overordnede kategorier: Kreativ brug af digitale medier og kritisk tilgang til digitale medier.

1. Kreativ brug af digitale medier

Den kreative brug af de digitale medier omfatter børns evne til kreativt at udnytte de digitale muligheder. Fx som medskabere af universer, fortællinger og fællesskaber på nettet, hvor de fungerer som interaktive brugere. Børn kan desuden erhverve sig viden gennem kreativ brug af digitale medier.

2. Kritisk tilgang til digitale medier

Den kritiske tilgang til de digitale medier handler om at give børn den nødvendige viden og værktøjer til at kunne forholde sig kritisk og reflekteret til digitalt indhold. Med en kritisk tilgang kan børn drage nytte af det bedste fra nettet og samtidig styre uden om de værste faldgruber, som manglende kildekritik ofte er årsag til.

Bibliotekerne har gode forudsætninger for at støtte op om begge tilgange i arbejdet med digital dannelse. Bibliotekernes tradition for at stille fysiske rum til rådighed, hvor børn har frihed til at lege, lære og lade sig inspirere kan udbygges og styrkes med nye digitale universer, hvor børn i trygge, kreative og legende rammer kan gå på opdagelse.

Bibliotekerne har på den ene side frihed i forhold til valg af formidlingsformer, mens målgruppen på den anden side har frihed til selv at vælge, hvilke tilbud de vil gøre brug af. Denne kombination giver mulighed for at skabe digitale universer af høj faglig kvalitet, hvor børn kan inspireres til selvstændigt at udvikle deres evner og udforske mulighederne i den digitale verden.

Bibliotekernes måske vigtigste bidrag til børns digitale dannelse er faglig selektion af digitale tilbud, som betyder, at bibliotekarere kan udvælge relevant og særlig kvalificeret digitalt indhold til både tweens og børnefamilier.

Fokus på fire indsatsområder

Med afsæt i visionen er det nærliggende at sætte fokus på fire indsatsområder, som kan styrke de digitale tilbud til tweens og børnefamilier.

1. Øget tilgængelighed

Nye og bedre tekniske løsninger skal gøre det nemt at finde og genkende indhold og samtidig skabe flere muligheder for digitale fællesskaber for tweens og børnefamilier.

2. Kritisk stillingtagen og kreativ anvendelse

Bibliotekernes digitale tilbud skal bidrage til, at tweens og børnefamilier lærer at bruge digitale medier kreativt, kritisk og konstruktivt.

3. Aktuel og vedkommende formidling

Tweens og børnefamilier skal møde aktuel og vedkommende formidling gennem bibliotekets digitale tilbud.

4. Innovative partnerskaber

Bibliotekerne skal indgå nye innovative partnerskaber, der kan bidrage til at udvikle bibliotekets traditionelle formidlingsindsats.

1. Øget tilgængelighed

Øget tilgængelighed skal gøre det muligt, at tweens og børnefamilier kan få adgang til bibliotekets tilbud (fx bøger, film, spil, musik, apps) via digitale løsninger, der er anvendelige på alle medieplatforme (fx tablet, telefon, computer). Deling af indhold er centralt i det digitale medieforbrug. Bibliotekerne har mulighed for at nå bredere ud, når brugerne deler indhold med andre på nettet. Det er derfor vigtigt, at bibliotekets tilbud er tilgængelige og lette at dele på de platforme, som de to målgrupper allerede bruger.

Hvis nationale digitale løsninger bakkes op af lokale initiativer, kan tweens og børnefamilier finde sammen i meningsfulde digitale fællesskaber. Erfaringer fra *Palles Gavebod* viser fx, at muligheden for at være i dialog med andre med samme interesser har stor appel.

Der er derfor behov for målrettede investeringer og løbende prioritering af indsatsen for at sikre den nødvendige økonomiske ramme om udvikling af bibliotekernes digitale tilbud, således at indhold kan tilgås og stilles til rådighed i flere formater/på flere platforme, og bibliotekerne herfra kan løfte formidlingsopgaven lokalt.

Tilgængelighed handler desuden om at øge kendskabet til bibliotekets digitale tilbud. Formidling og indhold, der er relevant for målgruppen, skal være synligt og let at bruge. Det bør derfor være et mål, at bibliotekerne arbejder med en genkendelig og målrettet visuel identitet, som kan understøtte aktiviteter på tværs af bibliotekerne.

Samarbejdet mellem bibliotekerne er en forudsætning for at skabe større synlighed og gennemslagskraft for de digitale tilbud. Der bør være fokus på at kommunikere få, men konkrete tilbud. Et tættere samarbejde fx gennem fælles kampagner eller aktiviteter vil samtidig kunne skabe interesse hos både presse og potentielle samarbejdspartnere.

For at opprioritere formidlingen til tweens og børnefamilier anbefales det, at disse målgrupper mere systematisk tænkes ind i nationale, digitale bibliotekstjenester. Der, hvor målgruppen møder biblioteket, skal de også opleve, at der er et tilbud målrettet netop dem, enten fordi de bliver ledt videre til selvstændige digitale universer, eller fordi der findes skræddersyet indhold på den aktuelle tjeneste.

En række initiativer og handlinger kan bidrage til at styrke tilgængeligheden af bibliotekernes børnetilbud. Særligt kan der opnås resultater, hvis det samarbejdende biblioteksvæsen satser på at realisere følgende anbefalinger:

- Etablering af en fælles 'formidlingskalender' (en for hver målgruppe), som kan styrke den lokale og nationale eksponering af tværgående, digitale tilbud.
- Bibliotekerne skal lokalt og nationalt bidrage til at øge synligheden og genkendeligheden af bibliotekernes tilbud. Indsatsen kræver en stærk forankring, forpligtelse og et ledelsesmæssigt fokus.
- Udvikling af visuel identitet/grafiske elementer, som skaber genkendelighed og hjælper brugerne med let at finde relevant formidling og indhold både i det fysiske rum og på nettet.
- Tweens og børnefamilier skal møde skræddersyet og relevant indhold på alle digitale bibliotekstilbud. Henvisning til særlige digitale tilbud, der er

relevante for målgruppen, skal være tydelige og appellerende til målgruppen.

- Formidlingsprojekter, der skaber eller understøtter digitale fællesskaber for målgruppen, skal prioriteres.
- Etablering af licensaftaler, der giver adgang til relevant indhold for målgruppen.
- Udvikling af tekniske løsninger med optimerede og fleksible muligheder for at arbejde på tværs af platforme, formater og formidlingsindsatser (jf. konklusionerne fra konsolideringsprojektet⁴).
- Analyse af de mest effektive løsninger for teknisk deling af mindre formidlingstiltag på forskellige platforme (share-knap, widgets, drupal-moduler osv.).
- Materiale til børn skal være tilgængeligt for målgruppen på mobile platforme og samtidig give mulighed for interaktion mellem brugere såvel som mellem bibliotek og brugere.

2. Kritisk stillingtagen og kreativ anvendelse

Ligesom bibliotekerne understøtter børns kritiske stillingtagen og vurdering af bøger gennem fx boganmeldelser, bør bibliotekerne udvikle tilbud, der kan træne målgruppens evne til at vurdere og tage stilling til digitale ressourcer. Denne indsats bør særligt målrettes tweens.

Den kritiske stillingtagen kan fx styrkes gennem spil eller formidlingstemaer, der har fokus på søgeteknikker, og som benytter veldokumenterede metoder fra fx gamification til informationssøgning. Det er desuden oplagt, at digital formidling bliver yderligere integreret i bibliotekernes arbejde med at udvælge, vejlede og inspirere brugerne.

Bibliotekerne skal skabe trygge, anvendelige og overskuelige universer, hvor tweens og børnefamilier kan gå på opdagelse og udvikle deres informationskompetencer. Fra *Palleland* (Palles Gavebod) er der allerede gode erfaringer med, at bibliotekerne sætter

⁴ http://www.danskernesdigitalebibliotek.dk/fileadmin/_DDB/Releaseplan_2015_til_hjemmesiden.pdf

rammer, faciliterer og guider brugerne i kreative fællesskaber. Det er oplagt at trække på erfaringer fra kreative, digitale fællesskaber som dette, når bibliotekerne skal sætte rammer og guide tweens og børnefamilier i nye digitale tilbud og fællesskaber. Det er desuden vigtigt, at bibliotekerne løbende udvikler og styrker kompetencer inden for digital facilitering og tilstedeværelse.

En række initiativer og handlingen kan bidrage til at understøtte dette indsatsområde. Særligt kan der opnås resultater, hvis det samarbejdende biblioteksvæsen satser på at realisere følgende anbefalinger:

- Fokus på initiativer, som gennem en legende tilgang motiverer og støtter målgruppen i at søge, finde, kritisk vælge og vurdere digitalt indhold.
- Etablering af tiltag, hvor tweens og børnefamilier i kreative universer oplever, hvordan digitale medier motiverer til at gå på opdagelse og samtidig fordrer selvstændig tænkning og kritisk stillingtagen.
- Digitale kompetencer som facilitering og kommunikation bør stå centralt i arbejdet med at udvikle og udbyde digitale tilbud til målgruppen.

3. Aktuel og vedkommende formidling

De digitale medier gør det muligt at skabe aktuel og vedkommende formidling ved at koble medier og genrer på nye måder. Det er oplagt at koble bibliotekets materialer og tilbud til aktuelle nyheder/begivenheder sådan som det fx er set projektet *Newsgerrig*, et samarbejde mellem biblioteket og DR's Ultra Nyt.

En tværmedial tilgang til formidling af bibliotekets materialer og tilbud betyder, at medier og genrer kan indgå i nye sammenhænge og inddrage nye metoder som fx gamification til at inddrage og engagere brugerne. Det skaber synergieffekter for målgruppen, som vil opleve et mere helhedsorienteret tilbud, der ikke begrænser sig til en materiale-/medietype alene. Når den tværmediale formidling samtidig giver mulighed for dialog mellem biblioteket og brugerne og mellem brugerne selv, er der mulighed for at skabe meningsfulde, engagerende digitale universer.

En vellykket indsats kræver et stort kendskab til målgruppen. Det kendskab kan fx opnås ved at nedsætte brugergrupper for hver af de to målgrupper. Brugergrupperne må

være repræsentative både geografisk og i forhold til køn og interesser og kan med fordel organiseres digitalt. På sigt vil det være interessant, hvis brugergrupperne også kan være medskabere af indhold i bibliotekernes digitale universer.

En række initiativer og handlingen kan bidrage til at styrke en kreativ og vedkommende digital formidling til målgrupperne. Særligt kan der opnås resultater, hvis det samarbejdende biblioteksvæsen satser på at realisere følgende anbefalinger:

- Etablering af en nyhedsredaktion, der har ansvar for at sammensætte aktuel og vedkommende formidling, der kan deles via BPI (biblioteksproduceret indhold). Redaktionen kan arbejde centralt eller som en turnusordning mellem bibliotekerne.
- Udvide samarbejdet med eksterne samarbejdspartnere som Kids News, Ultra Nyt, Faktalink og lignende.
- Udvikle gamification-projekter, der styrker tweens' digitale dannelse (både selvudviklede og netværksbaserede tiltag).
- Etablering af brugerpanel for hver af de to målgrupper for derigennem at sikre relevans i de digitale tilbud.
- Undersøge, hvordan sociale medier kan fungere som et positivt bidrag til biblioteksformidlingen for målgruppen.
- Udvikling af projekter, som i kraft af tværmedial formidling skaber ny og alsidig formidling til børn, hvor fokus er på indholdet frem for indholdstypen.
- Udvikling af BPI, så det bliver nemt for bibliotekets ansatte at benytte tjenesten til at dele kampagner, der både indeholder forskellige indholdstyper og formidling.
- Udvikling af digitale løsninger, hvor målgruppen kan være i dialog og indgå i fællesskaber med andre biblioteksbrugere.
- Tweens og børnefamilier tænkes ind som en central målgruppe i DDB's tilgang til udvikling inden for sociale medier.

4. Innovative partnerskaber

Innovative partnerskaber kan være med til at synliggøre og udvikle bibliotekets digitale tiltag, herunder digitale fællesskaber, hvor børn uafhængigt af geografisk placering kan dyrke og dele forskellige fælles interesser.

Fokus i alle typer af partnerskaber bør være, at samarbejdet skaber merværdi for målgruppen og styrker bibliotekets digitale tilbud til målgruppen.

Bibliotekerne er en stærk aktør og en oplagt koordinator i forhold til samarbejde med lokale kulturinstitutioner og daginstitutioner samt ikke mindst pædagogiske læringscentre og skoler.

Folkeskolereformen lægger op til et endnu tættere samarbejde mellem folkeskolen og lokale kulturinstitutioner gennem Åben Skole og Understøttende Undervisning. Her spiller bibliotekets personale en væsentlig rolle som erfarne formidlere, der kan målrette og organisere viden til gavn for målgruppen. Der er desuden gode muligheder for at inddrage digital formidling som fx læringsspil, brug af tablets, telefoner og bibliotekets egne platforme.

Samarbejde med veletablerede organisationer, foreninger og institutioner som fx DR og TV2 kan bidrage til at synliggøre bibliotekets digitale tilbud for en bredere del af målgruppen. På samme vis kan partnerskaber med forlag styrke den digitale litteraturformidling af både papir, lyd- og e-bøger gennem fx fælles kampagner eller gennem online forfattermøder for målgruppen.

Endelig vil det være relevant at indgå partnerskaber, som betyder, at de digitale fællesskaber, biblioteket udbyder, hviler på tidssvarende og velfungerende tekniske løsninger. Målet er, at det skal være let for målgruppen at involvere sig uanset platform og afhængigt af tid og sted.

En række initiativer og handlingen kan bidrage til at etablere og styrke innovative partnerskaber vedrørende bibliotekernes digitale tilbud til børn. Særligt kan der opnås resultater, hvis det samarbejdende biblioteksvæsen satser på at realisere følgende anbefalinger:

- Styrke samarbejde og partnerskaber med skoler, daginstitutioner og kulturinstitutioner både lokalt og nationalt.
- Etablering af lokale partnerskaber med lokale skoler for at bidrage til intentionerne i skolereformen herunder Åben Skole og Understøttende Undervisning, særligt målrettet tweens.
- Etablering af nationale partnerskaber med forlag om fælles kampagner, læserelaterede tilbud og online forfattermøder.
- Udvikling af partnerskaber, som understøtter arbejdet med at skabe tidsvarende og relevante digitale fællesskaber for målgruppen uafhængigt af tid og sted.
- Sikre videndeling og erfaringsopsamling vedr. partnerskaber for at sikre læring og udvikling på tværs af bibliotekerne.
- Initiere projekter, der teknisk understøtter muligheden for at dele formidlingstiltag på diverse platforme med interessante partnere.

Fra oplæg til handling

For at gå fra debatoplæg til handling kan følgende spørgsmål med fordel diskuteres:

1. **Hvilke indsatser og initiativer kan umiddelbart sættes i værk**, og hvordan koordineres disse?
2. **Hvilke indsatser og initiativer kræver en langsigtet plan**, og hvilke milepæle skal aftales for, at indsatserne realiseres?
3. **Hvilke indsatser skal være landsdækkende, og hvordan koordineres de?** Herunder hvilke partnerskaber er oplagte at indgå, og hvem tager ansvar for at igangsætte en dialog?
4. **Hvilke indsatser er bundet til lokalmiljøet, og hvordan koordineres de?** Herunder hvilke partnerskaber er oplagte at indgå, og hvem tager ansvar for at igangsætte en dialog?
5. **Hvilke tekniske udfordringer har bibliotekerne i forbindelse med indsatsområdernes anbefalinger?** Hvad kan løses her og nu, hvad kræver en større teknisk udvidelse? Dette forudsætter en diskussion af, hvordan man mest hensigtsmæssigt kan prioritere valg af platforme, styresystemer m.m. inden for bibliotekets økonomiske og personalemæssige rammer, samt hvad det vil kræve at inddrage sociale medier i biblioteksformidlingen.

Fokus på relevans, faglig integritet og evaluering

Hvad enten der er tale om nationale eller lokale initiativer, bør indsatsen altid relateres til relevante rapporter, statistikker, forskningsresultater og tidligere projekterfaringer for at sikre, at initiativerne er fagligt funderede og bygger videre på tidligere erfaringer.

Det er vigtigt at kortlægge behov, muligheder og udfordringer forud for et eventuelt samarbejde med eksterne samarbejdspartnere. Relevans for målgruppen er centralt i alle partnerskaber. Det kræver tæt dialog med målgruppen og/eller partnere, der har stort kendskab til målgruppen som fx skoler, pædagogiske læringscentre og ungdomsuddannelser.

Endelig kræver en vellykket udvikling, at bibliotekerne løbende koordinerer, evaluerer og justerer indsatser og partnerskaber, så de digitale tilbud til målgruppen er opdaterede og relevante. Det gælder både indhold, metoder og tekniske løsninger.

Danskernes Digitale Bibliotek og Arbejdsgruppen for børn

Medlemmer i arbejdsgruppen

Anne Hvilsted, Børnebibliotekar på Greve bibliotek

Jim Højberg, Teamleder for Team Børn, Vejle Bibliotekerne

Klaus Støvring, Hovedredaktør på Palles Gavebod

Line Røijen, Projektleder på Palles Gavebod

Maria Sjøblom, Leder af Formidling ved Aalborg Bibliotekerne

Susanne Gilling, Chef for Lokalbibliotekerne i Nord under Aarhus kommunes biblioteker