

فضای دیجیتال و مجلات رشد

هر مجله یک وبسایت

۲۸

مجله رشد

بهار ۱۳۹۰ شماره هشتم

یار با ماست، چه حاجت که زیادت طلبیم
دولت صحبت آن یار گران ما را بس

حافظ

■ محمد کرام الدینی

سر دبیر رشد آموزش زیست شناسی

www...



فضای دیجیتال چیست؟

توضیح واضح است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این فضا، حذف مکان و زمان است. منظورم این است که فضای دیجیتال فضایی است برای همه، صرف‌نظر از مکان در حداقل زمان. در این فضا دو یا چند نفر با هم ارتباط برقرار می‌کنند. ممکن است این دو یا چند نفر در یک اتاق باشند، در دو اتاق مجاور باشند، یا حتی در دو یا چند قاره متفاوت، فرق نمی‌کند درون این فضا ارتباط با یک یا چند کلیک و با صرف چند ثانیه برقرار می‌شود و ادامه می‌یابد.

جذابیت‌های فضای سایبر

فضای دیجیتال برای بسیاری که مزه‌اش را چشیده‌اند، محیطی جالب و جذاب است. زمان برای بسیاری از افراد که در حال گشت‌زنی در فضای دیجیتال‌اند، با سرعت سپری می‌شود و می‌گذرد. به این علت برخی خرده می‌گیرند که این محیط آدمیزاد را از کار و زندگی می‌اندازد

فضای دیجیتال یا فضای سایبر، به محیطی الکترونیکی اطلاق می‌شود از جنس شبکه‌های رایانه‌ای که در آن، ارتباط‌های آنلاین برقرار و پیام‌ها یا اطلاعاتی مبادله می‌شود. پس در واقع، فضای دیجیتال بیشتر فضایی ارتباطی و اطلاع‌رسانی است که از چند جزء تشکیل شده است: صفحه‌های وب، رایانامه‌ها (پست الکترونیک)، اتاق‌های گپ‌زنی (چت روم‌ها) و تابلوهای آگهی. ویژگی‌های این فضا عبارت‌اند از:

- **جهانی‌بودن:** چون همه شهروندان جهان، یا به بیان دیگر همه جهان‌دان به آن دسترسی دارند.
- **دستیابی آسان به آخرین اطلاعات:** چون همگانی است و در آن ارتباط با سرعت بسیار انجام می‌پذیرد.
- **جذابیت و تنوع:** که در بندی جداگانه در همین مبحث به آن خواهیم پرداخت.
- **آزادی تبادل اطلاعات و ارتباطات:** که هرگونه شرحی درباره آن



می خواهد بکند و به هر چه می خواهد برسد. در دنیای خیال هیچ گونه محدودیتی بر سر راه آدمی نیست. دنیای مجازی هم نوعی دنیای تخیلی است که می توان در آن آرزو کرد و اندکی بعد آن آرزو را برآورد. بازی ها، سفرهای مجازی، بازدید از نمایشگاه ها، ساختن خانه و کارخانه، تأسیسات و تجهیزات، مشاهده خانه خود از فضا، دوست یابی و بسیاری چیزهای دیگر.

مجلات رشد در فضای دیجیتال

اکنون ببینیم مجموعه مجلات رشد از این فضای جالب، جذاب و پرتوان چه استفاده ای می توانند ببرند. به بیان دیگر، ببینیم فضای مجازی دیجیتال برای بهبود و ارتقای مجلات مان، مثلاً برای ارتقای ارتباط با مخاطبان، چه پیشنهادهایی در آستین دارد. آیا راهی عملی، پرفایده، اما کم زیان پیش پایمان می گذارد؟

و نمی گذارد به کارهای دیگر که احياناً مهم ترند، بپردازد.

مهم ترین جذابیت های فضای دیجیتال چنین اند:

■ **گمنامی اختیاری کاربر:** آشکار کردن هویت اصلی نه در سراسر، بلکه در بیشتر بخش های فضای مجازی یا دیجیتال، الزامی نیست. کاربر می تواند اگر لازم بداند، به آسانی آب خوردن هویت خود را پنهان کند، آن را تغییر دهد، یعنی با هر گونه هویتی که دوست دارد، بر گستره این فضا حرکت کند و حتی در آن به طور مجازی تغییر جنسیت بدهد.

■ **آسانی کاربرد:** امروزه ابزارهای ورود به فضای دیجیتال چندان گران، کم یاب یا دور از دسترس نیستند. بسیاری افراد اگر بخواهند می توانند کلیدهای در ورودی به این فضا را به آسانی به دست آورند؛ حتی اگر در بسیاری از روستاهای کشورمان باشند.

■ **واقعیت گریزی و پناه بردن به عالم مجاز و تخیل:** دنیای خیال، دنیای بی نظیری است. هر یک از ما می تواند در دنیای خیال هر چه

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این فضا، حذف مکان و زمان است. منظورم این است که فضای دیجیتال فضایی است برای همه، صرف‌نظر از مکان در حداقل زمان

راه‌حل

فکر می‌کنم مطلب تا حدی روشن شد و گرفتید چه می‌خواهم بگویم. جان کلام این است که امروزه فاصله سه ساله به سه دقیقه، یا حتی اگر اینترنت پرسرعت داشته باشیم، حتی به چند ثانیه کاهش یافته است. بنابراین، همان‌طور که شایسته نیست امروزه دست از ماشین حساب‌ها بشوییم، آن‌ها را به کنار نهیم و محاسبه‌های روزانه‌مان را دستی یا ذهنی انجام دهیم، انتظار نمی‌رود که نادیده گرفتن غول فناوری اطلاعات رسانی و ارتباطات را کاری عقلائی بدانیم. منظور روشن است، امکانات نوین فناوری را با سرعت و بدون هنر دادن وقت باید جذب کرد و به کار گرفت.

حالا آسان‌تر می‌توانم راه‌حل را بگویم. راه‌حل پیش‌برده اهداف مجلات رشد در زمینه‌های اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط با مخاطبان چنین است: طراحی و راه‌اندازی یک پرتال کامل، جامع و پویا. به احتمال زیاد می‌دانید که پرتال کدام است و منظورم از پرتال کامل، جامع و پویا چیست. اگر می‌دانید که هیچ؛ این نوشته را کنار بگذارید، به خواندن آن ادامه ندهید و به کارهای دیگرتان برسید. اما اگر احیاناً نمی‌دانید، چند راه پیش پای شماست: می‌توانید چند دقیقه‌ای بر لب چشمهٔ اقیانوس مانند شبکهٔ جهان گستر یا به اختصار وب بنشینید و جرعه‌ای از آب دانایی آن بنوشید که بی‌گمان از این راه خیلی چیزها دستگیرتان خواهد شد. یک راه دیگر هم وجود دارد: می‌توانید برای

بی‌گمان همواره بهترین راه‌حل هر مسئله، به زبان اقتصادی، به صرفه‌ترین راه از نظر برابری سود و هزینه است. یعنی راهی بهتر و با صرفه‌تر است که با کمترین هزینه، بیشترین سود را بدهد. برای توضیح بیشتر می‌خواهم شما را به دنیای زیست‌شناسان ببرم. زیست‌شناسان رفتاری یا ساده‌تر بگوییم، رفتارشناسان معتقدند که باید مقدار انرژی‌ای که جانور برای جست‌وجوی غذا صرف می‌کند، کمتر از مقدار انرژی غذایی باشد که در پایان به دست می‌آورد. به بیان دیگر، هر قدر انرژی غذایی که جانور در رفتار جست‌وجوی غذا به دست می‌آورد، از انرژی مصرف شده در آن جست‌وجو بیشتر باشد، سودی که جانور کسب می‌کند، بیشتر، رفتارش بهینه‌تر و بخت ماندگاری آن جانور و آن گونه افزون‌تر خواهد بود.

اکنون، آیا برای حل این مسئله ما، چنین راه‌حلی وجود دارد؟ پاسخ من مثبت است و آن را معرفی خواهم کرد، اما بگذارید پیش از آن حکایاتی باز گویم. یکی از استادان زیست‌شناسی دانشگاه تهران در گفت‌وگویی که در سال گذشته با مجلهٔ رشد آموزش زیست‌شناسی داشت، این سخنان را بر زبان راند: «... به خاطر می‌آورم که در زمان دانشجویی می‌خواستم کار مشترکی با یکی از گیاه‌شناسان روس انجام دهم. به او نامه‌ای نوشتم. آن نامه شش ماه در راه بود تا به دست گیرنده برسد. پاسخ او به من هم شش ماه در راه بود تا به دست من برسد. خلاصه دو مورد از مکاتبات ما در حدود سه سال به درازا کشید. وقتی سرانجام پس از چند سال مقاله‌ای که حاصل این همکاری بود به چاپ رسید، آن همکار دیگر زنده نبود و من از چاپ آن کاملاً بی‌خبر بودم تا بعدها در سفری که به آلمان داشتم، دانستم آن مقاله چند سال پیش از آن چاپ شده است. اما حالا چنین نیست. اکنون ارتباط بین ما با هریک از همکارانمان در هر جای این کرهٔ خاکی که باشند، در آمریکا، استرالیا یا ژاپن، در اتاق مجاور یا در هر کجای دیگر، در چند ثانیه و با چند کلیک برقرار می‌شود!»

پی بردن به راه حل این جانب، به خواندن این نوشته ادامه دهید که البته این راه آخر، راهی ساده تر و آسان تر به نظر می رسد.

پرتال

فرض نخست این است که شبکه جهان گستر، یا به اصطلاح «www»، یا به اختصار وب، امروزه در کشور ما همه گیر است؛ یعنی تقریباً هر کسی اگر بخواهد می تواند به آسانی به دنیای مجازی آن وارد شود. فرض دوم چنین است که بسیاری از مخاطبان، یعنی دانش آموزان، معلمان و حتی والدین، از این جادوی زمانه به تناسب خواست خود بهره می برند. فرض سوم آن است که یکی از مخاطبان گستره طیف مخاطبان ما می خواهد به این شبکه جهان گستر وارد شود. و سرانجام، فرض چهارم این است که او قصد ورود به وبگاه مشخصی را ندارد و مثلاً به دنبال اطلاعاتی خاص است.

در این صورت، او نخست صفحه های را انتخاب می کند و سپس از طریق آن دروازه ورودی، به دنیای بی انتهای وب پا می گذارد. به هر جا که بخواهد می رود و به هر کاری که بخواهد دست می زند. مثلاً نخست به قول معروف به «یاهو» یا به «گوگل» می رود، رایانامه می خواند و یا می نویسد و یا به جست و جو می پردازد. یاهو و گوگل در واقع دو دروازه ورودی یا به زبان فنی، دو پرتال معروف هستند.

پس پرتال وب در واقع درگاه یا دروازه ای است به سوی منابع گوناگون اطلاعاتی فضای دیجیتال. به بیان دیگر، پرتال وب چیزی نیست جز صفحه یا صفحه هایی از پیوندهای گوناگون که مخاطب به آن ها نیاز دارد. یعنی پرتال تولیدکننده اطلاعات نیست، بلکه پیونددهنده آن هاست.

نیاز ما



پرتال وب چیزی نیست جز صفحه یا صفحه‌هایی از پیوندهای گوناگون که مخاطب به آن‌ها نیاز دارد. یعنی پرتال تولیدکننده اطلاعات نیست، بلکه پیونددهنده آن‌هاست

شماره هشتم بهار ۱۳۹۰

- مقالاتی که برای چاپ به مجله می‌رسند، اما به دلایلی قابل چاپ نیستند، پس از ویرایش در دنیای مجازی منتشر می‌شوند. این بخش مکمل مجله چاپی خواهد بود.
- **پیوندها:** پیوندهای مفید.
- **اشتراک:** اشتراک نسخه مجازی مجله به صورت فایل‌های بی‌دی‌اف کل مجله، یا مقاله‌های منفرد.
- **آگهی‌ها:** آگهی‌های مرتبط برای تأمین بخشی از مخارج سایت.

بدین ترتیب، دست‌اندرکاران هر مجله خواهند توانست به آسانی نیاز مخاطبان را بسنجند، آنان را در تولید محتوا شرکت دهند، از پیشنهادهای آنان در بهبود مجله سود ببرند، برای مجله ایجاد علاقه و کاربری کنند و خلاصه بسته به نوآوری، علاقه و اراده خود، در بهبود کیفیت مجله‌ای که مسئولیت آن را برعهده دارند، بکوشند.^۲

پی نوشت

۱. آخانی، دکتر حسین. زیستن چون پروانه. مجله رشد آموزش زیست‌شناسی. شماره ۷۶. پاییز ۱۳۸۸.
۲. چندی است که در پی برنامه‌ریزی‌های قبلی، سیمای وب‌سایت مجلات رشد (<http://www.roshdmag.ir>) تغییر بنیادی کرده و در حال تکمیل و اصلاح است. اکنون وبلاگی به هر یک از مجلات اختصاص داده شده که وبلاگ مجله رشد آموزش زیست‌شناسی (<http://www.roshdmag/weblog/zistshenasi>) یکی از آن‌هاست.

همه آن‌چه ما برای کسب جایگاهی درخور و شایسته در فضای لایتنه‌ای دیجیتال نیاز داریم، فقط یک صفحه پرتال وب، یک وب‌سایت به ازای هر مجله و نیروی انسانی کافی برای نگه‌داری و جدید کردن وب‌سایت‌های مجلات است. طراحی پرتالی که ما بدان نیاز داریم، بسیار آسان است. کافی است صفحه‌ای بسازیم از پیوندهایی به بخش‌های متفاوت دفتر انتشارات کمک‌آموزشی، به‌ویژه به آن‌چه در این‌جا مورد بحث است؛ یعنی به مجلات سی‌ویک‌گانه و نیز به بخش امور مشترکان. کار اصلی اما برعهده دست‌درکاران هر مجله، به‌ویژه سردبیر یا هیئت تحریریه است. سردبیر برای ارتباط بیشتر، منسجم‌تر و پایدارتر با مخاطب، بخش‌هایی را تدارک می‌بیند و مدیریت می‌کند. مثلاً برای مجله رشد آموزش زیست‌شناسی می‌توان چنین بخش‌هایی را راه‌اندازی کرد:

- **وبلاگ:** برای ارتباط سردبیر، اعضای هیئت تحریریه، گرافیس‌ت، مدیر داخلی و همه دست‌اندرکاران تولید مجله با مخاطبان، درج عنوان مقالات ورودی، وضعیت آن‌ها و توصیه‌هایی برای مترجمان یا نویسندگان آن‌ها.
- **خبرها و گزارش‌ها:** خبرها و گزارش‌های علمی آموزشی مرتبط با مجله.
- **خبرنامه:** هفته‌نامه یا ماهنامه‌ای از اخبار و گزارش‌های مربوط که به‌طور مرتب برای علاقه‌مندان که درخواست می‌کنند، فرستاده می‌شود.
- **پاسخ به پرسش‌ها:** پرسش‌های رسیده همراه با پاسخ‌های آن‌ها.

■ **نظرخواهی:** در موارد گوناگون.

مقالات:

- از هر شماره منتشر شده مجله، یک یا چند مقاله به صورت رایگان و بقیه به صورت خلاصه یا چکیده ارائه می‌شوند. اما برای مشترکان آنلاین، امکان دانلود متن کامل وجود خواهد داشت.