

قطار دیجیتال به راه افتاده است!

بازخوانی تجربه‌های مجلات رشد در فضای مجازی
از زبان محمد کرام‌الدینی، سردبیر مجلهٔ رشد آموزش زیست‌شناسی

محمد کرام‌الدینی: خبر در عصر دیجیتال به صورت لحظه‌ای مخابره می‌شود. سال‌ها قبل از آنکه سازمان به فکر کاربرد اینترنت در فرایند تولید مجله باشد، من سرگرم بودم. در آن زمان اصلاً حروف فارسی در وب وجود نداشت. به مرور، زبان عربی و پس از آن فارسی وارد فضای مجازی شد. در آن زمان من وبلاگ داشتم. ما وقتی می‌خواهیم ایده‌ای را شایع کنیم، دو راه وجود دارد: یا تصمیم‌گیرنده هستیم و یا از پایین می‌خواهیم ایده را شیوع بدهیم که انرژی و کار فراوانی می‌برد و عشق و سرمایه می‌خواهد. من حدود ۱۱ سال پیش مقاله‌ای نوشتم و در آن مطرح کردم که قطار دیجیتال به راه افتاده است و ما باید سعی کنیم که از آن جا نمانیم. قبل از اینکه این دفتر به فکر وبلاگ باشد، من وبلاگی داشتم و با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کردم. ولی وقتی وبلاگ رسمی افتتاح شد، من آن را غیرفعال کردم.

تردیدی نیست که با حضور پررنگ «فناوری اطلاعات و ارتباطات» (ICT) جهان دچار تحولات شگرف به لحاظ فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و ... شده است. رسانه‌ها و نشریات کاغذی نیز از این امر مستثنا نبوده‌اند.

بنا به منطق و تجربه باید از فرصت‌های زایندهٔ ICT در حوزهٔ نشریات کاغذی نیز بهره برد. در جلسات کارشناسی «دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی» در تاریخ ۲۷ اردیبهشت ۱۳۹۵ با حضور محمد کرام‌الدینی، سردبیر مجلهٔ «رشد آموزش زیست‌شناسی» به موضوع «بازخوانی تجربه‌های مجلات رشد در فضای مجازی» پرداخته شد. در ادامه، گزارش این نشست و نظرات حاضران را می‌خوانید.



کنید، مسلماً افراد بیشتری جذب می‌شوند. مجله رشد آموزش زیست‌شناسی از چهار شماره به سه شماره در سال تبدیل شد و ما از دی ماه بی‌کار می‌شویم. من می‌خواستم پیشنهاد کنم، این مجلات به چهار شماره در سال بازگردد. پیشنهاد دیگر من این است که یک شماره را به صورت دیجیتال منتشر کنیم. به این شکل هیچ هزینه‌ای هم برای دفتر نخواهد داشت. در این شرایط، از یک طرف تعداد نشریات در سال کم می‌شود و از طرف دیگر تعداد مقالات ارسالی زیاد می‌شود و این معضلی است. بسیاری از مقالات مجال چاپ شدن ندارند. اگر این مقالات به صورت دیجیتال منتشر شوند، بسیار خوب خواهد بود و قابلیت‌های بیشتری نیز دارد.

امروز قطار نشریات الکترونیک با سرعت در حال پیشرفت است و اگر شما جست‌جو کنید، متوجه می‌شوید بسیاری

این وبلاگ هنوز هم هست، اما فعالیت‌های آن در این حد است که اگر نشریه جدیدی روی وب برود، اعلام می‌کنیم و مقالات پذیرفته شده را معرفی می‌کنیم و از این طریق با مخاطبان ارتباط می‌گیریم.

یکی از موقعیت‌هایی که وجود دارد، «تلگرام» است. چندی پیش من یک کانال تلگرامی افتتاح کردم. البته پیش از من مجله «رشد جوان» این کار را انجام داده بود. کار کردن با تلگرام هم فوت و فنی دارد و در این مدت تجربه‌هایی هم کسب کرده‌ام. اولین اصل در این کارها مخاطب‌شناسی است. باید فهمید که مخاطب چه چیزی دوست دارد. مثلاً سؤال معلمان زیست‌شناسی در این روزها این است که: محتوای کتاب زیست‌شناسی دهم چیست. دیروز سه فصل از کتاب را گذاشتیم و بلافاصله مخاطبان افزایش پیدا کردند. بنابراین وقتی شما نیاز را بسنجید و بر اساس نیاز حرکت



گرام‌الدینی: امروز
قطار نشریات
الکترونیک با سرعت
در حال پیشرفت است
و اگر شما جست‌جو
کنید، متوجه می‌شوید
بسیاری از نشریات
به سوی نشر دیجیتال
رفته‌اند. شاید کمتر
مجله‌ای در جهان باشد
که یک وب‌سایت
پیوسته نداشته باشد

از نشریات به سوی نشر دیجیتال رفته‌اند. شاید کمتر مجله‌ای در جهان باشد که یک وب‌سایت پیوسته نداشته باشد. بسیاری از نشریات اغلب مقالات خود را در سایت می‌گذارند. دیجیتال کردن به محیط زیست کمک می‌کند و از مصرف کاغذ می‌کاهد. بعد مسافت و زمان در این نشریات حل شده است. ما هم بالاخره باید سوار این قطار شویم. من سرمقاله آخرین شماره مجله خودمان را به نشر دیجیتال اختصاص دادم. ما در زیست‌شناسی انفجار دانش و داده داریم.

ناصر نادری، ناظر محتوایی مجلات رشد: واقعیت این است که ما خواه‌ناخواه باید نشر الکترونیکی را در ساختار دفتر ببینیم. لازمه این امر آن است که افراد حرفه‌ای وارد کار شوند، سرمایه‌گذاری شود و بسترهای فنی مهیا شوند. به نظر می‌رسد الان روح حاکم بر دنیا این موضوع را طلب می‌کند و باید این گام‌ها برداشته شوند. این فضا باید به وجود بیاید. البته نشر کاغذی هم نقش خود را همچنان ایفا می‌کند.

علی اصغر جعفریان، سردبیر رشد

نوجوان: به نظر من محتوای دیجیتالی باید با محتوای کاغذی متفاوت باشد. محتوای دیجیتالی هم جایگزین محتوای کاغذ نمی‌شود. نکته بعد این است که باید از این فضا برای ارتباط مجلات با مخاطب استفاده کنیم. این قدم شاید برای مجلات کاربردی‌تر باشد.

شهرام شفیعی، سردبیر رشد نوآموز: در مورد رابطه دموکراسی و دنیای دیجیتال، امروزه همه می‌توانند حرف بزنند و برای خودشان رسانه باشند. برخورد سلبی بسیار متزلزل است؛ برخورد سلبی گفتمان‌ها، اکثریت نسبت به اقلیت و ... امروزه ما می‌فهمیم که اگر می‌خواهیم حرفی بزنیم باید تولید کنیم و حرف جذاب بزنیم. اهرم سلب به شدت از دست ما خارج می‌شود و درک این نکته مهم اگر از فرهنگ شروع شود، بسیار خوب خواهد بود. امروزه جامعه جهانی پرچم حکمت را بلند کرده است. چقدر خوب است که رشد با پیشینه‌ای قوی از این فرصت استفاده کند. بد نیست که در کنار آن نگاهی آسیب‌شناسانه هم وجود داشته باشد. به هر حال من استفاده کردم.

محمد علی قربانی، سردبیر رشد جوان: ما با تفکر

مولکول DNA در سال ۱۹۵۳ کشف شد. در کشور ما اسکانس‌های پنج هزار تومانی جدید تصویر مولکول DNA را دارند. مولکول DNA امروزه جزء ادبیات محاوره‌ای ماست. در سال ۲۰۰۳ نقشه ژنی انسان کامل شد و فهمیدیم تعداد ژن‌های انسان ۳۰ هزار تاست. از این سال زیست‌شناسی دچار تحول شدیدی شد و فناوری دیجیتال در انتقال این علم بسیار مفید واقع شد و قابلیت دسترسی پیدا کرد. پس ما ناچاریم به سمت دیجیتالی شدن حرکت کنیم.

اصغر ندیری، سردبیر رشد آموزش ابتدایی: بحث شیرینی را ارائه کردید. آیا مجلات رشد استعداد و آمادگی دیجیتالی شدن را دارند؟ با توجه به اینکه ما سایت مجلات رشد را داریم و در کنار آن ایمیل و شبکه‌های دیگر را هم داریم، شاید این امر اتفاق افتاده باشد.

گرام‌الدینی: ما برای همین اینجا هستیم تا این بحث را مطرح کنیم. در این مسیر هر فناوری که کارهای جذاب‌تری دارد، جلو می‌افتد و بقیه حذف می‌شوند. من روزی را می‌بینم که مجلات ما دیجیتالی شده‌اند. الان هم نیمه‌دیجیتالی هستیم.



بیات: رسانه فقط ابزار نیست، بلکه یک محیط است که ما در آن زندگی می‌کنیم. امکان ندارد کسی از این عامل کناره‌گیری کند. دنیای آینده را اطلاعات و رسانه‌ها مطرح می‌کنند و پیچیدگی این موضوع آنجاست که خود این اطلاعات قابل کنترل نیستند که پارادوکسی ایجاد می‌کند

کاغذی نمی‌توانیم به سمت رسانه دیجیتال حرکت کنیم. باید درباره این موضوع بیشتر کار کنیم و از افراد متخصص کمک بخواهیم. **محمدرضا حشمتی، سردبیر رشد معلم:** اگر ما بدون مطالعه وارد بعضی از مسائل شویم، مسیر را به درستی نخواهیم رفت. باید به تهدیدهای این موضوع هم دقت کنیم. امروزه سواد رسانه‌ای موضوعی را به نام «ذائقه‌سازی» مطرح می‌کند. من در قسمت دانش‌آموزی در مورد این موضوع کمی نگران هستم. زیرساخت فرهنگی بسیار مهم است. به نظر من به دو نکته باید دقت کنیم: ما به واسطه ورودمان به عرصه دیجیتال آیا

کاتالیزور ذائقه‌سازی نسل جدیدمان خواهیم بود؟ و اگر آن را به عنوان یک نگاه مثبت می‌بینیم اقتضائاتی که باید داشته باشیم چه چیزهایی هستند؟

شفیعی: به نظر من ورود به این بحث الزاماً مساوی با ورود به فضای دیجیتال نیست. ما در جهانی زندگی می‌کنیم که ارتباطات دیجیتال وجود دارد. از این به بعد بشر مغز دیگری خواهد داشت و نحوه پردازش اطلاعات متفاوت خواهد بود.

محمدحسین دیزجی، نویسنده و گزارشگر: نشریات کاغذی همچنان هستند و همچنان باید باشند. روزنامه‌های معتبری در دنیا وجود دارند که کاغذ را حذف نکرده‌اند. اما نمی‌توان چشم را هم به روی فناوری بست. فناوری ایده‌های خودش را دارد که اگر با آن همراه باشیم موفق خواهیم بود. در مورد مجلات رشد هم نشریات کاغذی باید پا بر جا باشد؛ اما می‌توانیم از قابلیت دیجیتال هم استفاده کنیم. اگر ما جذابیت کار را بالا ببریم، مخاطب را از دست

نمی‌دهیم. اگر بتوانیم هر روز حرفی برای گفتن داشته باشیم مخاطب جذب خواهد شد.

سپیده چمن‌آرا، سردبیر رشد برهان متوسطه اول: آقای کرام‌الدینی گفتند باید نیاز مخاطب را بشناسیم. در ارتباط با مجلات، آیا ما باید همه نیازهای آموزشی را شناسایی و رفع کنیم یا آنچه مرتبط با مجله است را مطرح کنیم؟ موضوع دیگر این است که من فکر می‌کنم، کسانی که وبلاگ یا کانال‌گردان می‌شوند، باید ویژگی‌های خاصی داشته باشند. در ارتباط با وبلاگ، مشکلی که وجود دارد، بحث تعاملی بودن آن است که آن را ناکارآمد کرده است. مورد آخر این که در آینده هویت فیزیکی افراد مهم نخواهد بود و اکانت هر فرد مهم است. باید آماده چنین دنیایی باشیم.

سیدکمال شهابلو، معاون دفتر: من فکر می‌کنم در نشر دیجیتال، به خصوص مجلات رشد، ما اهداف مختلفی را دنبال می‌کنیم که یکی از آن‌ها «لذت خواندن» است. لذت خواندن کتاب با هیچ چیز جایگزین نمی‌شود. هدف دیگر آموزش است. بحث «عدالت آموزشی» که جزو اهداف مجلات است، باید در نظر گرفته شود. ثبات کتاب قابل جایگزین با نشریات دیجیتالی نیست. ما می‌توانیم بعضی از مطالب را به صورت دیجیتالی و بعضی را به صورت کاغذی منتشر کنیم و با شیب ملایمی به این سمت پیش برویم.

فربرز بیات، سردبیر رشد آموزش علوم اجتماعی: من سعی می‌کنم افق‌هایی را در بحث نظری و تاریخ تحول رسانه‌ها باز کنم تا دوستان بدانند دیگران که در این زمینه بحث کرده‌اند، به این تغییر و تحول

عصر چهارم، عصر «پلتفرم» است که سه حوزه را تهدید می‌کند: در درجه اول سازمان‌های رسانه‌ای که در این عصر نمی‌توانند به شکل سابق کار کنند و بیشتر مدیریت می‌کنند. پس خطری برای آن‌ها محسوب می‌شود. اما خطری هم روزنامه‌نگاران و تیم تحریریه را تهدید می‌کند. در رویکرد پلتفرم، تیم متخصص تولید وجود



چگونه نگاه کرده‌اند. در بحث تحول فضای اجتماعی و مجازی بحثی اساسی وجود دارد، مبنی بر اینکه رسانه از یک ابزار و وسیله فراتر می‌رود. رسانه اعم از نشریه، رادیو، تلویزیون، سایت و ... است. صاحب‌نظران معتقدند چهار عامل دنیای حال و آینده ما را شکل می‌دهد: یکی بحث جهانی شدن است که همه ما با آن آشنا هستیم. جهانی شدن یک فرایند و عامل کلان است که همه جوامع را تحت تأثیر قرار داده است. عامل دوم تجاری شدن است که همه را دربرمی‌گیرد. روند سوم فردی شدن است. هر کس می‌تواند رسانه شخصی داشته باشد. آخرین عامل رسانه‌ای شدن است. رسانه فقط ابزار نیست، بلکه یک محیط است که ما در آن زندگی می‌کنیم. امکان ندارد کسی از این عامل کناره‌گیری کند. دنیای آینده را اطلاعات و رسانه‌ها مطرح می‌کنند و پیچیدگی این موضوع آنجاست که خود این اطلاعات قابل کنترل نیستند که پارادوکسی ایجاد می‌کند.

نکته دیگر در تحول رسانه‌هاست. در بحث تحول رسانه‌ها چهار دوره مشخص داریم که در بسیاری از رسانه‌های کشور تا حدود زیادی در دوره اول هستیم: یک دوره، دوره نشر است که با چاپ و کتابت شروع می‌شود. ویژگی دوره نشر این است که تا حدود زیادی یکطرفه و غیرتعاملی است، امکان انتقال یک نوع متن را دارد و آنالوگ است. مخاطب نیز منفعل است. دوره دوم عصر پخش است. این دوره هزینه‌های سنگینی دارد. دوره سوم ترکیبی از نشر و پخش است. آنچه که در این سه دوره مشترک است، این است که سازمان‌های رسانه‌ای تولیدکننده پیام و محتوا هستند. تیم متخصصی دارند، معمولاً آنالوگ هستند، هزینه‌های بالایی دارند و مهم‌تر از همه اینکه مخاطب منفعل است.

را هم به همراه دارد. مثلاً یکی از مشکلات بحث حقوق معنوی است. منبع اخباری که در شبکه‌های اجتماعی پخش می‌شوند، مشخص نیست و مسائل حقوقی جدی مطرح می‌شود. ما چه کار می‌توانیم بکنیم برای آماده شدن؟
پایه کاری که در فضای وب انجام می‌شود، بحث زبان

ندارد. همه کسانی که مخاطب هستند، تولید کننده‌اند و علیه حرفه‌ای‌گری هستند. ما باید خودمان را آماده کنیم. همه وارد این فضا می‌شوند و اگر ما مهارت‌های جدیدی را کسب نکنیم، ناموفق خواهیم بود. تا حد زیادی حرفه روزنامه‌نگاری به معنای سنتی آن با خطر مواجه است و ما باید آماده باشیم. البته مشکلات زیادی



است. وبلاگ‌نویسی زمانی خیلی رواج داشت، ولی الان فروکش کرده است. اما زبان اصلی نوشتن در وب همین وبلاگ‌نویسی است. ما باید وبلاگ‌نویسی را بلد باشیم و تکنیک‌ها و مهارت‌های آن را بدانیم. ما در سایت همشهری مجموعه درس‌نامه‌ای را شروع کرده‌ایم، تحت عنوان بلاگ‌نویسی که تازه شروع شده است. اگر این زبان را یاد بگیریم محتوای مناسب را می‌توانیم تولید کنیم و ساختار سازمانی خودمان را متناسب با این فضا تعریف کنیم و زیرساخت‌ها را هم باید برای این موضوع مهیا کنیم. ببخشید.

حبیب یوسف‌زاده، ناظر محتوایی مجلات رشد:

وقتی یک جسم خارجی وارد یک محیط می‌شود، تکانه‌هایی در محیط ایجاد می‌کند و آرام آرام به سمت تعادل پیش می‌رود. پدیده‌های جدید عموماً این‌گونه هستند. بخشی از جاذبه‌های کاذب این فضاها فروکش می‌کند و نباید نگران این موضوع بود. نکته دیگر اینکه هیچ‌گاه فضای دیجیتالی نخواهد توانست نشر کاغذی را کنار بزند. ولی ما باید مهارت سوار شدن به این قطار را کسب کنیم. به هر حال این دغدغه وارد دفتر و فضای کار ما شده است. ضمن اینکه با وارد شدن فضای فناوری آموزشی به دفتر بخشی از موضوع جلسه می‌تواند به فناوری آموزشی محول شود. اما نکته اصلی بحث اقتصاد نشر دیجیتالی است. یکی از عواملی که مدیران فرهنگی را از رواج نشر دیجیتال باز می‌دارد بحث اقتصادی است. به نظر من بد نیست مروری داشته باشیم بر تجربیات موفق داخلی و خارجی.

شفیعی: من با آقای یوسف‌زاده موافقم. این ماجرا مثل هر ماجرای جدیدی در ابتدا بزرگ‌نمایی‌هایی دارد. باید کمتر نگران باشیم و از انفعال دوری کنیم و ماجرا را خوب بشناسیم. اما مهم این است که قطب مخالف این قضیه را

هم بشناسیم و آن، بحث متن است. متن‌ها به چه دلیل خوانده می‌شوند؟ آیا همه آنچه به عنوان خواندنی منتشر می‌شوند، ویژگی‌های متن را دارند؟ بسیاری از خواندنی‌ها از تمام ویژگی‌های لازم برخوردار نیستند. متن‌های مهمی که در طول تاریخ خوانده می‌شوند چه ویژگی‌هایی دارند؟ به نظر من متن‌ها به دلایلی خوانده می‌شوند که بیرون از آن متن‌ها هستند. متن‌های خواندنی تمام آن ویژگی‌ها را در خود دارند که به عنوان متن خوانده می‌شوند. به نظر من ما باید این توازن را حفظ کنیم و در دام شتاب‌زدگی نیفتیم.

جعفریان: ما برای اینکه بتوانیم از امکانات دیجیتال و اینترنت استفاده کنیم و ارتباطمان را با مخاطب بیشتر کنیم، سعی کردیم از فضاهایی که داریم استفاده کنیم. البته به نسبت شمارگان مجله من راضی نیستیم. به هر حال توانستیم با مخاطبان از طریق سایت ارتباط برقرار کنیم. قبلاً وبلاگ داشتیم، ولی به خاطر محدودیت‌های زیاد وبلاگ، تقاضای سایت کردیم. راه‌های دیگر سامانه پیامکی، کانال تلگرام، صفحه اینستاگرام و ایمیل هستند. در سایت مطالب بچه‌ها را قرار می‌دهیم. از بخش‌هایی که داریم، یکی «ضد زنگ» است که به خاطرات طنز بچه‌ها اختصاص دارد. قسمتی «خواندنی‌ها» است که مطالب علمی و اجتماعی را قرار می‌دهیم. «روزنامه‌دیواری» است که حاوی کارهای بچه‌هاست. بخش «نوجوانانه» است که به مسائل روان‌شناسی می‌پردازد. در سایت، زیر هر صفحه و مطلب نظرسنجی بچه‌ها آمده است که من دائماً آن‌ها را چک می‌کنم و مورد استفاده قرار می‌دهم. بخش پیامکی ما دو طرفه است و ما هم می‌توانیم به کسی که پیام داده است، بلافاصله پیام بدهیم. منتها ما این کارها را با عوامل مجله انجام می‌دهیم، در حالی که اگر از افراد حرفه‌ای استفاده شود، خیلی بهتر جواب خواهد داد. در کانال تلگرام صفحات

و مطالب مجله را قرار می‌دهیم.

محمد ناصری، مدیرمسئول مجلات رشد: بحث امروز بسیار پر دامنه است و در یک جلسه نمی‌توان آن را جمع کرد. آقای قربانی به درستی اشاره کردند که تجربه نوشتن کاغذی با دیجیتالی متفاوت است. مثال آقای کرام‌الدینی در مورد قطار بسیار خوب بود. ما در مجلات فرصت‌هایی ایجاد کرده‌ایم که به آن‌ها نگاه نشده است. فضای مجازی، افراد دغدغه‌مند خودش را می‌خواهد. شاید سردبیران ما افراد مورد نظر این کار نباشند. در این چند سالی که ورود پیدا کرده‌ایم، کاملاً قابل ارزیابی است. بگذاریم مجله کاغذی کار خودش را درست انجام دهد و فرد یا افراد مؤثر در نشر دیجیتال را به خدمت بگیریم. ما در فضای مجازی بسترهای بسیار مناسبی داریم. بهتر است به نیازهای واقعی مخاطبان خود فکر کنیم. من فکر می‌کنم این موضوع بسیار اهمیت دارد و باب آن بسته نیست و باید در مورد آن به نتیجه برسیم. ما برای پاسخ دادن به نیازهای مخاطبان در اینجا جمع شده‌ایم. جمع‌بندی من این است که ما از سردبیران محترم یک مجله قابل قبول و جذاب می‌خواهیم. در موارد دیگر دوستان مختار هستند و بر اساس توانایی خود عمل کنند. اگر شما برنامه قابل دفاع داشته باشید، دفتر حتماً هزینه خواهد کرد. در دفتر و سازمان افق‌هایی که شما پیش روی خود دارید روشن است. آقای کرام‌الدینی یکی از افرادی است که می‌تواند راه را باز کند و برنامه‌های خود را بیان کند. بسیار خوش‌حال می‌شویم که برنامه‌های عملیاتی از مجله زیست‌شناسی آغاز شود. ضمناً تجربه‌هایی داشته‌ایم که دنبال نشده‌اند؛ مثل تجربه مجله کودک. در هر صورت باید همه چیز روشن باشد. به نظر من بعضی از سردبیران ما کارشناس و فعال در این عرصه نیستند و باید از افراد جوان‌تر و متخصص این حوزه استفاده کنند.