

پیشنهاد نمای سایت بسیج دانش آموزی

موضوع

موضوع این نوشته ارتقاء و توسعه سایت «بسیج دانش آموزی» با نشانی beest.ir است و به طور خاص قصد دارد درباره «نمای سایت» و نحوه چینش و نمایش اطلاعات در صفحات، توصیه‌هایی ارائه نماید.

اما پیش از ورود به موضوع، لازم است وضعیت فعلی سایت بررسی گردد، اسناد بالادستی تحلیل شده و آرمان‌ها و اهداف از طراحی سایت روشن شود. پس از آن نیز شناخت مخاطب و روحیات و سلیقه وی ضرورت دارد، تا در نهایت بتوان مبتنی بر نیازهای او، وضعیت نمایش اطلاعات در سایت و دسترسی به آن‌ها را موضوع بحث قرار داد و پیشنهاداتی را تنظیم نمود.

دست

سایت فعلی که در نشانی beest.ir قرار دارد حاوی گروه‌های اطلاعاتی ذیل است:

۱. اخبار در شش سرویس خبری؛ علمی، فرهنگی و هنری، سیاسی، ورزشی، آموزش و پرورش، اجتماعی
۲. مقالات؛ شامل مطالب پراکنده خبری، گزارشی، وبلاگی و مقاله در بیش از ۵۰ موضوع
(عنوان پنج مطلب آخر از هشت موضوع خاص همیشه در صفحه اول سایت نمایش داده می‌شوند)
۳. آرشیو صوتی؛ محتوی فایل‌های صوتی دسته‌بندی شده در بیش از ۳۰ موضوع (فقط امکان دانلود)
۴. آرشیو نرم‌افزار؛ محتوی نرم‌افزارهای مفید برای دانلود، طبقه‌بندی شده در شش دسته
۵. آرشیو تصویر؛ تصاویر متنوع دسته‌بندی شده در بیش از ۵۰ موضوع
۶. معرفی بسیج دانش آموزی
۷. پیوندهایی به سایر سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط با بسیج دانش آموزی

یک سرویس وبلاگ نیز در نشانی ibsblog.ir قرار دارد که عضویت در آن برای عموم آزاد است. این سرویس نیز یک بخش خبری مستقل برای خود دارد که با عنوان «اخبار وبلاگی» فعالیت می‌کند.

یک سرویس ایمیل تحت همین سایت فعال شده که از طریق نشانی webmail.beest.ir در اختیار افرادیست که مدیران سایت برای آن‌ها ایمیل تعریف کرده باشند.

سایت <http://beestrobotic.ir> نیز تحت عنوان «پایگاه اطلاع‌رسانی رباتیک سازمان بسیج دانش‌آموزی» فعالیت می‌نماید. این سایت حاوی چنین اطلاعاتیست:

۱. معرفی کوتاهی از دوره آموزش رباتیک و نحوه ثبت نام

۲. سرویس خبر ویژه رباتیک

۳. معرفی مختصری از علم رباتیک

۴. آرشیو تصاویر رباتیک؛ مختصر، کم و تنها تصویر کوچک از چند نوع ربات

پارهای از بسیج‌های دانش‌آموزی استان‌ها نیز سایت‌ها و وبلاگ‌هایی برای خود راه‌اندازی نموده‌اند. برای مثال می‌توان از سایت‌های بسیج دانش‌آموزی فارس، استهبان یا سنقر نام برد. این سایت‌ها نیز داده‌ها و خدماتی ارائه می‌نمایند که تقریباً در فهرست زیر نمایان است:

۱. سرویس‌های خبری

۲. تولیدات دانش‌آموزی؛ یادداشت‌ها و نوشته‌های دانش‌آموزان

۳. متون و اطلاعات آموزشی

۴. آرشیو تصویر؛ مشتمل بر گزارش فعالیت‌های منطقه‌ای

۵. آرشیو فیلم و صوت؛ علمی، آموزشی، مذهبی

۶. خدمات مشاوره و پاسخ به سؤالات

۷. سرویس‌های وبلاگ‌نویسی

۸. معرفی بسیج‌های دانش‌آموزی منطقه‌ای

۹. آموزش مجازی (استان فارس)

در مجموع سایت‌های بسیج دانش‌آموزی معمولاً در مقوله‌های ذکر شده فعالیت می‌نمایند و خدمات خود را در اختیار دانش‌آموزان مدارس قرار می‌دهند. از بررسی سایت‌های بسیج دانش‌آموزی، البته مواردی که با جستجو در اینترنت و یا پیوندهای سایت مبدأ به دست آمد، خدماتی فراتر از آنچه ذکر شده به دست نیامد.



شاید تمام محتوای فوق را بتوان در نمودار ذیل نشان داد:



دستور

اما دستور کار بسیج دانش آموزی چیست؟! برای چه تأسیس شده و اصلاً قرار بوده و قرار هست که چه کند؟! این مطلبی است که باید از اسناد بالادستی استخراج نمود، از مصوبات، چشم‌اندازها، آئین‌نامه‌ها و بخشنامه‌هایی که بر اساس آن چنین نهادی شکل گرفته است.

آسناد ذیل را برای این منظور یافتیم:

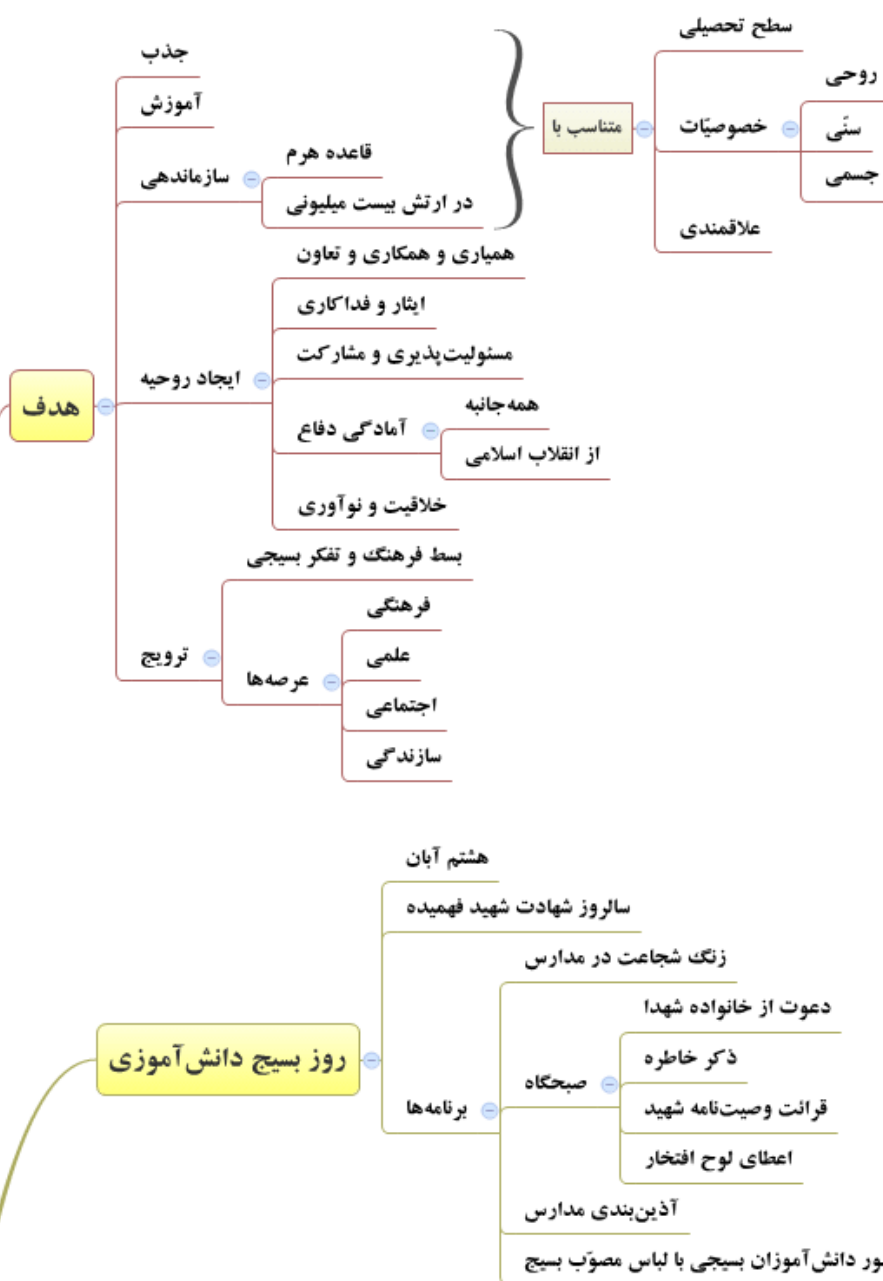
۱. قانون تشکیل و توسعه بسیج دانش‌آموزی، مصوب ۱۳۷۵ مجلس

۲. آیین‌نامه اجرایی قانون تشکیل و توسعه بسیج دانش‌آموزی، مصوب ۱۳۸۶ دولت

و یک سند با عنوان «ویژگی‌های سازمان بسیج دانش‌آموزی» که علی‌رغم رواج بسیار در سایت‌های مرتبط، ولی هیچ استناد معتبری ندارد و روشن نیست مصوب کدام نهاد فرادستی‌ست.

۳. ویژگی‌های سازمان بسیج دانش‌آموزی

از بررسی مجموع آسناد فوق‌الذکر و دقت در تعریف‌های ارائه شده برای بسیج دانش‌آموزی و اهداف و سیاست‌ها، چنین خلاصه‌ای به دست می‌آید:



دستور

وزیر آموزش و پرورش

معاون پرورشی وزیر

یکی از اعضای شورای عالی

مدیر کل امور شاهد و ایثارگران

وزارت آموزش و پرورش

فرمانده نیروی مقاومت

نیروی مقاومت بسیج

نماینده ولی فقیه در نیروی مقاومت

دبیر شورا - مسئول (رئیس) بسیج دانش آموزی - بسیج دانش آموزی

عالی ترین شورای بسیج دانش آموزی

شورای هماهنگی و پشتیبانی

تصویب نحوه اجرای برنامه های بسیج در زمینه های آمادگی دفاعی و بسط فرهنگ و تفکر بسیجی در مدارس

تعیین نحوه پشتیبانی مادی و معنوی از بسیج

بررسی بودجه سالانه بسیج و پیشنهاد آن به مراجع ذی ربط

دریافت و بررسی گزارش های نظارتی ستاد اجرایی و اتخاذ تصمیم مقتضی در مورد آنها

تصویب ترکیب و شرح وظایف ستادهای هماهنگی و پشتیبانی استانها و کمیته اجرایی شهرستانها و مدارس و کمیته های تخصصی

بررسی و تصویب پیشنهادهای ستاد اجرایی

رئیس ستاد - نماینده وزیر

وزارت آموزش و پرورش

نماینده معاون پرورشی وزارت

دبیر ستاد - نماینده فرمانده نیرو

نیروی مقاومت بسیج

نماینده نماینده ولی فقیه در نیرو

نظارت بر ستادهای استانها و کمیته های تخصصی

زیرمجموعه شورای هماهنگی و پشتیبانی

برنامه ریزی اجرایی طرحها و تقویم اجرایی فعالیتهای بسیج دانش آموزی برابر مصوبات شورا

پیگیری مصوبات و ابلاغیه های شورا

پیشنهاد بودجه لازم به شورا

پیگیری تشکیل ستاد هماهنگی و پشتیبانی استانها و شهرستانها و نظارت مستمر بر فعالیتهای آنها

جمع آوری گزارش و ارزشیابی عملکرد ستادهای استان و کمیته های اجرایی شهرستانها به منظور آرایه به شورا

وظایف

تشکیل کمیته های تخصصی پس از تصویب شورا و نظارت بر فعالیت آنها تهیه و تصویب دستورالعمل داخلی ستاد اجرایی مرکز و استانها از قبیل ارتباطات، برگزاری جلسات و نحوه مکاتبات

برنامه ریزی برای اجرای همايشها، کنگره ها، اردوها و سایر فعالیتهای مشترک و سراسری بسیج و هماهنگی و نظارت بر حسن اجرای آنها

بازدید از استانها و شهرستانها و ارزشیابی نحوه اجرای مصوبات شورا

بررسی پیشنهادهای واصل شده

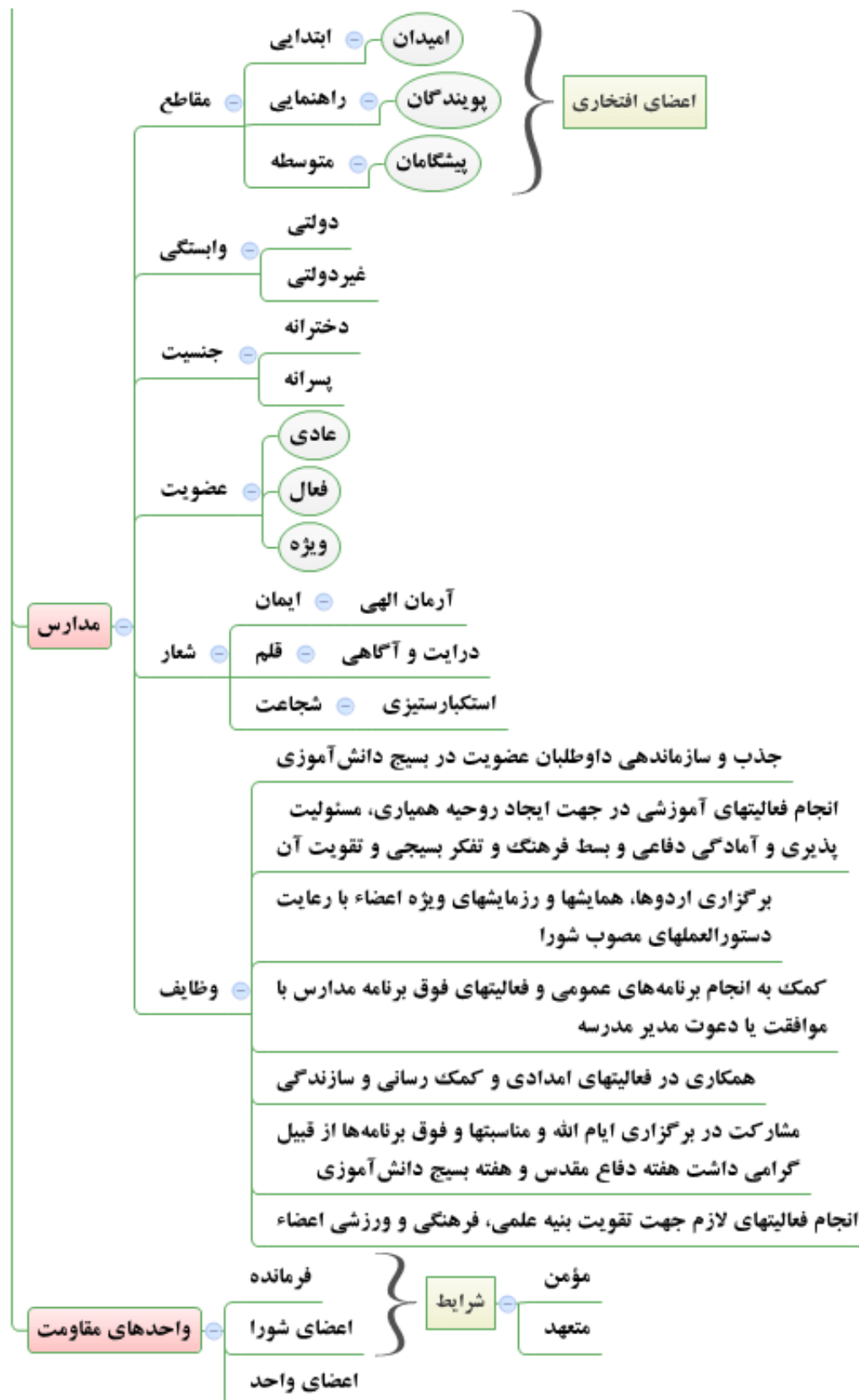
امیدان - ابتدایی

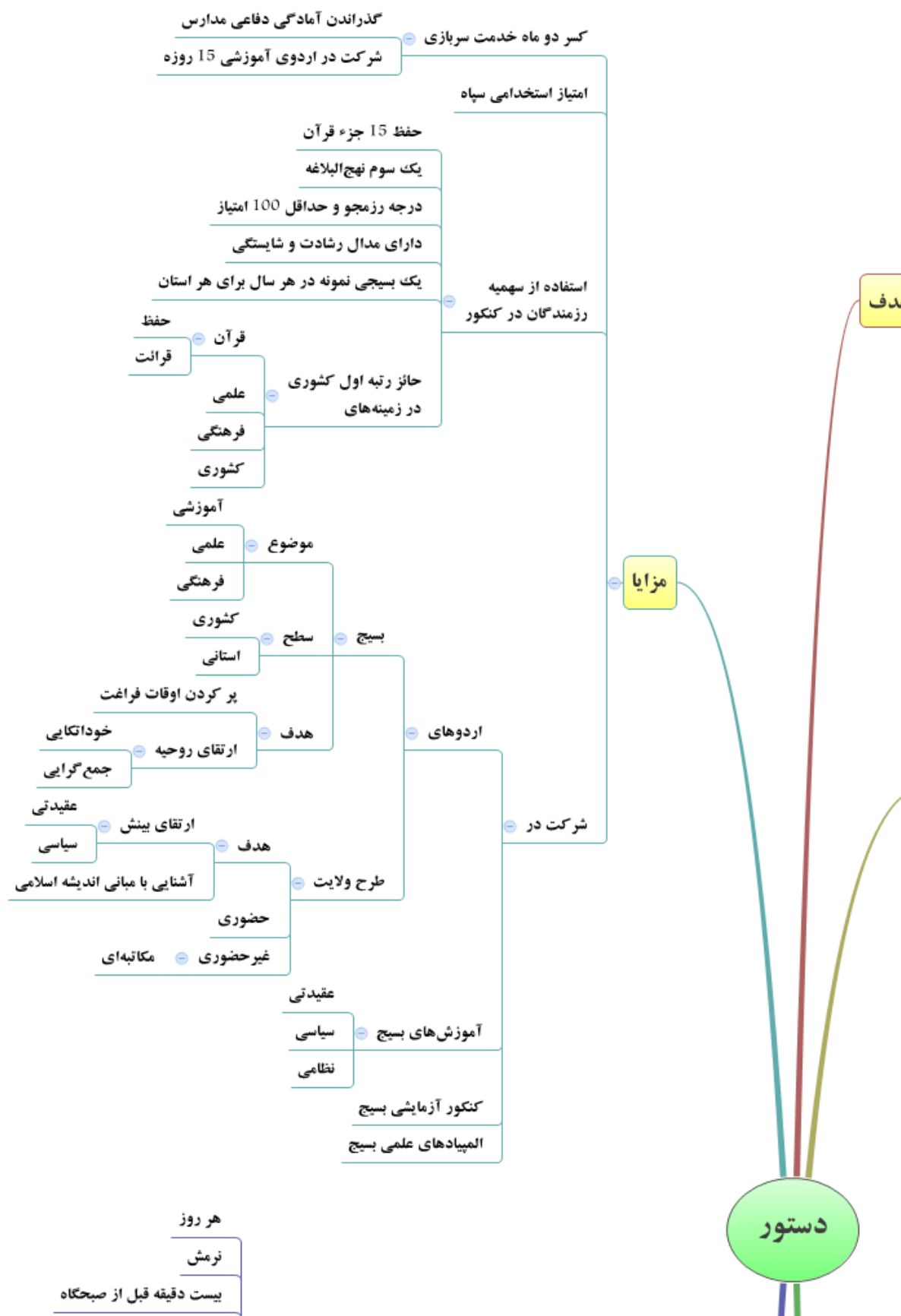
پویندگان - راهنمایی

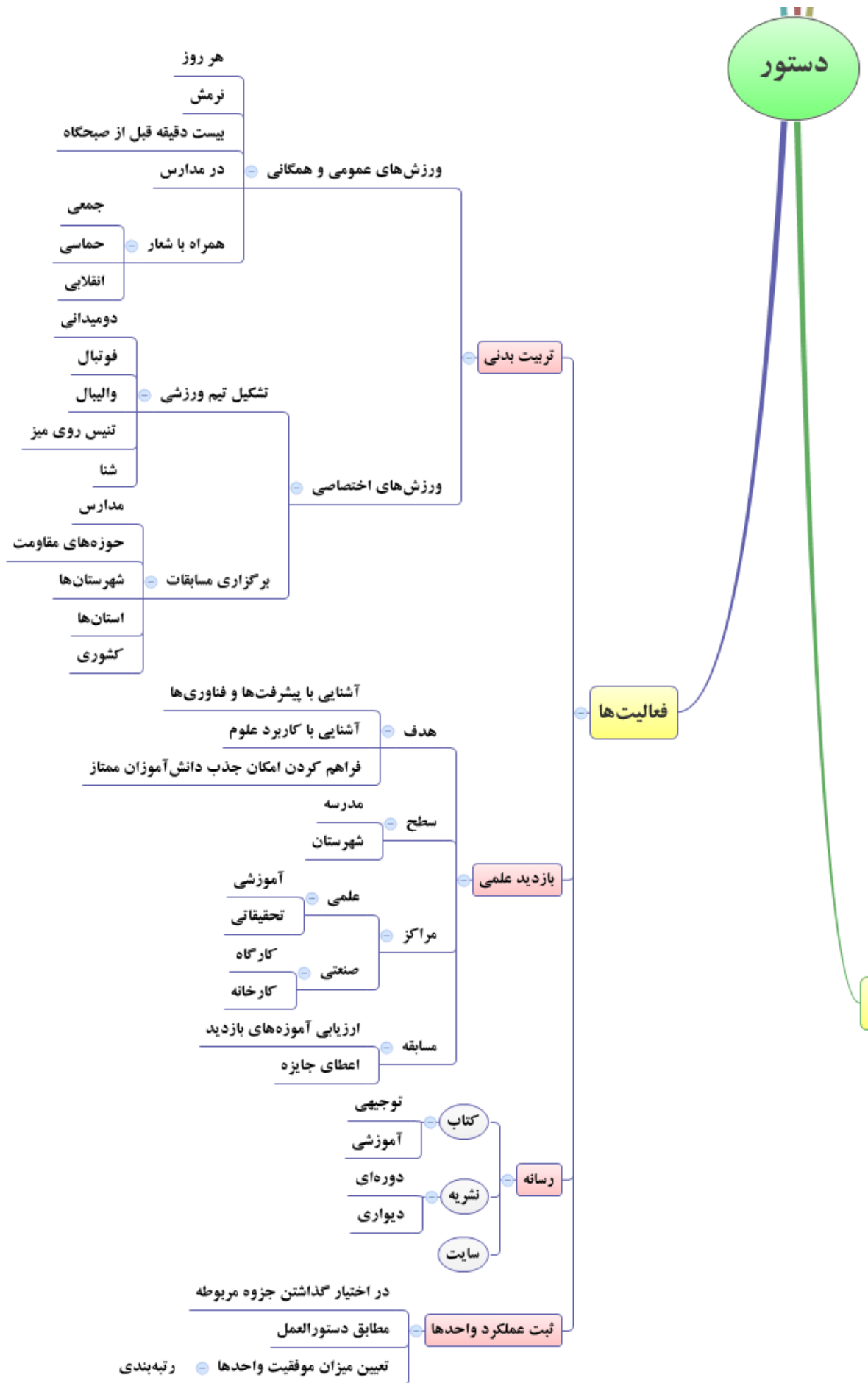
مقاطع

اعضای افتخاری

تشکیلات



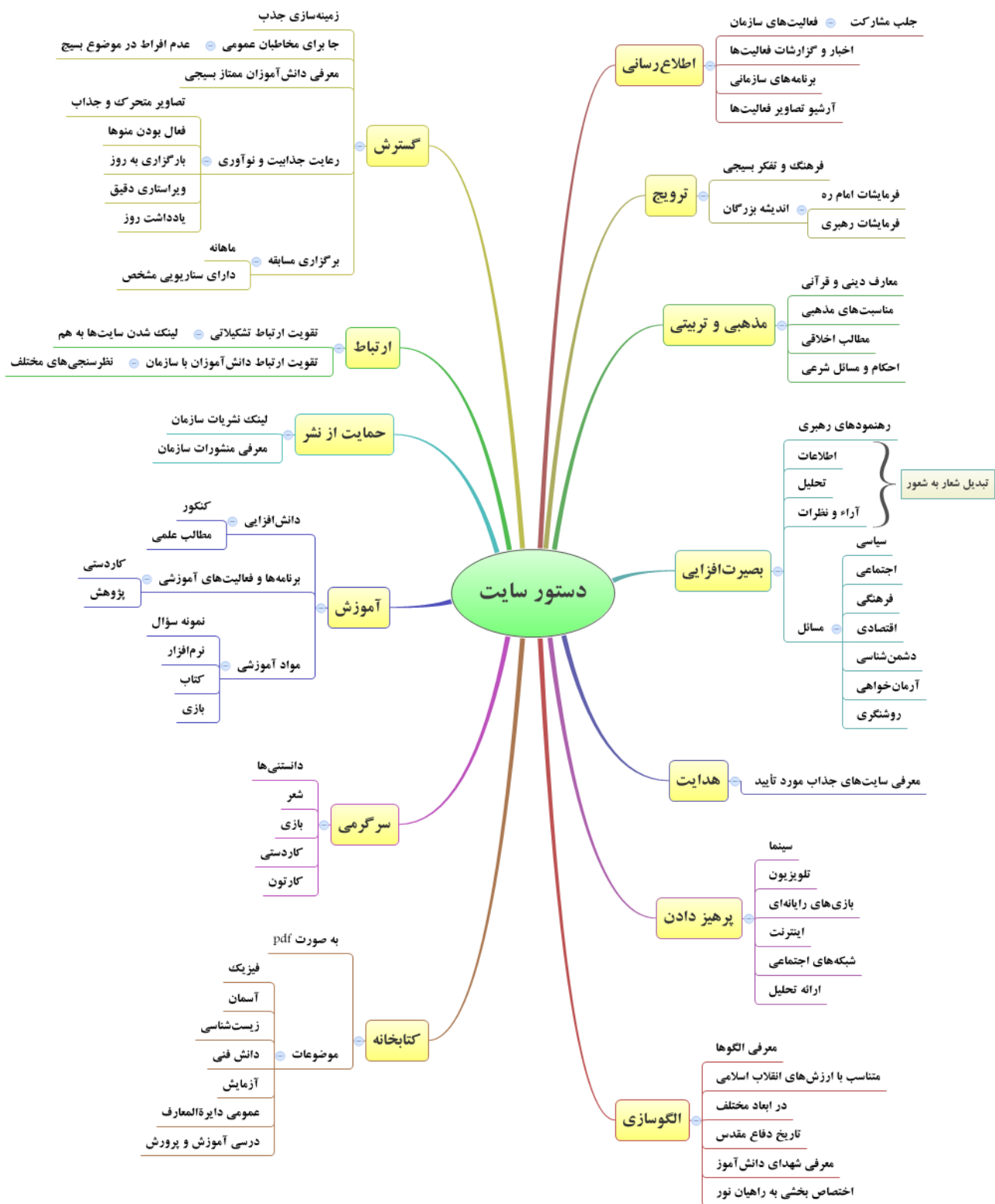




سندی نیز از سوی کارفرما ارائه شده که برای سایت سندی بالادستی محسوب می‌شود و چنین عنوانی دارد:

۴. اهداف و سیاست‌های سایت اینترنتی سازمان بسیج دانش‌آموزی

آن نیز چنین دستوری را پیش‌روی ما می‌گذارد:



ما که نه دنبال مدیریت بسیج دانش‌آموزی هستیم و نه اجرای تمام وظایف محوله بر تشکیلات آن. حتی سایت نیز از قبل طراحی شده و به کار خود ادامه می‌دهد. کار ما چیست؟!

چند پرسش مهم مطرح است که اگر پاسخ آن‌ها را بیابیم و بدهیم، تقریباً آرمان خود را از تغییر چهره سایت و نمای آن و پاره‌ای محتواهای مرتبط ترسیم خواهیم کرد.

۱. رسالت بسیج دانش‌آموزی در جنگ نرم چیست؟

۲. سایت چگونه می‌تواند در رسالت مذکور یاری رساند؟

۳. چگونه دانش‌آموزان را جذب نموده و فعالیت‌های آنان در فضای مجازی را سامان دهیم؟

۴. و در عین حال، آنان را از آفات فضای مجازی حفظ کنیم؟

۵. چگونه از وضعیت دفاعی به تهاجمی در عرصه فرهنگ وارد شویم؟

پاسخ سؤال یک

آن‌چه از مجموع اسناد بالادستی فهمیده می‌شود، بسیج دانش‌آموزی نگاهی به آینده نظام اسلامی ست و نه امروز آن. اگر نگاه به آینده باشد، دانش‌آموزان امروز، یعنی مخاطبین ما، اعضای اصلی جامعه بیست سال آینده هستند. ما امروز در حال معماری و طراحی بیست سال آینده و تربیت نیروهای انسانی آن روز هستیم.

اکنون با این نگاه، رسالت بسیج دانش‌آموزی در جنگ نرم چیست؟! ما در جنگ نرم چه نیروهایی نیاز داریم؟ چه عناصر مؤثر و قدرتمندی لازم است، تا کشور را از تنگنای جنگ نرم به در آورد؟ ما همان نیروی انسانی را باید مهیا نماییم. آموزش‌ها و تربیت‌های ما باید چنین سمت و سویی داشته باشد. پس در یک کلمه، رسالت بسیج دانش‌آموزی در جنگ نرم «نیروسازی برای استمرار نبرد در بیست سال آینده» است.

پاسخ سؤال دو

امروز بیشتر از دیروز و فردا بیشتر از امروز، فضای مجازی روابط اجتماعی را در خود بلعیده است. سایت چگونه می‌تواند به نیروسازی یاری رساند؟! سایت در مهم‌ترین شاهراه ارتباطی نیروها ایستاده است. نیروهایی که هر روز بیشتر به اینترنت وابسته می‌شوند و از امروز تا بیست سال آینده تمام لحظات عمرشان با اینترنت و فضای مجازی آمیخته است. قدرت سایت از بسیاری ابزارهای مکتوب و شفاهی هم چه بسا بیشتر باشد و در مسیری رو به تزاید!

پاسخ سؤال سه

برای جذب دانش‌آموزان نیاز به انگیزش داریم. انگیزه‌هایی باید بیافرینیم. انگیزه‌هایی که بر نیازهای دانش‌آموزان، نیازهای سنی آنان سوار باشد. اگر نوجوان نیاز به رقابت دارد، اگر نیاز به خودشناسی، نیاز به هویت اجتماعی، نیاز به

دوست داشتن و دوست داشته شدن، نیاز به اعتماد کردن و مورد اعتماد واقع شدن، نیاز به تحمّل و بردوش کشیدن مسئولیت، به هر چه که وی نیاز دارد، حتی نیاز به ورزش و بازی و نیاز به تفریح و گردش، همان‌جا ما باید حاضر باشیم. سایت باید امکانی داشته باشد و همان‌جا با دانش‌آموز قرار بگذارد و خدمات خود را عرضه نماید.

برای سامان دادن فعالیت‌های آنان در فضای مجازی، باید حداکثری عمل نماییم. تمام نیازهای آنان را اگر به فضای مجازی تأمین کنیم، این امید هست که درصد کمتری از آنان نیاز به سایر ابزارها پیدا کنند. وقتی با ما همراه باشند و ابزارهای ما را انتخاب نمایند، در مسیری هستند که در نظر داریم.

پاسخ سؤال چهار

وقتی کاربران از سایت ما بهره می‌برند و تقریباً تمام نیازهای خود را با آن برطرف می‌کنند، اگر امکانی فراهم شود که دانش‌آموزان سایت ما را Homepage مرورگر خود سازند، اگر ما در تولیدات خود ملاحظه لازم را بنماییم و ابزارها را به درستی کنترل کنیم، می‌توانیم درصد قابل قبولی از آفات فضای مجازی را برای کاربران خود بکاهیم. هر جا هم نیاز بود، کاربر را به سایت‌هایی هدایت نماییم که مورد تأیید باشند.

پاسخ سؤال پنج

بزرگ‌ترین وضعیت تهاجمی برای ما که در نبرد نرم دشمن داخل شویم، ساختن نیروهایی با شاخص‌های بالای توانمندی برای مبارزه است. این نیروها وقتی به ثمر برسند، بیست سال بعد، بدون نیاز به پشتیبانی ما یا هر نهاد دیگری، خود می‌توانند حمله‌های سنگین بر پیکره فرهنگی دشمن وارد آورند.

الغرض

به سؤالات پاسخ دادیم. آرمان خود را یافتیم. اکنون می‌توانیم در یک جمله هدف خود را بیان نماییم، منتهای آرزو و خواست خودمان را:

«سایت بیست باید مرجع دانش‌آموزان باشد و تمام نیازهای آنان در فضای مجازی را برآورد، به نحوی که از ابتدای ورود به اینترنت تا لحظه خروج، نیاز پیدا نکنند از سایت ما خارج شوند!»

مخاطب

حداقل چهار نوع مخاطب می‌توان برای سایت در نظر گرفت، افرادی که به نحوی از اطلاعات ما بهره‌مند می‌شوند و از ابزارها و امکانات ما استفاده می‌کنند:

مسئولین: اعمّ از مسئولین مدارس، مسئولین نیروی مقاومت، مسئولین آموزش و پرورش و مسئولین سازمان بسیج دانش‌آموزی. تمام این افراد از طریق اطلاعاتی که در اختیارشان می‌گذاریم می‌توانند از وضعیت فعالیت‌ها در سطح کشور مطلع شوند. می‌توانند از طریق سایت ما با یکدیگر ارتباط داشته و سریع‌تر و مطمئن‌تر تعامل نمایند. ما می‌توانیم اخبار و اطلاعات را فی‌مابین این مسئولین منتقل سازیم و سبب تسریع کارها شویم.

اولیاء دانش‌آموزان: این گروه نیز می‌توانند فعالیت فرزند بسیجی خود را رصد نمایند. جهت حمایت از فرزند خود، وی را به ما معرفی کنند، تا برای جذب او تلاش نماییم. می‌توانند او را در اردوها و برنامه‌های آموزشی ما ثبت نام کنند. حتی می‌توانند از طریق سایت ما نزد خانواده و اقوام خود تفاخر نمایند، وقتی فرزند آنان را به عنوان دانش‌آموز بسیجی ممتاز معرفی کردیم.

عموم: البته که عموم مردم نیز مخاطب سایت هستند. هر فردی از جامعه اسلامی می‌تواند محتوای سایت ما را مشاهده نماید و از اطلاعات آن استفاده کند.

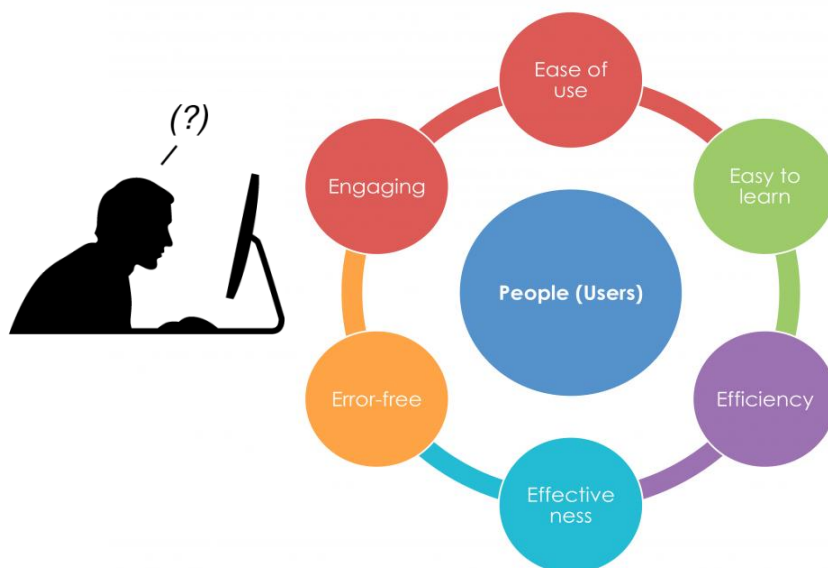
اما به طور اخصّ و ویژه، مخاطب اصلی ما خود «دانش‌آموزان بسیجی» هستند. فرض بر این است که دانش‌آموز در مدرسه جذب شده و به سلک بسیج درآمده، اکنون عضوی از سایت ما محسوب می‌گردد. به وی خدمات می‌دهیم و برای او برنامه‌ریزی می‌کنیم.

دانش‌آموز

طراحی سایت در اینترنت برای کاربران بزرگسال از قواعد روشنی تبعیت می‌نماید. سایت‌های بسیاری طراحی شده و الگوهای فراوانی وجود دارد. بیشترین چالش زمانی روی می‌دهد که قصد طراحی سایت به هدف استفاده مخاطب دانش‌آموز را داریم. مخاطبی که قصد داریم بنا بر آرمان خویش، به نحوی مرجع و رفرنس اینترنتی وی باشیم. برای این منظور باید توجه بیشتری به سلیقه او کنیم.

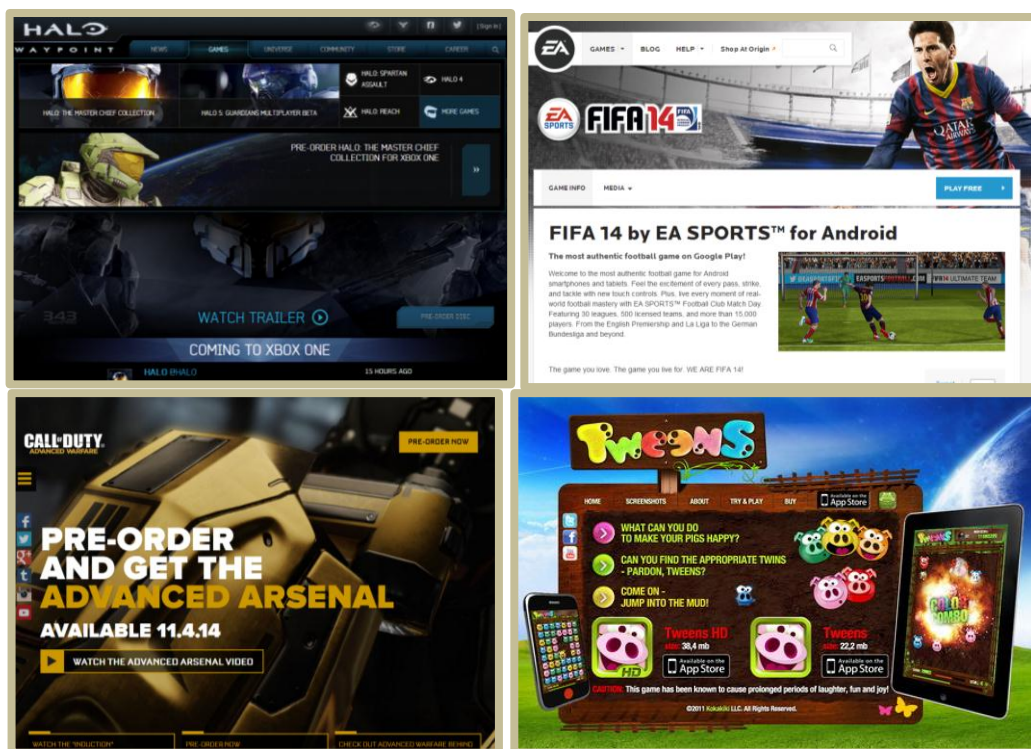
تئوری پردازان طراحی نمای سایت‌ها و نرم‌افزارها (UI) مفهوم جدیدی را چند صباحی ست به این مقوله وارد نموده‌اند که از آن با عنوان تجربه کاربر (User Experience) یاد می‌شود.

User Experience is about Users



اساس این نظریه بر این واقعیت متکی است که کاربر پیش از ورود به سایت ما به سایت‌های دیگری مراجعه کرده، نرم‌افزارهای زیادی را دیده و با ابزارهای مختلفی در زندگی روزمره کار کرده است و تجربه‌ای از این فعالیت‌ها اندوخته. اگر ما فضایی ایجاد نماییم که بسیار متفاوت با آن فضاها باشد، او را دچار تحیر نموده و کار با سایت خود را دشوار می‌نماییم. پس ما باید در طراحی نمای سایت خود به تجربه کاربر احترام گذاشته و آن را لحاظ نماییم.

چالش اصلی این جاست که پاسخی مناسب بیاوریم، وقتی از خود می‌پرسیم: تجربه کاربری دانش‌آموزان چیست؟ دانش‌آموزان معمولاً بیشترین تجربه کاربری‌شان با رایانه مربوط به بازی‌های رایانه‌ای می‌شود. اگر هم با اینترنت کار کرده و تجربه آن را داشته باشند، معمولاً با چنین سایت‌هایی ارتباط دارد:

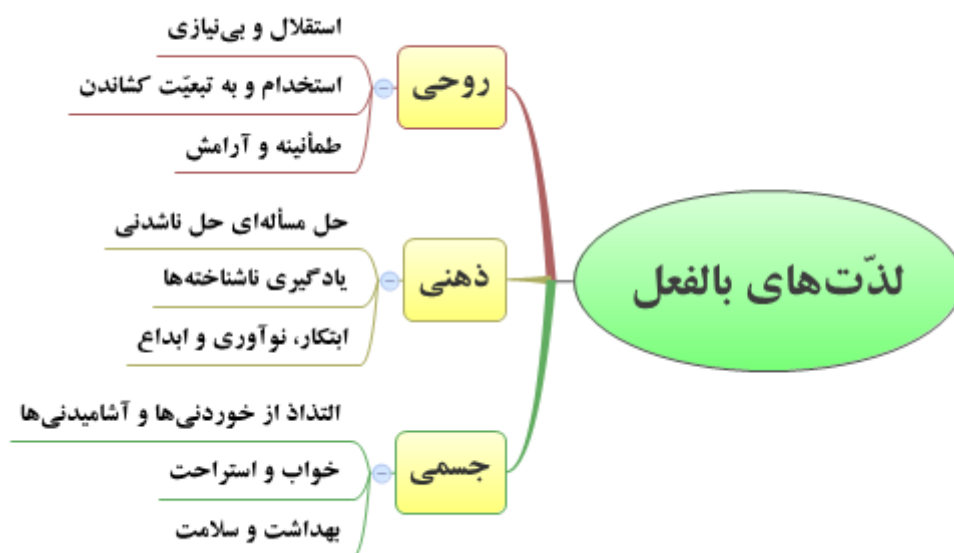


اگر بخواهیم تجربه کاربری آنان را در طراحی سایت خود لحاظ نماییم، ضرورتاً باید در نگاه خود به دیزاین به شدت تجدید نظر کنیم. ما نباید مانند سایت‌های خبری یا پورتال‌های مرسوم باشیم. کاربر ما به تلویزیون عادت کرده، به انیمیشن وابسته شده، زندگی‌اش آمیخته با افکت‌های صوتی و پرهیجانی است که در بازی‌های رایانه‌ای شنیده است. او به شخصیت‌های تخیلی توجه بیشتری دارد تا چهره‌پردازی‌های واقعی. حداقل در این سن چنین رویکردی دارد، ولو پس از رشد، تغییراتی جدی در نگاه او پدید آید.

مخاطب ما دانش‌آموز است. او بیشتر از ۱۸ سال ندارد. در زمانی که قیمت تبلت به زیر ۲۰۰ هزار تومان تنزل یافته، گوشی‌های موبایل دم دستی نیز قدرت مرور اینترنت پیدا کرده، مخاطب ما بعید است تبلت یا فبلت و یا گوشی اسمارت نداشته باشد. حداقل mp3 پلیر که دیگر در دسترس خیلی‌ها هست. امروز مخاطب ما فضای خصوصی زندگی خود را با این ابزارها پر نموده است. مخاطب ما بیش از آن‌که عادت به کتابخوانی داشته باشد، عادت به کلیک و لمس (تاچ) دارد! این تجربه کاربری مخاطب اصلی ماست که باید مراعات شود.

اگر آرمان ما پوشش تمامی فعالیت‌های دانش‌آموز در اینترنت است، ابتدا باید بدانیم وی به چه دلایلی به اینترنت مراجعه می‌نماید و در آن‌چه می‌جوید.

روشن است که هر فعالیتی در انسان به تبع نیازی شکل می‌گیرد. انسان تا احساس نقص و کمبودی در خود نکند و به سبب آن درد و آلمی حسّ ننماید، شوق و انگیزه حرکت پیدا نمی‌کند. حرکت هم همیشه جهت و سو دارد. حرکت بُرداریست و مقدار که بدون جهت و راستا بُردار نمی‌شود. جهت حرکت به سمتیست که فرد ناقص احساس کمال در آن می‌کند. کمالی که در نفس انسان لذّت پدید می‌آورد، رها شدن از هر نقص و کاستی با التذاذ همراه است؛ التذاذ روحی، ذهنی و یا جسمی.



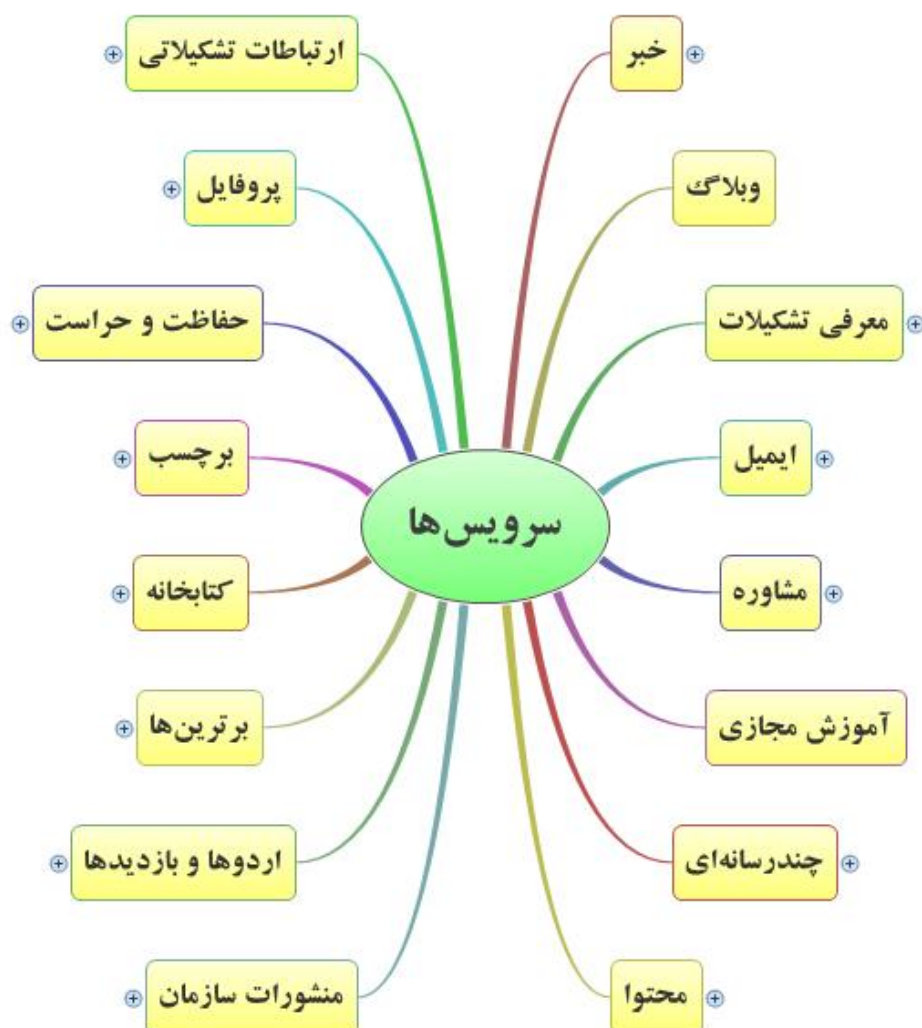
دانش‌آموز تلاش می‌کند تا نیازهای روحی خود را از طریق ارتباط با دوستان تأمین نماید. هر چقدر روابط وی با رفقا توسعه می‌یابد، استقلال و استغنای بیشتری از خانواده که یادآور کودک بودن و نقص و ضعف او هستند پیدا می‌کند. همچنین با به کارگرفتن دوستان در جهت تأمین خواسته‌های خود، مانند: تفریح، سخن گفتن، شاد کردن و... می‌تواند حسّ تفوّق‌طلبی خود را نیز ارضا نماید. ارتباط با دوستان عطش رقابت و پیروزی را فرومی‌نشاند و قدرت‌طلبی را آرام می‌نماید. نیازهایی که اگر به نحو صالحه تأمین نشوند، سر از خودشیفتگی و تکبر، یا افسردگی و سرخوردگی و انزوا در می‌آورند.

دانش‌آموز با شرکت در امتحانات و دوره‌های آموزشی فوق‌برنامه، یادگرفتن زبان‌های خارجی و حضور در المپیادها، تلاش می‌کند از لذّت حل مسأله بهره‌مند شود و نیاز خود به یادگیری را فروبنشانند. او با ور رفتن با اشیاء منزل، کاردستی‌ها، کیت‌های آموزشی الکترونیکی و رباتیک، شکستن و کالبدشکافی لوازم پیچیده، باز کردن گوشی موبایل یا رایانه، حتی گاهی با چسباندن یک فن جدید روی کیس، سعی دارد به نیاز نوآوری پاسخ گوید.

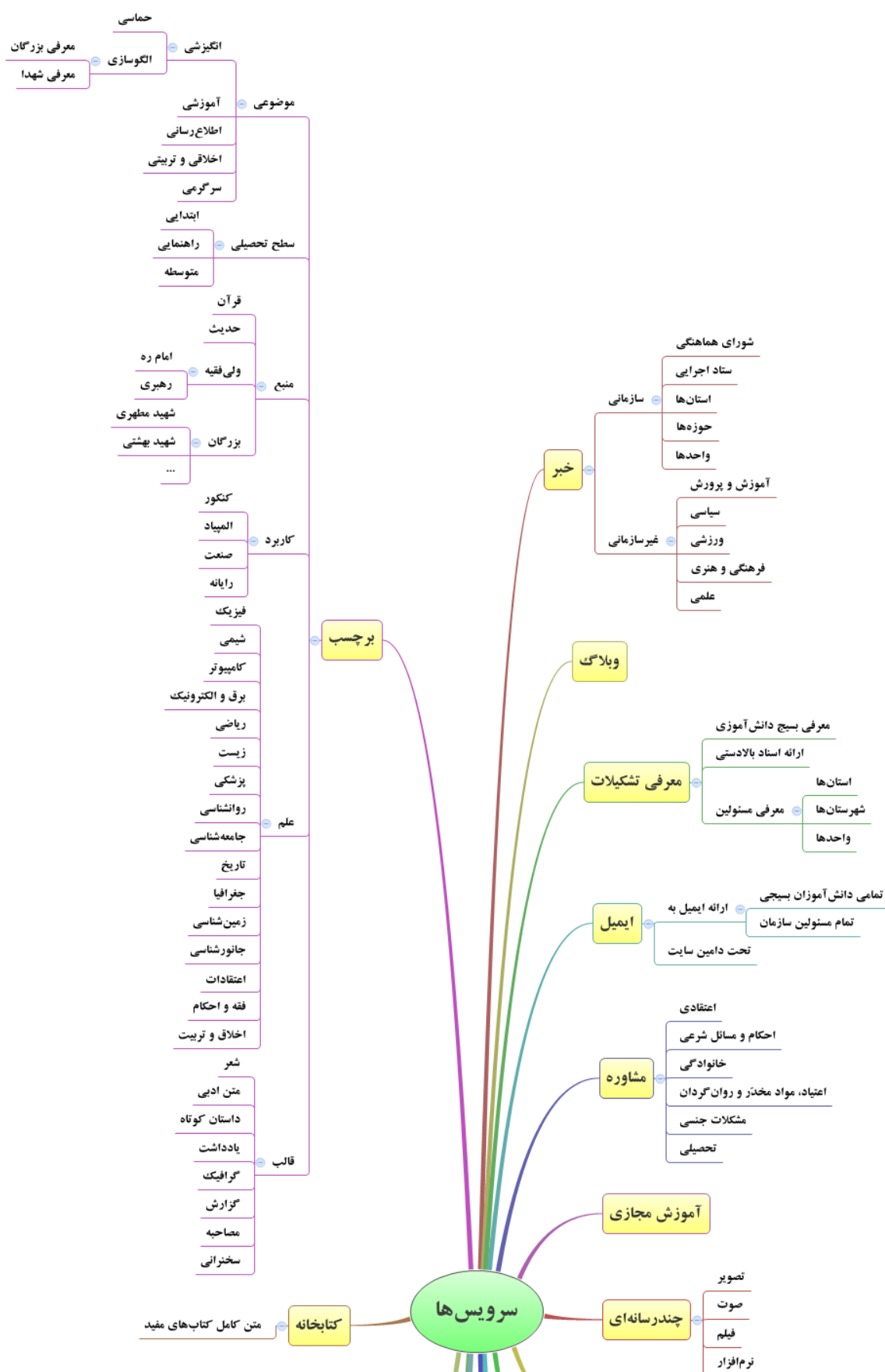
یک نوجوان از این که تصویرش در یک مجله پرتیراژ منتشر شود، یا نقاشی وی در تلویزیون نشان داده شود، بسیار بیشتر از آن خوشحال می شود که پدرش برای او یک تبلت بخرد. نوجوانان به «تشویق های اجتماعی» خصوصاً در گروه همسالان به شدت و سرعت پاسخ می دهند، زیرا تفاخر جو هستند و در پی یافتن جایگاه و هویت اجتماعی.

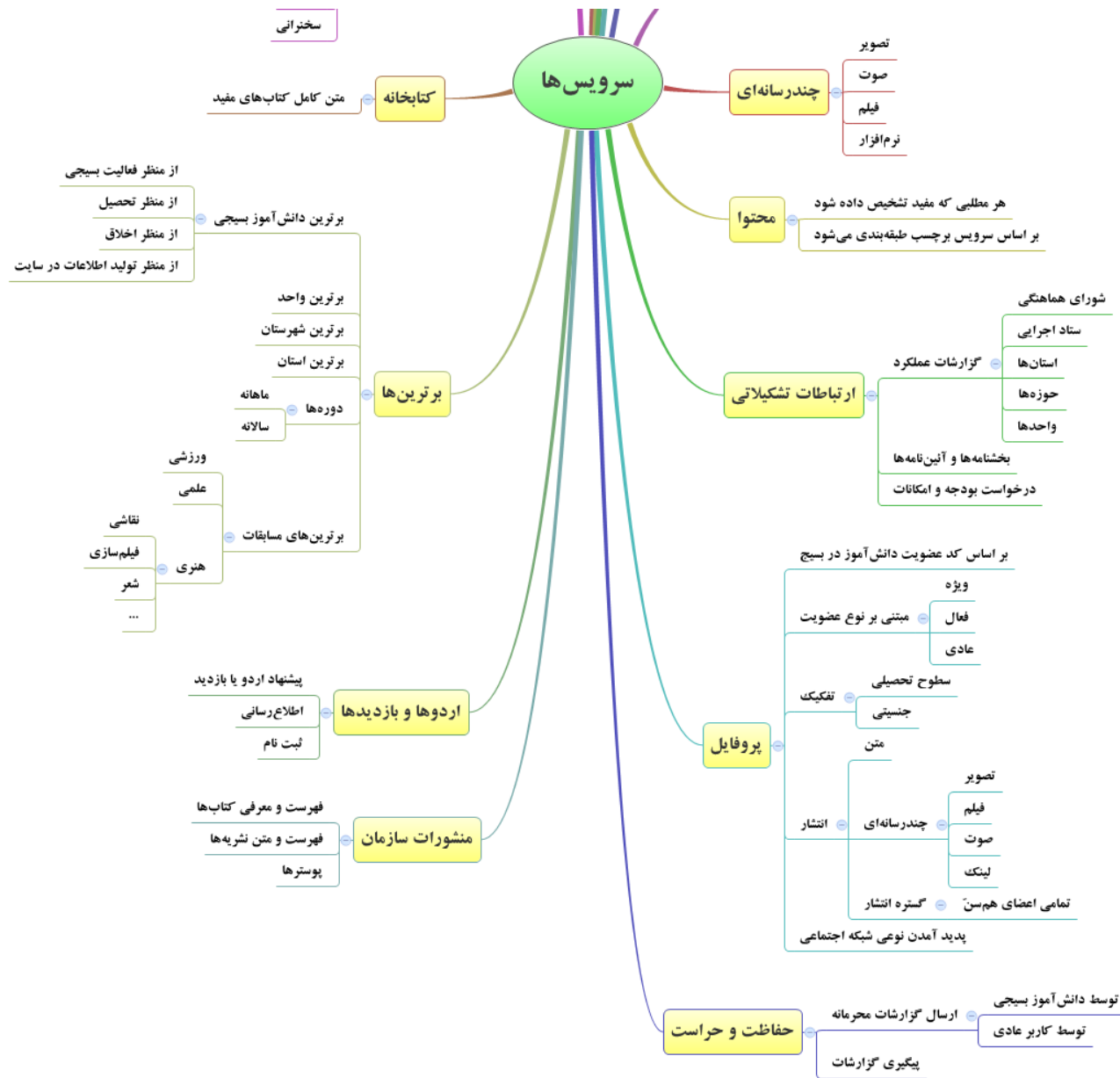
محتوا

از ملاحظه «هست» و «دستور» و انضمام به «دستور سایت» و همچنین ملاحظه «نیاز» می توانیم محتوای ذیل را برای ارائه در سایت پیشنهاد دهیم. محتوایی که هر کدام در قالب یک سرویس عمل می کنند:



هر کدام از این محتواها و سرویس‌ها حاوی مطالب، اطلاعات و خدماتی است که در نمودار ذیل به صورت مختصر نشان داده شده است.





در ادامه توضیح مختصری از هر محتوا بیان می‌نمایم:

۱. معرفی تشکیلات: یک تعریف دقیق و رسمی از بسیج دانش‌آموزی لازم است، تا دیگر سایت‌ها بتوانند به آن ارجاع بدهند. در حال حاضر خیلی از محتواهای معرفی‌کننده و بیانگر ویژگی‌های بسیج دانش‌آموزی هیچ سند رسمی ندارند و به صورت پراکنده در اینترنت منتشر شده‌اند. مثلاً در سایت تبیان. همچنین بایستی تمامی مسئولین بسیج دانش‌آموزی معرفی شوند، با تصویر، سوابق کاری، ایمیل و امکان ارسال پیام. هم‌اکنون مسئولین استان‌ها ناگزیر در وبلاگ‌ها و سایت‌های خود این کار را بر عهده گرفته‌اند. چون کار دانش‌آموزی‌ست از نظر امنیتی نیز مشکلی نخواهد داشت. ولی از نظر ارتباطی بسیار اعتمادساز و تسهیل‌کننده دسترسی‌ست.

۲. خبر: علاوه بر سرویس‌های خبری موضوعی، هر بخش از سازمان یک سرویس مستقل خبری به شمار رفته و در پورتال سایت می‌تواند با رمز خود وارد شده و خبر درج کند. مثلاً واحد مدرسه شهید فهمیده آذرشت خود اخبارش را در سایت بیست می‌نگارد و در سرویس استان او و با نام واحدش نمایش داده خواهد شد، تا خبرها متمرکز نشر شود، نه در وبلاگ‌ها و سایت‌های پراکنده.

۳. ارتباطات تشکیلاتی: امروزه هر سازمان و تشکیلاتی حتماً و لزوماً یک سرویس نامه‌نگاری مجازی و ارتباطات رسمی غیرحضورى نیاز دارد. سایت بیست می‌تواند بخشی از این مهم را برعهده بگیرد و در بادئ امر برای تجميع گزارشات علمکرد واحدها و ارسال بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها و درخواست‌ها عمل نماید، با ایجاد فرم‌های ساده‌ای برای هر کدام از این موارد.

۴. حفاظت و حراست: حتی اگر امروز نتوانیم به شکایات رسیدگی کنیم، حتماً به یک بخش برای ارسال شکایات نیازمندیم. وجود چنین سیستمی به دانش‌آموزان بسیجی و اولیاء و مدیران مدارس احساس امنیت و اعتماد می‌بخشد که اگر فرماندهان و اعضای شوراها تخلف نمودند و یا مسبب تفرقه و درگیری در مدارس شدند، جایی هست که می‌شود اطلاع داد و انتظار پی‌گیری داشت.

۵. پروفایل: ما به یک شبکه اجتماعی کامل حتماً نیازمندیم، با توجه به نیاز مخاطب. پروفایل نطفه یک شبکه اجتماعی‌ست. هر فردی که کارت عضویت بسیج را دریافت می‌نماید، لاجرم یک کد دارد. آن کد کفایت تا وی بتواند عضو سایت شود. کد را به همراه کد ملی خود وارد می‌نماید و تمام وضعیت تحصیلی و وضعیت بسیجی بودن وی فراخوانی شده در پروفایل او قرار خواهد گرفت. هر عضو می‌تواند مطلب منتشر نماید، فیلم و تصویر و تمام آنچه که امروز در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود، حتی ارسال یک لینک از یک سایت مثلاً. ولی منشورات هر فرد را تنها افراد هم‌سن و او و در همان مقطع تحصیلی و با همان جنسیت مشاهده می‌نمایند. هیچ امکان جستجو یا دیدن پروفایل برای گروه‌های غیرهم‌سن و غیرهم‌جنس وجود نخواهد داشت. زیرا این دو ارتباط خلاف جریان تربیتی نیروی انسانی مورد نیاز است. لذا مثلاً دانش‌آموزی که در مقطع اول دبیرستان البرز تهران درس می‌خواند می‌تواند با دانش‌آموز اول دبیرستانی که در شهرستان استهبان درس می‌خواند مرتبط شده و مطالب هم را ببیند و برای هم مطلب به اشتراک بگذارند و منشورات یکدیگر را دنبال نمایند، برای هم پیام گذاشته و هم‌فکری کنند. هر فرد می‌تواند خطای دیگران را گزارش نماید و به صورت خودکار امتیاز منفی در پروفایل وی ثبت شود، تا در انتخاب بسیجی برتر مد نظر قرار گیرد. ملاک امتیازات باید کاملاً روشن و مصوب بوده و در سایت اعلام شود.

۶. کتابخانه: مشابه روش مرسوم، نمونه کتابخانه سایت‌هایی مثل تیان. کتابی که در حال مطالعه است برای یک پروفایل، با هر بار ورود به صورت خودکار همان صفحه باز خواهد شد. دانش‌آموزان می‌توانند به کتاب‌ها حاشیه بزنند و این یادداشت‌ها را تمام گروه‌های هم‌سن و هم‌جنس می‌توانند مشاهده کنند و نظر بدهند. رقابتی بر سر فهم مطالب کتاب‌ها، مسابقاتی نیز می‌تواند به همین منظور شکل بگیرد در سرویس مسابقه.

۷. وبلاگ: همان سرویس وبلاگی که هم‌اکنون وجود دارد، با این تفاوت که به پروفایل مرتبط می‌شود و امکان برچسب‌گذاری با سرویس برچسب را دارد.

۸. ایمیل: برای بعضی مایه افتخار است که به جای ایمیل‌های رایگان در اینترنت، ایمیلی با پسوند beest.ir داشته باشند. هر پروفایلی یک ایمیل به نام خود دارد که می‌تواند آن را فوروارد کند روی ایمیل یا هو یا جیمیل خود یا هر ایمیل دیگری و یا مستقیماً از آن استفاده نماید. اخیراً جیمیل هم یک سرویس رایگان ارائه نموده که ما می‌توانیم تمام سرویس ایمیل beest.ir خود را به جیمیل منتقل نماییم. در آن صورت تمام کاربران از طریق جیمیل می‌توانند به این ایمیل دسترسی داشته باشند. اگر مشکل امنیتی نداشته باشد، می‌شود از این خدمات استفاده کرد. (که البته به دلیل تسلطی که به شرکت گوگل می‌دهد چندان توصیه نمی‌شود)

۹. مشاوره: مشاوره در حقیقت همان پرسش و پاسخی‌ست که به تدریج آرشیو بزرگی برای هدایت افراد ایجاد می‌نماید. شش تخصص برای مشاوره پیشنهاد شده است.

۱۰. آموزش مجازی: امروزه با تهیه چند فیلم از یک کلاس درس و قرار دادن روی اینترنت می‌توان یک سرویس آموزش مجازی داشت. حتی با تولید چند پاورپوینت، دانش‌آموز در هر زمان که بخواهد می‌تواند فیلم‌ها را مشاهده نماید و هر چه را که یاد گرفت در قالب یک تست و امتحان اینترنتی ارائه نماید. نمره بگیرد. امتیاز بگیرد. حتی یک مدرک داخلی به نام سایت بیست به او داده شود، برای وی به صورت رنگی پرینت گرفته شده و مهر بخورد و برایش پست شود که قاب کند و به دیوار اتاق خود بزند. بدین ترتیب مهم‌ترین آموزش‌های تربیتی و نیروسازی را می‌توان به عمل آورد. بدون نیاز به یک سامانه بسیار حجیم و گسترده آموزش مجازی. چون هر کورس آموزش امتیاز دارد و امتیاز به پروفایل کاربر می‌رود و منشورات او را ارزش می‌بخشد، جذابیت زیادی دارد. زیرا بر نیازهای روحی و ذهنی بسیاری در نوجوان مبتنی می‌شود.

۱۱. محتوا: هر متنی که مناسب تشخیص داده شد؛ تولیدی یا تایپ‌شده و یا کپی شده از اینترنت و نرم‌افزارها. به شرط این‌که حتماً برچسب بخورد تا در جای مناسب نمایش داده شود. در حال حاضر سایت یک بخش مقالات دارد که در حقیقت شاید همه چیز در آن پیدا شود جز مقاله! نام این بخش تغییر می‌کند.

۱۲. چندرسانه‌ای: آرشیوهای تصویری و صوتی و فیلم و حتی نرم‌افزار که در حال حاضر جدا هستند، یکپارچه شده و در قالب یک سرویس ارائه می‌گردند. زیرا همه نیاز به آپلود دارند و نیاز به معرفی و توضیح چند خطی. ضمن این‌که از طریق سرویس برچسب تمام این فایل‌ها تفکیک شده و در دسترس قرار می‌گیرند.

۱۳. منشورات سازمان: بسیار مهم است که آنچه به صورت مکتوب منتشر می‌شود، در سایت رسمی سازمان حداقل معرفی شود، اگر به صورت متن کامل قرار نمی‌گیرد. یک سرویس مستقل برای این منظور نیاز داریم و باید در اختیار بخش‌های تولیدی سازمان باشد، تا وقتی مثلاً یک پوستر یا تقویم دیواری چاپ می‌کنند، خودشان روی سایت هم بگذارند.

۱۴. برترین‌ها: مهم‌ترین عنصر جذب همین جاست. نوجوان نیاز به تشویق دارد. این‌که می‌بینیم می‌رود و در فلان شبکه اجتماعی خارجی می‌نویسد و کیف می‌کند، زیرا یک عده می‌آیند و ذیل مطلب او کف می‌زنند. البته چون آن‌ها برای خزعبلات کف می‌زنند، آن‌چه هم‌راستا با هوای نفس‌شان است، جوان ما را هم به سمت خزعبل‌نویسی می‌کشند. ما به شدت باید تشویق کنیم. هر حرکتی را، هر فعالیتی را، هر تلاشی را باید امتیاز بدهیم. امتیازها باید اعتبار باشد. اعتباری در سایت. فرماندهان باید بر اساس این اعتبارها و امتیازها انتخاب شوند، اعضای شوراها. هر ماه و هر سال بهترین استان معرفی شود. از روی گزارش عملکردی که ارسال کرده. برترین‌های مسابقات. حتی کسی که بیشترین اطلاعات را در سایت و در شبکه اجتماعی (پروفایل) منتشر نموده. تصویر برترین‌ها را بگذاریم. در جای خوب سایت هم قرار دهیم. از تصویر مدال با شکل‌های مختلف استفاده کنیم. درجه و سردوشی. حتی چه بسا سردوشی واقعی بدهیم روی لباس پیشگامان بزند. یا مدال به سینه. چیزی که با سردوشی‌های رسمی بسیج هم تداخل نکند. چیزی که نشان بدهد از طرف سایت بیست است. یک لوح افتخار که به دیوار خانه نصب کند، خیلی جوان را خوشحال می‌نماید، به شرط این‌که به ظاهر آن برسیم و جذاب و زیبا و رسمی باشد. به این ترتیب محتوای سایت را خود دانش‌آموزان تکمیل خواهند کرد، تبدیل به نوعی ویکی خواهیم شد.

۱۵. اردوها و بازدیدها: یک سرویس مستقل که تمام اردوها و بازدیدهای سطح کشور در آن ثبت شود و دانش‌آموزان از طریق همین سرویس ثبت نام نمایند. مدارس و شهرستان‌ها هم با دیدن فهرست‌های آن از هم‌الگو گرفته و رقابت می‌کنند، یا تماس گرفته و راهنمایی می‌گیرند. دیگر یک شهرستان برای ثبت نام اردو درگیر هیچ عملکردی نخواهد شد، جز ثبت یک رکورد در این سرویس.

۱۶. برچسب: شاید بتوان گفت مهم‌ترین سرویس سامان‌دهنده اطلاعات در سایت بیست این خواهد بود، سرویس برچسب. چطور؟!

هنگامی که حجم زیادی اطلاعات را در یک مخزن می‌ریزیم، چگونه می‌توانیم در لحظه‌ای خاص به اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنیم؟ فهرست! یک کتاب هم نیاز به فهرست دارد، تا بتوان مطلب مورد نظر را از میان صدها مطلب آن بیرون کشید. اما کتاب و نشریه را یک نفر فهرست می‌زند و به همین دلیل می‌تواند به سادگی آن را نظم دهد. حجم زیاد مطالبی که صدها نویسنده بر سایت می‌نویسند و ورود اطلاعات می‌کنند چطور؟! در این جا فقط برچسب می‌تواند کمک کند تا مطالب مرتبط با هم پیدا شوند و به هم نزدیک گردند، تا به موقع به دست کاربر برسند.

ویژگی سایت بیست این خواهد بود که برچسب‌های آن در چند رده تنظیم می‌شوند. از این رو، به هر مطلبی چند نوع برچسب زده می‌شود: موضوعی، سطح تحصیلی مخاطب، منبع، کاربرد، علم مرتبط و قالب. یک جستجوی مبتنی بر برچسب می‌تواند کارهای زیادی را به انجام برساند. تصور فرمایید چند چک‌باکس در کنار هم. شما گزینه‌های «شعر»، «ابتدایی» و «آموزشی» را تیک می‌زنید. مطالبی از سایت در اختیار شما می‌گذارد که دقیقاً مورد نیاز شماست! عالی نیست؟!

این برچسب‌ها به تمام اطلاعات سایت قابل الصاق هستند. تمام چندرسانه‌ای‌ها و متون. به این ترتیب وقتی برچسبی را انتخاب می‌کنید، هم تصویر ممکن است به شما بدهد و هم مطلب و هم البته خبر و گزارش.

برچسب‌ها را تیم تولید محتوا به مطالب می‌زنند. تمام استان‌ها و کاربرانی که به سایت اطلاعات وارد می‌نمایند می‌توانند از همین چند برچسب استفاده کنند. هر عضو شبکه اجتماعی نیز موقع انتشار مطالب خود از برچسب‌ها استفاده می‌نماید. برچسب‌هایی که فقط قابل انتخاب هستند، یک سازماندهی قدرتمند به اطلاعات می‌دهند. برخلاف برچسب‌هایی که کاربر خود باید تایپ نماید.

نظارت

حتماً یک مرحله نظارت و ارزیابی باید روی اطلاعات و محتواها انجام پذیرد. وقتی تمامی سطوح تشکیلات اطلاعات وارد سامانه می‌نمایند، یک واحد نظارتی باید محتواها را کنترل کند. این واحد نقش مهمی نیز در رتبه‌بندی اطلاعات دارد که ذیلاً توصیف خواهد شد. همچنین رتبه‌بندی اعضا، چه که هر امتیاز مثبت یا منفی به یک مطلب، امتیاز پروفایل کاربر را تغییر خواهد داد.

واحد گزینش محتوای سایت دو دسته اطلاعات را در اختیار دارد. یک دسته اطلاعاتی که از طریق RSS ها می‌بیند تا اگر مناسب تشخیص داد وارد سایت کند. یک دسته نیز اطلاعاتی که اعضا از طریق پروفایل خود منتشر کرده‌اند و برای عموم قابل دیدن نیست و تنها در گستره هم‌سطح خودشان دیده می‌شود. واحد گزینش محتوا می‌تواند پاره‌ای از این مطالب را هم اگر مناسب تشخیص داد توزیع عمومی نماید که البته پس از درج امتیاز برای عضو تولیدکننده، نام وی از روی مطلب حذف خواهد شد، تا ارتباطات غیر هم‌سطح در سامانه شکل نگیرد.

واحد مزبور هنگام انتخاب و انتشار هر مطلب یک امتیازی بین یک تا ده برای آن برمی‌گزینند، بر اساس میزان مفید بودن مطلب و قرار داشتن در راستای آموزش و تربیت نیروی انسانی که هدف سایت است. واحد نظارت نیز که مطالب را پس از نشر بررسی می‌نماید می‌تواند بین یک تا ده به هر مطلب امتیاز بدهد. تا این‌جا هر مطلب می‌تواند بین دو تا بیست امتیاز داشته باشد. فهرست‌های نمایش اطلاعات بر اساس بیشترین امتیاز مطالب را به مخاطب نشان می‌دهند. مثلاً اگر به دنبال نرم‌افزار است، امتیازدارترها در بالا قرار می‌گیرند.

اکنون کاربر نیز هنگام مشاهده مطلب می‌تواند بین یک تا پنج به آن امتیاز بدهد. میانگین امتیاز کاربران عددی بین یک تا پنج خواهد بود که اگر به امتیاز قبلی اضافه شود، امتیاز نهایی محتوا را بین سه تا بیست و پنج قرار می‌دهد.

برای این‌که محتواها زمان‌دار هستند و هر مطلب پس از مدتی کهنه می‌شود، به ازای هر هفته که از انتشار مطلب بگذرد، یک امتیاز از آن کاسته می‌شود و آن را در فهرست نمایش پایین می‌برد، تا مطالب تازه‌تر امتیازدار بالا بیایند. مگر این‌که مخاطبین دوباره با تقویت امتیاز یک تا پنج آن را بالا بیاورند.

این مکانیزم به ما اطمینان می‌دهد که مطالب مفیدتر و جذاب‌تر و تازه‌تر همیشه در صدر قرار گرفته و در اختیار خواننده خواهند بود. برخلاف دیگر روش‌ها که معمولاً تنها جذابیت و علاقه‌مندی و امتیاز کاربر است که جایگاه مطلب را تعیین می‌نماید. در حقیقت ما یک پنجم امتیاز را به جذابیت تشخیص داده شده از سوی مخاطب داده‌ایم و دو پنجم را در اختیار گزینش‌کننده اطلاعات و دو پنجم دیگر را بر عهده ناظر گذاشته‌ایم. پس عملاً چهارپنجم امتیاز را به مفید بودن و در جهت رشد بودن محتوا اختصاص داده‌ایم.

نما

با توصیفاتی که از تجربه کاربری دانش‌آموز شد و شرحی که بر نیازها رفت، پیشنهاد این است که از ابزار فلش استفاده نماییم، برای تولید انیمیشن و حرکات تند و سریع و صداگذاری که کاربرد در صفحه اصلی سایت با آن روبه‌رو خواهد شد. هر حرکت موشواره تنشی در تمام صفحه ایجاد خواهد کرد و افکت‌های صوتی را فعال خواهد نمود.

درباره رقبای فلش نیز باید گفت: اگر چه سیلورلایت سال‌هاست از سوی مایکروسافت ارائه شده و HTML5 نیز بسیاری از افکت‌های صوتی و تصویری را ممکن ساخته، همچنان فلش یک‌ه‌تاز است، به دلیل نصب بودن روی حداکثر کلاینت‌ها و سادگی تولید ابزار با آن.

البته مشکل سایت‌های فلش همیشه در نمایش دیتا و اطلاعات است. سایت‌هایی که با حجم بالای اطلاعات کار می‌کنند، به همین دلیل رها شدن از نمای فلش را ترجیح می‌دهند.

اگر چه فلش یک ابزار نصب‌شونده روی سرور دارد (سرویس) که می‌تواند به دیتابیس متصل شود و اطلاعات را بگیرد و داخل فلش به سمت کلاینت ارسال نماید، ولی راه‌حل ساده‌تر برای ترکیب حجم بالای اطلاعات با فلش، استفاده از ترکیب مناسبی از Flash و HTML است، در کنار هم و مرتبط با یکدیگر.



اخبار

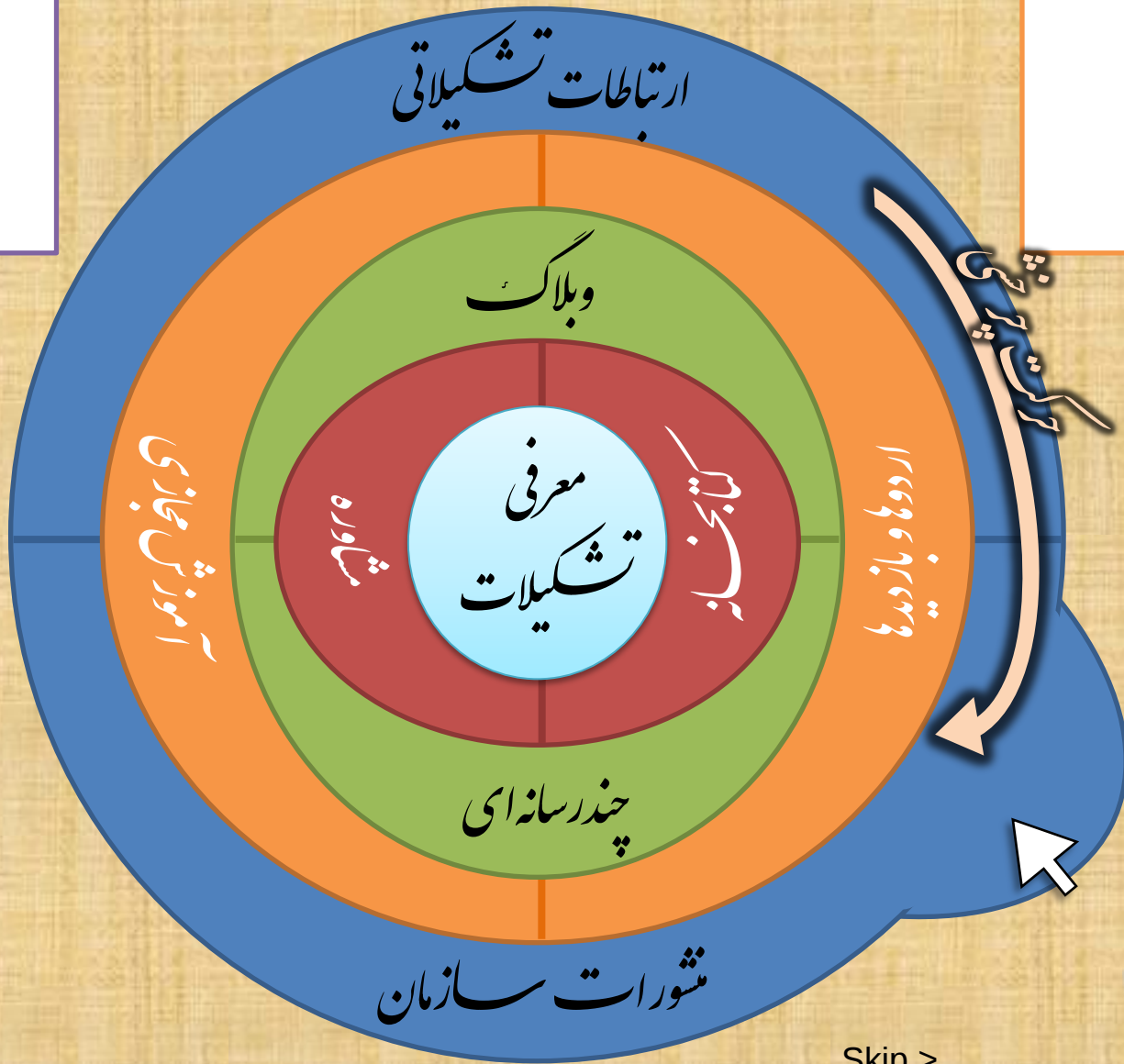


برترین ها

E-mail!

پیمیل

Skip >



پرو فایل
کاربری

برچسبها
محتوا

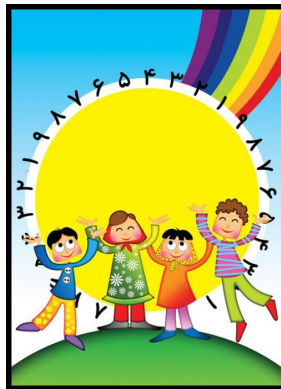
حفاظت و
حراست



سارا انار دارد

سال نشر: ۱۳۸۶

معرفی: سارا انار نداشت، ولی بعد
از گذشت مدتی...



سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶

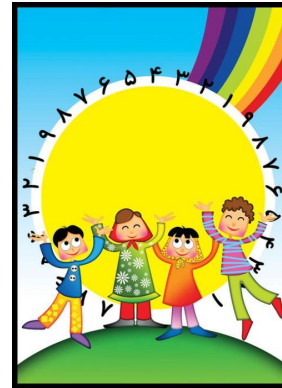
معرفی: سارا انار نداشت، ولی بعد
از گذشت مدتی...



سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶

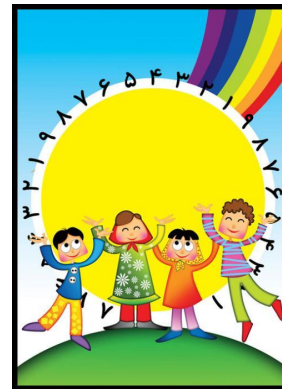


سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶

معرفی: سارا انار نداشت، ولی بعد
از گذشت مدتی...



سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶

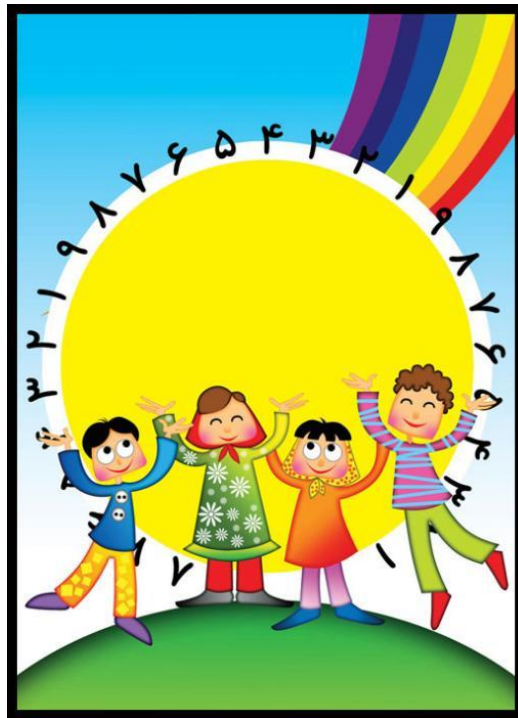
معرفی: سارا انار نداشت، ولی بعد
از گذشت مدتی...



سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶



سارا انار دارد

قیمت: ۵۰۰ ت

سال نشر: ۱۳۸۶

موضوع: آموزش الفبا

مخاطب: کودکان

معرفی: سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی، سارا انار نداشت، ولی بعد از
گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد
از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی
بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت،
ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار
نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا
انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی
سارا انار نداشت، ولی بعد از گذشت مدتی ...



بر حسب

امیدان

فارسی

کتاب

آموزشی

ابتدائی

بازگشت

صفحه ورودی سایت، نخستین نمایی که به نظر مخاطب می‌رسد، متشکل از دوایری تودرتوست. دوایری که می‌تواند حالت تخم‌مرغ یا پیازی تصور شود که عناصر لایه‌لایه روی هم قرار گرفته‌اند. لایه‌ها به گونه‌ای ژله‌ای، چسبنده و منعطف هستند که با حرکت موشواره، به آن چسبیده و بر روی هم می‌لغزند، به دور هم می‌چرخند و تغییر وضعیت می‌دهند. در همین حال افکت صوتی مناسبی نیز به گوش می‌رسد. این دایره ژله‌ای حاوی عناصر اصلی اطلاعاتی ماست.

چهار عنصر دیگر در چهار سوی صفحه، در گوشه‌ها قرار گرفته‌اند. عناصر پایینی متنی برای نمایش ندارند، ولی دو عنصر بالا، خبر و پروفایل، چند خطی مطلب برای ارائه دارند. وضعیت Hover برای این عناصر این است که اندکی از گوشه‌ها فاصله گرفته و به مرکز صفحه نزدیک شده و حالت برجسته پیدا کرده، گویی می‌خواهند از صفحه بیرون بزنند. رنگ آنان نیز به صورت ملایم تغییر می‌کند. با رها کردن موشواره، خارج شدن از محدوده آن‌ها، دوباره به جای خود بازگشته و رفته‌رفته رنگ اولیه خود را باز می‌یابند.

در دو طرف نیز اطلاعاتی نمایش داده می‌شوند که نیاز به فضای اولیه زیادتری دارند. برچسب‌ها جای موضوعات و دسته‌بندی‌های فعلی را گرفته‌اند. تعدادی از محتواها نیز بر اساس امتیاز در صفحه اول دیده می‌شود.

روشن است آنچه در نمای فوق دیده می‌شود، تنها درصدد بیان جایگاه عناصر و اطلاعات است و نه بیانگر رنگ و نه اندازه و نه گرافیک و نه هیچ‌چیز دیگر از مسائل طراحی، حتی اندازه. لذا این مهم بر عهده گرافیکست است که در حدّ بالایی از توانایی باشد و کاری بدون عیب و نقص تحویل دهد.

گرافیکست برای دواير مرکزی می‌تواند از تصاویر زیر الگو بگیرد:



ورود به صفحات دیگر نیز با حرکت و انیمیشن همراه است. وقتی کاربر مثلاً «مشورات» را برمی‌گزیند، دواير به دور هم چرخیده و از صفحه خارج شده و دایره مورد نظر در کنار صفحه باقی‌مانده سپس فریم اصلی باز شده و متن و مطلب در آن نمایش داده می‌شود. اکنون همان افکت‌های صفحه اصلی تنها بر روی لایه باقی‌مانده از دایره عمل می‌کند، تا کاربر دگمه بازگشت را بزند.

روشن است که قرار نیست تمام لینک‌ها با نوشته معلوم شوند، بلکه گرافیکست به جای عناوین نمایش داده شده در نمای شماتیک، از آیکون‌ها و نمادها استفاده خواهد کرد.

عناصر، نمادها و المان‌هایی که در طراحی به کار می‌رود می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

۱. مداد، خودنویس، کاغذ پاره‌شده، کاغذ خط‌دار، پاک‌کن و تراش و تمامی لوازم‌التحریر مرسوم

۲. قطعات الکترونیک، ربات، چرخ‌دنده و عناصر بیانگر علم و صنعت

۳. اسلحه، نارنجک، فشنگ، پوکه، منور، کیسه شن و سنگر و تمامی عناصر یادآور دفاع مقدس

۴. سفینه، موشک، ماهواره، انرژی هسته‌ای و تمامی عناصر بیانگر توسعه و پیشرفت

گرافیکست این عناصر را به انتخاب خود در صفحه اول و سایر صفحات می‌چیند و فلش‌دیزاینر خروجی کار را بر اساس آن‌ها طراحی می‌نماید.

جایگزین

اگر ابزار فلش در مرورگر کاربر نصب نبود و یا وی تمایل نداشت از صفحه از گزینه Skip در صفحه اول سایت استفاده می‌کند و به صفحه جایگزین می‌رود. صفحه‌ای که همین عناصر موجود را در بر دارد، اما به روش مرسوم چیده و به صورت یک ستونی در اختیار کاربر می‌گذارد.

این صفحه نیز پیشنهاد می‌شود به نحوی چیده شود که Scroll نخورد، نه عمودی و نه افقی. خود را متناسب با سائز صفحه مرورگر کند و همیشه تمام اطلاعات آن دیده شوند و چیزی پنهان نماند. مگر در صفحات بعدی که اطلاعات حجمی زیادتر پیدا می‌کنند، مشابه صفحات نرم‌افزارهای ویندوزی.

در صفحه جایگزین نیز همان نمادها و عناصری به کار می‌رود که در صفحه فلش بود. تفاوت فقط در اکشن‌ها و حرکت‌ها و افکت‌های صوتی‌ست که این‌جا مفقود است. لکن سایر ترکیب‌ها باید مشابه باشد تا تداعی یکسانی سایت را نماید.

هنگام برنامه‌نویسی این نکته باید رعایت شود که اگر کاربر از طریق دستگاه تلفن همراه یا تبلت به سایت وارد شده است، مستقیماً وارد صفحه جایگزین گردد.

صفحه جایگزین به صورت Responsive طراحی می‌شود. روشی که معمول طراحی سایت‌های امروزی است. این نوع طراحی انعطافی را پدید می‌آورد که صفحه سایت متناسب با اندازه صفحه نمایش کاربر تغییر اندازه دهد و عناصر صفحه جابه‌جا گردند، تا بهترین چینش را به دست آورند. بدین ترتیب صفحه سایت به همان خوبی که در رایانه دیده می‌شود، در تبلت و موبایل هم دیده خواهد شد.

خوب است در همین جا این نکته نیز طرح شود که ما لزوماً برای سایت نیاز به یک لوگو داریم. یک نماد و برند یونیک و واحد که سایت با آن شناخته شود. یک گرافیکست خود باید جست، تا یک کار ماندگار و در شأن انجام دهد، چیزی که بماند، مایه آبرو و همیشگی باشد.

بسیج‌ت‌روید

طرح ما در این جا تمام است. نمای سایت را متناسب با محتوا پیشنهاد دادیم و باید منتظر بمانیم تا آراء و نظرات گرد آید و از نقد آن‌چه بیان شد، بهترین کیفیت برای نما نهایی شود.

اما دو پیشنهاد دیگر خوب است در همین جا مطرح شود. نخست این‌که وقتی ما در این سو پروفایل کاربر را محور ارتباطات وی قرار دادیم و یک شبکه اجتماعی را آغازیدیم، از سوی دیگر با فراگیر شدن اینترنت در تبلت‌ها و موبایل‌ها و اندرویدی شدن زندگی جوانان ما، خوب است به فکر طراحی نرم‌افزاری باشیم اندرویدی، که دامنه شبکه ما را گسترش دهد.

دانش‌آموز آن را از سایت خود ما نصب خواهد کرد و پروفایلش روی گوشی یا تبلت فعال خواهد شد. اکنون می‌تواند با سرویس پیام‌رسان ما به رایگان با هم‌سالان خود مرتبط باشد، بدون نیاز به ارسال پیامک که هزینه دارد. ما همان خدماتی را ارائه کنیم که ویجت و واتزآپ دارند. البته با شرط گروه هم‌سالان و هم‌جنس.

فراتر از آن خدماتی‌ست که در ارتباط با محتوای سایت به بسیج‌ت‌روید می‌دهیم. انتقال اطلاعات به سرعت. دانش‌آموزی اگر مطلبی را در سایت مشاهده کرد، خبر، گزارش، مصاحبه، یادداشت علمی، یک فیلم یا صوت، با کلیک بر روی نمادی که در کنار آن مطلب قرار دارد، فقط با یک کلیک، آن را برای بسیج‌ت‌روید خود روی گوشی ارسال خواهد نمود. اکنون یک نسخه از آن اطلاعات را روی گوشی دارد، یا تبلت. حتی اگر گوشی او خاموش باشد، یا غیر متصل به اینترنت، در اولین اتصال به اینترنت، بسیج‌ت‌روید آن را دانلود کرده و در گوشی قرار می‌دهد. مطلب را به همراه خواهد داشت و می‌تواند برای دوستان خود بلوتوث کند.

بدین ترتیب ما حضور خود را در زندگی دانش‌آموز گسترش می‌دهیم و در فضاهایی که نیاز دارد بگویید: «من هم هستم!» به جای این‌که خزعبل بلوتوث یا پیامک نماید، از مطالب ما در اختیار خواهد داشت، تا خود را اثبات کند.

پیشنهاد دوم بسیار ساده تر و عملیاتی تر است. البته در خدمت پیشنهاد یک اگر باشد بسیار قوی تر. سناریوی آن به شرح ذیل است:

دانش آموز از سایت ما خارج شده است، به هر دلیلی دنبال چیزی رفته است. یک مطلب؛ نوشته، فیلم، صوت، تصویر می بیند که برایش جذاب است و قصد دارد در شبکه خود به اشتراک گذاشته و منتشر کند. دگمه ای در نوار علاقه مندی های مرورگر (Bookmark, Favorite) قرار دارد. کافیست یک کلیک بر روی آن نماید. مطلب بلافاصله به سایت بیست منتقل شده، به نام او منتشر می گردد و در اختیار گروه هم سالان هم جنس وی که او را دنبال کرده باشند، قرار می گیرد. لازم به ذکر نیست که اگر بیسجت روید هم در اختیار داشته باشد، می تواند بر روی آن نیز لود شود.

اما چگونه؟! یک ابزار اسکرپتی کوچک می تواند این کار را به انجام برساند. ابزاری که به بوکمارکلت مشهور شده و یک نمونه ایرانی آن در این نشانی قرار دارد: <http://mb.movashah.ir/>

بوکمارکلت از نظر فنی یک کد اسکرپتیست که محتوای صفحه را می گیرد و بر روی آن کار انجام می دهد. بسیجالت می تواند لینک صفحه را، یا آن بخش از محتوای صفحه که کاربر انتخاب کرده، گرفته و به یک نشانی ارسال نماید. نشانی مربوط به وب سرویسیست که برای همین منظور در سایت قرار داده شده. ما با استفاده از Session فعال، کاربر را شناسایی نموده و محتوا را به پروفایل وی منتقل می سازیم.

اما اتفاق ساده ای نیز در اینجا می افتد؛ ما به زودی خواهیم دانست که: دانش آموزان مان را به چه دلیل از دست می دهیم و آنان چرا از سایت ما خارج می شوند، زیرا وب سرویس مزبور یک رکورد Log نیز ذخیره می سازد. آماری که از این راه به دست می آید می تواند دستمایه طراحی اطلاعات و بخش هایی در سایت باشد که ما را به آرمان خویش نزدیک سازد.

در انتها ذکر این نکته شاید ضروری به نظر برسد که سایت بیست تمام سازمان بسیج دانش آموزی نیست و نمی خواهد تمام وظایف آن را بر عهده بگیرد و البته هم که نمی تواند. ولی سایت **سایه سازمان در فضای مجازی**ست و تمام کارکردهای فضای مجازی را می تواند برای سازمان به ارمغان بیاورد. ما می توانیم و باید بتوانیم تمام عملکردهای سازمان را در فضای مجازی متناظر سازی کنیم. به این ترتیب بستری فراهم می کنیم تا عناصر سازمان بتوانند سریع تر، دقیق تر و عمیق تر به وظایف محوله بپردازند و نتایج بهتری حاصل نمایند. اگر سازمان بناست نیروهای انسانی جنگ نرم را برای نبرد بیست سال آینده تربیت نماید، ما سر راه نیروها قرار داریم، باید ارتباط لازم را برقرار نماییم.

سید مهدی موسوی موشح

۱۴ رمضان المبارک سنه ۱۴۳۵

