

سه گانه فناوری و رسانه (ششم)

سه گانه:
سخت افزار
نرم افزار
ذهن افزار



مؤلفین: محمد طالب، معصومه حسن زاده، عماد مختاری، مریم امام

ناظر علمی: علی مختاریدین



www.alavi.ir



دریافت سفارشات
۰۲۱-۶۲۰۲۷۷۷



pub@alavi.ir

کارهای جدول این اثر منتهی به
انتشارات طلوع گرم در دهه ۱۳۸۰ و هرگز به
انتشارات طبری و برقی نیست. هر صورت
و سایر امور حقوق پدیدار شده تا ۲۰۱۵ قانون
حقوق آرایست و این اثر را نگردد.

سرشناسه: طلایه، محمد، ۱۳۷۱ -

عنوان: نتایج خرید آوری: سه مقاله فناوری هفتم: سه مقاله سطح قزلار، نریم قزلار، ذهن قزلار /
مؤلفین: محمد طایبه، [و دیگران] ناظر علمی و محققین: تألیف: علی محققین

مشخصات نشر: تهران، طوی فرهنگه، ۱۴۰۰

مشخصات فیزیکی: ۱۶۶ من: مسود (رنگی)

شابک: ۹۷۸-۶۲-۶۹-۹۱۱-۱

فهرست نویسن: قیبا

یادداشت: مؤلفین محمد طایبه، معصومه حسن زاده، عماد مختاری، مریم امام

موضوع: کامپیوترها - سطح قزلار - نریم قزلار - عماد مختاری - (راهنمای آموزش)

شماره افزود: محققین، علی، ۱۳۷۱

ردیفی کتبی: ۱۶/۶۷/۱۶

ردیفی نویسی: ۴۲۸۷

شماره تبلیغاتی: ۱۹۳۵۱۷۵

تمام کتاب	سه مقاله فناوری و رساله هفتم
مؤلفین	محمد طایبه، معصومه حسن زاده، عماد مختاری، مریم امام
ناظر علمی	علی محققین
مدیریت تألیف	علی محققین
مسئول محتوا	امام عمادی
تیراژ	۱۰۰۰
چاپ	کلون چاپ
گرافیک و صفحه آرا	جواد محمودی
نشر	طوی فرهنگه
لیتوگرافی	آریوفا
شابک	۹۷۸ ۹۶۲ ۶۹ ۹۱۱ ۱
قیمت	۱۶۸۰۰۰۰ ریال

دفتر و فروشگاه مرکزی انتشارات طلوی فرهنگه: صاع شمال غربی پل سیندختان - سن خیابان پنهانک و شقایق - پلاک ۲۱

۰۲۱-۲۲۸۹۳۵۵



دوست خوب پایه هشتمی

همونطور که تو کتاب قبلی گفتیم در دنیای امروز اگر سواد رسانه ای نداشته باشیم، در میان انبوهی از اطلاعات مختلف سردرگم می‌مونیم. با آموزش سواد رسانه ای ما می‌تونیم چگونگی ایجاد پیام‌های رسانه‌ای رو یاد بگیریم، اطلاعات اشتباه رو تشخیص بدم، پیام‌ها رو براساس تجربیات، باورها و ارزش‌های خودمون ارزیابی کنیم و پیام‌های خودمون رو طراحی، ایجاد و منتشر کنیم. با سواد رسانه ای فهم لازم و مهارت خوب دیدن و خوب شنیدن رو می‌آموزیم و یاد می‌گیریم به جای این‌که رسانه ما رو مدیریت کنه، ما اون‌ها رو مدیریت کنیم.

اما تو دنیای سواد رسانه‌ای علاوه بر اینکه باید هوشمندانه با رسانه روبه‌رو بشیم باید از مصرف کننده صرف بودن در این فضا خارج بشیم و یاد بگیریم

محتوای مناسب هم تولید کنیم. حالا چرا؟

چون رسانه و محتوا مثل دوقلوبی‌هایی میمونن که نباید از هم جدا بشن! تولید محتوا برای رسانه مثل به دست گرفتن قدرت هست. چون اونه که میتونه کنترل کنه که مخاطب چی ببینه و اون چیزی که نیاز داره رو بهش برسونه. پس پیامی که محتوا داره هم خیلی مهمه.



در گذشته این تولید محتوا به کتاب، روزنامه ها، تلویزیون و سایر رسانه‌های قدیمی محدود می‌شد. اما بعد از پیشرفت تکنولوژی و به وجود اومدن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های مختلف و عوض شدن ذائقه مردم شیوه تولید محتوا گسترش پیدا کرد و ابزارهای تولید هم تغییر پیدا کردند.

پس چگونگی تولید محتوا هم اهمیت پیدا کرده. اینکه چطور پیام محتوایمون رو به مخاطب منتقل کنیم؟ محتوایمون عکس باشه یا پادکست؟ متن باشه یا ویدئو؟ اندازه اون تا چه حد باید باشه؛ تا از خشک و رسمی بودن دربیاد و جذابیتش بیشتر بشه؟

از طرفی سواد رسانه ای در تولید محتوا نقش خیلی مهمی داره چون با یادگیری سواد رسانه ای و استفاده از اون در تولید محتوای خودمون متوجه می‌شیم که چطور با استفاده از قالب‌های مختلف محتوایی در ناخودآگاه مخاطب ثبت بشیم و اون رو تحت تاثیر قرار بدیم.

بنابراین تولید محتوا با سواد رسانه‌ای تاثیر مستقیمی روی فکر و نحوه نتیجه‌گیری مخاطب داره پس نباید اون رو دست‌کم گرفت. برای همین ما در ادامه مجموعه کتاب‌های سه گانه فناوری و رسانه علاوه بر سواد رسانه‌ای به شما تولید محتوا هم آموزش می‌دیم.

پس با ما همراه باشید.

86DX2-66
50849
E5VIX SX911
INTEL © '89-'92

نسخه جدید

C8008-1
S2402
3228A

333800A1
ALAY

فهرست

۷

سخت افزار



نرم افزار

۵۷



۱۱۱

ذهن افزار



بخش اول سخت افزار

رجیستر



سلام به مهندسين كوشا

خوش اومديد به بخش سخت‌افزار از دومين كتاب مجموعه سه گانه فناوري و رسانه!

اگه يادتون باشه گفتيم كه اگه كامپيوتر رو به يه آدم تشبيه كنيم سخت‌افزار شبیه جسم آدم كه اعضاي مختلفی داره از قطعات گوناگونی تشكيل شده كه هر كدوم وظیفه خاصی دارن ولی در عين حال هر لحظه هم با هم در ارتباطن و در هماهنگی كامل به سر ميبرن.

توی كتاب قبل با نقش هر كدوم از اين قطعات آشنا شدیم اما تو اين كتاب ميخوانيم خودمون رو جای يه جراح كار كشته بذاريم و ببخيم به جون قطعات كامپيوتر؛ بازشون كنيم، بينديمشون و در همين حال هم مواظب باشيم كه خراب نشن و آسیب نيين!

پس بريم كه ببينيم چه طور ميشه با دستاي خودمون يه كامپيوتر سر هم كنيم!





اول از همه اصلاً اسمبل کردن یعنی چی؟

در اصطلاح به سر هم کردن سیستم کامپیوتری اسمبل میگویند.

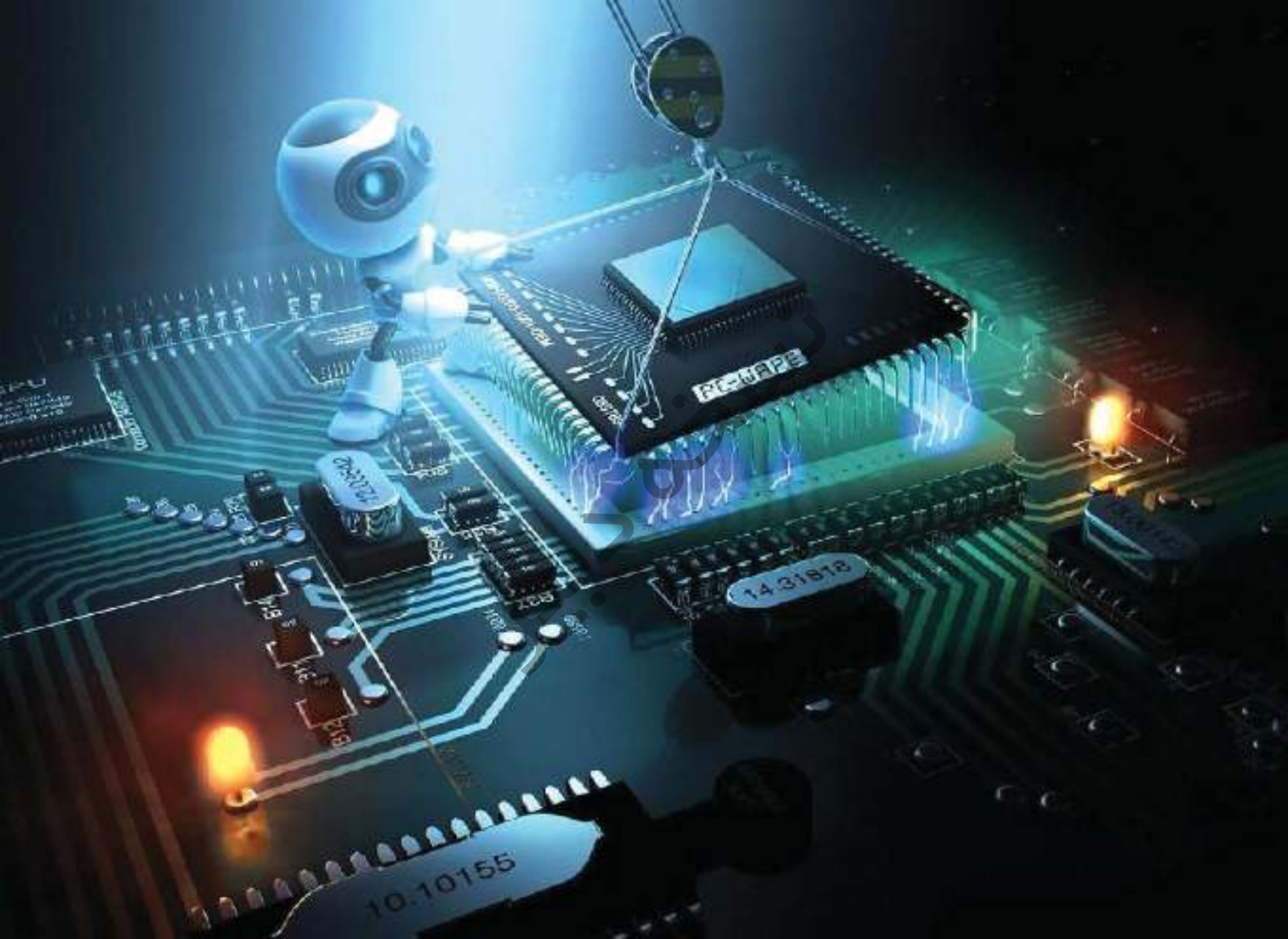
توانایی اسمبل کردن یعنی این که بتوانیم قطعات باز و جدا از هم به کامپیوتر رویه به صورت درست و استاندارد بهم متصل کنیم به طوری که بتوانن عین یه کامپیوتر صحیح و سالم کار کنن!

البته بعد از نصب قطعات و سرهم کردن از لحاظ سخت‌افزاری، نوبت به نصب سیستم عامل و نرم افزارها و درایورهای مورد نیاز میرسه تا یک کامپیوتر به صورت کامل آماده‌ی اجرا و کار باشه اما در این‌جا ما فقط به قسمت سر هم کردن سخت‌افزارش می‌پردازیم.

نکته مهم اینه که این‌جا منظورمون از کامپیوتر قطعات اصلی اوناییه که داخل کیس کامپیوتر قرار دارن و کار اصلی پردازش کامپیوتر رو انجام میدن. یعنی این‌جا در مورد قطعاتی مثل مانیتور یا کیبورد صحبت نمی‌کنیم.

و نکته بعد هم اینه که اسمبل کردن علاوه بر دونستن نکات و آشنایی با مراحل کار به تجربه و تمرین و همچنین دقت زیادی هم نیاز داره چون کوچکترین اشتباهی می‌تونه باعث آسیب دیدن یه قطعه و کار نکردن اون بشه. پس سعی کنین تا رسیدن به اون فوت کوزه‌گری

و حرفه‌ای شدن همیشه این کار رو در کنار یه آدم کاربلد انجام بدین تا یه وقت یه هزینه گنده روی دستتون نیفته!



اما اصلاً ما چرا باید اسمبل کردن رو یاد بگیریم؟

ممکنه بعضی از شما که از کارهای فنی لذت می‌برید از این سؤال تعجب کنید و با خودتون بگین خیلی کار باحالیه که! اما ممکنه بعضی‌های دیگه هم از اول فصل اخم‌هاشون توی هم رفته باشه که: وقتی میشه رفت و به کامپیوتر آماده خرید چرا من باید این همه زحمت بکشم و اسمبل کردن یاد بگیرم؟

خب ما این‌جا چند تا دلیل داریم که امیدواریم احساس هر دو گروه رو به این کار بهتر کنه.

۱. هزینه کمتر: مخصوصاً توی سیستم‌های حرفه‌ای جدا خریدن قطعات و سرهم کردنشون از خرید یه سیستم کامل بسیار به صرفه‌تر تموم میشه.

۲. گزینشی بودن: وقتی شما یه سیستم رو کامل می‌خرین هر واقع ناچارید از هر قطعه‌ای که سازنده روی اون کار گذاشته استفاده کنید اما زمانی که خودتون سیستم رو اسمبل می‌کنید می‌تونید متناسب با نیازتون قطعات رو انتخاب کنید. اون وقت هم پولتون بیخودی حروم نمیشه هم نیازتون کاملاً برطرف میشه.

۳. ارتقا دادن: گاهی وقت‌ها هست که بعضی قطعات بعد از چند سال استفاده قدیمی میشن و دیگه به خوبی کار نمی‌کنن و یا این‌که نیاز شما تغییر می‌کنه و به قطعه جدیدتری نیاز دارین. در این شرایط به جای تعویض کامل سیستم که هزینه زیادی داره و خیلی از اوقات هم ممکنه دقیقاً مطابق نیاز شما نباشه، بهتره که یک یا چند قطعه رو عوض کنید و بعد روی همون سیستم خودتون اسمبلشون کنید.

۴. تعمیرات: اسمبل کردن یه مرحله تخصصی از آشنایی با سخت‌افزاره! اگه شما با قطعات، محل نصب و مشکلات احتمالی شون آشنا بشین احتمالاً خیلی از مواقعی که سیستم‌تون درست کار نمی‌کنه می‌تونین با باز کردن کیس و یه سری اقدامات ساده مشکل رو بدون مراجعه به تعمیرکار و هزینه کردن برطرف کنید.

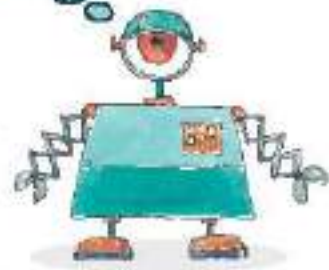
۵. مهارت: تو دنیای امروز که آشنایی با تکنولوژی حرف اولو میزنه یاد گرفتن هر مهارتی تو این حوزه یه مزیت! پس می‌تونید توانایی اسمبل کردن کامپیوتر رو هم به عنوان یه مهارت کاربردی توی لیست مهارت‌هاتون داشته باشین و ارزش تو موقعیت‌های مختلف استفاده کنید! پس بریم که شروع کنیم!



فصل ۱
اسمبل کردن

قدم اول: چی لازم داریم؟

گفتیم که اسمبل کردن به معنی اینه که ما قطعات کامپیوتر رو جداگانه تهیه و بعد خودمون نصب و سرهمشون کنیم. بنابراین قدم اول اینه که بدونیم چی لازم داریم و به چه نکاتی باید تو خرید و انتخاب قطعات دقت کنیم! قطعاتی که برای داشتن یه کیس کامپیوتر کامل بهشون نیاز داریم رو توی صفحه بعد ببینیم.



لیست خرید:

پردازنده
(CPU)



درایو نوری



کارت گرافیک



فن کیس



فن پردازنده



حافظه
RAM



کیس کامپیوتر



هارد دیسک



مادربرد



منبع تغذیه
POWER



کابل های
SATA



پیچ و مهره های
کیس و درایو



کامپیوتر کاریکانوری نسازید!

دیدین تو کاریکاتور ها بعضی از اجزا به صورت مضحکی کوچک و بعضی ها به طور مبالغه آمیزی بزرگ اند؟ یعنی اصلاً کاریکاتور وقتی ساخته میشه که بین اجزاش تناسب وجود نداشته باشه.

تو اسمبل کردن کامپیوتر باید خیلی دقت کنیم که کامپیوترمون کاریکانوری نباشه! یعنی بین قطعاتی که براش انتخاب می‌کنیم سازگاری وجود داشته باشه و بتونن با هم کار کنن و گرفته یا از اول درست کار نمیکنن یا به مرور، مشکلات زیادی براشون ایجاد میشه! برای این‌که به سازگار بودن قطعاتتون با هم مطمئن بشیم توصیه می‌کنیم اول از همه به سر به قسمت سخت‌افزار جلد اول این مجموعه بزنین و بعد مشخصات تمامی قطعات خودتون رو در برنامه‌های بررسی قطعات رایانه مانند سایت **PC Part Picker** وارد کنید تا به شما تأییدیه سازگاری قطعات رو بده.

همچنین این سایت اگه گزینه‌های بهتر و به صرفه‌تر یا بروزتر از قطعاتی که انتخاب کردین در بازار موجود باشه اون رو هم به شما پیشنهاد میده تا بهترین تصمیم رو بگیرین!





جعبه ابزار

علاوه بر قطعات برای اسمبل کردن به به سری وسایل و ابزار هم نیاز داریم که باید قبل از شروع کار فراهم بشن و حاضر و آماده دم دستتون قرار بگیرن.

نسخه رایج

- ★ پیچ گوشتی (برای اسلات ها و سرپیچ ها)
- ★ کاتر سیم و سیم لخت کن
- ★ انبردست سوزنی
- ★ ابزار چاقو
- ★ چراغ قوه کوچک
- ★ آچار قابل تنظیم
- ★ ظرف کوچک برای نگه داشتن پیچ
- ★ بند پایه **Grounding Strap**
- ★ محل کار صاف و بدون پستی و بلندی
- ★ یک صت یا ایاق نارسانا برای انجام کارها روی آن
- ★ یک مچ بند نارسانا که به یک بدنه نارسانا یا زمین متصل باشد.

یادت میاد

(یک دوره کوتاه از قطعات اصلی سخت‌افزار کامپیوتر)

- ★ **کیس (CASE):** محفظه نگهدارنده قطعات اصلی کامپیوتره که بقیه اجزا توی اون قرار می‌گیرن و از شون در برابر عواملی مثل گرد و غبار، رطوبت، حشرات و ... محافظت میکنه. کیس میتونه به تناسب مادربرد و منبع تغذیه سایزهای مختلفی داشته باشه.
- ★ **منبع تغذیه (PSU):** این قطعه وظیفه فراهم کردن نیروی برق کافی برای رایانه شما رو به عهده داره. این قطعه جریان برق شهری (AC) رو به جریان برق مورد نیاز قطعات کامپیوتر (DC) تبدیل میکنه و در پشت کیس قرار داره.
- ★ **پردازنده (CPU):** مغز کامپیوتره که وظیفه تمام پردازش‌ها رو برعهده داره و تمام ورودی و خروجی‌های کامپیوتر رو مدیریت میکنه.
- ★ **مادربرد (MOTHER BOARD):** مادربرد محل اتصال قطعات دیگه که باید به تناسب قطعات انتخاب بشه تا حتماً از سوکت‌های اونها پشتیبانی کنه و فضا و امکانات کافی برای نصبشون روی خودش رو داشته باشه.
- ★ **حافظه رم (RAM):** رم یک نوع حافظه است که به سیستم اجازه می‌دهد در مدت زمان کم به داده‌ها دسترسی داشته باشد و به سرعت کامپیوتر کمک زیادی می‌کند.
- ★ **حافظه ذخیره‌سازی (هارد):** این قطعه کاملاً مطابق با نیازهای شما تعیین میشه. اگه قراره بازی یا ویدیوهای پر حجم روی سیستم تون بریزید باید از حافظه بیشتر از یه ترابایت استفاده کنین.
- ★ **پردازنده گرافیکی:** این قطعه برای نمایش تصاویر بر روی مانیتور استفاده میشه. مخصوصاً برای کسانی که بازی یا کارهای گرافیکی سنگین انجام میدن، می‌تونه خیلی مهم باشه.



قدم دوم: این جا چه خبره؟

اگره تا به حال داخل کیس کامپیوتر رو دیده باشین احتمالاً با صحنه‌ای شلوغ و درهم از قطعات الکتریکی مواجه شدین که اصلاً مشخص نیست چی مال کجاست و چی به چه دردی میخوره! اما نگران نباشین ما قراره این جا کیس رو با هم باز کنیم و از قطعاتش سر در بیاریم.

فوت کوزه‌گری

۱) پیش از شروع کار باید از شر الکتریسیته‌های ساکن خلاص بشیم چون قطعات کامپیوتری بسیار حساسن و حتی ممکنه همون جریان الکتریسیته‌های ساکن هم بهشون آسیب برنه. برای این کار می‌تونید:

- ★ دستکش ضد الکتریسیته ساکن بپوشین.
 - ★ سعی کنین توی اتاقی بدون فرش و موکت کارتون رو انجام بدین.
 - ★ کیس رو روی یه سطح چوبی یا پلاستیکی عایق بذارین و هرگز روی سطح فلزی یا فرش کار نکنین.
 - ★ هر چند دقیقه یه بار به یه فلز دست بریزین تا الکتریسیته ساکن از بدنتون خارج بشه.
- ۲) چون اتصالات قطعات کامپیوتری بسیار ظریفه باید توی دست زدن و جابه‌جا کردنشون دقت زیادی کرد:
- ★ سعی کنین قطعاتی مثل سی‌پی‌یو رو از لبه‌هاشون بلند کنین و بهشون دست نزنین.
 - ★ موقع جا به جا کردن مادربرد به قطعات زوی اون دست نزنین و از لبه‌های چهارگوش برد استفاده کنین.
 - ★ موقع بیرون آوردن قطعات از جعبه دقت کنین که به جایی کشیده نشین.
 - ★ مراقب باشین که قطعات برنده‌تر به سایر قطعات برخورد نکنن و اون‌ها رو خراش ندن.

۳) همه چیز را دم دست بگذارین. قطعات را از جعبه خارج کنین و به همراه دفترچه راهنماشون در کنار خودتون مرتب و تمیز بچینین. ابزار مورد نیاز مثل پیچ گوشتی کوچک رو کنار دستتون بذارید تا هر زمان که بهشون نیاز پیدا کردین به سادگی در دسترس‌تون باشه.

خب حالا بریم که ببینیم توی کیس چه خبره!

◀ **مرحله اول:** کیس رو از همه کابل‌ها و اتصالاتش جدا کنین و روی یه سطح نارسانا مثل میز فرار بدین.



◀ **مرحله دوم:** با پیچ‌گوشتی پیچ‌های پتل اطراف کیس رو باز کنین و توی یه ظرف بریزین که گم نشن. هر طرف احتمالاً دو تا سه پیچ وجود داره.



◀ **مرحله سوم:** بعد از باز کردن پیچ‌ها پنل‌ها رو به سمت عقب دستگاه بکشین و بیرون بیارین و کنار بذارین.



◀ **مرحله چهارم:** اگه کیس شما قطعاتی مثل فیلتر گرد و غبار هم داره اون رو هم بیرون بیارین و کنار بذارین.



◀ **مرحله پنجم:** حالا میتونین قطعات داخل کیس رو ببینین یا اگه کیس خالیه میتونین قطعات رو داخلش قرار بدین.



◀ **مرحله ششم:** حالا باید پنل محافظه‌های نصب قطعات مختلف توی کیس رو برداریم تا آماده نصب قطعات بشه.



◀ **مرحله هفتم:** کابل‌ها و آون چیزایی رو که توی کیس بسته بندی شدن باز کنین.



◀ **مرحله هشتم:** پوشش روی DVD-WR رو بردارین تا بتونین نصبش کنین.

نکته

از این جا به بعد قراره درباره این صحبت کنیم که چگونه قطعات رو سر هم کنیم و تو کیس کامپیوتر چاشون بدیم!





قدم سوم: مهمان مادر

در این مرحله باید قطعات روی مادربرد رو نصب کنیم. می‌دونین که مادربرد محل نصب خیلی از قطعات اصلی کامپیوتره و فعالیت قطعات مختلف رو با هم هماهنگ میکنه. یه سری از قطعات باید روی مادربرد نصب بشن:

★ کارت گرافیک

★ حافظه رم

★ فن پردازنده

★ پردازنده

وقتی مادربرد رو از بسته‌بندی و پلمپ خارج می‌کنین حواستون باشه روی فرش یا یه سطح ناهموار قرارش ندین و بذارین روی خود جعبه‌اش تا الکتریسته ساکن و چیزهای دیگه براتون مشکلی ایجاد نکنه.

نکته

حالا قطعات رو یکی‌یکی رو مادربرد وصل می‌کنیم.

نصب سی پی یو

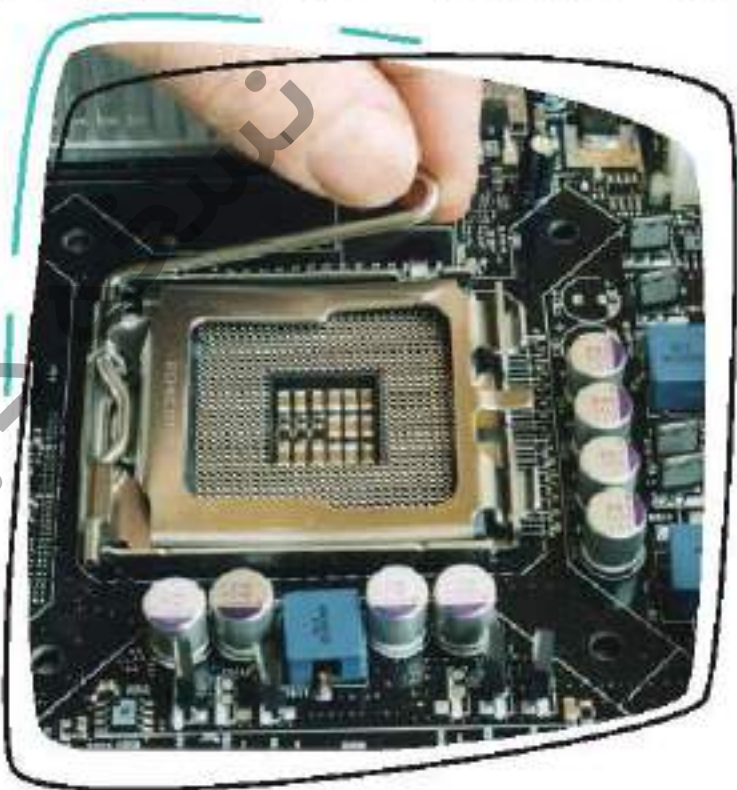
▶ پین‌های CPU در هر مادربردی متفاوت است. مکان قرارگیری CPU یک پینل برجسته مربعی است که برای باز کردنش باید دسته کنارش رو به پایین فشار بدین و سپس به سمت بغل بکشونید و به بالا ببرید. این پینل برای محکم نگه داشتن CPU سر جای خودش.

▶ پلاستیک و روکش محافظ سی‌پی‌یو رو خارج کنین، اما دور نندازین که اگه قطعه مشکلی داشت یا با مادربرد سازگار نبود بتونین به فروشنده برش گردونین و سرتون کلاه نره.

▶ حالا باید پردازنده رو درون محفظه قرار بدین. توی این مرحله مهمه که پردازنده رو درست بذارین.

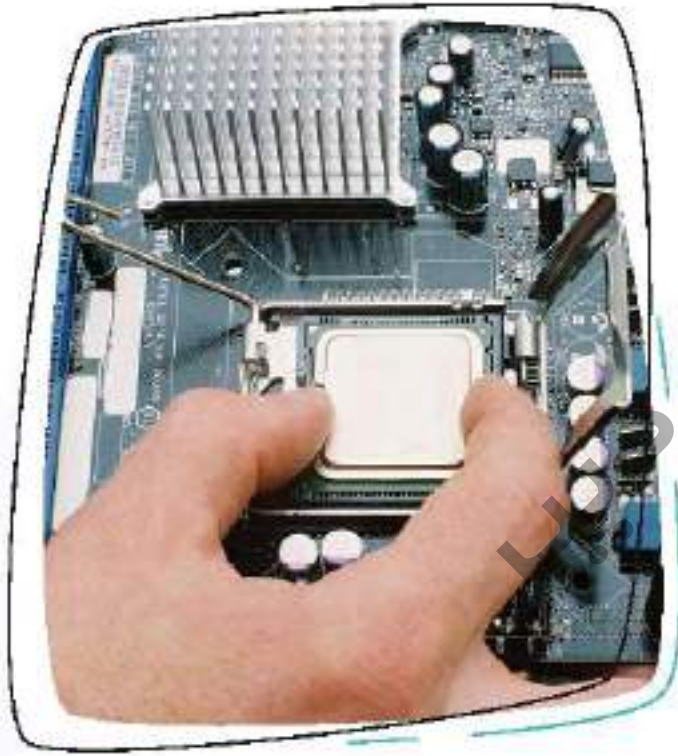
اگه CPU شما **اینتل** باشه شماره‌هاش **دو شکاف** داره که محل قرار گیری صحیح رو نشون میده و اگه CPU شما ساخت **AMD** باشه ذره‌کی از گوشه‌هاش به **علامت طلایی** رنگ داره که جهت درست نصبش رو بهتون نشون میده.

یکی دیگه از راه‌هایی که بهتون نشون میده دارید درست نصب میکنین یا نه اینه که نوشته‌های روی سی‌پی‌یو با نوشته‌های روی مادربرد هم جهت باشن.



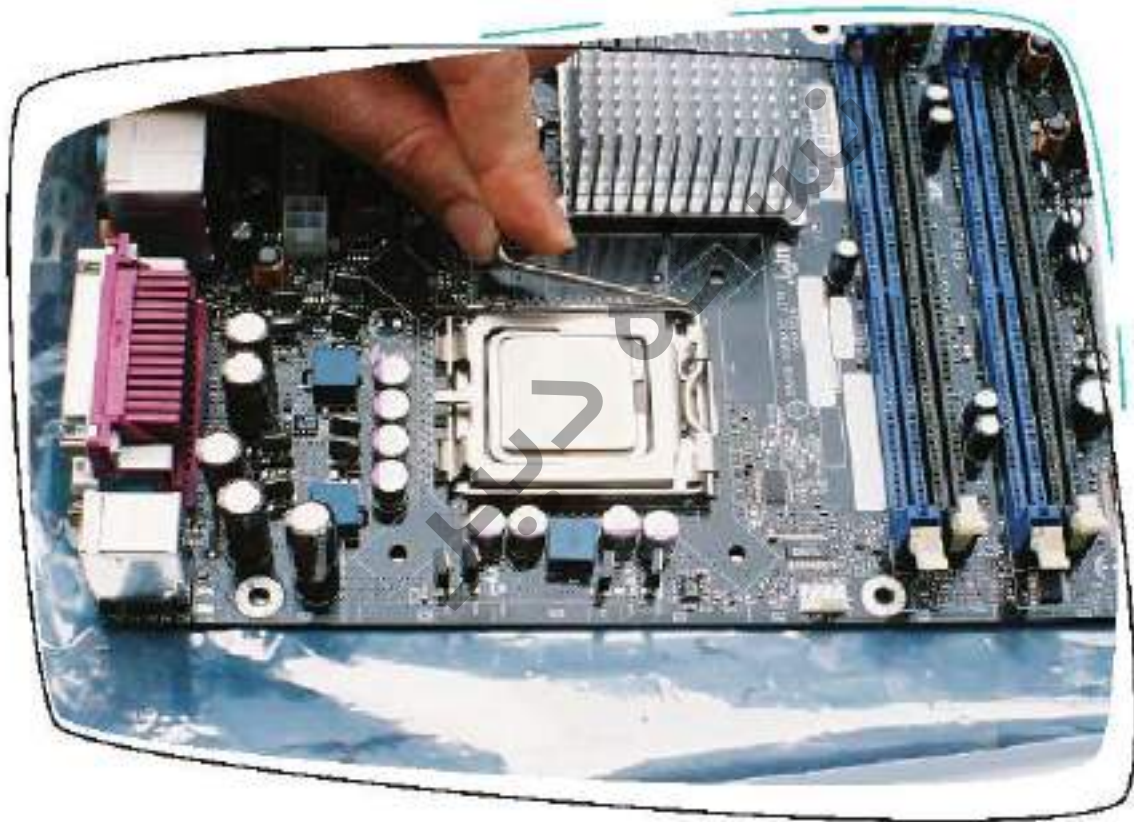
نصب سی پی یو اصیلا زوری نیست! باید خیلی راحت نوبی محافظه قرار یگیره. اگه شبر اینه و به نظر میرسه نیاز به زور و فشار داره پس حتما دارین اشتباه میذارینش!

نکته



حالا اهرم محافظه نگه‌دارنده رو به سمت مرکز بردازنده برگردونید و در صورت نیاز خیلی کم فشار بدین.

حالا که سی پی یو رو درست جاساز کردین دسته پینل رو پایین بیارین و بازوبیش رو به سمت پایین و بغل بکشین تا جا بیفته.



نصب فن سی پی یو

سی پی یو موقع کار گرمای زیادی ایجاد میکند و همین گرما میتواند بهش آسیب بزنه برای همین هم به سری اقدامات هستن که از داغ شدن زیاد سی پی یو جلوگیری میکنند.

برای خنک کردن بهتر، سی پی یو به فن به نام گرماخور یا هیت سینک (Heat Sink) همراه خودش داره.

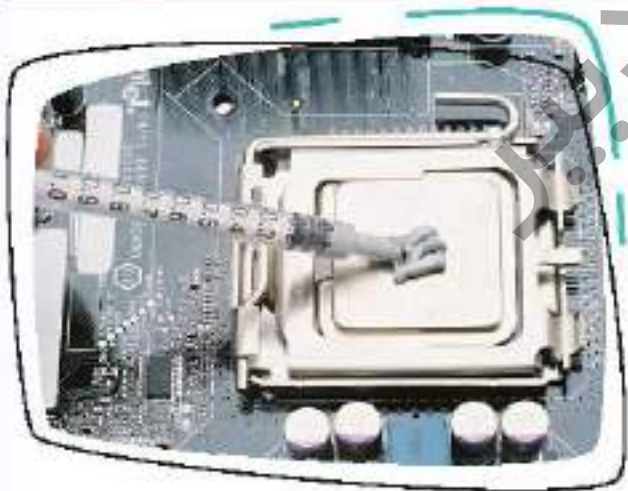
هیت سینک: به وسیله آلومینیومیه که به طور مستقیم روی پردازنده نصب میشه و گرما رو جذب می کنه. برای این که از تماس بین هیت سینک و پردازنده مطمئن بشیم سطح تماس اونها رو به به لایه خمیر سفید رنگ سیلیکونی آغشته می کنیم که وظیفه انتقال گرمای سی پی یو به هیت سینک رو بر عهده داره.

نکته

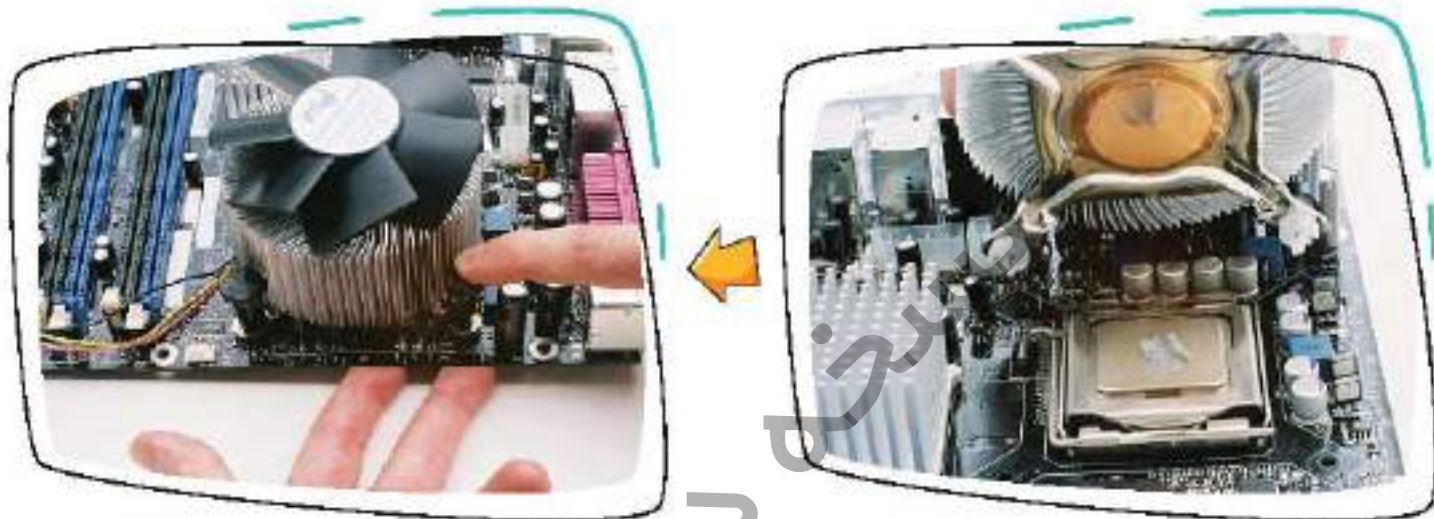
اگر از فن هیت سینک AMD و با ایتال برای اولین بار استفاده می کنین نیازی به خمیر سیلیکون ندارین چونکه خودشون توی کارخونه سی پی یو رو به خمیر آغشته کردن براتون!

برای این کار:

1) مقدار مناسبی از مایع حرارتی (Thermal Paste) روی پردازنده بریزین.
خواستون باشه که هرچه مقدار کمتری از این ماده روی پردازنده بریزین بهتر خنک میشه پس فقط با یه لایه نازک روی پردازنده رو بپوشونین.



۲) فن خنک‌کننده سریاییو رو نصب کنین. برای این کار فن رو روی CPU بذارین و چهار پین کناریش رو به پایین فشار بدین و بچرخونین.



۳) فن CPU یه سیمی داره که باید به مادربرد متصل بشه روی مادربرد کناریکی از پین‌ها دنبال عبارت «CPU Fan» یا چیزی مشابه بگردین تا پیدایش کنین.

نصب رم

نصب رم یکی از آسون‌ترین مراحل اسمبل کردن سیستمه اما در عین حال یکی از حساس‌ترین‌هاش هم هست چون رم قطعه بسیار ظریفیه و باید موقع کار باهاش احتیاط کرد. معمولاً تو مادربردها ۴ و یا ۲ اسلات رم وجود داره. اسلات‌های رم به سری قلاب‌های کوچیک دارن که باید قبل وارد کردن رم بازشون کنین.



هرگز به دو طرف رم دست نزنید و باهاش تماس مستقیم نداشته باشین.

نکته

محافظه قرارگیری رم سمت راست پردازنده ست اما حتماً قبل از نصب به نگاهی به دفترچه راهنمای مادربرد بندازین تا مطمئن بشین رم‌تون رو تو کدوم اسلات باید قرار بدین.



سوراخ‌ها و شکاف روی حافظه رم رو با محل قرارگیریش تطبیق بدین و کنترل کنین که حافظه رم با پین‌های مادربرد یکسان و در یک جهت باشه.



رم رو روی اسلات قرار بدین و دستتون رو روش بذارین و اروم فشار بدین تا تق صدا کنه. بعد از این‌که به سمت پایین رفت با دستتون ابتدا و انتهایش رو هم یکم دیگه فشار بدین تا کاملاً جا بیفته.


نکته

اگه رم دو در حالی که کاملاً روی اسلات نراز نشده فشار بدین ممکنه بهش آسیب وارد پشه!

نصب کارت گرافیک

کارت گرافیک مخصوصاً برای کسانی که میخواهند از کامپیوترشون برای بازی کردن استفاده کنن اهمیت زیادی داره. کارت گرافیک بر عکس اسمش که به نظر میاد یه کارت کوچولو باشه، قطعه بزرگیه پس لازمه به دو تا چیز دقت کنین:

۱) کارت گرافیکتون توی کیس جا بگیره.

۲) آخرین قطعه‌ای باشه که روی مادربرد نصب می‌کنین چون اگه زودتر نصبش کنین موقع نصب بقیه قطعات جلوی دمت و پائون رو می‌گیره.  مادربردها معمولاً چند تا اسلات PCI (همون شیارهای مناسب برای نصب قطعات) دارن که برای نصب کارت گرافیک به اسلات ۱۶ پینی نیازه.



- ▶ کارت گرافیک رو با پورت PCI در مادربرد یکسان و یک جهت کنین
- ▶ حالا کارت رو آرام روی پورت فشار بدین تا صدای تق بده و بلافاصله بعدش دستتون رو بردارین.
- ▶ تو اسلات های PCI هم یه قلاب وجود داره که قبل از جا زدن کارت گرافیک باید اون رو پایین بکشین و بعد کارت گرافیک رو جا بزنین.
- ▶ بعد از نصب کارت گرافیک مطمئن شین که قلاب پشتی اون که توی اسلات جا افتاده باشه.

نکته

اگه خواستین قطعات دیگه ای مثل کارت بلوتوث یا کارت اینترنت هم نصب کنین مشابه همین کارت گرافیک توی بقیه اسلات های pci این کار رو انجام بدین.



نصب مادربرد

خب حالا مادربرد ما آماده نصب شدن به کیسه اما قبل از اون برای این که الکتریسیته ساکن براتون مشکل ساز نشه باید این کارو انجام بدین: بند پایه رو روی مچتون قرار بدین و انتهای دیگرش رو به قسمت فلزی کیس کامپیوتر متصل کنین.

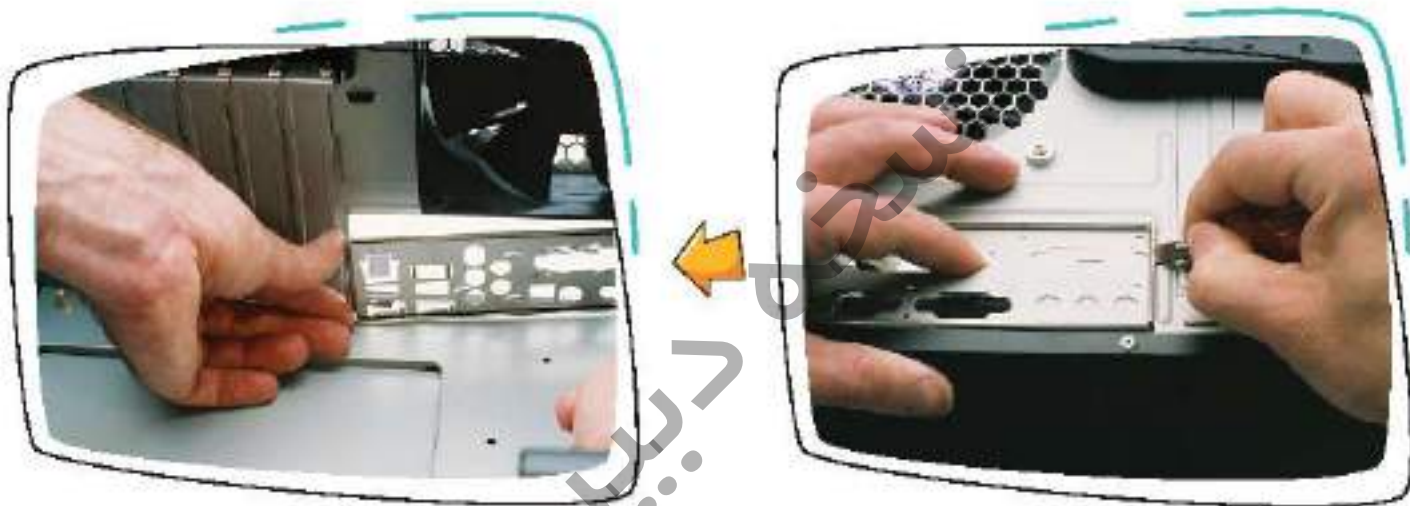


نکته

اینظوری الکتریسیته ساکن بدنتون تخلیه میشه و به قطعات آسیب نمیرسونه بهتره در هنگام کار با هر کدام از اجزا به بند پایه دستتون کنین

خب حالا وقت نصب مادربرده

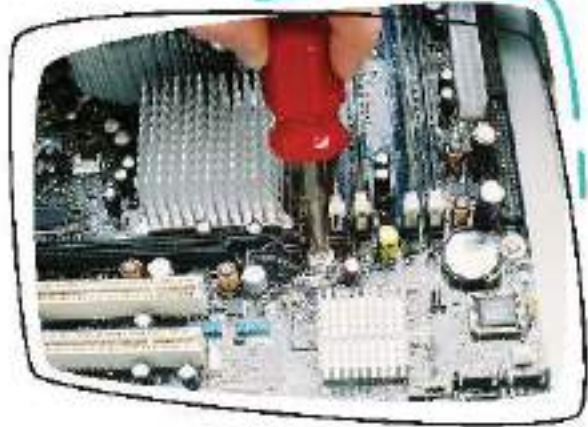
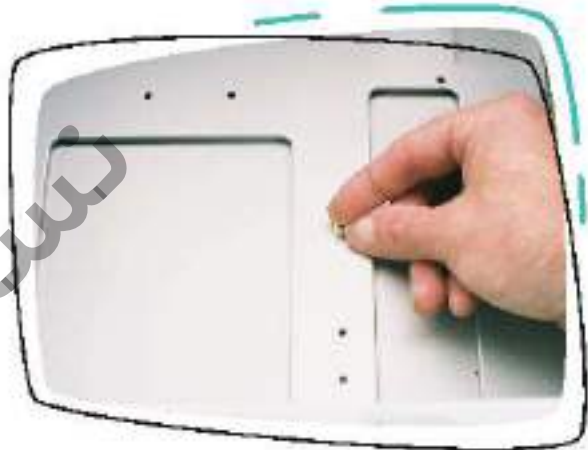
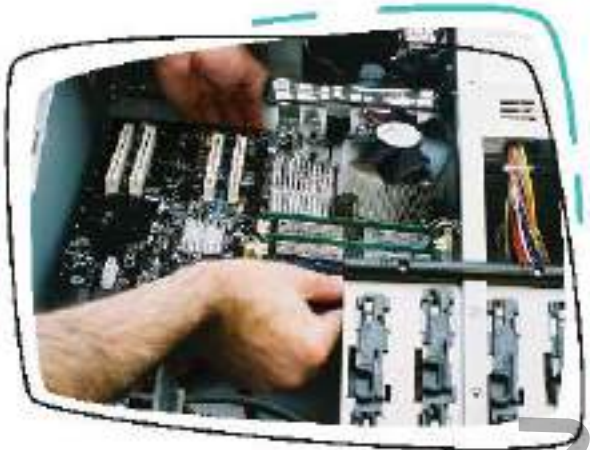
اول از همه ما باید صفحه ارتباطات مادربرد که I/O Shield نام داره رو به بدنه کیس متصل کنیم، این قطعه که یک صفحه فلزی بلنده که اتصال مادربرد به بقیه قطعات از طریق اون صورت میگیره.



محل اتصال مربوط به مادربرد رو به کیس خودتون پیدا کنین. تو خیلی از کیس‌ها این منطقه در وسط کیس مشخص و به‌وسیله چهار پیچ به بدنه کیس قابل وصل شده. اما اگه روی کیستون جای مشخص و یا مناسب پیدا نکردین می‌تونین با استفاده از یه دریل سوراخ‌های موردنظر خودتون رو ایجاد کنید و مادربرد رو نصب کنین.

مادربرد رو روی صفحه محافظ حرارتی پایه خودش که Standoff بهش میگن قرار بدین و بعد به بدنه کیس پیچ کنید. (در برخی از کیس‌ها صفحه‌های حرارتی به‌صورت از پیش تعیین شده نصب شدن و شما کافیه مادربرد را توی اون قرار بدین.)

مادربورد رو در کیس قرار بدین و سوراخ ها رو با سوراخ های کیس هماهنگ کنین. اطمینان حاصل کنید پورت های پشتی کامپیوتر به درستی در جای خود شون قرار گرفتن.

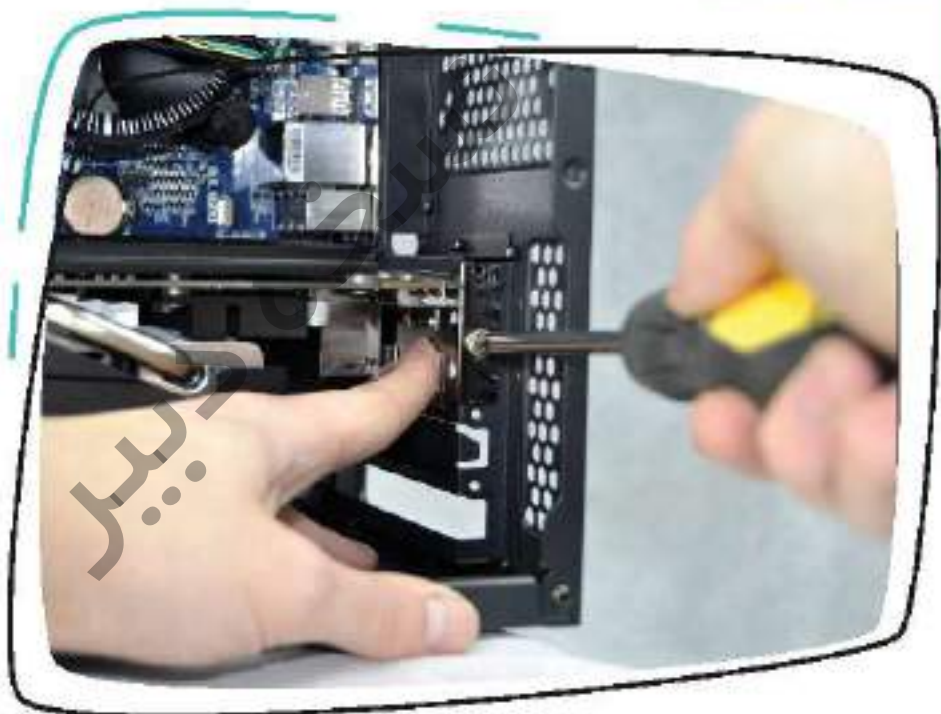


نکته

پیچ‌ها رو اونقدر سفت نیندین که به مادربورد آسیب برسه و بعد از تموم شدن این مرحله پکمی کیس رو تکون بدین تا مطمئن شین مادربورد خوب سر جاش محکم شده.

محکم کاری

حالا که مادربورد رو توی کیس قرار دادین باید کارت گرافیک رو هم به دیواره کیس محکم کنین که یه وقت جدا نشه. اگه رو به روی شکاف PCI-E که کارت گرافیک رو توی اون قرار دادین یه دربیچه فلزی پشت کیس بود، سعی کنین که اون رو جدا کنین تا دسترسی راحت‌تری به کارت داشته باشین. بعد از این‌که کارت کاملاً روی شکاف مادربورد قرار گرفت قسمت پیچ‌هاش به صورت کامل روی قسمت فلزی و پشتی کیس قرار می‌گیره. حالا وقتشه که پیچ‌ها رو روی کیس بیندین که اگه کیس تکون خورد یا افتاد کارت از جاش در نیاد.

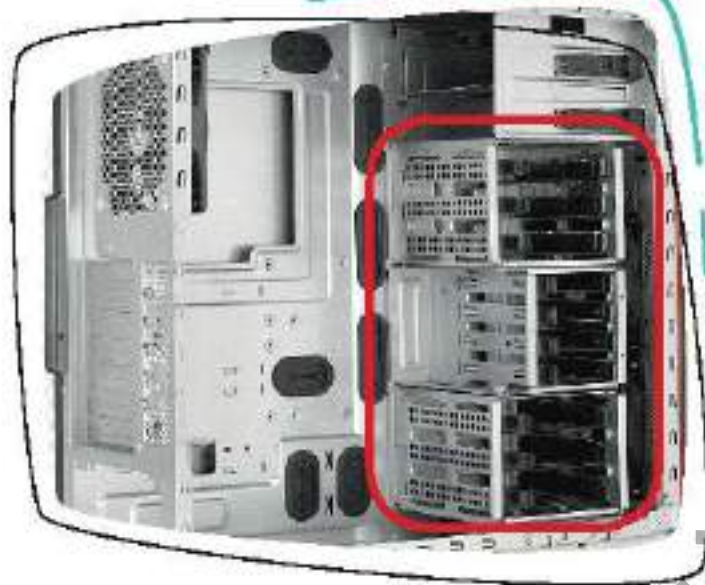


قدم چهارم: کیس نشینان

به سری از قطعات هم هستن که به صورت اختصاصی داخل کیس براشون
یه جا وجود داره و توی این مرحله باید این قطعات رو سر جای خودشون
قرار بدیم.



نصب هارد و SSD



هاردها که حافظه و محل ذخیره‌سازی کامپیوتر شما هستند از اون قطعات خوش شانس‌ها ان که به طبقه اختصاصی توی کیس برای خودشون دارن. بعضی از کیس‌ها برای نگه داشتن هارد سر جای خودش از قلاب و بعضیای دیگه از پیچ استفاده میکنن. محل قرارگیری هارد دیسک به طوری که بهترین از پشتش به اتصالات کابلی دسترسی پیدا کنین. کیس شما ممکنه قابلیت جاگذاری حافظه‌های مختلفی رو داشته باشه مثل M.2 3.5 M.2 2.5 و یا HDD 3.5

برای نصب هر کدام از انواع حافظه کافیه هارد رو در محفظه مخصوص خودش قرار بدین و محکم کنین (به وسیله پیچ یا قلاب) و بعد با کابل SATA به قسمت مخصوصش در مادربرد وصل کنین.

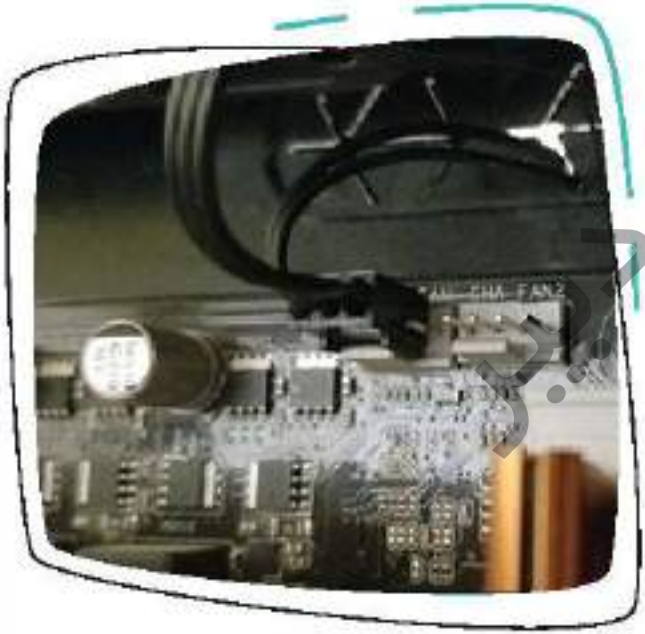
نکته

- ۱) اگه مادربرد شما هم پورت SATA2 و هم SATA3 دانت بهره هارد رو به SATA3 متصل کنین تا سرعت بیشتری داشته باشه.
- ۲) استفاده از حافظه‌های یک پارچه مثل SSD ها برای نصب و بندوز سرعت سیستم شما رو به شدت بالا میره.
- ۳) حتیاً سعی کنین هارد رو به صورت افقی نصب کنین تا وزن به صورت یکنواخت تقسیم بشه و خراب نشه.

نصب فن کیس

فن کیس به چیزی شبیه پنکه‌ست که محیط داخلی کیس رو خنک میکنه تا قطعات داغ نکنن و خراب نشن. نصب کردنش هم خیلی آسونه!

فن معمولا در قسمت پشت کیس وصل میشه. کافیه فن رو روی سوراخ‌های پشت کیس تراز کنین و بعد پیچ‌ها رو سفت کنین. آخر سر هم باید سوکت مربوط به برق فن رو به منبع تغذیه وصل کنین تا بعد که کامپیوتر رو به برق زدین کار کنه!



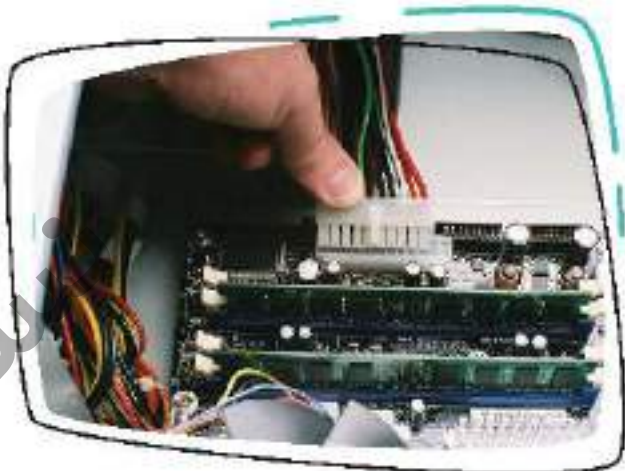
نصب پاور

پاور برای کامپیوتر مثل نون شب میمونه! چون بدون پاور کامپیوتر عملاً نمیتونه از برق استفاده کنه و هیچ کاری انجام نمیده! نصب پاور جزو مراحل پایانی کاره، قبل از هر چیزی مطمئن بشین که پاور شما به برق وصل نیس! در بالا یا پایین پشت کیس به محل بزرگ برای قرار گیری پاور وجود داره. پاور رو اونجا بذارین و پیچ‌هاش رو ببندین!



از داخل پاور سیم‌های زیادی بیرون آمده که باید به قطعات مختلف وصلشون کتین.

۱) اول از همه سوکت بزرگی رو که از چند سیم تشکیل شده (۲۴پین) به مادربرد وصل کنین.
برای این کار اهرم پلاستیکی رو فشار بدین تا زیانه سوکت در جای خودش کپ بشه.



۲) پورت کنار درگاه CPU هم برای برق رسانی به CPU هست. با یکم فشار نصبش کنین.



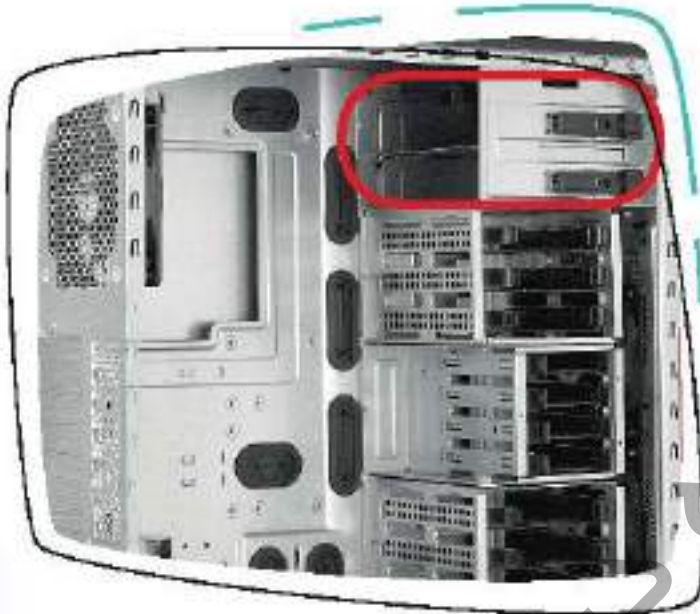
۳) حالا پورت‌های ۶ یا ۸ پینی رو در کنار اسلات‌های PCI برای رساندن برق به کارت گرافیک (یا بقیه کارت‌های مشابه) متصل کنین.



۴) هاردها و درایوهای نوری هم مشتری‌های بعدی برای برق‌رسانی هستن.



نکته امروزه بیشتر کابل‌های برق پاور کیس از نوع ساتاست. آگه هارد یا درایو نوری تون قدیمه باید از کابل مولکس برای تبدیل و اتسالتون به پاور استفاده کنین.



نصب درایو نوری

درایو نوری یا همون DVD-RW خودمون هم قطعه هستش که توی بعضی کیس‌ها وجود داره.

اگه پادتون باشه همون اول درپوش درایو نوری رو برداشته بودیم، حالا برای نصبش کافیه درایو نوری رو از قسمت جلوی کیس به آرامی وارد قفسه یا محفظه ۵/۲۵ اینچی کنیم به طوری که به گوشه‌های درایو آمیبی وارد نشه و جوری تنظیم شه که هیچ‌ها دقیقاً روی شیارهای محفظه قرار بگیرن. حالا یا به پیچ گوشته‌ی چهارسو پیچ‌های محفظه رو محکم ببندین. حالا یا کابل اون رو به پورت SATA2 پاور متصل کنین.

یادآوری 

به بار دیگه همه اتصالات رو چک کنین و مطمئن بشین سر کسی بی‌کلاه تمونده باشه! به علاوه مواظب باشین چیزی از ابزارتون توی کیس جا نمونه!

قدم آخر: آماده برای حرکت!

وقتی مطمئن شدید که همه چیز مرتبه می‌توین در کیس رو ببندید و بیج‌هاش رو سفت کنین، حالا کیس رو به برق بزنین و اگه همه چی درست باشه کامپیوتر شما آماده استفاده‌ست!

نکته

در حین روشن بودن کامپیوتر به هیچ وجه به قطعاتش دست نزنین! اگه نیاز بود دوباره کامپیوتر رو از برق بکشین و بعد کیس رو باز کنین.

نکته

حواستون باشه که حداقل تا فضای ۱ سانتی‌متری پشت کیس نباید هیچ مانعی وجود داشته باشه تا جریان هوا برقرار بشه.

نسخه دبیر



فصل ۲
عیب‌یابی



خیلی وقتاً ممکنه موقع کار با کامپیوتر با مشکلات مختلفی مواجه بشین که ندونین از کجاست و دلیلش چیه، ممکنه منشأ خیلی از این مشکلات به سخت‌افزار کامپیوتر مربوط باشه. ولی حالا که کار کردن یا سخت‌افزار کامپیوتر رو یاد گرفتین دیگه نگران نباشین! از این به بعد خیلی از این مشکلات رو می‌تونین خودتون به سادگی حل کنین!



ویندوزم یهو قفل میکنه یا بالا نیارم!



مشکل میتونه از رم کامپیوتر باشه! اما نگران نباشین، به راحتی میتونین رم آسیب دیده رو از روی مادربرد جدا و از کارلتیش برای تعمیر یا تعویضش استفاده کنین. و بعد دوباره اون رو همونطوری که تو فصل اول توضیح دادیم جا بزنید. فقط حواستون باشه همه این تعویض‌ها رو وقتی کامپیوتر به برق وصل نیست میتونین انجام بدین.



نرم افزارها درست نصب تریشن و فایل‌های سنگینم هنگ میکنن!



احتمالاً مشکل از هارد دیسک و حافظه کامپیوتر باشه. میتونین خیلی ساده وقتی کامپیوتر رو از برق جدا کردین کیس رو باز کنین و هارد دیسک رو از توی محفظه‌اش دربیارین و تعویضش کنین. گاهی وقت‌ها هم خود کامپیوتر به شما ارور خطای هارد می‌ده تا بهتون بگه بابا هارد من به چیزیش هست!



کامپیوترم تصویر و رنگها رو در هم و برهم نشون میده و وسط نمایش فیلمها توقف میکنه!



همه چی زیر سر کارت گرافیکه که مسئول نمایش تصویر در کامپیوتره و جاش هم رو مادربرده! فقط برای این که مطمئن بشین کارت گرافیک خرابه یا نه بهتره به بار رو به سیستم دیگه هم تستش کنین. اگه اولجا هم همین مشکل رو پیدا کرد باید به فکر به کارت گرافیک دیگه باشین.

بلید صد بار دکمه‌اش رو بزنم تا آخرش با کلی سر و صدا روشن شه!



اگه موقع روشن شدن صدای نویز مانندی رو از پاور کامپیوتر شنیدین مشکلتش رو به هیچ وجه دمت کم نگیرین! پاور قطعه مهمی از کامپیوتره و هر چقدر اون رو با کیفیت‌تر و قوی‌تر انتخاب کنین به نفع‌تونه. اگه این مشکلات براتون پیش اومد احتمالاً باید به فکر به پاور با منبع تغذیه جدید برای کیس تون باشین.



مرگ مرگ‌ری کرده کاملاً!



اگه سی پی یو شما دچار مشکل شده باشه تقریباً هیچ استفاده‌ای نمیتونین از سیستم‌تون بکنین! کامپیوتر بعد از زدن دکمه روشن خیلی سخت روشن میشه و گاهی وقتا هیچ علائم حیاتی نشون نمیده! یا روشن میشه و بلافاصله دوباره خاموش میشه. یا روشن میشه ولی تصویر هنگ میکنه. گاهی وقتا حتی به صدای بووووق از کامپیوتر بلند میشه یا ارور مرگ (BSOD) روی صفحه آبی ظاهر میشه که معنی همطاس اینه: به داد سی پی یو من برسین!





فصل ۳
مراقبت و نگهداری



همیشه گفتن و چقدر هم راست گفتن که پیشگیری بهتر از درمان!

این مسئله تو سلامت بدن که جای خود داره و خیلی خیلی هم مهمه (اگه یادتون باشه آخر کتاب یک هم به گریزی به حفظ سلامت توی این عصر دیجیتال زده بودیم).

اما حتی تو بحث کامپیوتر هم مراقبت کردن ارزش خیلی راحت تر و به صرفه تر از تعمیر کردن یا تعویض کردن اونها! تازه اعصاب خرد کنی کمتری هم از این که دم به دقیقه خراب بشه داره. پس توی این فصل میخوایم با هم چند تا نکته رو یاد بگیریم که باعث میشن قطعات کامپیوتر ما بیشتر عمر کنن و کمتر خراب بشن و همینطور نرم افزار هامون هم بهتر کار کنن.

البته این رو هم بگیریم که بالاخره هر قطعه و کامپیوتری به عمری داره و هر چقدر هم که مراقبتش باشیم بعد اون عمر باید بازنشسته بشه. ولی حداقل مراقبت کردن باعث میشه در دوران عمر مفیدش کمتر اذیتمون کنه!

گرمعه!

جالیه که بدونید کامپیوترها به شدت موجودات گرمایی هستن و به تهویه هوای دائمی نیاز دارن. آگه به هر دلیلی زیادی گرم بشن یا هوای کافی بهشون نرسه باعث میشه کندتر عمل کنن یا عمر باتری شون کم بشه. به همین منظور همه کامپیوترها (چه لپتاپ و چه پی سی) یه فن تهویه هوا دارن که معمولاً در پشت کیس و زیر لپتاپه. اما باید مواظب باشیم که راه رسیدن هوا بهشون رو مسدود نکنیم:

- ★ گذاشتن کیس زیر میز و کنار دیوار باعث میشه هوای کافی جهش نرسه و تئونه هوای گرم داخل خودش رو خارج کنه.
- ★ گذاشتن لپتاپ روی یه سطح نرم مثل بالش یا یه میثونه این دریچه ها رو مسدود کنه و باعث بشه لپتاپتون زیادی داغ کنه.
- ★ قرار گرفتن در معرض نور مستقیم آفتاب یا گرمای شدید وسایل گرمایشی هم میتونه برای سیستمتون ضرر داشته باشه.



راه نفس تنگ شده

یکی دیگه از عواملی که میتونه باعث شه هوای کافی برای تهویه به کامپیوتر نرسه گرد و غبارها لپ‌تاپ‌ها به گرد و غبار حساس‌ترین و تا روی فرش یا سطح پُرزدار می‌زایندشون سریع انواع گرد و غبار رو به خودشون جذب می‌کنن. برای این‌که مشکلی ایجاد نشه هر چند وقت یه بار چک کنین که دریچه‌های هوایی کامپیوترتون مسدود نشده باشه. بهتره که هر چند وقت یه بار کامپیوترتون رو باز کنین و با استفاده از یه اسپری هوای فشرده و یه قلمو داخلش رو از گرد و غبار پاک کنین.



سفتش کن!

شاید اولین چیزی که وقتی کامپیوترمون درست کار نمی‌کنه به ذهنمون میرسه سفت کردن کابل‌هاشه که اتفاقاً در خیلی از مواقع واقعا مشکل رو حل میکنه مخصوصاً اگه کابل‌های مهمی مثل پاور شل شده باشن.

برق پرنوسان!

نوسانات برق می‌تونه مشکلات زیادی رو برای کامپیوتر به وجود بیاره، از پاک شدن بخشی از داده‌ها بگیرین تا سوختن مادربرد! مسئله هم اینه که ما نمیتونیم نوسانات رو پیش‌بینی کنیم گاهی وقتا یه رعد و برق یا یه وسیله برقی یرمصرف می‌تونه تو جریان برق خونه نوسان ایجاد کنه. بهترین راه برای حل این مشکل استفاده از یه دستگاه محافظ خروجیه که می‌تونه خیال شما رو از سالم موندن وسایل برقی تون از جمله کامپیوتر راحت کنه.

افراط و تفریط!

بعضی‌ها دائماً لب تاپشون رو توی شارژ نگه میدارن. این کار برای باتری مثل سم میمونه! وقتی شارژتون کامل شد شارژر رو از برق خارج کنین و بنارین باتری دوباره خالی بشه. اما مراقب باشین! نذارین به درصد خیلی پایینی از شارژ باتری برسه چون این هم بهش آسیب میزنه. سعی کنین کوتاه کوتاه ولی مکرر باتری رو شارژ کنین.

خشونت!

واضحه که هر ضربه یا افتادنی میتونه باعث خرابی و آسیب‌های جدی به کامپیوترتون بشه و اونو از کار بندازه. سعی کنین حتما حمل و نقل لب تاپ رو با کیف‌های دارای محافظ یا ضربه گیر انجام بدین. وقتی لب تاپ رو به شارژ زدن حتما دقت کنین که پاتون به سیمش گیر نکنه که باعث افتادن لب تاپ بشه.

یکی دیگه از اتفاقات ودشتاک ریختن مایعات روی لب تاپ و کامپیوتره!

اگه مایع کم و سطحی بود سعی کنین قبل از این‌که به درون کامپیوتر نفوذ کنه خیلی سریع با استفاده از یه دستمال خشکش کنین. اما اگه مایع زیادی روی لب تاپ ریخت سریع تمام پورته‌ها و خصوصاً شارژر رو ازش جدا کنین و باتری لب تاپ رو خارج کنین و لب تاپ رو برگردونین و به صورت عدد ۸ روی یه سطح صاف قرار بدین تا آب ازش خارج بشه.

میتونین از مشوار سرد هم برای خشک کردن آب استفاده کنین. (دقت کنین که مشوار داغ میتونه به سیستم تون آسیب برسونه!) قرار دادن دو سه روزه قطعاتی که خیس شدن تو محیطی که هوا بهشون نرسه مثلاً گونی برنج هم میتونه باعث بشه که آسیب کمتری بینن.

حالا که تا این‌جا اومدین به چند تا نکته نرم‌افزاری هم از ما داشته‌باشین که برای مراقبت از کامپیوتر لازمه و میتونه کاری کنه که سیستم تون مثل روز اول کار کنه!

جدیدم کن!

به روزرسانی سیستم عامل، مرورگر و برنامه‌هاتون رو جدی بگیرین! این کار هم باعث میشه سرعت سیستمون بالا بره هم هنگیش کمتر بشه و هم در مقابل ویروس‌ها نفوذناپذیر بشه!

سبک‌بار باش

اپلیکیشن‌ها و فایل‌هایی رو که استفاده نمیکنین هر چند وقت به بار از روی حافظه سیستم تون پاک کنین تا سرعتش بالاتر بره و زود حافظه‌اش پر نشه چون کامپیوتر برای این‌که درست و سریع کار کنه به ۱۵ تا ۲۵ درصد فضای خالی در هارد دیسکش نیاز داره.





آنتی ویروس

ویروس‌ها می‌توانن دلیل خیلی از مشکلات کامپیوتری شما باشن بنابراین نصب به آنتی ویروس به روز از واجب‌ترین کارهاست!

تنظیمات مرورگر

مرورگرها در هنگام نصب همراه با خودشون کلی Toolbar راه اندازی میکنند که ممکنه خیلیاشون برای شما کاربردی نباشه و فقط حجم اینترنتتون

رو مصرف کنه و از سرعت مرورگر کم کنه. برای رهایی از این دردسر هر چند وقت به بار میتونین نول بارهای مرورگرتون رو چک کنین و قسمت‌های اضافیش رو حذف کنین یا اگه لازم شد مرورگر رو دوباره نصب کنین.



جان به لب نکردن

بعضی از کامپیوترها تا روشن بشن و بالا بیان جون آدم رو به لب میرسونن. برای این‌که سرعت این کار بیشتر بشه کافیه به بخش Startup ویندوز برین و برنامه‌هایی رو که موقع روشن کردن کامپیوتر به صورت پس زمینه راه اندازی میشن ببینین. کم کردن تعداد این برنامه‌ها به سرعت بالا اومدن سیستم خیلی کمک میکنه!



IT

نسخه جدید

تمرین بخش اول (سخت افزار)

حالا که هم با قطعات به سیستم آشنا شدید و هم تو این فصل یاد گرفتید چطور این قطعات کنار هم قرار بدید و به کیس خوب ببندید ازتون می‌خوایم فرض کنید می‌خواهین به سیستم خوب برای خودتون که کارهای گرافیکی انجام می‌دید اسمبل کنید. تو جدول زیر مدل مناسب هر قطعه رو پیشنهاد بدید و مهمترین نکته‌هایی که باید موقع نصب اون حواستون باشه تا رعایت کنید رو بنویسید.

نکات نصب	مدل پیشنهادی	قطعه
		کیس کامپیوتر
		پردازنده (CPU)
		فن پردازنده
		حافظه RAM
		منبع تغذیه POWER
		مادربرد
		کارت گرافیک
		درایو نوری
		کابل‌های SATA
		فن کیس
		هارد دیسک
		پیچ و مهره‌های کیس و درایو

بخش دوم

نرم افزار



سلام فتوشاپ!

برای انسان قرن ۲۱ دیگه دیدن تصاویر دیجیتال چیز غریب و ناآشنایی نیست. ما هر روز بارها و بارها این تصاویر رو می‌بینیم، روی پوسترها، تابلوها، اینترنت، فضای مجازی، تلویزیون و با حتی به عکس ساده سه در چهار! این عکس‌ها جزئی از زندگی ما شدن و برای اکثر کارها بهشون نیاز داریم تا جایی که حتی دوربین اکثر گوشی‌های دیجیتال ابزارهای محدودی برای ویرایش عکس رو هم روی خودشون دارن. برای همین هم آگه بخوایم تبدیل به به تولید کننده فعال بشیم و محتوای مورد نظر خودمون رو تولید کنیم نیاز داریم که کار با ابزارش رو بلد باشیم. یکی از پایه‌ای‌ترین و به درد بخورترین ابزار برای ویرایش عکس‌ها فتوشاپه!

توی بخش نرم افزار این کتاب فراره با این نرم افزار کاربردی بیشتر آشنا بشیم و امیدواریم که در پایان سال بتونیم کلی با دیدن مهارت‌هایی که در کارها فتوشاپ بدست آوردیم کیف کنیم!

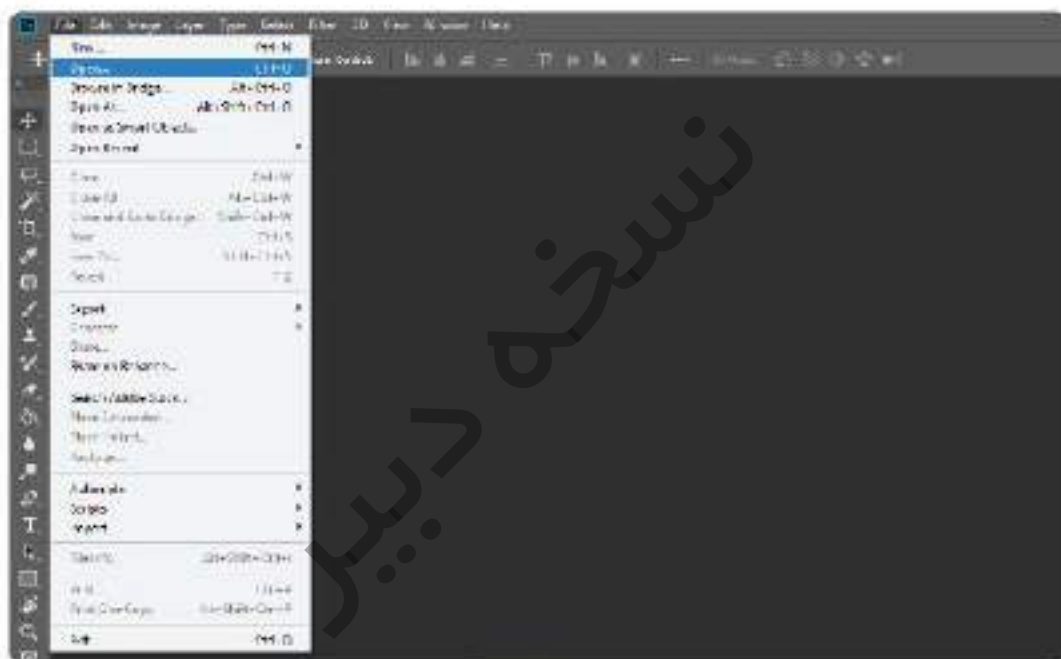
حالا بریم که به ذره بیشتر محیط فتوشاپ رو بشناسیم!

(فتوشاپ مورد بحث در این کتاب نسخه‌های مربوط به سال ۲۰۱۹ به بعد هستند.)



آشنایی اولیه با محیط فتوشاپ

هنگامی که فتوشاپ رو باز میکنی اولین گزینه‌ای که در نوار ابزار بالا میبینی منوی **file** هست. (تصویر ۱-۱)



تصویر ۱-۱

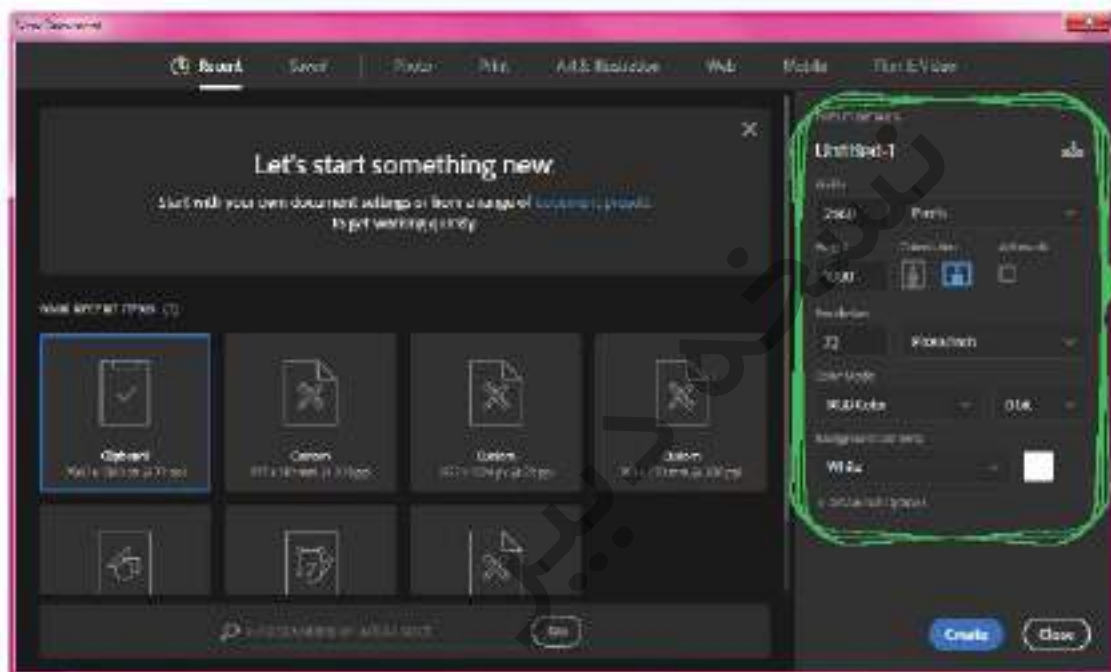
در این منو دو گزینه مهم **new** و **open** رو مشاهده میکنی.

با زدن گزینه نیو فتوشاپ برای شما یک صفحه خالی جدید باز می‌کند. (تصویر ۱-۲)



تصویر ۲ - ۱

برای این کار به پنجره براتون باز میشه که مشخصات صفحه جدید رو می‌تونین داخلش تعیین کنین. بالای این پنجره میتونین با توجه به جایی که می‌خواین تصویر رو استفاده کنین، مثلاً صفحات وب، موبایل، پرینت گرفتن یا ... سایزها و ابعاد پیشنهادی رو ببینین و مناسب‌ترینش رو انتخاب کنین. (تصویر ۱-۳)



در سمت راست این پنجره پتلی رو مشاهده میکنیم که میتونیم تنظیمات صفحه جدیدتون رو داخلش عوض کنین. تنظیماتی مثل ابعاد صفحه به همراه واحدش، رزولوشن تصویر، رنگش و ...

تصویر ۱-۳

با گزینه اوپن میتونین به تصویری رو که از قبل داشتن توی فتوشاپ باز کنین

بعد از باز کردن صفحه جدید وارد فضای اصلی نرم افزار می‌شین. (تصویر ۲-۱) این قضا که در اصل میز کار شماست تمام ابزارهای مورد نیاز رو توی خودش جا داده؛ در نوار سمت چپ شما به تمامی ابزارهای خودتون دسترسی دارید و در بخش سمت راست می‌تونین لایه‌های مختلف تصویر یا پالت‌های رنگی و بعضی پنل‌های دیگه رو مشاهده کنین.

☆ شما در گزینه سمت راست بالای پنل‌ها می‌تونین با توجه به استفاده خودتون چینش میزکار رو تغییر بدین. (تصویر ۲-۴)



تصویر ۲-۴ - ۱

☆☆ برای داشتن اطلاعات مختلف راجع به تصویر خودتون می‌تونید از پایین صفحه اطلاعات مورد نظر رو به دست بیارید.

قلم یکی از مهمترین ابزارهای فتوشاپه که کاربردهای زیادی در قسمت‌های مختلف داره و می‌تونین باهش روی تصویر یکشین



با انتخاب آیکون قلم، در بالای میز کار نوار مربوط به آن باز میشه و میتونین تنظیمات بیشتر این ابزار رو اونجا ببینین.



در اولین قسمت شما می‌تونید اندازه و نوع قلم و شدت رنگ اون رو تنظیم کنین. از قسمت پالت رنگ هم می‌تونین رنگ قلم مورد نظر خودتون رو انتخاب کنین.



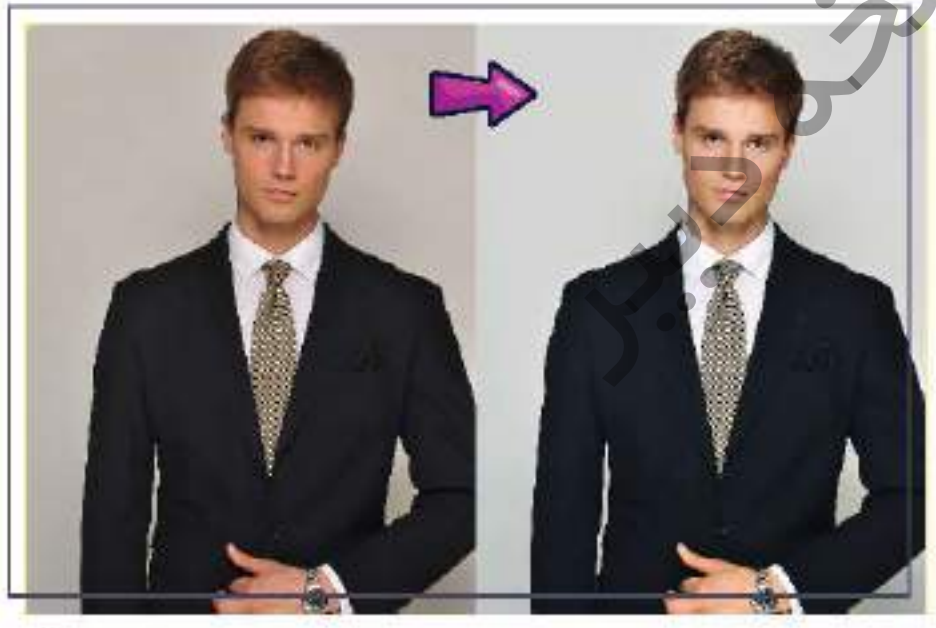
در قسمت‌های دیگه شما می‌تونید مواردی مثل نوع قلم، زاویه سر قلم، اسپری رنگ یا حالت قرینه کشیدن رو تغییر بدین. تو قسمت‌های بعد با بقیه ابزارهای مهم فتوشاپ هم به مرور آشنا می‌شین پس با ما همراه باشین.

فصل ۱

روتوش به سبک فتوشاپ



شاید تا حالا براتون پیش اومده باشه که به عکس خوشگلی گرفتین اما به دفعه یه چیزی توی عکس می‌بینین که حسابی توی ذوقتون میخوره! مثلاً از غروب آفتاب تو به ساحل قشنگ و آروم عکس گرفتین اما زباله‌های رها شده توی ساحل منظره‌تون رو خراب کرده! یا مثلاً به عکس پرتره گرفتین و میخواین جوش‌ها، چین و چروک‌ها یا گودی‌های زیر چشم رو از بین ببرین و قشنگ‌ترش کنین توی این شرایط بهترین کاری که می‌تونین بکنین روتوش کردنه!



برای روتوش کردن توی فتوشاپ ابزار مختلفی وجود داره؛ که توی این فصل می‌خوایم یکی یکی باهاشون آشنا بشیم!



مهر (clone stamp tool)

یکی از ابزارهای مهم فوتوشاپ برای روتوش ابزار مهره

با ابزار مهر می‌تونیم به ناحیه از تصویرتون رو انتخاب کنیم و از روی ناحیه به مهر تهیه کنیم بعد این مهر رو روی هر جای دیگه‌ای از تصویر که دوست داشتین بزنیم و اونجا رو شبیه به ناحیه انتخابی‌تون کنیم. این طوری نواقص تصویرتون حذف میشن و به شکل دلخواه درمیان برای این کار کافیه این مراحل رو طی کنیم:

- ۱) گزینه مهر ساده (normal) رو از نوار ابزار انتخاب کنیم.
- ۲) تو تنظیماتی که درباره این ابزار معمولاً در نوار بالای صفحه بهتون نمایش داده میشه اندازه (size) مهرتون رو انتخاب کنیم. دقت کنیم که این گزینه مشخص میکنه چه مساحتی از تصویرتون به عنوان مهر انتخاب بشه.
- ۳) ماوس‌تون رو بر روی اون قسمتی که می‌خواین به عنوان مهر انتخاب کنیم قرار بدیم و کلید ALT رو بزنیم.
- ۴) حالا روی هر جای تصویر که می‌خواین ماوس‌تون رو نگه داریم و بکشیم. می‌بینیم که تصویری که با کلید ALT انتخاب کرده بودیم با کشیدن ماوس‌تون روی اون قسمت ظاهر میشه.
- ۵) برای این که قسمت جدیدی رو به عنوان مهر استفاده کنیم کافیه نشانگر ماوس‌تون رو روی به ناحیه جدید قرار بدیم و ALT رو بزنیم.

★ اگر تیک گزینه "Aligned" رو فعال کنیم هر بار که ماوس رو رها کنیم و دوباره بکشیم تصویر مهر رو براتون از اول شروع می‌کنه اما اگر غیرفعال باشه همون مهر قبلی رو ادامه میده.

★ اون علامت مثبتی که روی صفحه حرکت میکنه به شما نشون میده که الان مهرتون داره کجا رو براتون کپی میکنه!

یه گزینه دیگه‌ای هم هست به نام (pattern stamp tool) که حالت دوم مهره و توی اون یه سری الگوهای به صورت پیش فرض وجود داره که می‌تونید انتخابشون کنیم و با کشیدن ماوس اون‌ها رو روی تصویرتون بکشیم.

یا حتی میتونین خودتون اون الگو (pattem) رو از یه ناحیه تصویرتون انتخاب کنین و رو یه ناحیه دیگه بکشین.



برای این کار کافیه این مراحل رو انجام بدین:

۱) با ابزار سلکت ناحیه‌ای رو که می‌خواین تبدیل به مهر کنین رو انتخاب کنین.

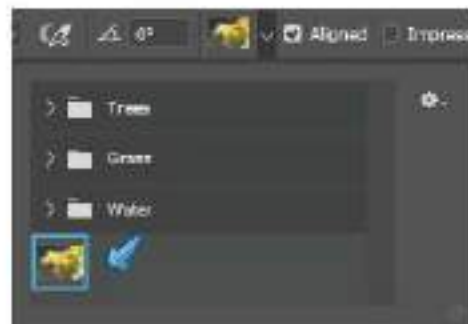
۲) از داخل نوار ابزار بالای صفحه گزینه Edit و سپس Define pattern رو انتخاب کنین.

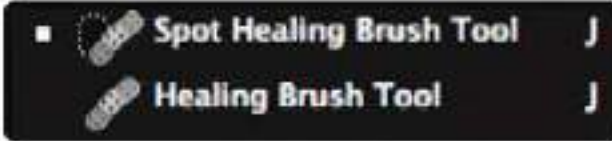
۳) بعد باید برای این الگوی جدید یه نام انتخاب کنین.

۴) حالا وقتی مجدداً وارد ابزار مهر بشین و pattern stamp tool رو انتخاب کنین میتونین از منوی بالای صفحه به جای

الگوهای پیش فرض الگوی خودتون رو بیینین و انتخاب کنین.

۵) حالا فقط کافیه ماوس رو نگه دارین و بکشین!





چسب زخم (Healing Brush Tool)

دیدین که با ابزار مهر همیشه عیناً به بخش از تصویر روی بخش دیگه کشید اما گاهی از اوقات مثل وقتی که دارین پوست صورت رو روتوش میکنین ممکنه روشنی و تیرگی بخشی که از مهر رو میگیرین با بخشی که میخواین روی اون مهر رو استفاده کنین یکی نباشه و اصطلاحاً توی ذوق بزنه!

اما نگران نباشین چون فتوشاپ برای این مشکل هم یه فکر هوشمندانه کرده و ابزاری رو طراحی کرده به نام چسب زخم که کارکردش دقیقاً مثل مهر میمونه اما با این تفاوت که خودش به کمک هوش مصنوعی تیرگی و روشنی بخش انتخاب شده رو با بخشی که قراره روتوش بشه هماهنگ میکنه!

مثلاً آگه شما بخواین با یافت اون قسمتی از پوست که زیر آفتاب اون قسمتی رو که داخل سایه ست روتوش کنین، فتوشاپ اون بافت رو میگیره، رنگش رو تیرهتر میکنه و براتون رو قسمتی که میخواین میکشید

مراحل کار هم مثل قبله:

۱. فشردن کلید ALT و انتخاب ناحیه مورد نظر

۲. گرفتن و فشردن ماوس روی قسمت‌هایی که نیاز به روتوش دارند!

جالب بود نه؟ اما کار به همین جا هم ختم نمیشه!

«Spot Healing Brush» این ابزار مخصوص خسته‌هاست! چون دیگه همه کار رو خود فتوشاپ انجام میده! فقط کافیست شما یه ناحیه رو مشخص کنین و یگین این‌جا رو روتوش کن! اون هم میگه بله قربان و با هوش مصنوعیش از یه ناحیه دیگه تصویر به مهر انتخاب میکنه و اونجا رو درست میکنه!

★ برای این‌که روتوش خودکار با دقت بیشتری انجام بشه سعی کنین ناحیه‌هاتون رو کوچیک کوچیک انتخاب کنین!

وصله پینه (Patch Tool)

Patch Tool

یه ابزار بامزه دیگه برای روتوش کردن ابزار وصله پینه است که براتون یه قسمت از تصویر رو با قسمت دیگه جایگزین میکنه. برای اینکار کافیه مراحل زیر رو انجام بدین:

(۱) رو ابزار Patch Tool کلیک کنین.

(۲) ناحیه خراب تصویر رو با کمک ماوس تون انتخاب کنین.

(۳) اون رو بگیرین و روی یه قسمت سالم از تصویرتون بیرین و ماوس رو رها کنین.

(۴) میبینین که ناحیه خراب انتخاب شده با ناحیه سالم پر شد.

اگه در این ابزار حالت «source» رو در نوار بالا انتخاب کنین بهتون نشون میده که اگه ناحیه خراب انتخابی تون با هر قسمتی که ماوس تون رو روش بردین پر بشه تصویر چه شکلی میشه و میتونین که تصمیم بگیرین که اون ناحیه رو با کدوم قسمت پر کنین.

Content-Aware Move Tool

ابزار جابه‌جایی (Content Aware Move Tool)

با این ابزار میتونین یه ناحیه رو انتخاب کنین. بعد مثل ابزار وصله پینه اون رو بگیرین و به یه ناحیه منتقل کنین و این طوری اجسام رو روی تصویر جابه‌جا کنین.

یا این‌که میتونین یه ناحیه رو انتخاب کنین و دکمه دلبلیت رو بزنین و Content-Aware رو انتخاب کنین تا فتوشاپ خودش اون قسمت رو براتون به شکلی که به تصویر آسیب نرسه پاک کنه.

Red Eye Tool

راهکار چشم قرمز (Red Eye Tool)

با این ابزار می‌تونین چشم‌ها رو که نور دوربین داخلش افتاده و به رنگ قرمز توی عکس افتاده انتخاب کنین و فتوشاپ خودش اون‌ها رو براتون به رنگ مشکی در میاره.

محو و واضح

گاهی وقت‌ها لازم میشه که یه قسمتی از تصویر رو محو‌تر یا واضح‌تر از سایر قسمت‌ها بکنیم. این کار به جلب توجه بیشتر به سوزنه اصلی کمک زیادی میکنه.



Blur Tool

★ برای محو‌سازی تصویر از ابزاری به نام **Blur Tool** استفاده میکنیم. کافیه روی اون

کلیک کنین و بعد ماوس تون رو نگه داشته و روی هر قسمتی از تصویر که میخواید محو‌تر بشه بکشین.

از منوی بالای صفحه بخش **strength** میتونین شدت محو‌سازی و از بخش **Mode** مدتش رو انتخاب کنین مثلاً این‌که قسمت‌های محو‌شده به سایه تیره‌تر (**Darken**) یا روشن‌تر (**lighten**) داشته باشن یا به صورت معمولی باشن (**Normal**) (میتونین مدل‌های دیگه اش رو هم خودتون امتحان کنین!)

نکته

سعی کنین از این ابزار برای رونوش تصاویر استفاده نکنین چون به حالت محو بی‌کیفیتی میشه.



Sharpen Tool

★ برای واضح‌تر کردن یه بخش از تصویر میتونین از ابزار **Sharpen Tool** استفاده کنین

که دقیقاً برعکس **Blur Tool** عمل میکنه و برای عکس‌هایی که یکنواختی ناراضحین خوبه.

تو خیلی از گوشه‌های هوشمند این قابلیت به صورت خودکار وجود داره و تصاویر رو واضح‌تر میکنه.

نکته

رو قسمت‌های واضح تصویر زیاد این ابزار رو نکشین چون تصویر رو به جورایی غیر طبیعی و بیکیفیتی میکنه.

رنگ‌ها در هم (Smudge Tool)

Smudge Tool

شاید تا حالا شده باشه که به یه نقاشی خشک نشده دست زده باشین و رنگ‌ها رو پخش کرده باشین. این قابلیت توی فتوشاپ هم وجود داره و حتی در مواقعی برای روتوش به قسمت استفاده میشه چون به تصویر به حالت محوی میده. اسم این ابزار Smudge Tool هست و علامتش دقیقاً مثل یه انگشته که آماده است رنگ‌های تازه به نقاشی رو با همدیگه قاطی کنه! کافیه این ابزار رو انتخاب کنین و با گرفتن و کشیدن ماوس رنگ‌هاتون رو توی هم بیهرین!

تیره و روشن

ممکنه نیاز بشه که یه بخشی از تصویر رو تیره‌تر یا روشن‌تر از حالت عادی بکنین. برای روشن کردن تصویر بهترین ابزار Dodge Tool هست. این ابزار خودش سه حالت (Range) داره:

★ **Shadow**: که فقط قسمت‌های تیره تصویر رو براتون روشن‌تر می‌کنه.

★ **Midtones**: که قسمت‌هایی که نه تیره‌اند و نه روشن رو روشن‌تر می‌کنه.

★ **Highlights**: که قسمت‌های روشن تصویر رو هم رو روشن‌تر می‌کنه.

با ابزار **Burn Tool** میتونین تصویر رو تیره‌تر کنین. از این ابزار برای برنزه کردن لبخون دادن پوست یا مصارقی از این دست استفاده می‌شه. که باز خودش همون سه حالت بالا رو داره:

★ **Shadow**: که فقط قسمت‌های تیره تصویر رو تیره‌تر می‌کنه.

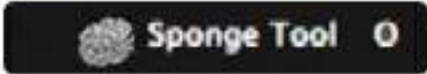
★ **Midtones**: که قسمت‌هایی که نه تیره‌اند و نه روشن رو تیره‌تر می‌کنه.

★ **Highlights**: حتی قسمت‌های روشن تصویر رو هم تیره می‌کنه.

Dodge Tool

Burn Tool

ابزار سومی هم هست که دقیقاً کارکردش مثل وقتی میمونه که با مدادرنگی نقاشی می‌کردیم و بعد یا به دستمال روی رنگ‌ها می‌کشیدیم تا پخش و یکتواخت بشن. این ابزار که شبیه به اسفنجج Sponge Tool نام داره و برای یک نواخت کردن رنگ‌های تصویر استفاده میشه و دو حالت داره:



★ **Saturate**: که رنگ همه قسمت‌های تصویر رو به شکلی که یکتواخت‌تر بشن تیره‌تر میکنه.

★ **Desaturate**: که رنگ همه قسمت‌ها رو به طوری که یکتواخت‌تر بشن روشن‌تر میکنه.



Go-Travels.com



کارنامه اعمال ۱



شاید این حالت تا به حال برای شما هم پیش اومده باشه که مثلاً لوی فتوشاپ یه چیزی رو تغییر دادین اما به نظر تون رسیده همون حالت قبلی بهتر بود و میخواستین به حالت قبل برش گردونین یا اصلاً این که بخولین حالت قبل وبعد تصویر رو با هم مقایسه کنین و ببینین بهتر شده یا نه همه این‌ها با بخشی از فتوشاپ امکان پذیره که بهش میگن پنل حافظه و تک تک کارهایی رو که ما انجام می‌دیم توی خودش ثبت می‌کنه که باعث میشه بتونیم به راحتی به عقب برگردیم و تغییرات رو مقایسه کنیم.

توی این بخش می‌خوایم در مورد تنظیمات پنل حافظه صحبت کنیم.

- ★ ساده‌ترین کار برای برگردوندن کار به حالت قبل و به اصطلاح 'undo کردن زدن کلیدهای **ctrl+z** هست که با هر بار فشردن این کلیدها کار به مرحله به عقب برمی‌گردد.
- ★ و حالا اگه خواستین کارهایی که **undo** کردین رو دوباره برگردونین و 'redo' کتین کلیدهای **shift+ctrl+z** رو بزنین.
- ★ تو نوار ابزار بالا و با زدن کلید **edit** هم می‌تونین گزینه **undo** یا **redo** رو انتخاب کتین.

تاریخچه

- ★ تو نوار ابزار سمت راست گزینه ای به نام 'history' وجود داره که آیکونش سه تا مربع زیر همه که به فلش از مربع پایین به سمت بلایی کشیده شده با زدن اون میتونین تمام کارهایی که تا حالا انجام دادین رو ببینین و به هر مرحله‌ای از کار که خواستین برگردین.
- ★ تعداد مرحله‌ای که تو هیستوری ذخیره و نشون داده میشه قابل تنظیمه برای تغییرش میتونین از مسیر زیر عمل کتین:

Edit > preferences > preferences > History states

هر تعدادی که از این بخش انتخاب کتین تو منوی هیستوری تون قابل نمایش میشه. مثلاً وقتی ۵۰ رو انتخاب میکنین میتونین ۵۰ حالت قبلی رو که به وجود آوردین تو منوی هیستوری ببینین و قبل اون رو دیگه بهترن نشون نمیده.

1. جزئی Undo
3. تاریخ History

2. دوباره انجام دادن redo

نکته

دقت کنید که تعداد حالت‌های ذخیره شده در هیستوری رو به قدر نیازتون انتخاب کنید چون هر چی تعداد بیشتر باشه سریع‌تر رم‌تون پر میشه و دستگاه مجبور میشه از هارد استفاده کنه که کارتون رو کند میکنه.

تو همون منوی هیستوری گزینه‌ای به نام **snap shot** هست که به شکل یه دوربینه، این گزینه برای اینه که بتونین از هر جای کارتون که خواستین یه کپی تهیه کنین و هر وقت که خواستین به همون نقطه برگردین. معمولاً توصیه میشه که وقتی کارتون به یه جای خوبی میرسه به اسنپ شات ازش بگیری و بعد ادامه بدین تا اگه از تغییر بعدی پشیمون شدین بتونین به حالت قبل برگردین.



نکته

اگه هیچ کدام از حالتای هیستوری رو انتخاب نکرده باشین احتمالاً برای انجام دستورات بعدی با پیغام خطا مواجه میشین چون فتوشاپ نمیدونه الان این تغییرات رو روی چه چیزی اعمال کنه.

می‌تونین با ابزاری به نام **History Brush Tool** با کشیدن روی تصویر تغییراتی رو که تا این‌جا روی تصویر اعمال کردید پاک کنید اما دقت کنین این تغییرات مربوط به بعد از لحظه گرفته گرفته شدن اسنپ شاتی که الان روش قرار دارین و تغییرات قبل از اون رو پاک نمی‌کنه.

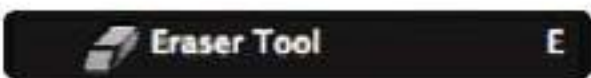
Create Document که آخرین گزینه تو منوی هیستوری هست از فایل شما به هر تعداد که بخواین نسخه جدید باز میکنه تا بتونین با خیال راحت روی هر کدام کاری که می‌خواید رو انجام بدین. مخصوصاً وقتی که می‌خواین چیزی رو از یه تصویر برین و روی خودش جداگانه کار انجام بدین اما تصویر اصلی هم سر جاش بمونه این بهترین گزینه است!



رنگ بازی

توی فتوشاپ ابزارهای زیادی وجود داره که با رنگ سر و کار دارن! توی این بخش میخوایم یکم بیشتر با این ابزار و کاربردشون آشنا بشیم و همین هم یاد بگیریم که با چه روش‌هایی می‌تونیم از ابزار پاک کن استفاده کنیم و تغییراتمون رو پاک کنیم.

ابزار پاک کن

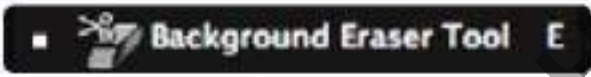


این ابزار چند تا حالت داره:

★ **Eraser Tool**: این ابزار میتونه هر چیزی رو که روش باهاش بکشیم پاک کنه و خودش دو حالت داره

اگه همین طوری باهاش روی تصویر بکشیم مثل یه لاک غلط‌گیر عمل میکنه و یه رد سفید از خودش باقی میذاره.

اگه بعد از انتخاب گزینه پاک کن از نوار ابزار بالا گزینه **Erase to History** رو انتخاب کنیم فقط تغییرات رو پاک میکنه و تصویر رو به حالت ذخیره شده در هیستوری برمیگردونه.



★ **Background Eraser Tool**: با این ابزار میتونیم تصویر پس

زمینه رو پاک کنیم و برای عوض کردن پس زمینه خیلی به درد میخوره. برای انجام این کار باید بعد از انتخاب گزینه پاک کردن

بگذارند، از بالای صفحه گزینه **sampling once** رو انتخاب کنیم. با این گزینه رنگ اولین نقطه‌ای که روش کلیک کنیم به عنوان

رنگ پس زمینه شناخته میشه و بعد با کشیدن ماوس روی صفحه رنگ‌های مشابه اون پاک میشن و خود سوژه باقی میمونه.

اگه گزینه **Background swatch** رو انتخاب کنیم می‌تونیم رنگ مورد نظر رو انتخاب کنیم و یا ککن اون رنگ رو به عنوان پس زمینه شناسایی می‌کنه و پاک می‌کنه.

1. پاک‌کن: Eraser

برعکس این حالت وقتی هست که می‌خواهین مطمئن بشین به رنگی پاک نمیشه برای همین تیک **Protect Foreground color** رو فعال میکنین و در اون صورت رنگی که انتخاب میکنین پاک نمیشه.

نکته

پس این ابزار برای تصاویری که سوزده اصلی رنگی نزدیک به پس زمینه دایره توصیه نمیشه.

**Magic Eraser Tool****E**

★ ابزار **Magic Eraser** میتونه برای شما به رنگ رو که روش در تصویر

کلیک میکنین شناسایی کنه و بعد از برتاسر تصویر اون رنگ رو حذف کنه. اگه گزینه **Contiguous** فعال باشه اون رنگ از برتاسر تصویر و اگه فعال نباشه فقط در دورتاسر محل کلیک شما حذف میشه.

**Color Replacement Tool****B**

جایگزینی رنگ

★ یکی از گزینه‌ها برای جایگزینی به رنگ در تصویر با رنگ دیگه ابزار **Color Replacement Tool** هست که شیوه کارش شبیه به پاک‌کن جادویی می‌مونه و کافیه روی به بخش از تصویر کلیک کنین تا فتوشاپ رنگ اون رو شناسایی کنه و بعد رنگ دیگه‌ای رو انتخاب کنین. حالا با کشیدن ماوس میتونین روی رنگ قبلی رو عوض کنین اون رو با رنگ جدید جایگزین کنین.

★ ابزار دیگه‌ای که برای تغییر رنگ هست ابزار **Paint Bucket Tool** (Paint Bucket Tool) هست که میتونین روش کلیک کنین و بعد با

**Paint Bucket Tool****G**

انتخاب رنگ و کلیک روی هر بخش تصویر، اون رنگ براتون جایگزین میشه اما ممکنه خیلی تمیز و طبیعی از آب در نیاد! می‌تونین از قسمت **mode** انواع حالت‌هاش رو انتخاب کنین و تفاوتشون رو ببینین!



رنگ سازی

Mixer Brush Tool: این ابزار هم میتونه رنگها رو در به ناحیه با هم قاطی کنه و رنگ جدیدی بسازه.



Mixer Brush Tool

B

Art History Brush: این ابزار رنگها رو به حالت محو و درهمی در میاره و با هم قاطی میکنه.



Art History Brush Tool

Y

رنگین کمان

Gradient Tool G

یه ابزار پر کاربرد دیگه ابزار Gradient Tool هست که باهاش میتونیم طیف رنگ‌های مختلفی به وجود بیاریم و برای یه قسمت یا کل تصویر تون ازشون استفاده کنیم. در نوار ابزار بالای صفحه یه سری رنگ‌ها و شکل‌ها به صورت پیش فرض وجود دارن. شما میتونین اون‌ها رو انتخاب کنین یا خودتون ترکیب رنگ جدید بسازین. برای مثال آگه خواستین یه رنگین کمان روی تصویر بکشین پس مراحل زیر رو طی کنین:



۱. ابزار گرادینت رو انتخاب کنین.
۲. از نوار ابزار بالا گزینه Sample size رو بزنین. حالا می‌تونین رنگ گرادینتتون رو انتخاب کنین. (روی هر نقطه از نوار رنگی که کلیک کنین یه قطره چگون ظاهر میشه و بعد می‌تونین براش یه رنگ انتخاب کنین.)
- با دو تا نشانگر بالای نوار رنگی تون میتونین محدوده گرادینت رو که میکشین مشخص کنین که تمام صفحه باشه یا فقط به اندازه یه نوار باریک!
۳. در مرحله بعد شکل رنگین کمانتون رو از نوار بالای صفحه انتخاب میکنین و حالا میتونین با کشیدن ماوس روی صفحه رنگین کمانتون رو ببینین.

نکته: Opacity شدن معنی پررنگ بودن رنگ گرادینت شما رو نشون میده.

1. Gradient: شیب

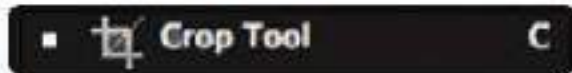
2. Opacity: کم‌رنگ



چسب و قیچی

شاید یکی از ساده و در عین حال مهم‌ترین کارهایی که ما برای ادیت به عکس بهش نیاز پیدا می‌کنیم ابزار برش باشه. ما عکس‌ها رو به دلایل مختلفی برش می‌دیم؛ تغییر دادن ابعادشون، حذف قسمت‌های اضافی، عوض کردن نسبت طول و عرض و ...

از طرف دیگه خیلی لازم می‌شه که ما بخوایم به بخش یا تکه تصویرمون رو از جایی ببریم و به تصویر دیگه اضافه کنیم. توی این بخش می‌خوایم بیشتر با ابزارهایی که مرتبط به این موضوع‌ها هستند آشنا بشیم.

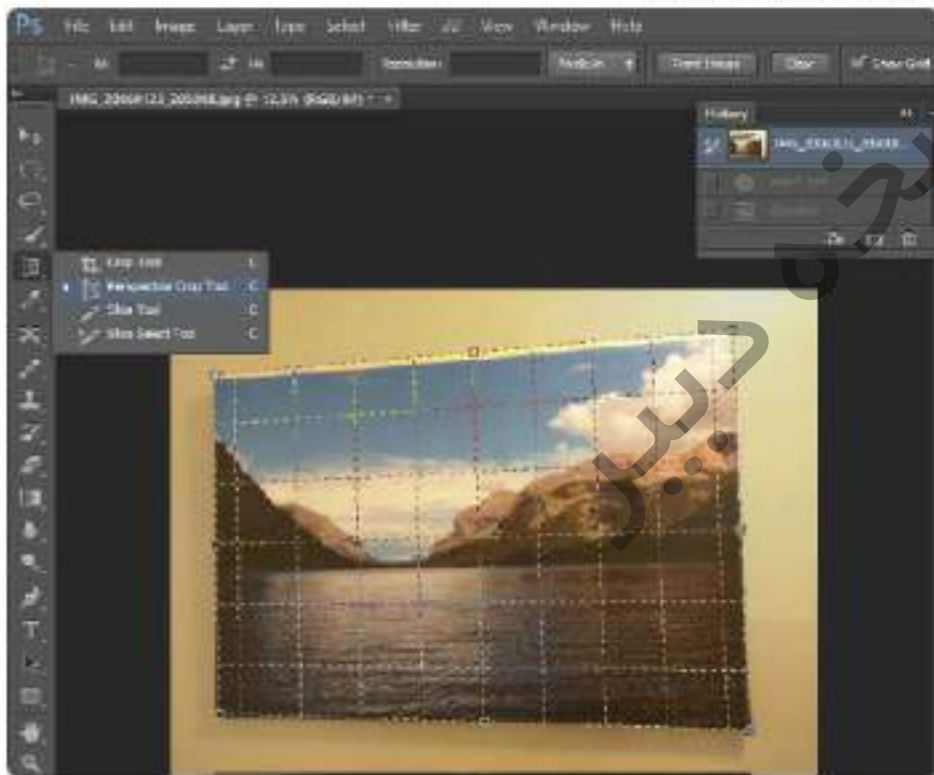


برش (crop)

این ابزار ساده‌ترین وسیله برای برش به تصویره که احتمالاً توی دوربین گوشی‌هاتون هم باهاش مواجه شده باشین. برای استفاده ازش یا میتونین از همون اول روی ابزار Crop Tool کلیک کنین و بعد ابعادش رو تنظیم کنین و یا با ابزار سلکت به بخشی رو انتخاب کنین و بعد روی کراپ کلیک کنین تا همون بخش رو دقیقاً براتون کراپ کنه. با دوبار کلیک روی بخشی که کراپش کردین قسمت‌های اضافی تصویر حذف میشه و فقط همون قسمت انتخاب شده باقی می‌مونه.

تکالیف صافا

احتمالاً پیش اومده باشه که از یه صفحه دفتر یا کتاب عکس گرفتن که برای کسی بفرستین اما اون صفحه دقیق توی کادرتون نیفتاده و کلی حواشی مثل میز و زمین در اطرافش معلومه. در این حالت حتی کراپ کردن هم راه خوبی به نظر نمیرسه چون یا قسمتی از اون صفحه حذف میشه یا قسمتی از چیزهای اطرافش توی عکس باقی می‌مونن.



برای این منظور فتوشاپ ابزاری طراحی کرده به نام **Perspective Crop Tool**.

برای استفاده از این ابزار کافیه چهار گوشه اون کاشغذی ازش عکس گرفتن رو انتخاب کنین و بعد وسط تصویر دبل کلیک کنین تا براتون صاف و تمیز برشش بده.


برای این‌که به شیء یا سوژه رو از توی به تصویر انتخاب کنیم و داخل به تصویر دیگه کیبش کنیم ابزارهای زیادی در فتوشاپ وجود داره اما به سری نکات کلی و مشترک در مورد همه‌شون هست که لازمه همین اول کاری با هم مرورشون کنیم:

- ★ شما از هر ابزاری هم که استفاده کنید در آن واحد فقط می‌تونین به سوژه رو در تصویر انتخاب کنید.
- ★ اما اگه خواستید به ناحیه‌ای که قبلاً انتخاب کردین چیزی اضافه کنید کلید **shift** رو نگه دارین و ناحیه جدید رو انتخاب کنید با از نوار ابزار بالا حالت **Add to selection** رو انتخاب کنید.
- ★ اگه خواستین قسمتی از ناحیه ای رو که انتخاب کرده بودین حذف کنید راهش اینه که کلید **Alt** رو بگیرین. حالا هر ناحیه رو که انتخاب کنید از ناحیه انتخاب شده قبلی تون کم میشه. یا می‌تونین از نوار ابزار بالا حالت **Subtract from selection** رو انتخاب کنید.
- ★ اگه بعد از انتخاب به ناحیه **shift+Alt** رو با هم بگیرین و ناحیه دیگه‌ای رو انتخاب کنید فقط اشتراک بین دو ناحیه می‌مونه و بقیه نواحی حذف میشه. می‌تونین برای این کار از نوار ابزار بالا حالت **Intersect with selection** رو انتخاب کنید.
- ★ اگه به ناحیه رو انتخاب کنید و بعد کلید **ctrl** رو بگیرین می‌تونین اون ناحیه رو روی تصویرتون جایجا کنید و جاش با رنگی که برای بک‌گراند انتخاب کردین پر میشه (دقیقاً مثل این‌که به شکل رو از وسط کاغذ بریده باشین).
- ★ اگه کلید **ctrl+Alt** رو با هم بگیرین از ناحیه انتخابی تون کیب میگیره و می‌تونین اون کیب رو روی تصویر حرکت بدین.
- ★ اگه بخواین خط‌های دور ناحیه انتخابتون از بین بره تا بتونین بهتر تصویرتون رو ببینین می‌تونین **ctrl+h** رو بزنین. در این صورت ناحیه انتخابی‌تون وجود داره و قابل جابه‌جاییه اما خط‌های دورش از بین رفته.
- ★ گزینه **Feather** در نوار ابزار بالا باعث میشه که هر چه عدد بیشتری بهش بدین مرز ناحیه ای که انتخاب می‌کنین محوتر باشه و در نتیجه اگه به تیکه رو می‌برین و روی قسمت دیگه‌ای از تصویر قرار میدین خیلی توی ذوق نزنه.

★ اگر بخواهیم ناحیه انتخابی تون در جای جدیدش تثبیت بشه و دیگه قابل تغییر نباشه **ctrl+d** رو بزنین. حالا دیگه اون ناحیه انتخابی هم جزو تصویر ثابتون شده!

نکته: وقتی به ناحیه رو روی تصویر انتخاب کردین ابزارهای دیگه تون مثل قلم فقط توی همون ناحیه انتخابی فعالن.

ابزار انتخاب

■  **Rectangular Marquee Tool** M

★ **Rectangular Marquee Tool**: با این ابزار می‌تونین به

ناحیه مستطیلی یا مربعی شکل داشته باشین.

نکته: اگر می‌خواستین حتما ناحیه انتخابی تون مربع باشه در حین انتخاب ناحیه مورد نظر کلید **shift** رو نگه دارین.

○ **Elliptical Marquee Tool** M

★ **Elliptical Marquee Tool**: با این ابزار به ناحیه بیضی یا

دایره‌ای شکل رو میتونین انتخاب کنین.

نکته: اگر می‌خواستین حتما ناحیه انتخابی تون دایره باشه در حین انتخاب ناحیه مورد نظر کلید **shift** رو نگه دارین.

نکته: توی ابزار مربعی اگر از نوار ابزار بالا گزینه **anti _ alias** رو فعال کنین لبه قسمت انتخاب شده تون پله پله نمیشه و صاف درمیاره.

نو نوار ابزار بالا گزینهای به نام اسنابل وجود دارد که سه حالت دارد.



Normal: که وقتی روی این حالت باشد شما میتونین هر ناحیه‌ای با هر ابعادی رو انتخاب کنین.

Fixed Ratio: که در این حالت میتونین نسبت بین طول و عرض ناحیه انتخابی رو مشخص کنین. دقت کنین که در این حالت ناحیه انتخابی میتونه کوچیک بزرگ بشه اما با به نسبت فیکس!

Fixed Size: در این حالت باید ابعاد ناحیه انتخابی تون رو دقیق مشخص کنین. (در این حالت میتونین ناحیه انتخابی رو روی تصویر جا به جا کنین اما ابعادش ثابت)

به امکان جذاب: اگه به ناحیه رو انتخاب کنین و بعد توی نوار ابزار بالا گزینه **select and mask** رو بزنین همه تصویر به جز ناحیه انتخابی به حالت ماتی پیدا میکنه و کمک میکنه که شما بهتر قسمت انتخاب شده تون رو ببینین. حالا میتونین هر تغییری که میخواین مثل بزرگتر کردن یا کوچک تر کردن ناحیه انتخابی (همون طور که بالاتر گفته شد) یا محو کردن لبه‌ها (یا ریاد کردن Feather در پنجره باز شده سمت راست) و ... رو انجام بدین. هر زمان که خواستین تصویر به حالت قبل خودش برگرده و دیگه ماتی نباشه کافی اویکی رو در پنجره باز شده سمت راست بزنین.

★ **Single Row Marquee Tool**: با انتخاب این گزینه، در هر جای تصویر که کلیک کنین یک نوار افقی به پهنای یک پیکسل

Single Row Marquee Tool

براتون انتخاب میشه.

★ **Single Column Marquee Tool**: با انتخاب این گزینه، در هر جای تصویر که کلیک کنین یک نوار عمودی به پهنای یک

Single Column Marquee Tool

پیکسل براتون انتخاب میشه.

1. Height

2. Width

3. ok

L Lasso Tool

★ **Lasso Tool**: این ابزار به شما اجازه میدهد که به ناحیه رو به هر شکلی که

خواستین انتخاب کنید. فقط کافیست ماوس تون رو نگه دارید و شکل مورد نظر رو بکشین.

L Polygonal Lasso Tool

★ **Polygonal Lasso Tool**: با این ابزار هم میتونین ناحیه مورد نظرتون

رو انتخاب کنید اما با این تفاوت که فقط از خطهای راست استفاده میکنه.

برای استفاده از این ابزار میتونین روی اولین نقطه کلیک کنید (این میشه نقطه ابتدایی خط تون) و بعد هر جا که خواستین خط تموم بشه به کلیک دیگه انجام بدین.

نکته

هر جا که در انتخاب اشتباه کردین و خواستین که به عقب برگردین کافیست `Delete-backspace` رو بزنین که آخرین حرکتی که انجام دادین به عقب برگرده.

نکته مشترک

برای این که ناحیه انتخابی تون به یک شکل بسته تبدیل بشه و کار انتخاب تموم بشه چند تا راه وجود داره.

☞ نقطه آخر رو به اول وصل کنید

☞ رو نقطه آخر دبل کلیک کنید تا خودش به نقطه اول وصل بشه

☞ وقتی به نقطه آخر رسیدین کلید `enter` رو بزنین تا به نقطه آخر وصل بشه.

نکته مشترک

برای کنسل کردن کل انتخابی که تا حالا داشتین کافیست کلید `esc` رو بزنین.



Magnetic Lasso Tool L

★ **Magnetic Lasso Tool**: این ابزار هم که یکی از پرکاربردترین ابزارهای

فتوشاپ که میتونه با هوش مصنوعی که داره مرز رنگ‌ها رو تشخیص بده و سوژه رو انتخاب کنه. برای استفاده ازش کافیست روی نقطه اول دور سوژه تون کلیک کنین و بعد ماوس تون رو دور تا دور اون حرکت بدین. می‌بینین که خود فتوشاپ نقطه‌هایی رو در طی مسیر شبیه به میخ‌های ثابتی انتخاب می‌کنه اما برای این‌که دقت کارتون بیشتر بشه میتونین خودتون هم با کلیک کردن روی هر نقطه‌ای در مسیر، این نقطه‌ها ایجاد کنین تا حتما ناحیه انتخاب شده از اون نقطه عبور کنه.

نکته مشترک

☞ در نوار ابزار بالا و بخش **Frequency** میتونین تعداد نقاط در هر ناحیه رو متراکم تر کنین

☞ هر جا که در انتخاب اشتباه کردین و خواستین که به عقب برگردین کافیست **Delete+backspace** رو بزنین که آخرین حرکتی که انجام دادین به عقب برگرده

☞ برای این‌که ناحیه انتخابی تون به یک شکل بسته تبدیل بشه و کل انتخاب تموم بشه چند تا راه وجود داره.

☞ نقطه آخر رو به اول وصل کنین

☞ رو نقطه آخر دبل کلیک کنین تا خودش به نقطه اول وصل بشه.

☞ وقتی به نقطه آخر رسیدین کلید **enter** رو بزنین تا به نقطه آخر وصل بشه

☞ نکته مشترک، برای کنسل کردن کل انتخابی که تا حالا داشتین کافیست کلید **esc** رو بزنین.

☞ **Magic Wand Tool** (چوب جادویی)، این ابزار که از قابلیت‌های نسبتاً جدید فتوشاپ میتونه خودش با تشخیص رنگ به ناحیه رو براتون انتخاب کنه. کافیست این ابزار رو انتخاب و روی سوژه تون کلیک کنین تا خودش نواحی هم‌رنگ اون رو براتون انتخاب کنه.

نکته

در نوار ابزار بالا Tolerance به شما این امکان رو میده که تعیین کنی رنگ‌هایی که براتون انتخاب میکنه چقدر نوسان داشته باشه. وقتی این عدد پایین یا صفره فقط ناحیه‌ای رو انتخاب میکنه که دقیقاً همون رنگی رو داره که شما روش کلیک کردین. هرچند این عدد بالاتر باشه رنگ‌های نزدیک به رنگ انتخابی که روشن‌تر یا تیره‌تر باشن رو هم شناسایی و انتخاب میکنه.

نکته

گزینه دیگر در نوار بالا Sample Size هست که میتونین در اون مشخص کنین رنگ‌های چه ناحیه‌ای رو به عنوان رنگ مرجع در نظر بگیره و رنگ‌های مشابه اون رو انتخاب کنه. یعنی مثلاً وقتی حالت 5 by 5 رو انتخاب کنین یعنی ناحیه‌ای به وسعت ۲۵ پیکسل اطراف جایی که روش کلیک می‌کنین رو به عنوان رنگ مرجع در نظر میگیره و با توجه به میانگین رنگ این ناحیه نواحی هم‌رنگ رو انتخاب می‌کنه.

نکته

اگره تیک گزینه contiguous رو فعال کنین یا انتخاب رنگ هر ناحیه همه نواحی هم‌رنگ اون در تصویر (حتی اگه در تصویر پراکنده و غیرمتصل باشن) رو انتخاب میکنه. در غیر این صورت فقط ناحیه هم‌رنگی رو که متصل به محل کلیک تون هست انتخاب میکنه.

★ **Object Selection Tool**: این ابزار هم که استفاده ازش خیلی راحت بر اساس شناسایی و تفکیک رنگ‌ها کار می‌کنه و اینجوریه

که شما به ناحیه رو انتخاب می‌کنین و بعد خود فتوشاپ رنگ‌هایش رو مشخص میده که سوژه مورد نظر شما چی بوده و خودش دورش رو

انتخاب می‌کنه.

Object Selection Tool W

★ تو قسمت Mode بالای صفحه انتخاب می‌کنین که ناحیه انتخابی تون به شکل مستطیل باشه یا با کشیدن ماوس ناحیه رو

مشخص کنین.

Quick Selection Tool W

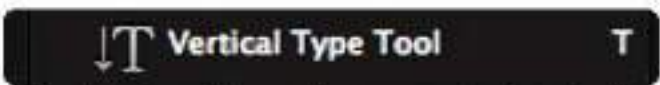
★ **Quick Selection Tool**: این ابزار هم شبیه چوب جادویی کار می‌کنه اما با

این تفاوت که همون اول کار همه نواحی هم‌رنگ رو انتخاب نمی‌کنه اما با حرکت ماوس تون بر روی نواحی مورد نظر می‌تونین ناحیه

انتخاب رو بیشتر کنین.

نوشته از جنس تصویر

یه تکنیک بامزه دیگه که این جا وجود داره اینه که نوشته‌ای داشته باشیم که توی اون با بافتی از تصویرتون پر شده باشه. برای این کار مراحل زیر رو طی کنیم:



۱) گزینه Vertical Type Marquee Tool رو انتخاب کنیم.

۲) نوشته مورد نظرتون رو بنویسین و فونت و سایزش رو انتخاب کنیم. دقت کنیم که نوشته روی هر قسمتی از تصویر که باشه شکل بافت همون قسمت رو می‌گیره.

۳) حالا کافیه ابزار Move Tool رو انتخاب کنیم و ناحیه انتخاب شده که به شکل نوشته تون هست رو جا به جا کنیم و هر جای دیگه از تصویر که دوست داریم قرارشون بدین.

نکته مشترک: در نهایت هر بخشی رو که انتخاب کردیم میتوینم با فشردن کلیدهای **ctrl+c** کپی و با کلید **ctrl+v** تو به تصویر دیگه بیست کنیم و بعد با ابزار Move Tool حرکتش بدین و با زدن کلیدهای **ctrl+t** ابعادش رو تغییر بدین.

گزینه‌های روی میز

Select	Filter	3D	View	Window
All				Ctrl+A
Deselect				Ctrl+D
Reselect				Shift+Ctrl+D
Inverse				Shift+Ctrl+I
All Layers				Alt+Ctrl+A
Deselect Layers				
Find Layers				Alt+Shift+Ctrl+F
Isolate Layers				
Color Range...				
Focus Area...				
Select and Mask...				Alt+Ctrl+R
Modify				
Grow				
Similar				
Transform Selection				
Edit in Quick Mask Mode				
Load Selection...				
Save Selection...				
New 3D Extrusion				

یکی از منوهای خیلی کاربردی و به درد بخور منوی 'Select' هست که در نوار ابزار بالای صفحه وجود داره. این منو مخصوصاً زمانی که ابزارهای انتخاب نیازتون رو برآورده نکردن خیلی به دردتون میخوره. **Select All**: این گزینه که اولین گزینه این منو هست تمام تصویر رو برای شما انتخاب میکنه و کلیدهای میانبرش هم **ctrl+A** هست.

Deselect: این گزینه باعث میشه که هر چیزی که تا حالا انتخاب کردین لغو بشه و هیچ چیز انتخاب شده‌ای توی تصویرتون باقی نمونه. برای کلیدهای میانبرش هم میتونین از **ctrl+D** استفاده کنین.

Reselect: این گزینه آخرین ناحیه انتخابی رو که داشتنین و الان از بین رفته رو دوباره برمیگردونه. **Inverse**: این ابزار خصوصاً تو عکس‌های سه در چهار خیلی به درد بخوره (البته اگه زمینه عکس روشن باشه بهتر جواب میده) کار کردن باهاش به این شکله که شما قلم جادویی رو انتخاب و روی پس زمینه عکستون کلیک میکنین و بعد گزینه **inverse** رو میزنین و وقتی کیب (ctrl+c) و پیست (ctrl+v) میکنین میبینین که خود سوره تون انتخاب و کیب می‌شه!

All Layers: این گزینه همه لایه‌ها رو به غیر از بک‌گرانند برای شما انتخاب می‌کنه. حالا می‌تونین کیب بگیریدشون، حذفشون کنین یا هر کار دیگه.

Deselect layers: این گزینه بر خلاف گزینه قبلی باعث میشه که هیچ لایه‌ای انتخاب شده نباشه. دقت کنین که در این حالت هیچ کدام از ابزارها فعال نیستن چون باید برای فعال بودنشون حتماً به لایه‌ای رو انتخاب کرده باشین.

Find layers: با این گزینه میتونین لایه مورد نظرتون رو با جست و جوی اسم یا مشخصاتش پیدا کنین.

Isolate layers: با انتخاب این گزینه فقط اون لایه‌ای که دارین روش کار میکنین برای شما نمایش داده میشه و بقیه لایه‌ها مخفی میشن. برای

این‌که از این حالت در بیاد میتونین خیلی راحت با دوباره کلیک کردن روی این گزینه تیک کنارش رو بردارین و دوباره همه لایه‌ها رو ببینین.

Color range: این گزینه جالب به شما اجازه میده که نواحی که به رنگ خاص در تصویر رو دارن انتخاب کنین. با زدن این گزینه ماوس

شما به شکل قطره چگون در میاد و روی هر ناحیه‌ای در تصویر که قرارش بدین رنگ اون ناحیه و سایر نواحی هم‌رنگ رو جزو قسمت‌های

انتخاب شده قرار میده. نواحی انتخاب شده به شکل نقاط سفید و نواحی انتخاب نشده به صورت نقاط سیاه به شما نشون داده میشن

و میتونین با زدن تیک **invert** جای انتخاب شده و انتخاب نشده رو هم عوض کنین.

Focus Area: با انتخاب این گزینه میتونین نواحی از تصویر رو که فیازای بهشون ندارین خیلی راحت حذف کنین. برای این کار کافیه که

focus Area Subtract Tool رو که به شکل په قلم در کنار علامت منفی برنید و بعد از اون روی هر ناحیه از تصویر که بکشین اون قسمت و

نواحی هم‌رنگش رو حذف میکنه و بعد مشخص میکنین که این قسمت‌های باقی‌مونده در چه قالبی باشن (لایه جدید، فایل جدید، یا ...)

Subject: این گزینه برای عکس‌هایی که یه سوژه اصلی دارن خیلی به کار میاد. کافیه روش کلیک کنین تا هوش مصنوعی فتوشاپ سوژه

رو شناسایی و براتون انتخابش کنه.

Sky: این گزینه هر جایی رو که شبیه به آسمون باشه برای شما انتخاب میکنه.

Select and mask: این گزینه هم که همون کارکرد ماسک کردن رو داره و قبلاً حسابی در موردش توضیح دادیم.

Modify: وقتی روی تصویر یه ناحیه رو انتخاب میکنین این گزینه فعال میشه و یه سری زیر مجموعه‌ها داره:

Border: فقط دور ناحیه انتخابی رو به ضخامت پیکسل دلخواه انتخاب میکنه و برای خط کشیدن دور یه شکل خاص در تصویر مناسبه.

Smooth: گزینه دوم هستش که اگه ناحیه انتخابی شما نوک‌های تیزی داشته باشه میاد و نوک‌های این ناحیه انتخابی رو بر اساس

پیکسل دلخواه نرم و صیقلی میکنه.

Expand: گزینه سوم هستش که میتونه بر اساس تعداد پیکسلی که ما بهش میدیم از هر طرف ناحیه انتخابی مون رو گسترش بده.

Contract: گزینه بعدی ما هست که بر خلاف مورد قبلی به تعداد پیکسلی که مشخص می‌کنیم از هر طرف ناحیه انتخابی مون رو کوچیک‌تر میکنه.

Feather: که گزینه آخره هم گوشه‌های تیز ناحیه انتخابی رو براتون نرم‌تر میکنه و هم به سایه‌ای بهش میده.

Grow: این گزینه وقتی به ناحیه رو انتخاب میکنین نواحی هم‌رنگ متصل به اون رو هم براتون انتخاب میکنه.

Similar: این گزینه وقتی به ناحیه رو انتخاب میکنین نواحی هم‌رنگ و غیر هم‌رنگ متصل به اون رو براتون انتخاب میکنه.

Transform selection: این گزینه مهم به‌شما این امکان رو میده که ناحیه انتخاب شده تون رو بزرگ و کوچیک کنین و بچرخونین.

Edit in Quick mask mode: این گزینه ناحیه انتخابی رو برای شما تبدیل به ماسک میکنه و میتونین روی تصویر جا به جاش کنین و ناحیه جدیدی رو انتخاب کنین. برای کنسل کردنش هم کافیه دوباره رو همین گزینه کلیک کنین و تیکش رو بردارین.

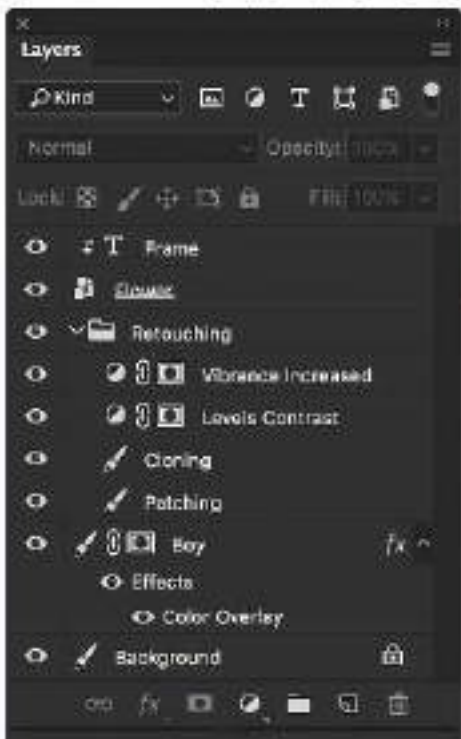
Save , load selection: این دو گزینه مخصوصاً برای کارهای سخت و سنگین خیلی به دردتون میخوره. برای مثال وقتی که به ناحیه رو انتخاب کردین اما نمی‌خواین دیگه به کار ادامه بدین از طرفی هم می‌خواین اون ناحیه رو حفظش کنین میتونین گزینه **save selection** رو بزنین و برآش به نام انتخاب کنین. حالا دفعه بعد میتونید با زدن گزینه **load selection** ناحیه ذخیره شده رو دوباره روی تصویر فعال کنین.

حتی می‌تونین دفعات بعدی ناحیه جدید رو انتخاب کنین و در هنگام سیو کردن اون‌ها رو از قسمت **channel** یا انتخاب نام ناحیه سیو شده قبلی به اون متصلش کنین.

لایه لایه



آشنایی با لایه‌ها از بنیادی‌ترین اصول کار با فتوشاپ به تصویر می‌سازد. تصویری که در فتوشاپ می‌سازیم از لایه‌های مختلفی تشکیل شده و توی هر لایه عملیات‌های مجزایی انجام می‌شود که در نهایت به تصویر کامل‌رو برای شما می‌سازد. توی این بخش می‌خوایم با کاربرد و اهمیت لایه‌ها توی فتوشاپ آشنا بشیم.



با کلیک بر روی علامت چشم کنار هر لایه می‌توانیم اون رو فعال یا غیرفعال کنیم. (غیرفعال کردن به لایه به معنی ناپدید شدن هر چیزی که توی اون لایه (روی تصویر) نوشته شده)

نکته

اول از همه بیاین با انواع لایه‌ها آشنا بشیم



۱) وقتی به بخشی از تصویری رو انتخاب می‌کنین و داخل تصویر دیگه می‌برین به لایه تصویری باز میشه.

۲) زمانی که روی تصویر متنی رو می‌نویسین به لایه متنی روی اون ایجاد میکنین.

تمام تنظیمات مربوط به متن مثل سایز، فونت و افکت‌ها زمانی که روی این لایه هستین قابل دسترسی هستن.

۳) وقتی به شکل روی تصویرتون میکشین به لایه اختصاصی براش ایجاد میشه.

۴) لایه های Adjustment که مربوط به تنظیمات به لایه دیگه هستن رو می‌تونین از نوار ابزار پایین قسمت لایه‌ها (دایره نصف رنگی) انتخاب کنین و بعد مشخص کنین که برای کدام بخش از تنظیمات می‌خواید لایه جدید باز کنین.

فایده این لایه اینه که تغییراتی که میدین روی خود تصویر اصلی اعمال نمیشه و اگه خواستین خیلی راحت می‌تونین غیرفعالشون کنین بدون این‌که تصویر اولیه رو از دست بدین.

نکته

لایه‌ها مثل کولاز میمون و هر لایه‌ای که بالاتر باشه روی بقیه قرار داده. بنابراین اگه می‌خواید جسم زیر جسم دیگه بره با تغییراتی فقط روی تعداد محدودی از لایه‌ها اعمال بشه کافیه که لایه‌اش رو بالاتر از لایه‌های اجسامی که می‌خواید زیرش برن قرار بدین.

۵) تو نوار ابزار پایین علامتی به شکل (+) (create new layer) هم وجود داره که با گرفتن اون میتونین به لایه خالی ایجاد کنین و در اون لایه کارهایی انجام بدین مثل استفاده از قلم یا هر چیز دیگه.

همین طور هم می‌تونین با گرفتن یکی از لایه‌های موجود و کشیدن به سمت اون علامت مثبت آزش به کپی تهیه کنین.

۶) با استفاده از گزینه create new group که به شکل پوشه است در همون نوار ابزار پایین می‌تونین به گروه درست کنین و لایه‌هایی رو که می‌خواین با هم توی به گروه قرار بدین این‌طوری مثلاً همه لایه‌های مرتبط به جا قرار می‌گیرن و می‌تونین به راحتی همه‌شون رو فعال یا غیرفعال یا با لایه‌های دیگه جابه‌جا کنین.

۷) گزینه دیگر که در پایین صفحه وجود دارد گزینه **Add Layer Mask** هست که به شکل مستطیلیه که وسط به دایره است. این گزینه به شما کمک میکند که به سری تغییرات رو فقط روی بخش خاصی از تصویر اعمال کنید. فقط کافیست روی لایه باشین و بخش مورد نظرتون رو انتخاب کنین و بعد گزینه **mask** رو بزنین. میبینین که تغییرات اون لایه فقط برای بخش انتخاب شده اعمال شدند. این ابزار مخصوصاً توی مونتاز کاربرد زیادی داره برای مثال

- ★ آگه شما به تصویر رو انتخاب و روی تصویر دیگه بیارین به لایه تصویری براتون باز میشه.
 - ★ حالا با ابزارهای انتخابی که قبلاً یادداشتون کردیم به قسمتی از این تصویر جدید رو انتخاب میکنین.
 - ★ حالا گزینه **mask** رو میزنین! میبینین که از اون تصویر جدید فقط قسمت انتخاب شده نمایش داده میشه.
 - ★ بین اون لایه تصویری و گزینه **mask** در جدول لایهها به علامت **lock** وجود داره آگه اون **lock** فعال باشه شما میتونین این دو تا رو با هم حرکت بدین و آگه نباشه شما میتونین ناحیه انتخاب شده رو بدون تصویر زیرش حرکت بدین.
 - ★ توی اون لایه که **mask** رو اضافه کردین میتونین از ابزارهای مختلف مثل **pen** یا **brush** روی ناحیه **mask** شده استفاده کنین.
- ۸) با استفاده از گزینه بعدی که **Add layer style** نام داره میتونین برای نوشتهها یا تصاویرتون در اون لایه افکت‌های مختلفی انتخاب کنین.
- ۹) گزینه آخر در نوار ابزار پایین که شبیه گیره کاغذ میمونه **link layer** هست که وقتی چند تا لایه رو با هم انتخاب می‌کنین (برای این کار میتونین به لایه رو انتخاب کرده، کلید **ctrl** رو نگه داشته و روی لایه‌های بعدی کلیک کنین که همه انتخاب بشن) اون‌ها رو بهم وصل کنه تا از این به بعد هر تغییری که میدین روی همه شون اعمال بشه. این حالت برای وقتی که مثلاً برای یه نوشته یا تصویر در یه لایه دیگه افکت یا سایه‌ای ایجاد کردین و می‌خواین هر جا که می‌بریدش یا سایزش رو هرچقدر که می‌کنین سایه هم همچون تغییرات رو بکنه بهترین گزینه است.

دسته‌بندی لایه‌ها

گاهی وقت‌ها در بعضی از کارها تعداد لایه‌ها به قدری زیاد می‌شن که ما رو گیج و سردرگم می‌کنن. برای این‌که این مشکل پیش نیاد در فتوشاپ برای لایه‌ها تنظیماتی وجود داره که می‌تونیم اون‌ها رو دسته‌بندی و مرتب کنیم. پس این بار به سراغ نوار ابزار بالای لایه‌ها می‌ریم.

★ اولین قسمتی که بالای لایه‌ها وجود داره گزینه‌ای به نام 'KIND' هست که می‌تونین اونجا انتخاب کنین که کدوم دسته از لایه‌ها تون رو بهتون نشون بده. لایه‌های تصویری، متنی، حاوی شکل و ...

نکته

می‌تونین این تقسیم‌بندی رو به جای انواع: پاک‌کننده‌های دیگه‌ای که زیر kind هست انجام بدین. مثلاً بر اساس نام، رنگ افکت، یا ... که هر کدوم رو انتخاب کنین بعد باید در باکس رو به رو مشخص کنین که کدوم دسته از لایه‌ها رو نیاز دارین. مثلاً لایه‌هایی با نام یا رنگ فلان.

دقت کنین که می‌تونین هم این قسمت رو خاموش کنین و همه لایه‌ها رو بدون هیچ دسته‌بندی خاصی بهتون نشون بده.

نکته

دسته بندی بر اساس رنگ یعنی چی؟

وقتی روی یک لایه راست کلیک می‌کنین می‌تونین براش یک رنگ انتخاب کنین. این رنگ‌ها به این درد می‌خورن که لایه‌ها تون دسته‌بندی بشن و بتونین راحت‌تر پیدا بشون کنین. بعد می‌تونین لایه‌ها رو بر اساس رنگی که براشون انتخاب کردین هم جست‌وجو کنین.

★ قسمت دومی که احتمالاً به طور پیش فرض روی حالت 'normal' قرار گرفته، به شما اجازه می‌ده که ترکیب رنگ اون لایه که توش هستین یا لایه‌های زیرین رو تعیین کنین. مثلاً لایه رویی رو کم‌رنگ‌تر کنین. بهش افکت بدین، یا رنگ لایه زیری ترکیبش کنین یا ... که خودتون می‌تونین یکی‌یکی حالت‌هاش رو چک کنین و تفاوتشون رو ببینین.

(فقط دقت کنید که این بخش روی اولین لایه فعال نیست چون باید به لایه زیرینی وجود داشته باشد.)

- ★ **فرق 'opacity' و 'fill':** هر دوی این‌ها که احتمالاً رو حالت ۱۰۰ درصد تنظیم شدن، با کم شدن عددشون اون لایه رو محو و کم‌رنگ‌تر میکنن اما فرقیشون در اینه که در **opacity** اون لایه به همراه تمام افکت‌هایی که روش وجود داشته کم‌رنگ میشه اما در **fill** رنگش کم‌رنگ میشه اما افکت‌ها باقی می‌مونن.
- ★ **'Lock':** توی این قسمت می‌تونین لایه‌ها تون رو به شکل‌های مختلف قفل کنید. این حالت وقتی به درد می‌خوره که کارتون با یه لایه تموم شده و نمی‌خواین دیگه تغییری پیدا کنه پس قفلش می‌کنین که دیگه ناخواسته تنظیماتشو عوض نکنین.
- ★ اگر گزینه اول که شکل یه صفحه شطرنجی می‌مونه رو بزنین و قفلش کنید شما دیگه رو قسمت‌های خالی (اونجایی که تصویر یک گراندی نیست و دقیقاً همین‌طوری شطرنجیه) اجازه اعمال تغییرات یا مثلاً کشیدن چیزی رو ندارین.
- ★ گزینه دوم که شکل یه مداده به شما اجازه کشیدن روی همون لایه‌ای که قفلش کردین رو نمیده. اما می‌تونین عناصر موجود در اون لایه رو جابه‌جا یا کوچیک و بزرگ کنید.
- ★ گزینه سوم که قفلش‌های متقاطع باعث میشه که حتی تونین چیزهای درون لایه تون رو جابه‌جا یا کوچیک و بزرگ کنین.
- ★ گزینه آخر قفل مانند هم به‌طور کلی هر تغییری روی لایه رو غیرممکن می‌کنه. حتی حذف کردن اون رو!

حالا بریم سراغ بعضی از امکانات لایه‌ها!

لایه متنی (درست کردن سایه)

یکی از کارهای رایجی که با نوشته‌های روی تصویر انجام میدن دادن سایه به اون‌هاست. برای انجام این کار دو روش رو می‌خوایم بهتون پیشنهاد بدیم:

روش اول:

۱) با استفاده از ابزار **Horizontal Type Tool** نوشته مورد نظرتون رو روی تصویر بنویسید (از نوار ابزار بالای صفحه می‌تونین رنگ، سایز، فونت و ... رو تنظیم کنین)

۲) حالا از اون لایه یه کپی بگیرین. برای این کار کافیه لایه رو با ماوس تون بگیرین و روی علامت **add layer** در نوار ابزار پایین لایه‌ها بکشین.

۳) حالا می‌تونین در لایه جدیدی که درست کردین **fill** یا **opacity** رو کم کنین و نوشته رو به شکل سایه در بیارین و زیر نوشته اصلی جا به جاش کنین.

۴) بهتره حالا دو تا لایه رو بهم منجاق کنین تا دیگه از هم جدا نشن.

روش دوم:

۱) با همون روش قبل نوشته تون رو می‌نویسین.

۲) در نوار ابزار پایین گزینه **add layer style** رو که شکل **fx** داره انتخاب کنین و بعد **Drop Shadow** رو برنین.

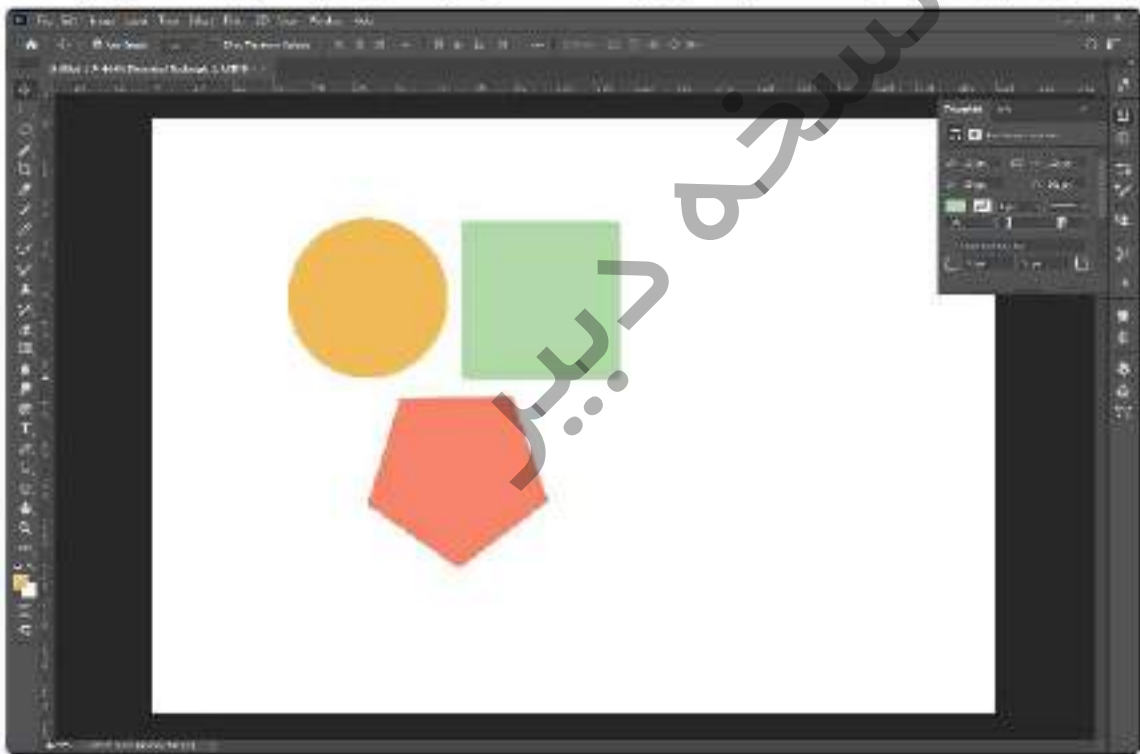
۳) حالا می‌تونین کدورت، فاصله، اندازه، زاویه و ... سایه‌تون رو تنظیم کنین

لایه شکل‌ها

وقتی که شکلی رو انتخاب می‌کنین علاوه بر لایه‌ای که باز می‌شه و شکل توی اون قرار می‌گیره، پنجره‌ای هم روی صفحه باز می‌شه به نام **properties** که می‌تونین تنظیمات مربوط به شکلتون رو اونجا ببینین. (اکثر این تنظیمات تو نوار ابزار بالای صفحه هم براتون نمایش داده میشه.)

Fill: رنگ شکل

Stroke: رنگ و نوع حاشیه دور شکل و در دو ابزار بقی ضخامت و شکل اون انتخاب شکل گوشه‌های خود شکل و حاشیه اون و ...



تبدیل تصویر لایه باز به تصویر واحد

زمانی که کار ما با تصویرمون تموم شد باید اون رو از حالت لایه باز دربیاریم که دیگه برای هیچ کس قابل تغییر نباشه. برای این کار کافیه تمام لایه‌ها یا لایه‌هایی رو که می‌خواهین با هم یکی بشن یا گرفتن کلید **ctrl** و کلیک روشن انتخاب کنین.

★ به راه میانبر: اگه خواستین همه لایه‌ها رو انتخاب کنین کافیه کلید **shift** رو تگه درین و روی لایه اول و آخر کلیک کنین.

★ حالا راست کلیک کنین و گزینه **Merge Layers** رو بزرگین تا اون لایه‌ها یکی بشن و همه با هم قابل تغییر باشن.

★★ گزینه **Merge Visible** فقط لایه‌هایی رو که علامت چشمشون فعاله و در تصویر دیده می‌شن رو یکی می‌کنه و به لایه‌های غیرفعال دست نمی‌زنه.

★★★ گزینه **Flatten Image** کل تصویر رو با بک‌گراند یکی می‌کنه و لایه‌های غیرمرئی رو هم از بین می‌بره و کار آماده تحویل نهایی می‌شه.

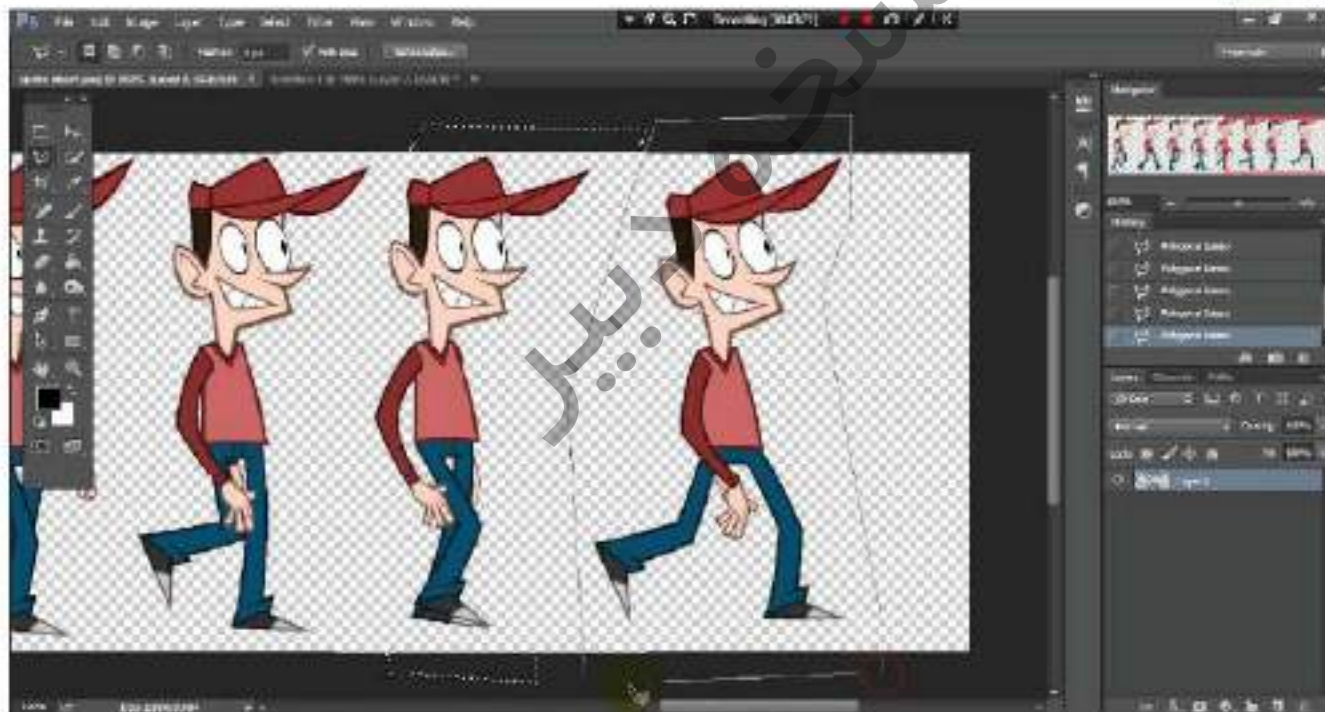






تصاویر زنده می‌شوند!

آخرین و شاید هیجان‌انگیزترین آموزشی که می‌خواهیم در مورد فتوشاپ در این کتاب داشته باشیم بحث متحرک کردن تصاویر باشد. اگه می‌خواهین یاد بگیرین که چه‌طور از به تصویر ثابت به تصویر متحرک بسازین پس این فصل رو حسابی با دقت یاد بگیرین!





- ۱) اول از همه برین تو نوار ابزار بالای صفحه، windows و بعد timeline
- ۲) میبینی که این جا دو تا حالت وجود داره: Create video Timeline و Create Frame Animation

اول فریم سراغ انیمیشن!

حرکت در صحنه

مرحله یک: اولین فریم انیمیشن‌تون که تصویری هست که در حال حاضر داریم وارد به تایم لاین میشه.

مرحله دو: حالا می‌تونیم با کپی گرفتن از فریم اول با زدن علامت + در نوار ابزار پایین فریم‌های بعدی رو بسازیم.



در هر فریم تصویر کمی جابجا می‌شود



می‌تونیم هم فقط فریم اول و آخر رو بسازیم و قشوقاپ خودش فریم‌های این بین رو پراتون می‌سازه!

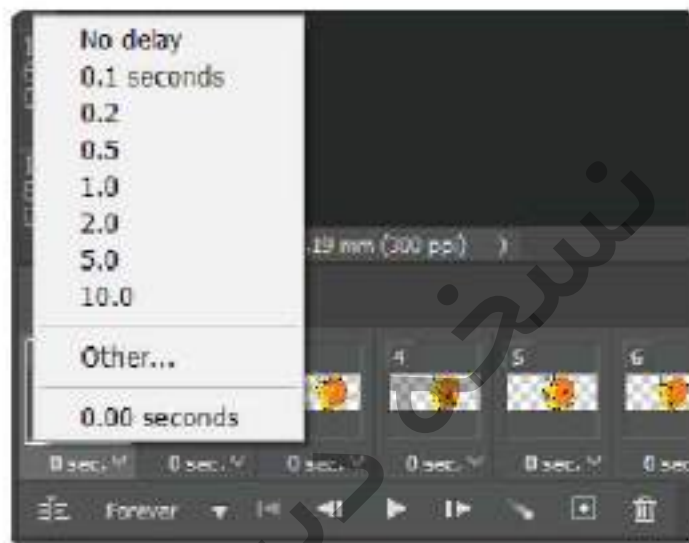
نکته

برای این کار فقط دو تا فریم می‌سازیم و جای سوژه رو در هر دو فریم مشخص می‌کنیم.

مرحله سه: بعد گزینه Animation Frame Tweens رو در نوار ابزار پایین می‌زنین و در قسمت Frame to Add مشخص می‌کنین که می‌خواهین بین این دو تا فریم چند تا فریم دیگه براتون ساخته بشه.



مرحله چهار: پایین هر کدوم از فریمها که به طور پیش فرض = sec نوشته شده به معنی مقدار زمان توقف روی اون فریمه. می تونین این زمان رو بیشتر کنین.



مرحله پنج: در همون نوار ابزار پایین می تونین انیمیشن تون رو اجرا کنین. این که در هر دفعه چند بار این انیمیشن پخش بشه بستگی به این داره که روی حالت **once** (یک بار)، **۳times** (سه بار) و یا **forever** (بی شمار) باشه که محل تنظیمش در همون نوار ابزار پایینه.



چشمک زن

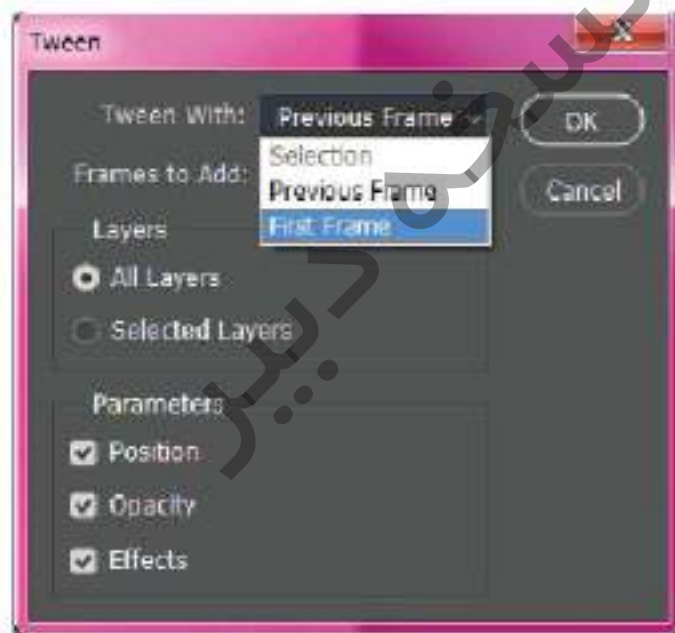
با همون تکنیک اسلاید قبل می‌تونین مدل‌های مختلفی از انیمیشن رو تولید کنین. یکی از ساده‌ترین حالت‌ها چشمک زن کردن یه شی هست. کافیه در فریم اول اون شی موجود باشه و در فریم دوم اون رو پنهان کنیم. حالا اگه این انیمیشن به صورت **forever** تکرار بشه اون شی حالت چشمک زن پیدا می‌کنه.



یا حتی می‌تونین در فریم اول یه نوشته یا تصویر رو با **fill** ۱۰۰ درصد داشته باشین و در فریم آخر این **fill** رو کم کنین. میبینین که در انیمیشن تون اون تصویر یا نوشته پررنگ و کم‌رنگ میشه.

نوشته‌های متحرک

با همین تکنیک می‌توانیم نوشته‌هایی رو از یک طرف تصویر به طرف دیگر حرکت بدیم. اما برای این‌که نوشته با رسیدن به انتهای تصویر متوقف نشه و دوباره به نقطه اول هم برگرده کافیه روی فریم آخرتون کلیک کنیم. **Animation Frame Tweens** رو بزنین و این بار در قسمت **tween with** حالت **first frame** رو انتخاب کنیم و به همون تعداد قبل هم بین شون فریم انتخاب کنیم. اینطوری نوشته‌ها در تصویر به بار از اول به آخر و به آخر به اول حرکت میکنند.



مدل‌های مختلف زیادی هم با این تکنیک‌ها وجود دارند که میتونین با خلاقیت خودتون یا سرچ در اینترنت پیدا شون کنیم.

حالا بریم سراغ ساخت ویدیو!

نکته

سایز ویدیو تون به اندازه همون تصویر اولی که دارین خواهد بود پس بهتره از قبل تمام تصاویر مورد نیاز تون رو با اندازه یکسان ذخیره کنین. برای این کار می‌تونین هر عکسی رو که در فتوشاپ باز می‌کنین از نوار ابزار بالا منوی `Image > Image size` رو انتخاب کنین و اندازه‌اش رو تغییر بدین.

مرحله یک: طبق روال قبل وارد `windows>timeline> Create video Timeline` بشین.

حالا اولین عکس تون وارد تایم لاین شده و می‌تونین زمانش رو تغییر بدین.

مرحله دو: برای اضافه کردن عکس‌های بعدی کافیه علامت مثبت `+` در سمت راست تاین لاین تون رو بزنین و عکس‌ها رو انتخاب کنین.

برای تغییر زمان نمایش هر عکس کافیه زمانش رو با ثانیه‌های روی تایم لاین تنظیم کنین.



مرحله سه: گوشه سمت راست هر عکس در تایم لاین علامت مثلث شکلی وجود دارد که با اون می‌تونین روی عکس تون به موشن بذارین که زمانی که در حال نمایشه ثابت و بی‌حرکت نباشه. مثلا زوم بشه، بچرخه، به طرفین حرکت کنه یا ترکیبی از این‌ها



مرحله چهار: می‌تونین از همون نوار ابزار پایین قسمت **add audio audio track** به موسیقی روی کلیپ تون بذارین.



اگه موسیقی طولانی‌تر از کلیپ تون بود کافیه نشانگر رو روی قسمت انتهایی کلیپ بذارین و علامت قیچی رو بزنین تا موسیقی از همون‌جا نصف بشه. حالا کافیه قسمت اضافی موسیقی رو حذف کنین.

مرحله پنج: اگه خواستین شکل یا نوشته‌ای در همه طول کلیپ نمایش داده بشه می‌تونین اول به لایه جدید باز کنین و اون شکل و نوشته رو توش بیارین. می‌بینین که اون لایه به انتهای تایم لاین تون هم اضافه میشه.

در سمت چپ تایم لاین گزینه‌ای به نام **video group** وجود دارد. با زدن علامت فیلم توی این قسمت به **new video group** درست کنین. حالا لایه جدید رو داخل این گروه جدید بکشین و به اندازه طول ویدیو بزرگش کنین.

می‌بینین که اون نوشته یا شکل در تمام طول ویدیو نشون داده می‌شه.

برای ذخیره کلیپی که ساختین باید روی اون سه خط موازی کوچیکی که سمت راست نوار ابزار بالای تایم لاین هست کلیک کنین و **Render video** رو بزنین.

حالا می‌تونین این‌جا نام ویدیو، کیفیت، اندازه و سایر تنظیماتش رو تغییر بدین و در نهایت با زدن **Render** ذخیره‌اش کنین.

تمرین بخش دوم (نرم افزار)

اسانید فتوشاپ!

می‌خوایم دو تا پروژه خوب بهتون سفارش بدیم.

دو تا از موضوعات زیر رو انتخاب کنید و یه پوستر جذاب برای هرکدوم طراحی کنید.

موضوعات پیشنهادی:

۱) تبلیغ انتخابات شورای دانش آموزی

۲) حفاظت از محیط زیست

۳) اطلاع رسانی برگزاری کارگاه سوادسنه‌ای در مدرسه

۴) فراخوان شعر و داستان دانش‌آموزی

۵) فراخوان عضوگیری صداهای برتر (رادیو مدرسه)

۶) نیمه شعبان و مدرسه

۷) موضوع پیشنهادی شما با مشورت مربی.

نسخه دبیر



بخش سوم

ذهن افزار



شغل من پارو کردن پول است!



نسخه رایگان

به صرف چای با مولتی میلیاردرها!

یولدارترین آدم‌های دنیا رو میشناسین؟

به نگا به این لیست بنذارین ا چی ارزش دستگیرتون میشه؟ چه شباهتهایی بین ده ثروتمند بزرگ دنیا می‌بینید؟ می‌دونین هر کدوم صاحب کدوم کمپانی‌های بزرگ دنیا هستن؟

Rank	Name	Total net worth	\$ Last change	\$ YTD change	Country/Region	Industry
1	Elon Musk	\$ 299B	+\$ 10.2 B	+\$ 129 B	United States	Technology
2	Jeff Bezos	\$ 204B	+\$ 37.4 M	+\$ 13.2 B	United States	Technology
3	Bernard Arnault	\$ 172B	+\$ 59 M	+\$ 57.9 B	France	Consumer
4	Bill Gates	\$ 138B	+\$ 569 M	+\$ 6.57 B	United States	Technology
5	Larry Page	\$ 132B	+\$ 54.3 M	+\$ 49.1 B	United States	Technology
6	Mark Zuckerberg	\$ 127B	+\$ 794 M	+\$ 23.5 B	United States	Technology
7	Sergey Brin	\$ 127B	+\$ 59.2 M	+\$ 47.0 B	United States	Technology
8	Steve Ballmer	\$ 121B	+\$ 130 M	+\$ 40.1 B	United States	Technology
9	Larry Ellison	\$ 114B	+\$ 234 M	+\$ 34.6 B	United States	Technology
10	Warren Buffett	\$ 103B	+\$ 361 M	+\$ 15.4 B	United States	Diversified

به ستون سمت راست نگاه کنین؛ از بین ده ثروتمند برتر دنیا، حوزه کاری ۸ نفرشون تکنولوژی، جالب نیست؟

حالا بیاین با هم تکنولوژی‌هایی رو که معمولاً در طی روز استفاده می‌کنیم مرور کنیم؛ سرچ گوگل، ایمیل، واتساپ، اینستاگرام، ویندوز کامپیوتر و لپ‌تاپ، فروشگاه‌های اینترنتی و ...

متوجه نکته جیبی نشدین؟

ما هر روز از همه این‌ها استفاده می‌کنیم بدون این‌که هیچ پولی پرداخت کرده باشیم! ثروتمندترین آدم‌های دنیا صاحب کمپانی‌هایی با خدمات رایگان! اما این چه طور ممکنه؟ تا حالا بهش فکر کرده بودین؟

برای مثال بیاین نگاهی به شیوه درآمدزایی دوست و همراه همیشگی، جناب گوگل بندازیم که دو مؤسسش لری پیج و سرگئی برین^۱ در رتبه پنجم و هفتم لیست ارباب‌دارها قرار دارن! در حالی که اکثر خدماتی که گوگل ارائه میده کاملاً رایگانه!



1. Larry Page

2. Sergey Brin



اگر برای محصولی هزینه نکرده‌اید، شما خود هزینه هستید! یک لحظه فکر کنید، آیا ممکنه شرکت گوگل با اون همه دم و دستگاه رایگان به وجود اومده باشه؟ یا مثلاً هزاران کارمند گوگل در سراسر دنیا در راه رضا خدا کار کنن و پولی نگین؟ مشخصه که امکان نداره! اما پس این هزینه میلیاردی رو گوگل از کجا درمیاره؟

پاسخ به ظاهر خیلی ساده است: تبلیغات!



اصلی‌ترین منبع درآمد گوگل تبلیغات است یعنی بالای ۸۵ درصد از درآمدش!

و می‌بینیم هم که همیشه درآمد رو به رشد و قابل توجهی داشته! اما چه‌طور میشه از تبلیغات این قدر پول درآورد؟ شاید تا حالا براتون اتفاق افتاده باشه که مدت‌ها بود به خرید چیزی، مثلاً یه جفت کفش، فکر می‌کردین و ناگهان براتون یه پیامک تبلیغاتی از یه فروشگاه کفش اومده! یا وارد هر سایتی شدین اولین تبلیغی که توجه تون رو جلب می‌کرده حراج کفش بوده! دقیقاً مثل این‌که ذهن شما رو خونده باشن!

یا حتی شاید امتحان کرده باشین که وقتی دو نفر به موضوع واحد روی اینترنت جست‌وجو میکنن نتایج متفاوتی برایشون میاد. گاهی وقتها سایت‌هایی در صفحه اول شما نشون داده میشه که برای شخص دیگه در صفحات بعدی جست‌وجوشه! اما این اتفاق‌ها چه‌طور میفته؟



آگهی استخدام تیروی جدید در شرکت گوگل، متقاضی استخدام محترماً نیاز به دادن اطلاعات نیست. ما همین الان هم همه اطلاعات شما رو داریم!

حقیقتش اینه که تو دنیای بی حد و مرز اینترنت، داشتن اطلاعات درباره افراد خیلی کار سختی نیست، مخصوصاً آگه جناب گوگل باشی! در واقع هر اون چیزی که گوگل درباره ما می‌دونه رو خودمون بهش دادیم، فقط این موتور جست‌وجو و البته سایر شبکه‌های مجازی مثل یوتیوب و اینستاگرام و فیس‌بوک و ... مجهز به چیزی هستن به نام **هوش مصنوعی** که الان می‌خوایم بیشتر در موردش صحبت کنیم. هوش مصنوعی یا الگوریتم‌های یادگیری ماشینی، هر کاری که ما در محیط وب انجام می‌دیم رو تجزیه و تحلیل می‌کنن. هر چیزی که ما توی اینترنت جست‌وجو می‌کنیم توسط الگوریتم‌ها بررسی میشه تا متوجه معنی جست‌وجوی ما بشن، در مرحله بعد تمام داده‌های موجود در اینترنت که به چیزی که ما می‌خواستیم نزدیکه اول دسته بندی و بعد بهمون نمایش داده میشه اما این وسط اتفاق مهم دیگه‌ای هم میفته و اون اینه که گوگل متوجه میشه ما چی دوست داریم و چه چیزی برامون جذابه. مثلاً وقتی ما در تمام جست‌وجو هامون اول روی سایت خاصی کلیک می‌کنیم از دفعات بعد اون سایت برامون بالاتر نشون داده میشه، چون گوگل میفهمه که به مطالب اون علاقه بیشتری داریم.

از طرف دیگه، با هر جست‌وجو در واقع داریم علایق و دغدغه‌هامون رو با گوگل به اشتراک می‌ذاریم و گوگل برای ما چی کار می‌کنه؟ سعی می‌کنه چیزی رو بهمون پیشنهاد بده که بیشتر از همه به کارمون میاد، یعنی تبلیغات مرتبط و شخصی سازی شده!

تفاوت تبلیغات اینترنت با تبلیغات در جاهایی مثل تلویزیون یا بیلبورد خیابون‌ها دقیقا در همینه! در تلویزیون یا خیابون به تبلیغ به طور یکسان به همه نشون داده میشه، بدون توجه به این‌که براشون جالب و کاربردی هست یا نه! اما در اینترنت تبلیغی به شما نشون داده میشه که احتمال میره بیشترین علاقه رو بهش داشته باشین! اجازه بدین بیشتر مثال بزنم.

مثلاً فرض کنین که شما علاقه‌مند به ورزش هستین و بیشتر سرچ‌هاتون درباره ورزش، کفش وزن، تناسب اندام، ورزشکاران، رژیم سالم و ... هست. از طرف دیگه بسیاری از ایمیل‌هاتون هم مربوط به باشگاه‌های ورزشی یا خبرهای ورزشیه. از گوگل پلی استور هم چندین برنامه مرتبط به ورزش رو نصب کردین و چیزهایی از این قبیل. خب با چنین وضعیتی طبیعیه که گوگل به شما تبلیغ کفش ورزشی، تردمیل یا اپلیکیشن‌های سلامت محور نشون بده. چون خودتون بهش گفتین آقای گوگل! من به این حوزه علاقه‌مندم!

یا حتی از این هم ساده‌تر! وقتی در مورد غذا سرچ میکنی به احتمال زیاد تعداد زیادی تبلیغ رستوران در کنار ویسایت‌های مرتبط خواهی دید. چرا؟ چون گوگل حدس می‌زنه کسی که به فکر غذای خوبه احتمالاً از آشنا شدن با رستوران‌های خوب هم استقبال می‌کنه! پس مزیت گوگل در استفاده از تبلیغاتیه که به اصطلاح شخصی‌سازی شدن و برای هر کس مخصوص به خودش هستن و این بازدهی کار رو به شدت بالا میبره!

از طرف دیگه گوگل بین تبلیغات کننده‌ها مزایده برگزار می‌کنه. مزایده به این شکله که به قیمت کف برای تبلیغات وجود داره و هر کسی که قیمت بیشتری پیشنهاد بده تبلیغش بالاتر و تو چشم‌تر قرار میگیره. هر چقدر که مشتریان از اون تبلیغ استقبال بیشتری بکنن و بیشتر روش کلیک کنن، گوگل هزینه بیشتری دریافت می‌کنه و به دیده شدن تبلیغ خوب کمک می‌کنه و از اون طرف تبلیغاتی که ازشون استقبال نشده رو کنار میذاره.

اما آیا واقعاً میشه از این راه این همه پول در آورد؟

TODAY
DELICIOUS
BURGER

This Weekend only

OPEN NOW

CALL TODAY!

345 678 543

70%
OFF



LOOK HERE

بذارین با هم به حساب سرانگشتی بکنیم، فرض کنیم، فرض کنیم که در ماه در ایالت متحده آمریکا ۴۵۰۰۰۰ جستجو برای هتل‌های ارزان توی اینترنت انجام میشه و خب طبیعتاً تبلیغ هتل‌ها رو باید به کسانی که چنین چیزی رو سرچ میکنن نشون داد و مزایده پیشنهادی گوگل هم برای تبلیغ ۳.۸ دلار! حالا فرض کنیم که اگه فقط نیمی از افراد هم روی این تبلیغات کلیک کنن:

$2250000 = 38 \times 450000$ دلار فقط از به تبلیغ اون هم در آمریکا!

پس می‌بینین که عدد و رقم‌ها می‌تونه واقعاً ترسناک و سرسام‌آور باشه!



ساز و کار اکثر خدمات رایگان به همین شکل، اون‌ها بانک بزرگی از اطلاعات کاربرها جمع‌آوری می‌کنن، این اطلاعات توسط هوش مصنوعی تجزیه و تحلیل میشه و در نتیجه محتوایی به شما پیشنهاد میشه که بیشتر براتون جذابه! کافیه اکسپلور اینستا یا ویدیوهای پیشنهادی تون در یوتیوب رو با دیگران مقایسه کنین، مال هیچ دو نفری شبیه به هم نیست!

هر یس‌تی رو که لایک میکنین یا برای دیگران میفرستین، هر ویدیویی رو که چندین بار نگاه میکنین و در موردش جست‌وجو میکنین توسط هوش مصنوعی بررسی میشه تا محتواهای نزدیک به اون رو به شما پیشنهاد کنه. یا استقبال از محتواهای جدید باز هم بیشتر و بیشتر محتوا بهترن پیشنهاد میشه و این چرخه ادامه داره.

اما فهمیدن علایق ما به درد چه کسانی می‌خوره؟

(اگه یادتون باشه تو کتاب شماره قبل قسمت حریم خصوصی درباره این موضوع صحبت کرده بودیم.)

۱) صاحبان کسب و کار و تبلیغات کننده‌ها که بتونن تبلیغات شخصی‌سازی شده بفرستن.

۲) سیاستمداران و سازمان‌های اطلاعاتی

۳) خود مالکان تکنولوژی‌های نوین تا با شناخت مخاطب برای محصولات

بعدشون برنامه‌ریزی کنن.

شما فکر می‌کنین اطلاعات ما ممکنه دیگه به چه کارهایی بیاد؟



حواست به منه؟

سهی کنین لاقل ۳۰ دقیقه در مورد به چیز عمیق فکر کنین! فکر کردن عمیق یعنی وسطش حواستون به چیز دیگه‌ای پرت نشه، کار دیگه‌ای نکنین، خوابتون هم نبره!

سخت بود؟ تا حالا چند بار چنین تجربه‌ای رو داشتن؟

خب حق هم دارین! تو زندگی امروز ما چیزهای

بی‌شماری هست که حواسمون رو پرت می‌کنه، صدای

تلویزیون، زنگ تلفن، نوتیفیکیشن گوشی و ...

و این عوامل حواس پرتی هم به قدری زیاد هستن که

متمرکز بودن رو تقریباً به یه کار غیرممکن تبدیل کردن!

شما چند بار در روز گوشی تون رو چک میکنین؟ یا شاید بهتره

پیرسم چه مقدار می‌تونین تحمل کنین و گوشی تون رو چک

نکنین؟

حقیقتاً وسوسه باز کردن و دیدن یه پیام تازه یا چک کردن ویدیوهای

جدید اینستاگرام چیزی نیست که هر کسی بتونه به راحتی در برابرش

مقاومت کنه!

اما چه طوری این اتفاق افتاده؟



قرض کنین وارد به رستوران خاص می‌شین و بهتون به بشقاب میدان که اجازه دارین به همون اندازه غذا بخورین. توی این رستوران همه غذاها در کنار هم روی یه میز چیده شده و به‌به! یکی از یکی اشتها‌آورتر و جذاب‌تر! اما این هم کافی نیست، کنار هر غذا هم یه نفر واپستاده که مدام شما رو صدا می‌کنه و سعی می‌کنه توجه تون رو جلب کنه؛ آقا بیخشیدا خانم به لحظه! تشریف بیارین

این‌جا! امتحان کنین! مطمئن باشین پیشمون نمی‌شین!

حال و روزتون رو توی اون وضعیت تصور کنین! کنار هر ظرفی که توقف می‌کنین مسئولین ظرف‌های دیگه دست از سرتون برنمی‌دارن، یکی لباس‌تون رو میکشه، اون یکی روی شونه تون می‌زنه، نفر بعدی صداتون می‌کنه. تازه آگه اون‌ها هم نبودن خود غذاها به قدری یکی از یکی خوشگل‌تر بودن که انتخاب کردن

پیشون غیرممکن بود! حدس می‌زنین در آخر چی میشه؟

احتمالاً گرسنه از اون رستوران میان بیرون یا برای این‌که بتونین از غذای بیشتری امتحان کنین به قدری کوچولو کوچولو از هر غذا برداشتن که از هیچ کدوم چیزی نفهمیدین تازه خدا به قاطی شدن

این‌ها توی معده‌تون رحم کنه!

حکایت این رستوران، حکایت ما و دنیاییه که در حال حاضر از اطلاعات لبریز شده! منظور از اطلاعات، تمام اون چیزهاییه که از



طریق حواس وارد ذهن ما می‌شن؛ تصاویر، صداها، پیام‌های متنی، همه و همه حجم وسیعی از اطلاعات هستند که هر روزه از روش‌های مختلف وارد ذهن ما می‌شند. اما مشکل از اونجایی شروع میشه که ذهن ما همون ظرف محدوده که توانایی پردازش و توجه به مقدار کمی از این اطلاعات بی شمار رو داره!

همین هم شده که ما امروز با پدیده‌های مواجهیم که اصطلاحاً بهش کمیابی توجه گفته میشه، بی‌نهایت غذا (محتوا و اطلاعات) و یک ظرف محدود (توجه و تمرکز)!

خب حالا چه اتفاقی میفته؟

هرکس تلاش می‌کنه توجه شما رو به محتوای خودش جلب کنه «دقیقاً مثل همون مسئولین غذاها» ولی در نهایت این شمایی که گرسنه میمونین چون براتون تقریباً غیرممکنه که از بین غذاها فقط یکی رو انتخاب کنین و تمام توجه تون به اون یکی باشه.

این حجم از اطلاعات نامحدود در کنار توجه محدود مخاطبین به رقابت دائم بین تولیدکنندگان و صاحبان رسانه‌های ایجاد کرده، به این معنی که برد با کسیه که بتونه بین این همه گزینه، توجه مخاطب رو برای خودش نگه داره. در حقیقت الان اون کالای ارزشمندی که همه دنبالشن توجه و اقتصادی هم که داره بر این مینا می‌چرخه بهش اقتصاد توجه گفته میشه.

جالبه که بدونین یکی از این راه‌های جلب توجه، فرستادن نوتیفیکیشن یا اعلان‌ها اعلان توجه شما رو به خودش جلب می‌کنه که یعنی چیز جدیدی هست که ندیدی، بدو بیا ببینش!

این حجم زیاد اطلاعات که بهش سرریز اطلاعاتی هم گفته میشه باعث میشه که توانایی تمرکز و تحلیل ما کمتر از همیشه بشه و با وجود این همه اطلاعات در واقع چیزی رو واقعاً یاد نگیریم.

اصلاً خودتون رو امتحان کنین؛ چه تعداد از پیام‌هایی رو که دیروز خوندین یا پست‌هایی رو که لایک کردین رو به یاد میارین؟ تا به حال چند تا مطلب علمی توی اینترنِت و گروه‌های مجازی خوندین؟ چند تاشون رو به یاد میارین؟

اما چی باعث شده که این اتفاق بیفته؟

محتوای دیجیتال به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد بیشتر از هر چیز دیگری توجه ما رو به خودش جلب کرده:

- ۱) فوری و در کسری از ثانیه در اختیار فرد قرار می‌گیرد.
- ۲) شخصی و متناسب با علایق هر فرد بهش داده میشه.
- ۳) همیشه و همه جا در دسترسه.
- ۴) ارزان یا حتی در خیلی مواقع رایگانه.
- ۵) متنوعه (فیلم، عکس، صوت، نوشته، جدول، اینفوگرافیک و...)
- ۶) و فراوان!

همین‌ها هم باعث شده که حتی وقتی که تصمیم می‌گیریم گوشه‌ی رو کنار بذاریم و کتاب بخونیم باز هم وسط مطالعه با شنیدن صدای اعلان‌ها یا به خودی خود وسوسه میشیم به سر به گوشه‌ی مون بزنیم و ببینیم چه خبره!

نکته جالب دیگه اینه که اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم حتی اگر به صورت مستقیم هم ذهن مون رو مشغول نکنن اما به صورت غیر مستقیم روی افکارمون اثرگذارن! ما ناخودآگاه طوری فکر می‌کنیم که قبل‌تر نمونه‌اش رو دیدیم! برای همین سخته که بعد از شنیدن انشا به نفر سعی کنین دقیقاً با همون موضوع به انشای کاملاً متفاوت نویسی!

بحران توجه مشکلات زیادی رو ایجاد کرده، دانش‌آموزها کمتر از همیشه توان تمرکز کردن روی درس‌هاشون رو دارن، کارمندا با دقت کمتری کار میکنن و حتی توی روابط خانوادگی افراد کمتر میتونن بدون این که مدام گوشه‌ی شون رو چک کنن با هم صحبت کنن! اما راهکار چیه؟

آیا میشه درهای خونه رو روی هر نوع اطلاعاتی بست؟ تلویزیون رو دور انداخت و اینترنت رو همیشه خاموش نگه داشت و تلفن رو از برق کشید؟

نه فقط غیرممکن که غیرمنطقیه!



دنیای دیجیتال با حجم وسیعی از اطلاعات که در خودش داره کار ما رو برای خیلی از چیزها راحتتر کرده و فرصتهای خیلی خوبی رو در اختیارمون قرار داده اما مسئله فقط رسیدن به یه نقطه تعادله! نقطه تعادل بین اطلاعات و توجه! نه به قدری در اطلاعات غرق بشیم که برای هیچ کدوم توجه کافی نداشته باشیم و عملاً نتونیم هیچ استفاده‌ای ازشون بکنیم و نه خودمون رو از دریافت اطلاعات مفید محروم کنیم و پشت درهای بسته بشینیم. پیشنهاد شما برای رسیدن به این نقطه تعادل چیه؟

(برای آشنایی با روش‌های مدیریت مصرف رسانه‌ای می‌تونین به کتاب اول مجموعه مراجعه کنین.)



مرز بی مرز!

تا همین چند سال پیش ارتباط با کسی که در یه قاره دیگه، یه کشور دیگه یا حتی یه شهر دیگه زندگی می‌کرد کار خیلی سخت و زمانبری بود. شاید ماه‌ها طول می‌کشید تا پست یه نامه رو از شهری به شهر دیگه یا از کشوری به کشور دیگه ببره، تازه اگه صحیح و سالم می‌رسید و توی راه گم و گور نمیشد! بعد از اون امکان تماس با جاهای دورتر فراهم شد اما هم هزینه بالایی داشت هم کیفیت پایینی! ایمیل هم گزینه‌ای بود که بعدتر ارزش استقبال شد اما با همه این‌ها پروژه ارتباط با جاهای دور هنوز هم سخت و زمانبر و محدود بود. گذشت و گذشت تا این‌که کار بشر به جایی رسید که یه عدد گوشی ناقابل گرفت دستش، یه حرکت ناچیزی به بند اول انگشت سبابه‌اش داد و تمام! پیامش، صداش، عکسش، فیلمش رسید اون سر دنیا! یه همین سرعت و راحتی!



اینترنت مرزهای زیادی رو جابه‌جا و مرزهای زیادی رو هم برای اولین بار به روی انسان‌ها باز کرد که دو تا از مهم‌ترین هاشون بی‌زمانی و بی‌مکانی بود!

★ در فضای مجازی و اینترنت فصل و ماه و روز و ساعت و زمان معنی نداره. تعطیلی و زمستون و تابستون نمیشناسه. روز و شب و خواب توی کارش نیست. در هر ساعت و هر لحظه‌ای فعال و پر جنب و جوشه و همیشه ارزش استفاده کرد. بنابراین تجربه به زندگی جدید رو به آدم‌ها میدم. زندگی فراتر از مرزهای زمان! به نظرتون زندگی توی این دنیا بی‌زمان چه معایب و مزایایی می‌تونه داشته باشه؟

★ اما مرز بعد که توی این دنیا وجود نداره مکانها تو هیای مجازی فاصله معنایی نداره، فرقی نمی‌کنه شما و کسی که تو شبکه‌های مجازی در حال گفتگو با اونین در یه اتاق کنار هم نشسته باشین یا تو دو تا قاره مختلف باشین. شما میتونین با به جست‌وجوی ساده به منابع علمی به دانشگاه در یه کشور دیگه دسترسی پیدا کنین. میتونین اخبار رو به به زبان دیگه مطالعه کنین، میتونین حتی به طور آنلاین عکس خیابون‌های یه کشور دیگه رو در همین لحظه ببینین!

کم‌کم فرهنگ، عادات، سبک زندگی و الگوهای مردم دنیا در همه جا بهم نزدیک شد و تفاوت‌ها کم‌رنگ شد. انگار تمام جهان داشت به یه کشور واحد تبدیل می‌شد، پدیده‌ای که اسمش رو جهانی شدن گذاشتن. اینترنت تبدیل به یه شبکه جهانی شد که در هر زمانی از هر نقطه ایش میشد به نقطه دیگه دسترسی داشت.

این شبکه یک پارچه جهانی تحولات مختلفی رو در زمینه‌های مختلف ایجاد کرده که با هم تعدادیش رو مرور می‌کنیم:

★ **اقتصاد:** این دنیای بی‌مرز فرصت‌های منحصر به فردی رو در زمینه اقتصادی فراهم کرده و باعث رشد تجارت جهانی و جذب سرمایه‌گذارهای خارجی شده. شرکت‌های چند ملیتی بیش از هر زمان دیگه رشد کردن و همین‌طور هم این فضا فرصت خوبی رو برای جذب گردشگر از سرتاسر جهان ایجاد کرده (البته اگه از پتانسیل‌هایش درست استفاده بشه)

★ **فرهنگی:** برداشته شدن مرزها باعث شده فرهنگ‌ها بیش از هر زمان دیگه‌ای با هم ترکیب بشن. مثلاً اجرای مراسم بعضی از مناسبت‌های غربی که هیچ جایی در فرهنگ ما نداشتن توسط بعضی از افراد، به راه افتادن چالش‌های جهانی، تغییر آداب و رسوم و عادت‌ها

نکته

قطعاً هر پدیده‌ای مزایا و معایب خودش رو داره اما فور شدن از فرهنگ‌های اصول و یومی و فراموشی سنت‌ها و یک شکل شدن همه مردم باعث شده که در سال‌های اخیر جریان‌هایی بر شد جهانی شدن به راه بیفته و جوامع دوباره به این فکر افتادن که ارزش‌ها و هویت اصیل و منحصر به فرد خودشون رو حفظ کنن. شاید بهترین راه میانه‌روی بین این دو تا جریان باشه. استفاده از مزایای جهانی شدن در کنار حفظ هویت فرهنگی هر ملت. به نظر شما چه‌طور می‌شه این تعادل رو حفظ کرد؟

★ **علمی:** دسترسی به منابع و کشفیات علمی در سرتاسر جهان از نقاط مثبت پدیده شبکه جهانی اینترنته که باعث شده دانشجویها و اساتید در سرتاسر دنیا به منابع متنوعی دسترسی پیدا کنن. یا حتی همین کلاس‌های آنلاین در کرونا از مزیت‌های وجود اینترنت و شبکه‌های مجازی بود اما مسئله دیگه که در درس قبل هم بهش اشاره کردیم بحث سرریز اطلاعاته. به نظر شما دسترسی راحت و سریع اکثر مردم به این حجم از دانش (کتاب، مقاله، سایت و ...) واقعا باعث افزایش سطح علمی و مطالعه مردم شده؟ چه فرقی بین کسی که سال‌های قبل برای پیدا کردن پاسخ به سوال ساعت‌ها توی کتابخونه‌ها می‌گشته یا سفرهای طولانی می‌رفته با کسی که الان با یه جست‌وجوی ساده جواب سوالش رو پیدا می‌کنه وجود داره؟



★ **اجتماعی:** وجود این شبکه‌ها باعث شده که مردم از اتفاقاتی که می‌فته سریع‌تر باخبر بشن و بتونن افراد هم‌مشکل و هم‌نظر با خودشون رو پیدا کنن و حتی در بسیاری از موقعیت‌ها نظر دولت‌ها رو در مورد انجام کاری تغییر بدن. همونطور که چند وقت اخیر کمپین‌های اینترنتی که در کشور خودمون توسط مردم به راه افتادن باعث اقدامات جدی و مؤثری بودن یا حتی مانع اجرای بعضی تصمیمات شدن. به‌علاوه باعث میشه که مردم بتونن خودشون بسیاری از مشکلات رو حل کنن، مثلاً جمع‌آوری کمک برای مناطق بحران زده یا محروم، ایجاد بفتن فرهنگ‌سازی‌ها و ...

★ **خانوادگی:** و شاید بهترینش همین باشه که می‌تونیم از حال عزیزانمون که در جاهای دیگه زندگی می‌کنن به راحتی مطلع بشیم و حتی دوستانی از شهرها و کشورهای دیگه پیدا کنیم. شما چه تحولاتی دیگه‌ای که با وجود این شبکه جهانی ایجاد شده به نظرتون می‌رسه؟

در مورد مزیت‌ها و معایب هر اتفاق یا هم بحث کنین و برای جبران معایب راه حل پیشنهاد بدین.

جهان آینده

تا به حال به این موضوع فکر کردین که جهان آینده داره به چه سمتی میره؟ چه اختراعات جدیدی قراره زندگی بشر رو متحول کنه؟ علم قراره تا کجا پیش بره و چه مرزهای دیگه‌ای به روی ما باز کنه؟

خب حتی اگه شما هم به این موضوعات فکر نکرده باشین اما این چیزیه که کمپانی‌های بزرگ علم و فناوری هر روز بهش فکر میکنن و سرسختانه مشغول کار کردن روی این موضوعات هستن!

توی این قسمت می‌خوانیم دنیایی رو که بومون از آینده تصویر کردن با هم ببینیم و تصور کنیم!

به نظرتون هر کدوم از این تکنولوژی‌ها چه اثرات منفی و مثبتی می‌تونه در آینده بشر داشته باشه؟ در چه جاهایی می‌تونه کاربرد داشته باشه؟

نام تکنولوژی	کاربرد	مزایا	معایب	احساس شما نسبت به این تکنولوژی
۱	نانو ربات‌ها			
۲	اینترنت اشیا			
۳	ماشین بدون راننده			
۴	متاورس			
۵	گجت‌های پوشیدنی			
۶	ربات‌های انسان‌نما			

تکنولوژی‌های آینده



محاسبات و رایانه‌های کوانتومی

تشخیص چهره و بینایی رایانه‌ای

رابط‌های صوتی و چت بات‌ها

هواپیماهای بدون سرنشین

فناوری نانو و علم مواد

لباس‌های هوشمند

امنیت سایبری

وسایل نقلیه خودران

گجت‌های پوشیدنی

همجویشی هسته‌ای

کشاورزی مدرن و هوشمند

سیستم‌عامل‌های دیجیتال

ژنومیک و جهش ژنتیکی موجودات زنده

هوش مصنوعی

ماشین لرنینگ

اینترنت اشیاء

بیگ دیتا

بلاکچین

گرافن

برق بی‌سیم

رایانش ابری

واقعیت مجازی

اینترنت 5G و 6G

دوئلوهای دیجیتالی

همکاری انسان و ربات

چاپ سه‌بعدی، چهاربعدی و ساخت مواد طبیعی

نگاهت را خریدارم!

دنیای
خرید

تو از کجا پیدات شده؟

توی این فصل می‌خواهیم در مورد موجودی صحبت کنیم که دیگه کمتر جایی رو میشه پیدا کرد که اثری ازش نباشه. توی تلویزیون، گوشیه‌ها، مترو، اتوبوس، خیابون‌ها، فروشگاه‌ها، خونه‌ها و همه و همه جا و اون چیزی نیست جز تبلیغات! ما دیگه تقریباً عادت کردیم که سرمون رو به هر طرف که بچرخونیم اثری از تبلیغات رو ببینیم، از تبلیغ خوردنی و نوشیدنی و پوشیدنی گرفته تا اپ‌های موبایلی و دوره‌های مهارتی و حتی کانفیدهای ریاضت جمهوری! تبلیغ در لغت فارسی به «رساندن پیام یا خبر و آگاه کردن دیگران از فایده چیزی» معنی شده. معادل انگلیسی تبلیغات یعنی **advertising** از دو قسمت **ad** به معنی (رو به کسی / نسبت به کسی) و **vertere** که لغتی لاتین به معنی برگشته تشکیل شده و معنی کلی اون کسی رو مدنظر و مؤید خطاب قرار دادنه!



تبلیغات فقط در مورد محصولات تجاری نیست، حتی کاری که پیامبران هم در طول تاریخ انجام میدادن تبلیغ دین شون و پرستش خدای یگانه بوده، سیاستمداران هم برای رأی آوردن یا کسب محبوبیت بین مردم از فنون تبلیغات استفاده می‌کنن، حتی وقتی که شما تلاش می‌کنین در انتخابات شورای دانش‌آموزی رأی بیارین و به همین خاطر از کارهایی که اگه انتخاب بشین انجام می‌دین تعریف می‌کنین یا زمانی که دارین تلاش می‌کنین با تعریف از ویژگی‌های جذاب یه شهر خانواده رو قانع کنین که به اونجا سفر کنین در حقیقت مشغول تبلیغ کردنین!

شاید براتون جالب باشه که بدوین تبلیغات تقریباً عمری به اندازه عمر بشر دازه و از همون ابتدای پیدایش به جزو جدا نشدنی از زندگی انسان‌ها تبدیل شده پس بریم که با هم نگاهی به تاریخچه تبلیغات داشته باشیم و یکم بیشتر باهاش آشنا بشیم!



تبلیغات پدیده امروز و دیروز نیست و از وقتی زندگی اجتماعی وجود داشته نیاز به تبلیغات هم احساس می‌شده. شاید براتون جالب باشه که بر روی دیوارهای غارهای انسان‌های پیش از تاریخ نقاشی‌هایی وجود داره که به نظر میاد توسط سازندگان اشیا ابتدایی کشیده شده باشه! مثلاً اون کسی که تخصصش ساختن نیزه بوده، عکس نیزه‌اش رو روی دیوار کشیده تا شاید این توانا پیش رو به دیگران هم اطلاع بده! تا پیش از اختراع صنعت چاپ در سال ۱۴۵۰ میلادی - که تحول بزرگی برای زندگی بشر محسوب می‌شد.



تبلیغات به سه شکل کلی وجود داشتن:

۱. **اعضا استاد:** در اون زمان وقتی که کسی در ساختن چیزی استاد میشد به علامت از خودش روی محصولاتش به جا میذاشت و مردم هم موقع خرید به اون علامت‌ها توجه میکردن و براشون مهم بود که حتماً مثلاً از گوزه‌های فلان استاد بخرن که کیفیت خوبی دارن! دقیقاً مثل کاری که برندهای امروزی می‌کنن!



۲. **دیوار نوشت‌ها:** به راه دیگه این بوده که فروشنده‌ها روی سنگ‌ها و دیوارهای اطراف مغازه، درباره محصولی که می‌فروختن توضیح می‌دادن و ارزش تعریف و تمجید میکردن! شبیه این کار رو امروز تابلو سر در مغازه یا پلنوردهای خیابونی انجام میدن!



۳. **بوق و کرنل:** راه حل سوم تبلیغ شفاهی و به وسیله زبان بود! در تمام قرون وسطی و پیش از اون افرادی به نام جارچی وجود داشتن که در سطح شهر اخبار مهم رو فریاد میزدن و به گوش دیگران میرسوندن. فروشنده‌ها هم سعی میکردن یا صدای بلند از محصولاتشون تعریف کنن تا توجه هر کسی که داره از اون نزدیکی‌ها رد میشه جلب بشه!



وقتی که صنعت چاپ به وجود اومد همه چیز راحتتر و سریعتر شد و دیگه نیازی نبود برای نوشتن به متن تبلیغاتی ساعتها و روزها زمان صرف بشه! در قرن ۱۷ و با چاپ اولین روزنامه‌ها، کم‌کم تبلیغات راه خودش رو به مطبوعات هم باز کرد؛ مثلاً اولین آگهی معروف قهوه در سال ۱۶۵۲ و شکلات در سال ۱۶۵۷ و چایی در سال ۱۶۵۸ در روزنامه منتشر شد.

به نکته جالب: اون اوایل تبلیغات صرفاً جنبه اطلاع‌رسانی داشتن، یعنی این‌که مردم خبردار بشین محصول ما وجود داره! ولی بعد به مدت تبلیغات اینطوری شدن که هم اطلاع‌رسانی میکردن و هم مقایسه؛ یعنی این‌که می‌گفتن نه تنها محصول ما وجود داره بلکه بهترین محصول هم هست و نسبت به سایر رقبا مزیت‌های بیشتری داره!

تا وقتی که تبلیغات به صورت مکتوب بودن فقط افراد باسواد می‌تونستن ازشون سر در بیان اما بعد کم‌کم رادیو ظهور کرد و سر و کله تبلیغات صوتی پیدا شد. این تبلیغات دو ویژگی مهم داشت: می‌تونست به هر جایی حتی نقاط خیلی دور مخابره بشه و برای افراد بیسواد هم قابل فهم بود. تحول بعدی اختراع تلویزیون بود که هم صدا و هم تصویر رو همزمان داشت و حسابی در زمینه تبلیغات هم کولاک به پا کرد.

تبلیغات، به این صورتی که ما الان می‌شناسیم از اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ به وجود اومد. در این قرن آژانس‌های تبلیغاتی به وجود اومدن که اصلاً کارشون طراحی تبلیغات به درد بخور و مستری جذب کن بود. بعدها رشته تبلیغات به شکل په رشته دانشگاهی مستقل در اومد و کارشناس‌های خودش رو پرورش داد و خیلی سریع‌تر از حد تصور رشد کرد و این رشد هنوز هم ادامه داره به طوری که در حال حاضر از پرسودترین و پر جنب و جوش‌ترین صنایع دنیا، همین صنعت تبلیغاته!

به طور کلی و خلاصه همیشه عمر صنعت تبلیغات رو به این سه دوره تقسیم کرد:

- ۱) دوران ماقبل بازاریابی که از همون مبادلات کالا به کالای اولیه شروع شد و تا اختراع صنعت چاپ ادامه داشت.
- ۲) دوران ارتباطات انبوه که با فراگیری صنعت چاپ آغاز شد و به رسانه‌های صوتی و تصویری ختم شد.
- ۳) دوران پژوهش که از حدود ۵۰ سال پیش آغاز شده و در طی اون تبلیغات شکل نظاممند و کارشناسانه‌ای پیدا کرده و از تکنولوژی‌های جدید استفاده می‌کنه. توی این دوره کارشناس‌ها به دنبال پیدا کردن بهترین تکنیک‌ها برای جذب مخاطب می‌گردن ولی در عین حال مهم‌ترین چیز براشون جلب اعتماد مخاطب شده و به سادگی حاضر نیستن برای فروش بیشتر اعتماد مشتری‌هاشونو از دست بدن.



و اما تبلیغات وطنی ...

تبلیغات توی ایران هم تقریباً همون روند جهانی رو طی کرد، از تبلیغات متنی توی نشریه‌ها و روزنامه‌ها شروع شد و کم کم راه خودش رو به رادیو و تلویزیون باز کرد. توی عهد قاجار به تبلیغات، اشتهارنامه، اعلام نامه و بعد اعلان می‌گفتن که در سال ۱۳۱۴ به پیشنهاد فرهنگستان زبان و ادب فارسی اعلان به آگهی تغییر کرد و خیلی زود به اصطلاح رایج شد. در سال ۱۳۱۶ اولین شرکت تبلیغاتی به اسم کانون آگهی زیبا در ایران تأسیس شد و صنعت تبلیغات به رشد خودش ادامه داد تا جایی که الان دیگه کمتر جایی رو می‌تونیم پیدا کنیم که از دست تبلیغات در امان باشیم!

حالا که فهمیدیم تبلیغات از کجا اومده و چه‌طوری شروع شده وقتشه که ببینیم که این غول بی شاخ و دم چه‌طوری و با چه تکنیک‌هایی ما رو مسحور خودش می‌کنه.

مسلح به شیوه‌های دلبری!

تمام تبلیغات فقط به هدف ساده پشت خودشون دارن؛ بردن دل شما! تبلیغات ساخته میشن که شما رو راضی به انجام دادن به کار یا فکر کردن به به شیوه مشخص کنن، حالا میخواد این کار خریدن به محصول باشه یا رای دادن به به نفر یا حتی رفتن به به مقصد متفاوت برای سفر خانوادگی!

بنابراین تبلیغات باید مسلح به تکنیکی باشن که هتونه به بهترین شکل دل شما رو نرم و راضی کنه و شما رو قانع کنه که اون کار رو انجام بدین، به فنونی که به کار برده میشن تا ما رو به انجام به کارها تغییر رفتار یا نگرشمون تشویق کنن، فنون اقناع گفته میشه!

شناختن این فنون به ما کمک می‌کنه که پیش پیش دست تبلیغ کننده رو بخوئیم و آگاهانه یا حرفی که میزنه مواجه بشیم و به اصطلاح راحت دم به تله ندیم!

نکته مهم اینه که حواستون باشه این فنون فقط توی تبلیغات به کار نمیره و افراد ممکنه حتی توی مکالمات روزمره شون هم برای قانع کردن دیگران از اون‌ها استفاده کنن پس دوندن شون همه جا به دردتون میخوره.





حالا بریم که به تعداد از پرکاربردترین هاشون رو با هم یاد بگیریم:

★ **شقط چون تو گفتی:** احتمالاً همه تون تبلیقاتی رو دیده باشین که توی اون به ستاره محبوب (مثلاً رونالدو) میاد و می‌گه من از فلان محصول استفاده می‌کنم و انتخاب من اینه. یا گاهی وقتا تبلیغ، مردمی رو نشون میده که همه ادعا میکنن از این محصول استفاده کردن و ارزش راضی لن. به این تکنیک می‌گن گواهی دادن مردم با گواهی دادن ستارگان. این‌که احساس کنین افراد دیگه هم به محصول رو خریدن و از خریدنشون راضی بودن یا این‌که کیفیت اون به قدری بالاست که به ستاره یا سلبریتی انتخابش کرده، شما رو برای اون خرید یا انجام اون کار مطمئن‌تر می‌کنه.

★ **این یا اون:** یکی از رایج‌ترین فنون در تبلیقات مقایسه کردن دو تا چیز یا دو تا وضعیت با همه! مثلاً به برنده محصول خودش رو یا برنده رقیب مقایسه می‌کنه تا به مخاطبین ثابت کنه محصول من مزیت‌های بیشتری داره. یا در مواقعی به تبلیغ شرایط قبل و بعد استفاده از به محصول یا وقوع به اتفاق رو با هم مقایسه می‌کنه تا شما رو قانع کنه استفاده از اون محصول یا افتادن اون اتفاق از استفاده نکردن و نیفتادنش بهتره!

★ **با چشم خودت ببین!** شاید مهم‌ترین کاری که هر تبلیغ باید انجام بده اینه که ما رو با کلیت محصولش آشنا کنه و بهمون به شکل واضحی نشون بده که قراره چی بخیریم و چی کار برامون بکنه. به این تکنیک در مواد رسانه ادعای آشکار گفته می‌شه؛ یعنی این‌که به شما نشون بده با چی طرفین. این‌که روی بسته‌های مواد غذایی ترکیبات و میزان قند و کالری و ... نوشته شده هم به نمونه‌ای ادعای آشکاره چون در واقع داره برای قانع کردنتون به شما اطلاعات مستقیم و آشکاری درباره اون محصول میده.

★ **یکی بخر دو تا بخر:** یکی بخر دو تا بخر تا ببرا تحفیف استثنائی! حراج باور نکردنی! قرعه‌کشی میلیونی! هدیه ویژه همه این‌ها نمونه‌هایی از به فن اقتناع که مقاومت در برابرش برای اکثر افراد خیلی مسخته و بهش میگن تطمیع! تطمیع سعی می‌کنه اونقدر به شما امتیازات بده که بالاخره برای انجام اون کار راضی بشین. اما در گوشی بهتون بگم، هر وقت دیدین جایی دارن تطمیع تون می‌کنن بدوین سودی که خودشون از اون ماجرا میبین خیلی بیشتر از این حرفاست!

★ **بخند و ترس:** ما معمولاً چیزی رو که ارزش احساس خیلی خوب یا خیلی بدی دریافت کنیم به این سادگی‌ها فراموش نمی‌کنیم. همین مسئله هم باعث شده که طنز و ترس به دو تا تکنیک پر کاربرد در بین فنون اقتناع تبدیل بشن. وقتی به تبلیغی شما رو می‌خندونه ناخودآگاه ذهن شما اون احساس خوب موقع خندیدن رو یا اون محصول هم پیوند میزنه و باعث میشه از دیدن و خریدنش احساس خوبی داشته باشین. از طرف دیگه وقتی به تبلیغی شما رو می‌ترسونه که مثلاً اگه از این محصول استفاده نکنین پیر و بیمار و زشت میشین یا شکست می‌خورین و ... باعث میشه شما وقتی اون محصول رو ببینین یاد اون احساسای بد بیفتین و از ترس پیش اومدنشون، اون محصول رو بخرین.

★ **دوای دردت پیش منه:** استرس داری؟ ظرفیت خوب تمیز نمیش؟ موهات می‌ریزن؟ غذات خوشمزه نمی‌شه؟ نگران باش! دوای درد تو پیش منه! هیچ احساسی لذتبخش‌تر از پیدا کردن به راه حل برای به مشکل بزرگ نیست برای همین هم تبلیغات دست روی همین نکته گذاشتن و سعی کردن به مخاطب نشون بدن که به محصول چه طور می‌تونن مشکلات بزرگش رو به سادگی حل کنن. برای همین هم اسم این فن رو راه حل ساده گذاشتن. راه حل ساده به شما این اطمینان رو میده که برای هر مشکلی راه حلی وجود داره و گره مشکل شما هم به دست محصول ما باز میشه!

رگ خواب!

اما تبلیغات و بازاریابی فقط به استفاده از فنون اقناع در تبلیغات ختم نمیشه! برای این که به محصولی بتونه نظر شخص شخیص ما رو که مشتری اش هستیم جلب کنه باید خیلی بیشتر از این ها تلاش کنه! مهم ترین کاری که باید انجام بده اینه که ما رو بشناسه و رگ خوابمون رو پیدا کنه تا بتونه بیشترین اثر گذاری رو روی ما داشته باشه.

حالبه که بدونین بازاریابی به فرآیند طولانی مدته، یعنی حتی از قبل تولید به محصول شروع میشه و تا بعد از فروش اون ادامه داره و باید در تمام این مراحل رضایت مشتری رو کسب کنه تا بشه گفت کارش رو درست انجام داده.



نسخه
باز

در سال‌های اخیر تبلیغات روند تخصصی‌تری به خودش گرفته و سعی کرده از فنون و یافته‌های روانشناسی برای تاثیرگذاری روی مخاطبینش استفاده کند. نکته‌ای که وجود دارد و تا حدی هم به نظر ناچوانمردانه میرسد اینست که این فنون با شناختن عملکرد مغز انسان، ناخودآگاه ما رو هدف می‌گیرن برای همین مقاومت در برابرشون خیلی سخته! مگه این‌که دستشون رو خونده باشیم و با کلک‌هاشون آشنا باشیم، دقیقاً کاری که ما می‌خوایم این‌جا انجام بدیم!

★ **بازاریاب و فروشنده حرفه‌ای!** شاید تا حالا براتون پیش اومده باشه که وارد یه مغازه شدین و اونقدر فروشنده حرفه‌ای و باحال

بوده که نتونستین در برابر خرید کردن لزش مقاومت کنین! اصلاً انگار در همون نگاه اول شما رو شناخته و فهمیده از چه دری وارد بشه و چه طوری رفتار کنه که دیگه هیچ حرفی برای گفتن باقی نمونه!

یه بازار یاب حرفه‌ای هم باید همین‌طور باشه، یعنی مشتری‌اش رو بشناسه؛ بدونه که بعضی‌ها نیاز دارن بهشون دلایل منطقی ارائه بدی و با آرامش اجازه بدی تصمیم شون رو بگیرن، بعضی‌ها تحت تاثیر هیجان تصمیم می‌گیرن و نیاز دارن که تا می‌تونن از محصولت برایشون تعریف کنی، بعضی‌ها مشکل‌پسندترین و لازمه با حوصله بهشون جواب بدی و ...

اگه با هر مشتری اونطوری که نیازه رفتار کنی و به نگرانی‌هاش پاسخ بگی احتمال تسلیم شدنش خیلی زیاده!

★ **رنگ و صدا مهمه!** یکی از نکاتی که همیشه برای برند ها مهمه بحث انتخاب رنگ محصول و نشان مخصوصشونه (همون لوگو)!

چون تصمیم گیری برای خرید یه تصمیم نیمه آگاهانه ست یعنی زیادی از اون به احساسی بستگی داره که به مشتری موقع برخورد با اون محصول القا میشه و جالبه که بدونین تحقیقات نشون داده که تا ۹۰ درصد قضاوت های شتابزده درباره یه محصول (یعنی احساس تون نسبت به اون محصول در همون نگاه اول) به رنگش بستگی داره! درباره روانشناسی رنگ حرفهای زیادی وجود داره که الان موضوع بحث ما نیست اما فقط این رو بدونین که تناسب داشتن رنگ یا نوع محصول بی‌تونه تا حد زیادی ناخودآگاه مشتری‌ها رو به خودش جذب کنه!

انتخاب آهنگ‌های متناسب هم روی تبلیغات همین اثر رو داره. یادتون باشه ماندگارترین تبلیغات معمولاً آهنگی داشتن که توی ذهن و حافظه مردم مونده!

★ **رضایت تضمینی:** اگر تا صد سال آینده از خرید خود راضی نبودین کالا را مرجوع کنید و تمام پول خود را پس بگیرید! این جمله چه احساسی رو در شما ایجاد می‌کند؟ شاید اولین حس، امنیت باشه به این معنی که خیالتون راحت‌تره هر وقت بخواین میتونین پولتون رو پس بگیرین و همیشه راهی برای برگشت هست!

اما هدف مهم‌تری که این جمله داره به نوع القای حس رضایتمندیه! یعنی شما با دیدن این جمله به طور ناخودآگاه فکر میکنین: اوو یعنی این قدر مطمئن که محصولشون خوبه که حاضرین اطمینان بدن اگه تا صد سال آینده هم راضی نبودین پیش بگیرن؟! این حس که حتماً خیلی باکیفیته که حاضر شدن هیچین خطری رو بکنن و چنین شرطی بذارن باعث میشه شما با خیال خیلی راحت‌تری خرید کنین در حالی که باید بدونین بیشترین اهمیت امثال این تبلیغات تو همون لحظه فروشه وگرنه بعد از اون تعداد کمی از مشتری‌ها هستن که واقعا از این خدمات استفاده میکنن، حالا چه راضی باشن چه خیلی نه!

★ **نورون‌های آینده‌ای:** ممکنه این حالت رو تجربه کرده باشین که رو به روی یک نفر نشستین و وقتی که اون خمیازه می‌کشه شما هم خمیازه میکشین یا وقتی که یه ناحیه از صورتش رو میخارونه شما هم بعد چند لحظه دستتون رو به سمت اون ناحیه از صورتتون میبرین. در این حالت مغز مثل آینه عمل می‌کنه و شما دوست دارین کاری رو که طرف مقابل انجام میده تکرار کنین. تولیدکنندگان تبلیغ از این خصوصیت مغز استفاده کردن و در تبلیغاتشون از تصاویر کسانی استفاده میکنن که در موقعیت‌های خاصی قرار دارن، مثلاً در تبلیغ یه اپلیکیشن تمرین یوگا از تصویر چند نفر استفاده شده که به طور هماهنگ مشغول انجام یه حرکت خاص و جالب یوگا هستن به طوری که وقتی اون رو میبینن شما هم ناخودآگاه دلتون میخواد انجامش بدین. خوب چی بهتر از همین اپلیکیشن برای انجام این کار؟

★ **کنجکاوی:** بعضی از تبلیغات هستن که تکنیک شون کنجکاو کردن مخاطبیه! یه علامت سؤال (؟)، یه علامت تعجب (!)، یه جمله خبری در راه است یا چیزهایی شبیه به این وسط به بیلورد بزرگ تبلیغاتی بدون هیچ توضیح اضافه‌ای فقط با یه آدرس سایت! توی این حالت مخاطب کنجکاو میشه که از قضیه سر در بیاره و برای همین به اون سایت سر میزنه و مطمئن باشین خبرهایی اون‌جا در انتظار تونه!

★ **قیمت‌های قریب‌نده:** شاید ما فکر کنیم هر چه چیزی ارزون‌تر باشه طرفدارای بیشتری داره اما تحقیقات نشون داده اتفاقاً گاهی قیمت بالا مشتری جذب کن تره! چون افراد اینطور فکر میکنن که هر چی قیمت چیزی بالاتر باشه باکیفیت تره بنابراین از استفاده ارزش هم لذت بیشتری میبرن. تولیدکننده‌ها هم از این نکته استفاده میکنن و گاهی به عمد قیمت‌ها رو بالا میبرن تا مشتری فکر کنه داره چیز خیلی خاصی میخره از اون طرف چند درصدی هم تخفیف میدن که مشتری خیال کنه اون چیز خاصو چقدر هم داره به صرفه میخره! به نکته جانب دیگه هم در زمینه قیمت‌گذاری بحث رند نبوده! جالبه که بدونین بسیاری از افراد احساس بهتری به ۱۹۹ تومان نسبت به ۲۰۰ تومان دارن چون حس میکنن هنوز صد و خرده‌ای محسوب میشه و زیر ۲۰۰ تومنم! برای همین راحت‌تر تصمیم به خریدنش میگیرن!

★ **از دست تره!** روحیه بعضی از افراد این طوره که اگر فکر از دست دادن به چیز خوب احساس ضرر کردن می‌کنن و مضطرب میشن. این افراد در به رقابت دائمی هستن و تبلیغات کنندوها هم به خوبی این رو فهمیدن برای همین با استفاده از عباراتی مثل فرصت محدود، این قیمت‌ها تکرار نمی‌شود، فقط برای صد نفر اوله فقط، دو عدد در انبار باقی‌مست و ... این احساس رقابت رو تشدید می‌کنن که فرد از ترس این‌که نکته به فرصت خوب رو از دست بده فکر کرده و نکرده دست به خرید اون محصول بزنه.

★ **جایزه ات پیش منه:** در بحث فنون اقناع در مورد فن تطبیع صحبت کردیم. به کار دیگه‌ای هم که در سال‌های اخیر خصوصاً فروشگاه‌های اینترنتی زیاد انجام میدن اینه که به مشتری‌ها شون یاداش‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت میدن. یاداش کوتاه‌مدت می‌تونه به کالای رایگان به عنوان هدیه یا به تخفیف جزئی برای خریدهای بعدی یا حتی به عبارت تیریک بابت خریدتان باشه! یاداش بلند مدت امتیازیه که به واسطه هر خرید به فرد داده میشه و اون از دیدن زیاد شدن امتیازهاش لذت می‌بره و ترجیح میده دفعات بعد هم باز از همین جا خرید کنه تا امتیاز هاش بازم بیشتر بشه. حالا این‌که واقعا اون امتیازها چقدر به درد می‌خورن مشاورتش با خودتون!

تو به من نیاز داری!



ازتون می‌خوام این دو حالتی رو که می‌گم تصور کنین:

۱) توی خیابون مشغول راه رفتن هستین که یه دفعه «قرچق»! کفش‌تون پاره شدا به اطراف نگاه می‌کنین. یه مغازه کفش فروشی همون نزدیکی‌ها هست. وارد می‌شین. چند تا کفش رو تست می‌کنین و راحت‌ترینشون رو انتخاب می‌کنین. کفش رو می‌خرین و از مغازه بیرون میان.

۲) توی خونه نشستی و تلویزیون داره تبلیغ یه کفش رو نشون میده که در پیاده‌روی پاتون رو خسته نمی‌کنه و می‌تونین هر روز بیوشینش تا سالم بمونین.

در این حالت فکر می‌کنین که اگه من هم کفشم اینقدر راحت بود یه برنامه می‌ریختم و هر روز می‌رفتم پیاده روی! پس کوشی‌تون رو برمی‌دارین و کفش رو سفارش می‌دین.

فرق این دو تا حالت با هم چی بود؟ نقش تبلیغات این وسط چی بود؟ در مثال اول شما بر اساس به نیاز از پیش تعیین شده خرید کردین، یعنی اول نیاز رو حس کردین و بعد به فکر چاره افتادین که یه راه حلی براش پیدا کنین.

اما تو مثال دوم این تبلیغات بود که به شما القا کرد به یه کفش برای پیاده روی نیاز دارین.

یعنی احتمالاً تا قبل از دیدن اون تبلیغ وضعیت تون یکی از این سه حالت بوده:

★ یا اصلاً به پیاده روی فکر نمی‌کردین و براتون اولویت نبود.

★ پیاده روی براتون مهم بوده اما به دلایلی مثل تنبلی یا سرشلوگی زیاد بهش نمی‌پرداختین اما دلیلش نداشتن کفش مناسب نبوده!

★ پیاده روی براتون مهم بوده و بهش هم می‌پرداختین اما تا حالا احساس نکرده بودین که با کفش تون مشکل خاصی دارین.

(دقت کنین که اگه کسی پیاده روی براش اولویت بوده بهش هم می‌پرداخته و کفشش هم اذیتش می‌کرده و دنبال یه کفش مناسب می‌گشته، میشه مصداقی برای حالت یکم نه دوا)

مهم‌ترین وظیفه تبلیغات اینه که شما رو مجاب کنه به چیزی

که اونا می‌فروشن نیاز دارین! انسان‌ها ذاتاً این طورین

که وقتی به چیزی احساس نیاز کنن دچار نوعی

عدم آرامش روحی می‌شن تا وقتی که اون نیازشون

تأمین بشه. پس تبلیغات یا این کار اولاً در ما یه نیاز ایجاد

می‌کنن و به واسطه اون آرامش رو ازمون می‌گیرن و بعد

بلافاصله محصول خودشون رو بهمون به عنوان

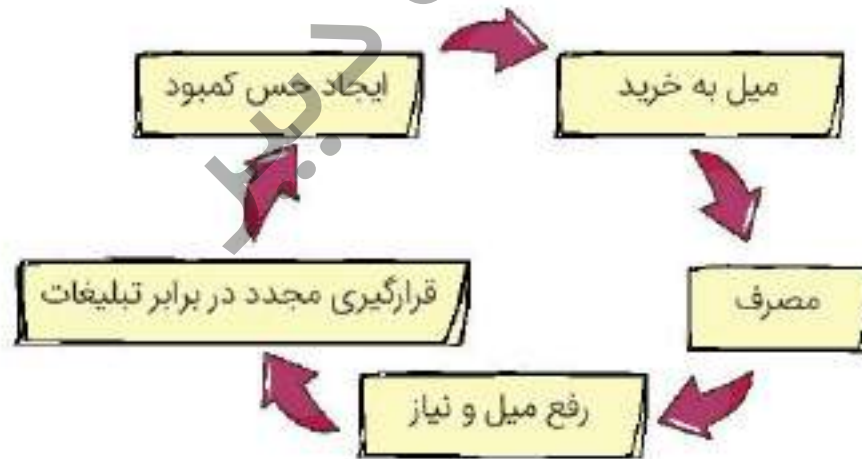
راه حل عرضه و معرفی می‌کنن تا با استفاده از

اون دوباره آرامشمون رو بدست بیاریم.



نکته مهم اینه که اون نیازی که ازش حرف می‌زنیم و در تبلیغات روش دست گذاشته می‌شه نیاز به شامیو و کفش و ماکارونی نیست! بلکه پیوند زدن محصولات با نیازهای اساسی‌تر و عمیق‌تر انسانه؛ یعنی نیاز به قدرت، لذت، سلامت، ذکاوت، زیبایی، تمایز و برتری و ... در حقیقت در اکثر مواقع ما خرید می‌کنیم که این نیازها رو در خودمون برطرف کنیم. بنابراین با به مثال بیشتر براتون توضیح بدم: مثلاً به آبمیوه رو تصور کنین، یا بهتره بگم زندگی رو بدون آبمیوه تصور کنین! آیا اتفاق خاصی میفته؟ احتمالاً نه. چون آبمیوه هم مثل اکثر محصولات دیگه جزو نیازهای ثابت و ضروری افراد نیست بنابراین کسی نمی‌تونه به شما بگه آبمیوه بخرین چون به آبمیوه نیاز دارین! اما نیاز به سلامتی و نیاز به لذت برای ما همیشه وجود داره و مهمه! برای همین تبلیغات سعی می‌کنن به شما القا کنن که استفاده از این آبمیوه باعث سلامتی شما میشه یا بهتون حس نشاط و لذت میده. در حقیقت حالا شما به خاطر نیاز به آبمیوه نیست که اونو می‌خرین بلکه به خاطر اون نیازهای عمیق‌تره که حالا به لطف تبلیغات در ذهن شما با آبمیوه پیوند زده شده.

نکته دیگه اینه که نیازسازی در تبلیغات به چرخه بی‌پایانه! یعنی طوری طراحی شده که فرد هیچ وقت به صورت کامل احساس بی‌نیازی و رضایت نکنه و با برطرف کردن هر نیازی بلافاصله نیازهای دیگه به سراش بیان و ...



مشکل دیگه هم اینه که ما با تصاویر محاصره شدیم! حتی اگه تلویزیون رو خاموش کنیم روی در، دیوار، خیابون و همه جا پر از تبلیغات! تمام فروشگاه‌ها از روش‌های مستقیم و غیرمستقیم برای تبلیغات استفاده میکنن. اینترت و شبکه‌های مجازی طوری طراحی شدن که شما رو در معرض هدفمندترین تبلیغات قرار بدن (در مورد این موضوع تو فصل بعد صحبت می‌کنیم). پس چی کار باید کرد؟ اصلاً این وضعیت خوبه یا نه؟ توی درس بعدی در مورد همین صحبت کردیم!

آستین‌ها رو بالا بزن!

حالا که این‌قدر درباره تبلیغات صحبت کردیم شاید براتون سؤال پیش اومده باشه که خب حالا چی کار باید کرد و چه‌طور باید از دست این غول بی شاخ و دم تبلیغات نجات پیدا کنیم؟ حقیقتش اینه که هیچ‌جور! بخوایم یا نخوایم تبلیغات عضو جدا ناپذیر از هر کسب و کار و زندگی بشره و هیچ راه فراری هم ازش نیست. شما نمی‌تونین تبلیغات رو حذف کنین - حتی اگه می‌تونستین هم نباید این کار رو می‌کردین! فقط می‌تونین ازش در راه مثبت استفاده کنین و در برابرش آگاهانه رفتار کنین.

چرا تبلیغات مهمه؟

هیچ کسب و کاری چه کوچیک چه بزرگ بدون تبلیغات درست سر پا نمی‌ونه. زندگی همه ما آدم‌ها بهم وابسته‌ست پس نیازمندان رو با کار خودمون آشنا کنیم تا پویایی بازار کار شکل بگیره و چرخ اقتصاد بچرخه که این به نفع همه‌ست! علاوه بر کسب و کارها، هر عمل مثبت و عقیده درستی هم نیاز به تبلیغ درست داره. تشویق مردم به صرفه‌جویی، کمک به نیازمندان، حفظ محیط زیست و هزاران چیز دیگه فقط زمانی جواب میده که براش تبلیغ درستی صورت بگیره. چیز خوب رو باید تبلیغ کرد، از کسب و کار خوب باید حمایت کرد و حتی تبلیغ کننده اش شد. اما پس کجاست که تبلیغ خطرناک میشه؟



نسخه رایج



تبلیغ بد است وقتی...

وقتی که بخواد مخاطب رو گول بزنه یا بهش دروغ بگه! وقتی که به خاطر سود بیشتر حقوق مشتری رو زیر پا بذاره. زمانی که با ایجاد نیاز کاذب جامعه رو به سمت مصرف گرایی سوق بده یا از تکنیک‌های غیراخلاقی استفاده کنه (مثل بی‌احترامی به یک گروه خاص یا استفاده ابزاری از زن‌ها و کودکان برای دیده شدن بیشتر تبلیغ یا بالا بردن بی‌دلیل قیمت‌ها برای القای حس کیفیت بالای محصول به مشتری).



خب حالا برای این‌که اسیر این مسائل نشیم چی کار باید بکنیم؟

- ★ **نیازسنجی کنید!** از خودتون بپرسین که آیا واقعا به چیزی که می‌خرین نیاز دارین؟ اگه اون رو الان نخرین چه اتفاقی میفته؟ آیا چون واقعا توی زندگی نیاز به اون محصول رو احساس کردین که دارین می‌خرینش یا چون تبلیغات بهتون القا کرده بهش نیاز دارین؟
- ★ **بودجه تون رو محدود کنید:** از قبل برای خرید نیازها تون بودجه محدودی رو در نظر بگیرید. مثلا اگه قراره برای خرید به کفش به فروشگاه برین فقط به اندازه خرید کفش پول همراهتون ببرین تا با هزار تا جنس اضافه به خونه برنگردین.
- ★ **آگاهانه رفتار کنید:** حالا که تکنیک‌های رایج هر تبلیغات رو شناختین سعی کنید از این به بعد با نگاه انتقادی و آگاهانه به تبلیغات نگاه کنید. سعی کنید تکنیک‌های به کار رفته در هر تبلیغ رو شناسایی کنید تا تصمیم‌گیری رو از ناخودآگاه به خودآگاهتون بیارین.
- ★ **لیست بنویسید:** قبل از خرید لیست اقلام مورد نیازتون رو بنویسین و فقط بر طبق همون خرید کنید.
- ★ **از تجربه دیگران کمک بگیرید:** بیشتر از اعتماد به تبلیغات به تجربیات افراد از مصرف به کالا اعتماد کنید. گاهی وقتا برندهایی که تبلیغات کمتری می‌کنن بهتر عمل می‌کنن.
- ★ **هر ادعایی رو باور نکنین:** گاهی وقت‌ها تبلیغات برای فروش محصولاتشون ادعاهای غیرممکن می‌کنن مثلا جوانی در یک هفته، رفع سفیدی مو در ده روز، لاغری در ۵ ساعت و ... درباره ادعاهای تبلیغات جست‌وجوی علمی کنید و مطمئن باشین که با عقل جور در میان!
- ★ **توجه کنید که همیشه پای سود کلانی در میونه!** هر چند که کمپانی‌ها و فروشگاه‌ها برای حفظ مشتری‌هاشون خدماتی رو مثل تخفیف و ارسال رایگان و قرعه کشی و ... به اون‌ها ارائه میدن اما همیشه سود واقعی رو از خرید ما خودشون میبرن. سود خرید غیرضروری یا بیش از حد ما خیلی بیشتر از چیزی که به خودمون برسه به اون‌ها میرسه.
- ★ **گول نخورین!** توجه کنید کار تبلیغات مبالغه کردن در خوب بودن به محصوله! تعداد محدودی از محصولات هستن که به قدر تبلیغاتشون خوب و کارآمد و بی نقص باشن.

پادشاهان جهان آرزو!

نسخه دیجیتال



پادشاهان مجازی

شما تو چه شبکه‌های مجازی فعال هستید؟ توی کدام یک از این شبکه‌ها همیشه دنبال‌کننده داشت یا کسی رو دنبال کرد؟
تقریباً چند تا پیج رو دنبال می‌کنین؟ چند نفر شما رو دنبال می‌کنن؟
پیج‌هایی رو که دنبال می‌کنین یا توجه به این دو تا ملاک دسته‌بندی کنین:
موضوع پیج (جدول ۱):

دوستان و آشنایان و صفحه‌های شخصی	هنرمندان، ورزشکاران و افراد معروف	پیج‌های فروشگاهی	محتوای طنز و سرگرمی	پیج‌های علمی، ادبی آموزشی، مهارتی	سبک زندگی افراد مشهور اینستاگرامی	سایر موارد...

تعداد دنبال‌کننده پیج‌ها (جدول ۲):

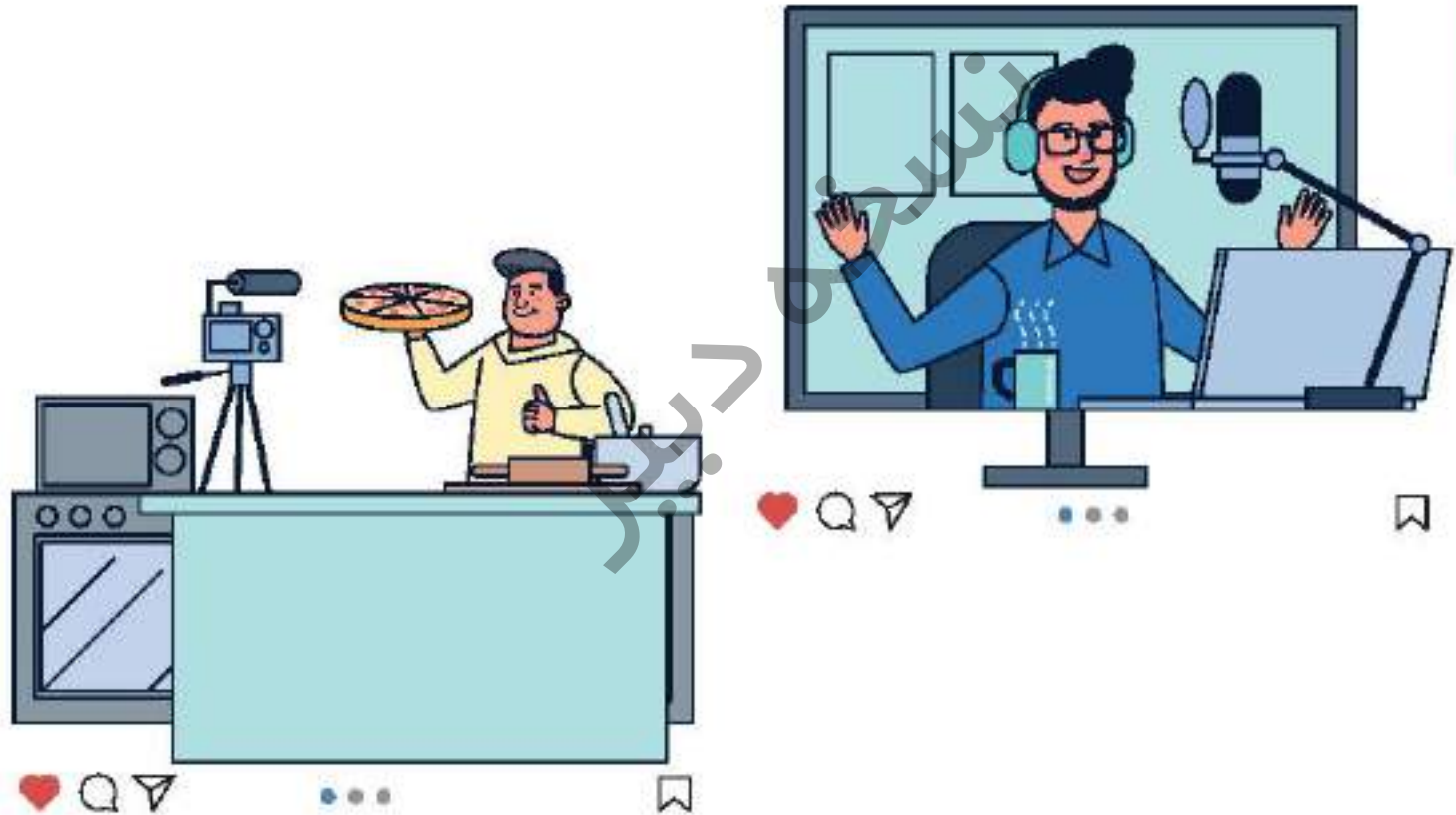
زیر ۱۰۰	بین ۱۰۰ تا ۱۰۰۰	بین ۱۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰	بین ۱۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰	بین ۱۰۰۰۰۰ تا یک میلیون	بالای یک میلیون

1. follower

2. following

★ چند درصد پیج‌هایی که دنبال میکنین تعداد فالوورهای بالاتر از ۱۰۰۰۰ تا دلین؟

چند نفر رو می‌شناسین که از طریق اینستاگرام معروف شدن؟ می‌دونین که به این افراد چی می‌گن؟
توی این فصل می‌خوایم درباره همین موضوع صحبت کنیم، پادشاهانی که قلمروشون دنیای بی‌انتهای مجازیه!



برای توصیف افراد یا توجه به کاری که انجام میدن چند تا تعریف وجود داره که لازمه همین ابتدای کار بلاهاشون آشنا بشیم و فرقتشون رو با هم بفهمیم!

★ **واینرها!** واینرها کسانی هستن که توی شبکه‌هایی مثل اینستاگرام، ویدیوهای طنز کوتاه میسازن و منتشر میکنن. این ویدیوها

معمولاً پربازدید میشن و این پیج‌ها هم دنبال‌کننده‌های زیادی میگیرن؛ چون مردم عاشق طنز و سرگرمی‌ان!

★ **بلاگرها:** "بلاگر به کسی گفته میشه که در به حوزه خاص تخصص و مهارت داره و محتوای مربوط به اون رو میسازه و حتی به

مخاطبینش آموزش میده. مثلاً در حوزه هنر آشپزی، عکاسی، مد و زیبایی و ...

★ **اینفلوئنسرها:** "اینفلوئنسر در زبان انگلیسی به معنی تاثیرگذاره. اینفلوئنسر به کسانی گفته میشه که در فضای مجازی به شهرت

رسیدن و کار اصلی‌شون برقراری ارتباط دائمی با مخاطب این افراد با شهرت و محبوبیتی که کسب می‌کنن می‌تونن تاثیر زیادی

روی دنبال‌کننده‌هاشون داشته باشیم که در موردش مفصل‌تر حرف می‌زنیم

★ **سلبریتی‌ها:** "سلبریتی‌ها افرادی هستن که به واسطه هنر یا مهارتی که دارن خارج از دنیای مجازی به شهرت رسیدن اما تو فضای

مجازی هم احتمالاً دنبال‌کننده‌های زیادی دارن، هر چند بعضی از این افراد خودشون مستقیماً تو فضای مجازی حضور ندارن و

پیج‌هاشون از طریق ادمین اداره می‌شه. مثل بازیگرها، خواننده‌ها، ورزشکارها، هنرمندان و ...

خب حالا دوباره به نگاه به لیست دنبال‌شونده هاتون بپردازین، چه کسانی رو از هر دسته دنبال می‌کنین؟

این چهار تا اسم می‌تونن عنوان کدوم ستون‌های جدول ۱ باشن؟

1. viner

2. blogger

3. Influencer

4. celebrity

ظهور ستارگان

درباره این‌که ستاره‌ها از کجا آمدند و چطور وارد زندگی ما شدند بحث‌های زیادی وجود دارد؛ بعضی‌ها شروع این ماجرا رو آخرای قرن ۱۸ و اوایل قرن ۱۹ می‌دونن، زمانی که دیگه اکثر مردم سواد خواندن و نوشتن داشتن، فناوری چاپ عکس به صورت وسیع و کلان ایجاد شده بود و سرمایه‌دارها و تبلیغات‌چی‌ها به دنبال راه جدیدی برای جذب مشتری بودن. توی این زمان بود که چیزهایی به وجود اومد که تا قبل از اون اثری ازشون نبود؛ کاریکاتور در روزنامه‌ها، کارتهای ویزیت عکس‌دار، پوسته‌های قدی، برتره‌های ارزان قیمت و چیزهایی که باعث می‌شد تصویر به چهره به میزان زیادی پخش و دیده بشه! اما توی قرن بیست بود که ماشین ستاره‌سازی به معنی واقعی متولد شد؛ سینما!



برنامه‌های گفت‌وگو محوری که درباره ستاره‌ها، خبر روزانه می‌ساختن و تو تلویزیون پخش می‌شدن و مجلات سینمایی، نقش شگفت‌انگیزی تو بزرگ کردن سلبریتی‌ها داشتن. اون‌ها ما رو به زندگی خصوصی سلبریتی‌ها راه دادن، جایی که تا قبل از این هیچ‌وقت توانایی ورود بهش رو نداشتیم و کنجکاوی درونی مون تا حد زیادی ارضا میشد.

همین مسائل هم باعث شد که سلبریتی‌ها بیش از هر زمان دیگه‌ای بزرگ و مشهور بشن، همه از زندگی خصوصی‌شون باخبر بشن و برای خیلی از افراد، خصوصاً نوجوون‌ها، تبدیل به الگو یا اسطوره بشن.

توی قرن ۲۱ اینترنت و شبکه‌های مجازی هم به این موضوع دامن زدن، حالا دیگه با یه جست‌وجوی ساده توی اینترنت اطلاعات و زندگی‌نامه هر آدم معروفی رو می‌شه خیلی راحت پیدا کرد. حتی خیلی از این آدم‌ها توی شبکه‌های مجازی با طرفدارانشون در ارتباطن و مستقیماً زندگی خودشون رو به اشتراک می‌ذارن.

اما ماجرا فقط به سلبریتی‌ها ختم نشد. از اواسط دهه ۲۰۰۰، افرادی توی یوتیوب ظهور کردن که به طور جدی تمرکزشون روی تولید محتوا بود. کلیپ‌های اون‌ها به مرور بیشتر و بیشتر دیده شد و طرفدارای خودشون رو پیدا کردن؛ کسانی که تحت تأثیر اون‌ها بودن، ویدئوهاشون رو می‌دیدن و به اشتراک می‌ذاشتن و منتظر ویدئو بعدی می‌موندن و این طوری اولین اینفلوئنسرها به وجود اومدن.

شوخی و ویدیوهای طنز، آموزش، مستند نگاری و چیزهایی شبیه این‌ها موضوعاتی بودن که این افراد که بعداً بهشون یوتیوبر گفته شد در موردشون کلیپ می‌ساختن. به مرور تعداد این افراد بیشتر شد و به سایر شبکه‌های مجازی هم راه پیدا کردن. نقطه مهم در مورد این آدم‌ها این بود که شهرت و محبوبیتشون رو از اول توی فضای مجازی بدست آورده بودن و بیرون از اون فرقی با سایر آدم‌های عادی نداشتن و حتی می‌شه گفت چندان شناخته شده هم نبودن.

اما این مسئله به این اندازه هم ساده نیست، توی درس‌های بعد بیشتر فراره در مورد تأثیرات این پدیده صحبت کنیم.

دنیای دیدنی‌ها

به‌یه‌خاطر در گذشته‌تون فکر کنین و سعی کنین اون رو به خاطر بیارین، آیا توی ذهن تون تصاویر واضحی می‌بینین؟ آیا شما هم از همون افرادی هستین که اگه یه نفر رو به بار هم ببینین حتی اگه اسمش رو فراموش کنین اما چهره‌اش توی

ذهنتون می‌مونه؟ آیا طرح‌هایی توی سرتون می‌بینین که توصیفش با کلمات خیلی سخته و حتماً باید بکشینش تا به دیگرون توضیحش بدین؟ پس اگه این‌طوره شما دارای تفکر بصری هستین! تفکر بصری یعنی فکر کردن با کمک تصاویر!

این افراد وقتی به چیزی فکر می‌کنن تصویر اون رو توی ذهن شون تجسم می‌کنن و وقتی می‌خوان چیزی رو به خاطر بسپرن باید خوب ببیننش. به‌طور کلی ۶۰ تا ۶۵ درصد افراد این مدل تفکر رو دارن و بیشترین ارتباطی که با دنیای اطرافشون برقرار می‌کنن از طریق دیدنه اما یه نکته مهم در این بین وجود داره؛ تفکر بصری می‌تونه کاملاً اکتسابی باشه! یعنی افراد عادت کنن که بصری فکر کنن و نظام ذهنی‌شون رو بر اساس تصاویر نظم بدن.



حالا چه اتفاقی افتاده؟

از قرن بیستم به بعد اکثر اختراعات بشر مثل دوربین عکاسی، سینما، تلویزیون، گوشی هوشمند، شبکه‌های مجازی، بازی‌های کامپیوتری و ... همه و همه بر اساس دیدن طراحی شدن و فرهنگی رو شکل دادن به نام فرهنگ بصری.



تو فرهنگ بصری همه چیز به تصاویر وابسته ست، همه جا از عکس‌ها و ماینیورها پر شده و اکثر زمان ما به نگاه کردن سپری می‌شه؛ برای کار به صفحه مانیتور نگاه می‌کنیم، برای استراحت تلویزیون رو روشن می‌کنیم و برای فهمیدن حال دوستانمون ترجیح می‌دیم تصاویرشون توی اینستاگرام رو تماشا کنیم. ما به چشم دوختن عادت کردیم!

همین موضوع هم باعث شده که هر چیزی که به اصطلاح «دیدنی» باشه برای ما اهمیت ویژه‌ای پیدا کنه و در مرکز توجه مون قرار بگیره. رشد تفکر و فرهنگ بصری در این دوران بیشتر از هر زمان دیگه‌ای سرعت گرفته و گسترده شده.

ما بر اساس تصاویر فکر می‌کنیم اما آیا تصاویر همیشه حقیقت رو می‌گن؟

حالا شما به این سؤال فکر کنید:

چه ارتباطی می‌تونه بین گسترش فرهنگ بصری و ظهور و اهمیت سلبریتی‌ها وجود داشته باشه؟

ماجرای ما و بلاگرها

چه جویری خونه‌اش همیشه مرتبه؟ خوش به حالش همیشه داره تفریح می‌کنه هر روز هر روز بیرونه. چقد رابطه خانوادگی‌شون خوبه. چقد خوشگل و مرتبه، من هیچ وقت تو خونه اینجوری لباس نمی‌پوشم. وای خوش به حالش چه تولدی براش گرفتن! چه جویری هر روز به لباس جدید می‌پوشه؟ چقدر خوشبختن، کاشکی منم...

شاید این‌ها بعضی از جملاتی باشه که از ذهن همه ما با دیدن زندگی بلاگرها و اینستاگرامرها گذشته باشه. زندگی هایی سراسر خوشبختی و شادی و رفاه که به نظر میاد ناامیدی و شکست و ناراحتی تا به حال از جلوی درشون هم رد نشده!

اما آیا تا حالا از خودتون پرسیدین این آدم‌ها که به نظر میاد تمام وقتشون یا توی اینستاگرام می‌گذره یا مشغول تفریحن، هزینه زندگی پرتحمل و رنگارنگشون رو از کجا تأمین می‌کنن؟

پس فکر می‌کنم همین‌جا لازمه به نگاه دقیق‌تر به سنن بلاگرها بندازیم!



بلاگری به شفاها

شاید فکر کنید تمام آدم‌هایی که توی اینستاگرام می‌بینید و زمان زیادی رو صرف فعالیت توی صفحه و ارتباط با مخاطب و به اشتراک گذاشتن زندگی‌های جذابشون می‌کنند آدم‌های بی‌دردی هستند که از سر دل سیری و صرفاً جهت تفریح تمام زمانشون رو توی اینستاگرام می‌گذرونن اما در اکثر مواقع اینطوری نیست بلکه اون‌ها اتفاقاً دارن با تمام توان به شغلشون می‌پردازن، شغلی به نام بلاگری! شغلی که اصلاً این‌طور که به نظر میاد ساده نیست!

بلاگر به پل ارتباطیه، بین مردم و برندهای مختلف محصولات. اما برای این‌که این پل بتونه کار خودش رو درست انجام بده باید به سری مراحل رو طی کنه. اما قبل اون بذارین به سوال ازتون بپرسم: فرض کنید که شما برای موهاتون دنبال به شامپوی مناسب می‌گردید، احتمال این‌که کدوم یکی از این شامپوها رو بخرین بیشتره؟

★ شامپویی که اولین بار توی قفسه فروشگاه دیدم.

★ شامپویی که تبلیغش رو توی تلویزیون دیدم.

★ شامپویی که دوست نزدیکم استفاده کرده و لزش نتیجه گرفته.

به احتمال زیاد شما هم با من هم نظیرین که چیزی رو که به دوست معرفی کنه دل آدم رو بیشتر برای خریدش قرص می‌کنه (سطوح مخاطبین رو توی کتاب یک پادتون هست؟) اما چرا؟ شاید دو تا از مهم‌ترین دلایلش این‌ها باشه:

۱) این‌که کسی اون محصول رو امتحان کرده و دیده که جواب میده. (امتحان خودش رو پس داده)

۲) این‌که می‌دونیم اون دوست خیرخواه ماست و چون به فکر مونه داره به چیز خوب بهمون معرفی می‌کنه.

همین عوامل هم باعث میشه که قدرتمندترین نوع تبلیغ، شنیدن تعریف به محصول از زبون به فرد قابل اطمینان باشه.

حالا برگردیم به بحث بلاگرها تا ببینیم چه طور همین نکته به ظاهر ساده اساس کار اون‌ها شده.

به بلاگر برای این که بلاگر موفق باشد باید بتونه با مخاطبش ارتباط بگیره و اعتمادسازی کنه. برای این کار لازمه:

- ★ به پیج باکیفیت و تر و تمیز بپاره بالا و روی طراحی و گرافیکش وقت بذاره.
- ★ تولید محتوای مستمر و زیاد داشته باشه و روی این کار وقت بذاره.
- ★ یا مخاطبش تعامل کنه. به پیام ها جواب ده. برای نظراتشون اهمیت قائل باشه. برایشون وقت بذاره و....
- ★ سعی کنه توی حوزه خودش به روز، خلاق و مطلع باشه.

اگه همه این فاکتورها وجود داشته باشن کم کم اعتماد بین بلاگر و مخاطبینش شکل می‌گیره مخاطبها حس می‌کنن اون آدم رو می‌شناسن و بهش احساس نزدیکی می‌کنن و فکر می‌کنن که اون هم برایشون مثل به دوست می‌مونه. پس وقتی میاد و میگه رفقا من از فلان محصول استفاده می‌کنم و خیلی خوبه! خیلی راحت حرفش رو می‌پذیرن و مشتری اون محصول می‌شن.

اما نکته‌ای که بهش بی‌توجهیم اینه که بلاگرها معمولاً این کار رو از روی رفاقت یا خیرخواهی برای ما انجام نمیدن، بلکه این سفل و منبع درآمدشونه! برندهای مختلف برای فروش محصولاتشون به بلاگرها پول میدن یا حتی محصولات رو به صورت مجانی برایشون می‌فرستن تا تبلیغشون رو کنن اما به شکلی که اکثر مخاطبین احساس نکنن با به تبلیغ کننده طرفن بلکه حس کنن به دوسته که داره محصول مورد علاقه اش رو بهمون معرفی می‌کنه.

علاوه بر این، هر بیجی که تعداد زیادی دنبال کننده داره می‌تونه از طریق گذاشتن استوری یا پست تبلیغاتی کسب درآمد کنه چون تعداد زیادی اون رو می‌بینن و بالاخره از بین این تعداد زیاد مشتری هم پیدا میشه. اما این هم تمام کاری که بلاگرها می‌کنن نیست!



حسرت برانگیز است!

زندگی بلاگرها در اکثر مواقع بی‌نقص به نظر می‌رسد. اون‌ها شاد و موفق و پولدارن و بهترین‌ها رو تجربه می‌کنن. اکثر افراد از مقایسه این زندگی با زندگی خودشون دچار نوعی حسرت و افسوس می‌شن و همین باعث می‌شه که بیشتر و بیشتر دلشون بخواد لحظه به لحظه زندگی بلاگرها رو دنبال کنن و حتی از کوچک‌ترین چیزهاشون هم الگو بگیرن. برای همین ما شاهد افرادی هستیم که جدا از چیزهایی که خود بلاگر مخصوصاً تبلیغ می‌کنه از هر چیز دیگه‌ای هم که نوی کادر تصویر می‌بینن سوال می‌پرسن، روسپرتو از کجا خریدی؟ کاغذ دیواری تونو از کجا خریدین؟ اون گل‌دون گوشه تصویر سمت چپ رو از کجا می‌تونم منم بخرم و ...

در حقیقت این افراد سعی می‌کنن فاصله‌ای که بین زندگی خودشون و بلاگرها احساس می‌کنن رو با شبیه شدن هر چه بیشتر بهشون پر کنن. همین موضوع باعث شده که خریدن و خریدن و خریدن - بیشتر از نیاز - یا به اصطلاح مصرف‌گرایی به صورت چشم‌گیری افزایش پیدا کنه.

از طرفی هنوز قانونی هم برای رسیدگی درست به درآمد این افراد بلاگر وجود نداره و بدون دادن مالیات مبالغ عجیب و غریبی رو برای تبلیغات دریافت می‌کنن که حتی نتیجه دادن یا ندادنش هم معلوم نیست.

آیا شما تا به حال تجربه خرید چیزی رو که بلاگری تبلیغ کرده داشتین؟ از این خرید چه تجربه‌ای داشتین؟ آیا واقعا به اون نیاز داشتین یا تبلیغ اون بلاگر باعث خریدش شد؟

اما اون کسانی که نمی‌تونن هر چیزی رو که می‌بینن بخرن، یا اصلاً اون قسمت‌های زندگی که خریدنی نیست، مثل شادی، روابط دوستانه و خانوادگی گرم، روحیه خوب و ... چه‌طور؟

اگه کسی مدام زندگی خودش رو با مشکلات ریز و درشتش با زندگی بی‌نقص بلاگرها مقایسه کنه بعد به مدت چه احساسی به سراغش میاد؟



اینستاگرام ویتترین لحظات خوب زندگی ستا

باید این رو باور کنیم که زندگی هیچ کس بی مشکل نیستا هیچ کس نمی‌تونه همیشه شاد و سرحال و پرانرژی باشه یا هیچ زمانی احساسات منفی رو تجربه نکته اما اینستاگرام جای این حرفا نیستا این‌جا ویتترین لحظات خوب زندگیه حتی ما هم ترجیح می‌دیم بیشتر از لحظات شام و موفقیت‌هامون محتوا به اشتراک بذاریم چه برسه به بلاگرهایی که برای جذب مخاطب مجبورن تمام لحظات احساسات خوبشون رو با مردم شریک شن! اما آیا واقعا خودشون هم همیشه احساس خوشبختی می‌کنن؟ به احتمال زیاد این‌طور نیستا زندگی برای هرکس مشکلات خودش رو داره و همون‌طوری که بعد از مشکلات خیره‌هایی از زندگی‌های بعضی از این بلاگرها به گوش می‌رسه و خبر از مشکلات بزرگ زندگی، روابط، روحیه و ... می‌ده که با چیزی از خودشون همیشه به اشتراک گذاشتن ۱۸۰ درجه متفاوت! شاید اون جمله معروف این‌جا به کار بیاد که باطن زندگی خودتون رو با ظاهر زندگی دیگران مقایسه نکنین!

تا حالا شده حسرت زندگی کسی رو بخورین اما بعد متوجه بشین اشتباه می‌کردین؟

زردی من از تو، سرخی تو از من

این که بلاگرها زمان زیادی از زندگی‌شون رو در رستوران‌ها و پاساژها میگذرونن یا به خاطر اینه که خیلی از مواقع از صاحبان اون رستوران یا فروشگاه پول دریافت می‌کنن تا فیلمشون رو در هنگام خرید یا غذا خوردن با ما به اشتراک بذارن که به نوعی تبلیغ اون رستوران یا فروشگاه انجام بشه و یا این که مشغول تفریح با یوتی هستن که از سایر فعالیت‌ها و تبلیغهاشون تو فضای مجازی بدست آوردن. اما متشاً این خوشحالی و ثروت در حقیقت چیه؟ توجه و اعتماد ما!

در حقیقت این وجود ماست که باعث رشد و خوشبختی اون‌ها شده. اما در مقابل برای خودمون چی باقی گذاشته؟ احساس حسرت و نارضایتی از زندگی خودمون!

در حقیقت رابطه ما و بلاگرها مثل این چرخه می‌مونه:



متخصصان بی تخصص

گفتیم که فعالین فضای مجازی خیلی از اوقات تأثیر زیادی روی دنبال کنندگان خود دارند و به اصطلاح اینفلوئنسر، یعنی مخاطب به طور کلی حرفی که می‌زنند رو راحت‌تر قبول می‌کنند. این مسئله در جاهای مختلفی نمود دارد، دعوت برای شرکت در یک کار خیر، به راه انداختن یک کمپین، حمایت از یک شخص خاص در انتخابات یا ...

اما آیا همیشه حرف این افراد درست و ناشی از هلم و تخصصشونه؟

در سال‌های اخیر موارد زیادی پیش اومده که به سلب‌توجهی یا اینفلوئنسر دنبال کنندگان رو به کاری دعوت کرده که بعداً مشخص شده اصلاً مبنای علمی نداشته. یا مثلاً افراد بدون فکر یا تحقیق کافی و فقط به پیروی از این شاخ‌های مجازی از کسی حمایت کردن یا کاری انجام دادن که نتیجه مثبتی در پی نداشته.

نکته اینه که نباید این افراد رو خدا دونست و حرفشون در هر زمینه‌ای رو بدون چون و چرا قبول کرد و اجازه داد که جامعه به سمتی بره که دیگه هیچ‌کس از خودش قدرت فکر و تصمیم‌گیری نداشته باشه و همه فقط کورکورانه تقلید کنن.



دیدها را باید شست

پس آیا با همه این حرف‌ها بلاگری مطلقاً بده و همه بلاگرها به دنبال سواستفاده از مخاطبینشون و هیچ فایده‌ای هم ندارن؟ نکته اینه که هیچ چیزی به این اندازه صفر و صدی نیست. هر پدیده‌ای نکات مثبت و منفی خودش رو داره و این به هوشمندی ما بستگی داره که از مثبت‌هاش استفاده کنیم و منفی‌هاش رو به حداقل برسونیم. در ادامه می‌خوانیم با همین نگاه به بلاگرها نگاه کنیم.

★ **آدمت رو بشناس:** توی هر حوزه ای آدم‌های مختلف با شخصیتها و طرز فکرهای مختلف وجود دارن. همیشه هیچ وقت درباره

تمام افراد به گروه حکم کلی داد مهم اینه که آدمت رو بشناسی!

★ **از محتواها استفاده کن:** ممکنه بعضی بلاگرها در حوزه تخصصی خودشون تولید محتوای به درد بخوری داخل صفحه شون

داشته باشن که مطالعه و یادگیری اون‌ها می‌تونه خیلی هم مفید باشه.

★ **با محصولات با کیفیت آشنا شو:** اکثر بلاگرها معمولاً برای اعتبار خودشون هم که شده در انتخاب محصولی که می‌خوان تبلیغش

کنن دقت میکنن. از طرف دیگه معمولاً برندهای معتبر و البته گرون هستن که به این افراد پیشنهاد تبلیغ میدن. نیازی نیست هر

چی به بلاگر معرفی می‌کنه رو بخرین اما اگه بلاگری رو در حوزه تخصصی خودتون (مثلاً عکاسی) دنبال می‌کین می‌تونین از طریق

پیجش با برندهای معتبر اون حوزه آشنا بشین.

★ **صادق باش:** یه بلاگر حرفه‌ای همیشه با مخاطبش صادق، حاضر نیست برای تبلیغ هر کاری بکنه یا در خوب بودن یه محصول بیش از

حد مبالغه کنه. این فرد اگه از محصولی استفاده کنه خوبی‌ها و بدی‌هاش رو با هم بهتر می‌کنه پس تا حدودی قابل اعتمادتره.

★ **مقایسه نکن:** بدترین آفت بلاگرها، ایجاد حسرت و مقایسه ستا حسرت نخورین! شما از پشت پرده زندگی افراد خبر ندارین. به

بلاگری به چشم یه شغل برای اون‌ها نگاه کتین نه یه زندگی رویایی!

★ **عزت نفس رو بالا ببر:** کسی که عزت نفس و اعتماد به نفس بالایی داره کمتر خودش رو یا کس دیگه‌ای مقایسه می‌کنه و آسیب‌های این فضا برنش کمتره. عزت نفس باعث میشه به جای این‌که تلاش کنی با تقلید از به کس دیگه ارزشمند بشی سعی کنی جا و ارزش خودتون رو پیدا کنی.

★ **به دنبال راه به شبه نباش:** نتیجه گرفتن زود و زیاد یا سختی کشیدن کم از توقعاتی که دیدن زندگی بلاگرها برای افراد ایجاد می‌کنه و اون‌ها رو نسبت به کار و تلاششون دلبرد می‌کنه. تصور این‌که همه جوون‌های به جامعه بلاگر بشن غیرممکنه. از طرفی بلاگرها عمر محبوبیت کوتاهی دارن و زود بدست رقبای تازه نفس از میدون بدر و جایگزین میشن. پس قدر تلاشی که میکنی رو بدون چون نتیجه‌ای که ازش می‌گیری ارزشمند و بااداره.

★ **نیازها رو بشناس:** دیدن زندگی بلاگرها می‌تونه کم‌کم زیادی ما رو به سمت مصرف‌گرا شدن بیره و چیزهایی رو بخریم که بهشون نیاز نداریم فقط برای این‌که زندگی‌مون به زندگی بلاگرها شبیه‌تر بشه. برای گرفتار نشدن به این موضوع نیازهای واقعی خودت رو بشناس و از خریدن چیزی که بهش نیاز نداری صرف نظر کن.

★ **پرتوقع نباش:** بعضی افراد با دیدن زندگی بلاگرها از زندگی و اطرافیان و حتی خودشون توقعات عجیب و غریب پیدا میکنند، مثلاً منم باید مثل فلان بلاگر همیشه خونه‌ام مرتب باشه، همسر منم باید برام اینطوری تولد بگیره، خانوم منم باید تو خونه این‌طوری لباس بپوشه، پدر و مادر من هم باید این‌ها رو برام بخرن و ...

زندگی نمایشی بلاگرها با زندگی واقعی خیلی فرق داره، گاهی اون‌ها از یه بیرون رفتن چندین مدل عکس می‌گیرن و روزهای زیادی به اشتراک میذارن تا شما فکر کنین هر روز بیرونن، وانمود می‌کنن که همسرشون برایشون تولد گرفته در حالی که از اون کافه پول گرفته بودن تا تبلیغ شون رو کنن و همه چیز هم رایگان تموم شده برایشون و ...

با دیدن این زندگی ساختگی، لذت زندگی واقعی رو از خودتون نگیرین.

★ **حساس شو:** شاید در نگاه اول به نظر بیاد که زندگی ما و بلاگرها کاملاً جدا از همه، به ما ربطی نداره که اون‌ها چی می‌کنن و چه

طوری رفتار می‌کنن و ما فقط دنبالشون می‌کنیم که از محتوایشون استفاده کنیم اما اگه عمیق‌تر نگاه کنیم اینطوری نیست!

بالتر گفتیم که دنبال کردن و هر نوع فعالیت ما در صفحه این افراد باعث افزایش درآمد و بیشتر دیده شدنشون میشه بنابراین ما با دنبال کردنشون داریم کمک شون می‌کنیم که به فعالیت شون ادامه بدن و افراد بیشتر و بیشتری رو جذب کنن اما آیا واقعا رفتار یا گفتار اون فرد با اعتقادات و اخلاقیات مورد نظر شما اونقدری انطباق داره که بخواین تبلیغش باشین؟ آیا به نظرتون اون فرد ارزش دیده شدن بیشتر رو داره و ممکن نیست روی کسی اثر مخرب داشته باشه؟

دنبال کردن کسی دقیقاً مشابه ایستادن پشت سر اون توی یه لشکر همونه؛ نسبت به این‌که پشت سر کی می‌ایستین حساس باشین!

★ **خط قرمز:** قبل از حضور در فضای مجازی برای خودت خط قرمزهایی داشته باش مثلاً من پیج‌هایی رو که از کودکان برای جذب

مخاطب استفاده میکنن، پیج‌های غیراخلاقی، اون‌هایی که با تقلب، کلاهبرداری یا ناسازگاره یا ... رو دنبال نمی‌کنم و نمی‌بینم و سفت و

محکم هم پای خط قرمزتون بمونین. اینطوری زندگی تو فضای مجازی خیلی شادتر و سالم میشه.

بی هنران

جدا از بحث بلاگرها که عمدتاً محتوایی توی پیج شون دارن و در به حوزه تخصصی کار می‌کنن اما افرادی هم هستن که توی اینستاگرام به شهرت‌های عجیب و غریب رسیدن و تقریباً هیچ هنری هم میشه گفت ندارن! این آدم‌ها با به راه انداختن حاشیه‌های جنجالی درباره روابط شون، به نمایش گذاشتن بدن و ظاهرشون و کارهایی از این دست به شهرت رسیدن و هر چند وقت به بار هم با درست کردن حاشیه جدید دوباره خودشون رو نقل محافل میکنن! از نظر اکثریت آدم‌ها، این افراد ارزش خاصی ندارن و حتی خیلی‌ها به زبون ازشون انتقاد می‌کنن اما می‌بینیم که حتی همین‌ها هم صفحه این افراد رو فالو می‌کنن و پیگیر ماجراهاشون هستن و وقتی دلیل این کار رو ازشون می‌پرسی می‌گن: کنجکاوی! می‌خواستم ببینم این کیه که همه درباره‌اش صحبت می‌کنن / دنبالش کردم که یابین پست‌هاش کامنت بذارم ارشادش کنم و ... نکته‌ای که این افراد بهش توجه ندارن اینه که خواسته و ناخواسته دارن با این کار به رشد اون فرد و دیده شدن بیشترش کمک میکنن و هدف اون هم دقیقاً همینه!

هر کدوم از ما با اضافه کردن به عدد به فالوورها، به ویو به استوری‌ها و به لایک و کامنت به پست‌ها داریم به دیده شدن بیشتر اون آدم کمک می‌کنیم. مهم نیست که محتوای اون کامنت قربون صدقه باشه یا فحش و مهم نیست که برامون مهم باشن یا به خاطر کنجکاوی سراغشون رفته باشیم. هدف اون‌ها دیده شدن و اگر واقعاً موافق هستین که کاری که میکنن از ارزش برخوردار نیست نباید توی این هدف کمک شون کنیم چون ما در برابر کوچک‌ترین کارهامون مسئولیم، حتی تو فضای مجازی! دوباره به نگاه به لیست دنبال شده‌هاتون بندازین. به نظرتون نیازه کسی رو از این لیست حذف کنین؟ چرا؟

تمرین بخش سوم (ذهن افزار)

- ۱) تا حالا دقت کرده بودید که وقتی چندبار به موضوعی یا کالایی رو جست و جو می کنید، بعد به مدت اکثر نتایجی که بهتون نمایش داده میشه درباره همونه؟ تجربه تون رو بگین.
- ۲) پنج تا از آخرین مطالبی که آخرین بار تو صفحات اجتماعی دید رو به ترتیب نام ببرید. چقدر از جزئیات اون مطلب یادتون هست؟
- ۳) بنظرتون این که همه افراد می تونن در هر ساعتی و هر مکانی بهتون دسترسی داشته باشن خوبه؟ در موردش با دوستانتون گفت و گو کنید.
- ۴) نظرتون درباره تکنولوژی تشخیص چهره چیه؟ در موردش تحقیق کنید که چه جاهایی می تونه کاربرد داشته باشه و چه مزایا و معایبی داره؟
- ۵) آخرین تبلیغی که دیدی کجا و تبلیغ چه محصولی بوده؟ چقدر وسوسه شدی اون محصول رو بخری؟
- ۶) اگر شما سفری به گذشته داشتید کدام یکی از این شیوه های تبلیغاتی براتون جذابتر بود؟
- ۷) اولین تبلیغات تلویزیونی بنظرتون درباره چی بود؟ با به جست و جو پیداش کنید.
- ۸) اگر کاندیدای شورای دانش آموزی بشید چجوری تبلیغ می کنید؟

۹) تا به حال با فنون اقناع‌هایی که گفته شد تو تبلیغات روبه‌رو شدید؟ چه مثال‌هایی برایشون می‌تونید بیارید؟

۱۰) به کالا یا خدماتی رو انتخاب کنید و با تکنیک‌ها و روش‌هایی که تا الان خوندید به مدل تبلیغاتی و فروش براش دربیارید.

۱۱) تا حالا خودتون یا خانوادتون تجربه‌ای داشتید که وسیله، لباس یا کفشی رو که نیازتون نبوده یا اصلا به خریدش فکر نکردید، بخاطر تبلیغات از تخفیف گرفته تا حرف‌های فروشنده بخیرید چطوری قانع به خریدش شدید؟

۱۲) ده روز پیشنهادهایی که برای نحوه درست روبه‌روشن با تبلیغات رو امتحان و گزارشش رو به کلاس بیارید و بگین چقدر موفق بودید؟

۱۳) تا چه زمانی تصاویر مثل چهره افراد، عکس‌ها و ... تو ذهن‌تون می‌مونه؟

۱۴) بنظرتون درآمد ماهیانه بلاگرها چقدره؟

۱۵) اگر اینستاگرام دارید حاضرید تمام بلاگرها رو آنفالو کنید؟ جوایتون هرچی که بود بگین چرا؟

۱۶) شما تجربه اعتماد به اینفلوئنسرها رو داشتید؟

۱۷) چندتا بلاگر رو می‌شناسید که محتوای مفید تولید می‌کنن؟

