

اصول وبلاگ نویسی

چگونه برای وبلاگ مطلب بنویسیم؟ آیا نوشتن در یک وبلاگ نیاز به تکنیک خاصی دارد؟ آیا نوشتن در اینترنت مانند نوشتن یک کتاب یا مقاله برای ارایه در کلاس است؟ بعضی از وبلاگ نویس ها اهمیتی به این مسئله نمی دهند و هر طور دلشان بخواهد می نویسند. در این درس می آموزید از چه قواعدی پیروی کنید تا برای وبلاگ تان به گونه ای مؤثر بنویسید.

تمام داستان یک وبلاگ در مورد نوشته های شما است. هر قدر وبلاگ تان امکانات مناسب و قالب زیبا داشته باشد، اگر نوشته های آن جذاب نباشد، هیچ گاه خواننده ها را جذب نخواهد کرد. اول از همه باید بدانید، روش خواندن در وب با دیگر رسانه ها متفاوت است. خواننده ها در وب مطالب را خط به خط نمی خوانند بلکه آن ها را اسکن می کنند و از بخشی به بخشی دیگر می پرند. آن ها ابتدای پاراگراف ها را نگاه می کنند و بعد سراغ پاراگراف بعدی می روند. مطالعات نشان می دهد که الگوی مطالعه خواننده ها در وب به شکل یک حرف F انگلیسی است.



در این تصویر نقاط قرمز رنگ مکان هایی است که بیشترین توجه به آن ها صورت گرفته. اگر دقت کنید می بینید که در یک متن پاراگراف های ابتدایی بیشتر از همه مورد توجه قرار می گیرد. خواننده به ابتدای متن و ابتدای لیست ها توجه می کند و انتهای متن کمتر خوانده می شود. خواننده ها در اینترنت به خاطر انبوه اطلاعاتی که با آن مواجه هستند به دنبال پاسخ سؤال شان می گردند. آن ها وقت ندارند و کم حوصله هستند. یک نوشته خوب باید به گونه ای باشد تا به سؤالات خوانندگان پاسخ دهد. یک نوشته خوب باید به گونه ای تنظیم شده باشد تا خواننده در کوتاه ترین زمان ممکن، مفید ترین اطلاعات لازم را دریافت کند و به هدف اش برسد.

مخاطب خود را بشناسید:

برای چه کسی وبلاگ می نویسید؟ وبلاگ برای عده ای مانند یک دفترچه خاطرات و بسیار شخصی است. آنها برای دل خودشان می نویسند و شاید حتی دسترسی به وبلاگ را هم محدود کرده باشند. اما عده زیادی هم وبلاگ می نویسند تا خوانده شود. اگر جزو دسته دوم هستید، باید در ابتدا مخاطب خودتان را بشناسید. در مورد آن ها اطلاعاتی جمع آوری کنید و خودتان را جای آن ها بگذارید. مخاطب شما چه انتظاری دارد؟ به

دنبال چه چیزی می‌گردد و در چه سنی است و چه علایقی دارد؟ مشخص کردن مخاطب تکلیف شما را با خودتان مشخص می‌کند و اجازه می‌دهد تا مطالب بهتری برای آن‌ها بنویسید.

موضوع وبلاگ را برای مخاطب مشخص کنید:

اگر در وبلاگ تنها در مورد یک موضوع خاص می‌نویسید، آن را برای خواننده مشخص کنید. می‌توانید کاری کنید، بیننده با یک نگاه بفهمد، اینجا کجا است. اگر در وبلاگ تان به نقد و بررسی فیلم‌های سینمایی می‌پردازید، از قالبی استفاده کنید که نشان دهنده این موضوع باشد. اسم وبلاگ هم می‌تواند تا حد زیادی به دادن حال و هوای سینمایی به وبلاگ کمک کند. با قرار دادن چند توضیح و تصویر در صفحه اول وبلاگ تان هر کسی متوجه می‌شود، در چه موردی می‌نویسید.

کوتاه و طبقه بندی شده بنویسید:

نوشتن برای وب مانند نوشتن یک کتاب بلند نیست. از نوشتن پاراگراف‌های بلند و طولانی پرهیز کنید. سعی کنید متن را به قطعات کوچک‌تر تقسیم کنید. برای هر بخش یک عنوان مجزا داشته باشید تا برای خواننده جذاب‌تر شود. به عنوان مثال به متن همین درس نگاه کنید که به بخش‌های متعددی تقسیم شده است. خیلی اوقات می‌توان به جای درج کردن پشت سر هم اطلاعات آن‌ها را به صورت لیست، جدول یا نمودار نشان داد. این تکنیک‌ها متن را بسیار خواندنی‌تر می‌کند.

اطلاعات را صحیح به هم متصل کنید:

گاهی اوقات می‌خواهید چند متن را با لینک کردن به هم متصل کنید. در چنین وقتی از عنوان مناسب برای لینک‌ها استفاده کنید. هنوز در وبلاگ‌های زیادی می‌بینیم که نوشته است: «برای خواندن مطلب اینجا کلیک کنید.» این عبارت متعلق به روزهای اول اختراع اینترنت بود. زمانی که هنوز کاربران نمی‌دانستند برای رفتن به یک لینک باید روی آن کلیک کنند! برای همین لینک‌ها را به این صورت می‌نوشتند تا بیننده بفهمد باید روی آن کلیک کند. شما می‌توانید از یک عنوان مناسب برای لینک ساختن استفاده کنید تا معنی مناسبی داشته باشد.

در هر مطلب روی موضوع اصلی تمرکز کنید:

هنگام نوشتن پست به حاشیه نروید و به اصل مطلب بپردازید. فراموش نکنید خواننده‌ها در وب به ابتدای مطلب بیشترین توجه را دارند، بنابراین بهتر است نکات مهم را در همان چند خط اول بگنجانید. اگر موضوع مورد نظرتان مهم است مانند روزنامه نگارها عمل کنید. آن‌ها برای نوشتن خبر از روشی به نام هرم وارونه استفاده می‌کنند. در این روش مهم‌ترین نکات مطلب در ابتدا آورده می‌شود و هرچه به پایین می‌رویم مطالب با اهمیت کمتر قرار می‌گیرد. با استفاده از این روش شانس اینکه پیام را به افراد بیشتری برسانید چند برابر کرده‌اید.

ویرایش فراموش نشود:

بعد از نوشتن یک پست نیاز نیست که فوراً دکمه انتشار را بزنید. حداقل یک بار نوشته را از اول تا آخر بخوانید. به دنبال غلط‌های املائی، تایپی، نگارشی و اشتباه در جمله بندی بگردید حتماً چندتایی پیدا می‌کنید. انتشار یک مطلب دارای غلط، تأثیر بدی روی خواننده خواهد

گذاشت. هنگام ویرایش روی جمله‌ها دوباره فکر کنید. به یاد بیاورید خواننده‌های وب، متن‌های بلند و جمله‌های طولانی را دوست ندارند. بنابراین قیچی را به دست بگیرید و هر چه اضافه به نظر می‌آید حذف کنید، تا یک متن اصلاح شده داشته باشید.

دیوار کلمات خواننده را فراری می‌دهد:

پاراگراف بندی مناسب و فضای سفید به خواننده اجازه می‌دهد تا در متن شما تنفس کند. برای مثال تصور کنید تمام پاراگراف‌های همین درس که می‌خوانید به هم چسبیده باشد و هیچ عنوانی هم نداشته باشد. آیا جرأت می‌کنید آن را از اول تا آخر بخوانید؟ وقتی متن را قسمت بندی نکنید و در آن فضا خالی نداشته باشید، مانند یک دژ مقابل خواننده است که از خواندن آن سر باز می‌زند.

سایز متن را مناسب انتخاب کنید و از وسط چین استفاده نکنید:

متنی که با فونت‌های درشت نوشته شده باشد به راحتی قابل خواندن نیست. متن با فونت بسیار ریز هم همین طور. رنگی کردن قطعات مختلف متن هم باعث آزار چشم خواننده می‌شود. بهتر است متن را در یک رنگ بنویسید. بعضی‌ها دوست دارند، متن‌ها را وسط چین کنند. بررسی‌ها نشان داده که چشم انسان در دنبال کردن خطوط وسط چین به مشکل بر می‌خورد و با آن‌ها راحت نیست. بنابراین متن‌های فارسی را تا حد امکان راست چین قرار دهید و انگلیسی را چپ چین کنید.

از تصاویر، درست و به موقع استفاده کنید:

تصاویر برای زیبا کردن صفحه وبلاگ نیستند. از آن‌ها وقتی استفاده کنید که مفهومی را به مطلب اضافه کند. گاهی اوقات آنقدر در استفاده از آن‌ها زیاده روی می‌شود که مطلب اصلی در میان‌شان گم می‌شود. بعضی وقت‌ها تصاویر نامناسب سبب می‌شوند، نوشته مانند یک تبلیغ به نظر برسد. اعصاب خواننده‌ها را با استفاده از عکس‌های متحرک به هم نریزید و فقط در صورتی از چنین چیزهایی استفاده کنید که واقعاً نیاز باشد. از انیمیشن‌ها وقتی استفاده کنید که به رساندن مفهوم تان کمک کند. آن‌ها به حجم صفحات شما اضافه می‌کنند و خواننده‌ها بعد از انتظار طولانی وبلاگ را ترک می‌کنند.

طبقه بندی مطالب:

نیاز به دسته بندی پست‌ها یکی از اولین سؤال‌هایی است که در ذهن یک بلاگر جدید شکل می‌گیرد. سرویس‌های وبلاگ نویسی مختلف هر کدام امکانات متفاوتی را برای طبقه بندی نوشته‌ها در اختیار شما قرار می‌دهند. اما در اینجا با دو تا از رایج‌ترین و مهم‌ترین آن‌ها آشنا می‌شوید:

- **طبقه بندی بر اساس دسته‌های موضوعی:** این ساده‌ترین روش برای طبقه بندی است. می‌توانید دسته‌های موضوعی مختلفی را بسازید و هنگام نوشتن یک پست جدید آن را در یک یا چند تا از این دسته‌ها طبقه بندی کنید. درست مثل پوشه‌هایی که ایجاد می‌کنید و کاغذها را بر حسب موضوع در آن‌ها قرار می‌دهید. این روش ساده و سریع است. معمولاً این امکان را دارید، آن‌ها را در یکی از ستون‌های کناری وبلاگ نمایش دهید و با کلیک کردن روی هر دسته تمام مطالبی که در آن طبقه بندی شده است نمایش داده می‌شود.

- **برچسب زنی:** تگ زدن یا برچسب زنی روش جدید تری برای دسته بندی اطلاعات است. در این روش برای هر پست تعدادی برچسب انتخاب می‌کنید و به آن اختصاص می‌دهید. محدودیتی در انتخاب و تعداد این برچسبها وجود ندارد. اما باید بدانید که انتخاب برچسب مناسب یک هنر است. وقتی یک پست می‌نویسد با خودتان فکر کنید، کدام کلمات و عبارات هستند که من را به یاد این پست می‌اندازد یا اگر یکی از خوانندگان من بخواهد این مطلب را پیدا کند احتمالاً چه کلمه‌ای را جستجو خواهد کرد؟ این کلمات برچسب‌های شما را تشکیل می‌دهند.

تست نهایی یادتان نرود:

بعد از اینکه مطلب را نوشتید و منتشر کردید حتماً آن را یک بار در وبلاگ مانند یک بیننده بازخوانی کنید. خیلی اوقات اشکالاتی در آن پیدا می‌کنید که هنگام نوشتن و ویرایش در صفحه مدیریت ندیده اید. گاهی اوقات عکس را در سبزه اشتباه آپلود کرده‌اید و وقتی آن را در وبلاگ چک کنید، می‌بینید قالب وبلاگ به هم ریخته است. تست نهایی چند دقیقه بیشتر طول نمی‌کشد اما این اطمینان را خواهید داشت، مطلب شما درست و بدون اشکال منتشر شده است.

امنیت در وبلاگ نویسی

حفظ امنیت و حریم خصوصی در فضای اینترنت بسیار مهم و جدی است که همواره باید به آن توجه داشت. اهمیت این موضوع زمانی که شما صاحب یک وبلاگ هستید و افراد مختلفی از سراسر دنیا بازدید کننده‌ی شما هستند، چندین برابر هم می‌شود.

تا زمانی که مرکز توجه قرار نگرفته باشید، خطر چندانی شما را تهدید نمی‌کند، ولی به محض اینکه تعداد بازدیدکننده‌های وبلاگ شما بیشتر شود، به همین نسبت احتمال حمله به شما نیز بیشتر می‌شود. مخصوصاً اگر یک وبلاگ سیاسی باشید یا مطالب شما در خلاف جهت منافع فرد یا گروهی باشد.

در این شرایط هک شدن شما فقط نابودی وبلاگتان را به دنبال ندارد بلکه امنیت خود شما و حتی بازدید کنندگان شما نیز از بین می‌رود و مشکلات جدی گریبان‌گیرتان می‌شود. در این جا از جهات مختلف مقوله‌ی امنیت را بررسی می‌کنیم و نکات مهمی را که در این جهت باید رعایت شوند را شرح می‌دهیم.

انتخاب رمزهای عبور مناسب:

شکی نیست که اولین و شاید مهمترین قدم در جهت حفظ امنیت انتخاب پسوردهای مناسب است. برای انتخاب پسورد به چند نکته‌ی کلیدی باید توجه کنید:

- حفظ حریم خصوصی در فضای اینترنت مساله بسیار مهم و جدی است که همواره باید به آن توجه داشت. روی پسوردهایتان حساس باشید و هرگز برخی از آن‌ها را کم اهمیت‌تر تلقی نکنید زیرا ممکن است همان اکانت ساده و بی‌اهمیت شما، راه ورود هکرها به اطلاعات مهم تان باشد.
 - از پسوردهای طولانی و مشتمل بر حروف بزرگ و نشانه‌ها استفاده کنید.
 - البته انسان از حفظ پسوردهایی با خصوصیات بالا عاجز است، بنابراین از نرم‌افزارهایی مناسب برای نگهداری آنها مانند last pass و Keeypass و غیره استفاده کنید و هرگز از روش‌های خطرناکی مانند یادداشت آنها در درون دفترچه‌ی یادداشت تان استفاده نکنید.
 - از کلمه‌هایی که در هنگام سخن گفتن بر آنها تکیه می‌کنید به عنوان کلمه عبور استفاده نکنید زیرا از اولین گزینه‌های یک هکر در زمان حدس زدن پسورد شما است.
 - در آخر از اطلاعات تماس خود و نزدیکان تان و یا اطلاعات هویتی و شناسایی هرگز به عنوان رمز عبور استفاده نکنید.
- با رعایت همین نکات ساده و کمی تدبیر در انتخاب پسورد تا حد زیادی به امنیت خودتان کمک کرده اید.

سایت لست پس: <http://lastpass.com>

کی پس: <http://www.Keepass.info>

حفظ امنیت در زمان ورود محتوا:

به روز رسانی مداوم وبلاگ و ارایه محتوای جدید به بازدیدکننده، شرط لازم زنده بودن یک وبلاگ است. خواننده‌های ثابت یک وبلاگ مرتباً از شما مطالب جدید می‌خواهند و این انتظار را دارند که در بازه‌های مشخص به محتوای جدیدی دسترسی پیدا کنند. بنابراین ورود محتوا یکی از کارهایی است که شما به عنوان بلاگر به دفعات و در شرایط مختلف زمان و مکان انجام می‌دهید این همان نقطه‌ای است که شما آسیب‌پذیرید. لذا دقت کنید که از نظر ناشناس ماندن هویت و یا امنیت عمومی باید نکات زیادی را رعایت کنید.

انتخاب مرورگر

اینکه برای گشتن در وب از چه مرورگری استفاده می‌کنید بر روی امنیت شما تأثیر مستقیم دارد. حتماً از یک مرورگر امن مانند فایرفاکس یا کروم یا اپرا استفاده کنید. اگر از فایرفاکس استفاده می‌کنید افزونه Noscript را بر روی آن نصب کنید. با این کار از اجرای کدهای مخرب در قالب Javascript و یا نرم‌افزارهای مشابه که به صورت خودکار و بالقوه توانایی اجرا شدن بر روی کامپیوتر شما را دارند، جلوگیری می‌کنید.

در شرایطی که مطالب وبلاگ شما مخالف با دولت یا گروه خاصی هستند که فاش شدن هویت شما خطراتی را برایتان به همراه دارد باید به نحوی عمل کنید که هویت و در واقع IP و موقعیت مکانی شما مشخص نشود.

TOR یک نرم افزار رایگان است که با ایجاد تونل های مجازی در محیط اینترنت احتمال کنترل شما توسط سایرین را کم می کند و با هدف حفظ امنیت گروه های مختلف کاربران به وجود آمده است. خوب است بدانید که حتی زمانی که به صورت رمزنگاری شده اطلاعاتتان را در شبکه منتقل می کنید تنها بخش اصلی فایل شما و محتوای آن رمزنگاری می شود و در بعضی شرایط قسمت دیگر فایل که اصطلاحاً هدر نام دارد و حاوی اطلاعات مهمی شامل نوع فایل، حجم و مقصد است قابل دسترسی توسط ارائه دهندگان خدمات اینترنت است.

Tor با انتقال فایل بین کامپیوتر های مختلف درون شبکه، ضمن تغییر IP، امکان تعقیب فایل را تقریباً غیر ممکن می کند.

توجه داشته باشید:

۱. تنها ترافیکی که از طریق نرم افزار منتقل می شود غیر قابل تشخیص است و الزاماً نصب نرم افزار دلیلی برای مخفی ماندن تمام ترافیک شما نیست. پیشنهاد می کنم که از فایرفاکس و افزونه Torbutton استفاده کنید.

۲. افزونه Torbutton که برای فایرفاکس است، Plugin هایی مانند Flash Java و غیره را که می توانند در جهت فاش شدن IP شما به کار گرفته شوند را غیرفعال می کند بنابراین اگر قصد بازدید از سایت هایی مانند Youtube را داشتید از مرورگر دیگری استفاده کنید و تنها از فایرفاکس خود برای گذاشتن مطلب استفاده کنید.

استفاده از VPN نیز از دیگر مواردی است که IP شما را محرمانه نگه می دارد. در این ارتباط که در دو قالب L2TP و PP2P قابل ایجاد است، تبادل اطلاعاتی شما از طریق VPN به صورت رمزنگاری بین سرور مشخص و کامپیوتر شما انجام می شود. زمانی که از این طریق به شبکه متصل هستید، در طول مسیر دسترسی به اطلاعات شما تقریباً غیرممکن است مخصوصاً اگر شما به شکل L2TP این ارتباط را برقرار کرده باشید زیرا در این نوع ارتباط، علاوه بر رمزنگاری عادی، یک لایه امنیتی جدید نیز در طول مسیر اضافه می شود.

البته باید دقت کنید، اکانت VPN که استفاده می کنید از یک سرور امن باشد زیرا زمانی که از VPN استفاده می کنید اطلاعات در طول مسیر رمزنگاری می شوند و در زمان رسیدن به سرور میانی توسط افرادی که به سرور دسترسی دارند قابل رویت هستند. بنابراین از سرویس های VPN که توسط افراد ناشناس ارائه می شوند استفاده نکنید.

با استفاده از VPN، موقعیت مکانی شما متفاوت نشان داده می شود و شما با IP جدیدی که متعلق به سرور است در اینترنت معرفی می شوید. لذا از حیث محرمانگی استفاده همیشگی از VPN امن، بسیار ضرورت دارد. حتی زمان بازدید از وب سایت هایی که IP شما را ذخیره می کنند مانند وب سایت های وابسته به دولت.

حتماً به این نکته دقت داشته باشید که عملکرد VPN با Proxy کاملاً متفاوت است. با استفاده از پراکسی شما به یک وب سایت متصل می‌شوید و وب سایت مورد نظر خود را از طریق آن می‌بینید، این یک تکنیک برای دور زدن فیلترینگ است و درواقع با تغییر در URL وب سایت فیلتر شده این امر مقدور می‌شود. ولی در زمان استفاده از پراکسی، سرویس دهندگان اینترنت قادر هستند به اطلاعات شما در طول مسیر دسترسی داشته باشند. و اگر آدرس پراکسی شما که درواقع یک وب سایت است را فیلتر کنند این مسیر غیر قابل استفاده می‌شود.

سرویس های وبلاگ دهی عمومی

وب سایت های بسیاری وجود دارند که به صورت رایگان امکان وبلاگ نویسی را در اختیارشان قرار می دهند. از دیدگاه امنیتی آنها را به دو قسمت تقسیم می کنیم.

سرویس هایی که متعلق به افرادی در داخل کشورند مانند www.Persianblog.ir و www.Blogfa.com و www.Blog.ir و دیگری سرویس دهنده های خارجی مانند www.wordpress.com و www.blogger.com.

در مرحله اول با توجه به اینکه ارایه دهندگان این سرویس ها در خارج کشور هستند، و بر پایه ارتباطاتی خوبی که با دولت دارند یا اعمال فشاری که به آنها می شود، ملزم به نگهداری IP های شما و ارایه آنها در صورت لزوم به دولت مربوطه هستند. بنابراین نمی‌توانید به آنها اعتماد کنید و نباید از آنها استفاده کنید. در نتیجه حتماً وبلاگ خود را بر روی یکی از سرویس دهنده های داخلی بنا کنید.

از ایمیلی که برای ساختن وبلاگ استفاده کرده اید برای ارتباط برقرار کردن با دیگران به هیچ وجه استفاده نکنید. برای ارتباط با دیگران ایمیل دیگری در www.gmail.com بسازید. ایمیل هایی را که از طرف افراد ناشناس به آدرس ایمیلی که برای ساختن وبلاگ استفاده کرده اید ارسال می شود را به هیچ وجه باز نکنید.

آپدیت ایمیلی:

برخی از سرویس های وبلاگ دهی یک اکانت ایمیل برای شما ایجاد می کنند و هر ایمیلی که به آن آدرس ارسال کنید به عنوان یک پست در وبلاگ تان منتشر میشود. استفاده از این امکان بسیار منطقی است و بدین صورت دیگر مجبور به اتصال به پنل مدیریت و وارد کردن پسورد خود برای گذاشتن یک پست جدید نیستید. البته فراموش نکنید که این آدرس ایمیل باید نزد خودتان مخفی بماند.

امنیت در سفر:

قبلاً گفته شد که یک وبلاگ موفق به صورت منظم آپدیت می‌شود و حفظ امنیت در شرایط سفر بسیار مهم است و توجه ویژه‌ای را می‌طلبد.

- اگر از سرویس‌های عمومی وبلاگ‌دهی استفاده می‌کنید حتماً امکان ارسال مطلب از طریق ایمیل برایتان فراهم شده است. به صورت امن به ایمیل خود وصل شوید و از آن طریق وبلاگتان را آپدیت کنید.
- در صورتی که این امکان در اختیارتان نیست ابتدا باید یک اکانت اینترنت امن پیدا کنید. حتی المقدور از شبکه‌های وایرلس عمومی و نا آشنا استفاده نکنید. با استفاده از اکانت VPN به شبکه متصل شوید و به روزرسانی را انجام دهید.
- اینکه از کامپیوتر شخصی خود برای این کار استفاده کنید مهم است و اگر به کامپیوتر خود نیز دسترسی ندارید باید رویه دیگری را دنبال کنید. کامپیوترهای عمومی به احتمال زیاد به نرم افزارهایی آلوده هستند که رمز عبور شما را هنگام وارد کردن سرقت می‌کنند.
- برای استفاده از سیستم‌های عمومی به همراه داشتن چند نرم‌افزار پرتابل ضرورت دارد. در ابتدا توسط یک آنتی‌ویروس پرتابل سیستم را Scan کنید و سپس از طریق FireFox پرتابل به اینترنت متصل شوید.
- البته در صورتی که یک CD لینوکس به همراه داشته باشید و از طریق سیستم عامل خودتان کامپیوتر را بوت کنید بسیار مطمئن‌تر است.

امنیت کامپیوتر شخصی:

رعایت تمام این موارد در صورتی که کامپیوتر شخصی و سیستم عامل تان از امنیت کافی برخوردار نباشد بی‌فایده است. فراموش نکنید که سیستم عامل تان را همیشه به روز نگه دارید و آخرین آپدیت‌های امنیتی را روی آن نصب کنید.

از نصب نرم افزارهای متفرقه و اجرای فایل‌هایی که نمی‌شناسید خودداری کنید. اگر از ویندوز استفاده می‌کنید یک آنتی‌ویروس مناسب روی کامپیوتر نصب کنید. سه انتخاب خوب آنتی‌ویروس‌های رایگان Avast، Avira و AVG هستند.

در کنار آنتی‌ویروس‌ها نرم افزارهای ضد جاسوس افزار و تبلیغ افزار هم داشته باشید دو گزینه رایگان و مناسب: Adaware و Spybot هستند. در نهایت روشن کردن Firewall سیستم عامل هم فراموش نشود.

تهیه بک‌آپ نگهداری فایل‌های پشتیبان:

اگر از سیستم‌های وبلاگ‌دهی عمومی استفاده نمی‌کنید نیاز است که به صورت دوره‌ای از اطلاعات خود بک‌آپ‌گیری کنید تا در صورت بروز مشکل محتوای خود را از دست ندهید. امنیت این محتوای پشتیبان هم مهم است زیرا علاوه بر محتوای شما اطلاعات بازدیدکنندگان شما شامل IP و نظراتشان نیز در این محتوا جای دارد و می‌تواند خطراتی را در صورت افشای اطلاعات برای آنها به وجود آورد.

- این اطلاعات را در محل‌های امنی نگهداری کنید و توسط نرم‌افزارهای مخصوص رمزنگاری کنید. یکی از نرم‌افزارهایی که این کار را به خوبی برایتان انجام می‌دهد TrueCrypt است که به عنوان یک گاوصندوق محل امنی را برای اطلاعاتتان به وجود می‌آورد.

- از نگهداری فایل‌های منقضی شده و بی‌ارزش خودداری کنید و فقط آخرین نسخه‌ها را حفظ کنید.

اگر از سیستم‌های وبلاگ دهی عمومی استفاده می‌کنید باز هم نیاز به پشتیبان‌گیری دوره‌ای از اطلاعات خود دارید. تصور کنید که فردی وبلاگ شما را هک کند و تمام نوشته‌هایتان را پاک کند. این سرویس‌ها گزینه‌هایی برای خروجی گرفتن از وبلاگ به عنوان Export یا پشتیبان‌گیری دارند. می‌توانید در تقویم خودتان یک برنامه ثابت داشته باشید که هر هفته یا ماه از وبلاگ خود پشتیبان بگیرید.

تصویر، صوت و ویدیو در وبلاگ

همیشه حرف، کلمه و جمله است که گفتار و نوشتار را می‌سازند، اما نوشتار در هر رسانه‌ای که ارائه شود (اعم از روزنامه، کتاب، وبلاگ و ...) بدون همراهی مدیا ناقص و خسته‌کننده است. گاهی اوقات حتی می‌توان پیام نوشتار را بدون حضور مدیا، گنگ و ناقص دانست.

در وبلاگ به راحتی امکان استفاده از عکس، فیلم و حتی صدا را دارید. اثر گذاری مدیا در این رسانه به اندازه‌ای است که حتی خود مدیا تبدیل به رسانه شده و باعث خلق فتوبلاگ، پادکست و ویدیوکست شده است.

عکس:

بیشترین مدیایی که در وبلاگ مورد استفاده قرار می‌گیرد و تقریباً پا به پای متن جلو می‌آید، تصویر است. اما همه وبلاگ‌نویس‌ها به شیوه درست انتخاب و استفاده از عکس در مطالب توجه نمی‌کنند.

اولین گام: پیدا کردن و انتخاب عکس مهمترین مرحله استفاده از این مدیا است. برخی افراد که به لطف دوربین‌های دیجیتال کوچک و با

کیفیت، دست‌شان باز است. مشخص است که تمامی حقوق این عکس‌ها متعلق به عکاس است و هرگونه استفاده از آن در اختیار وی است.

اما راه حلی که بسیاری از افراد انتخاب می‌کنند، استفاده از اینترنت و به‌خصوص سرویس جستجوی عکس گوگل است. آیا به این نکته فکر کرده‌اید که از لحاظ قانونی و اخلاقی، شما حق استفاده از همه عکس‌هایی که در گوگل و یا دیگر منابع پیدا می‌کنید، ندارید؟ حق کپی‌رایت هر عکس متعلق به عکاس اش است، که آن را طبق قوانین مختلف حقوق مؤلف در اختیار دیگر افراد هم قرار می‌دهد. پس شما برای استفاده از عکس در وبلاگ‌تان، ابتدا باید از حقوق مؤلف آن مطمئن شوید و سپس از آن استفاده کنید.

اما چگونه عکس‌های مناسب با مطلب مان را بیابیم، که از لحاظ حقوق صاحب اثر دچار مشکل نشویم؟ اگر به جستجوی پیشرفته عکس گوگل سری بزنید، می‌بینید که این موتور جستجو، امکان گشتن در میان عکس‌هایی را که استفاده از آن‌ها رایگان و آزاد است را هم دارد:



همانطور که می بینید، گوگل می تواند بر اساس اجازه استفاده، تغییر و بازنشر، چهار گروه عکس را در نتایج جستجو به شما نشان دهد.

Labeled for reuse عکس هایی را که با این برچسب مشاهده می کنید، می توانید برای استفاده شخصی کپی و بازنشر نمایید. اما حق انجام تغییرات یا استفاده تجاری از آن ها را ندارید.

labeled for commercial reuse عکس هایی را که با این اجازه نامه منتشر می شوند، می توانید برای کارهای شخصی و تجاری استفاده کنید. اما باز هم حق تغییر و تصرف در آن ها را ندارید.

labeled for reuse with modification عکس های این گروه را می توانید جهت مصارف فردی تغییر داده و در آن ها دخل تصرف نمایید.

labeled for commercial reuse with modification این گروه هم شامل عکس هایی هستند که برای مقاصد تجاری و مالی هم اجازه تغییر آن ها را دارید.

علاوه بر این با جستجو در سایت فلیکر هم می توانید عکس های فراوانی را بیابید که صاحبان شان آن ها را در اندازه های مختلف به صورت رایگان و تحت شرایطی مشابه با آنچه که در بالا گفته شد در اختیارتان می گذارند.

گام دوم: عکس هایی که در اینترنت می یابید و یا اینکه از روی دوربین عکاسی یا گوشی موبایل تان بر می دارید، معمولاً طول و عرض های متفاوتی دارند و برخی هم حجم های نسبتاً زیاد و نامناسبی دارند. بیننده بینوای وبلاگ چه گناهی مرتکب شده که برای دیدن یک مطلب شما، با این اینترنت کند باید منتظر لود شدن عکسی شود که کیفیت و اندازه اش برای چاپ پوستر هم کفایت می کند.

همیشه در نظر داشته باشید که بیننده وبلاگ ممکن است از اینترنتی با سرعت مناسب برخوردار نباشد و یا اینکه از لحاظ مصرف پهنای باند محدودیت داشته باشد. با توجه به سرعت اینترنت و همچنین اصول طراحی صفحات وب، معمولاً حجم مناسب برای یک عکس جهت انتشار در وبلاگ بین ۴۰ تا ۶۰ کیلوبایت است. عکس های با حجم بالای ۱۰۰ کیلوبایت هم برای این کار سنگین و نامناسب محسوب می شوند.

در خصوص سایز عکس ها (طول و عرض) هم توجه داشته باشید که هرچه اندازه عکس تان بزرگ تر باشد، به همان نسبت حجم آن هم افزایش می یابد. علاوه بر این استفاده از عکس هایی با اندازه بزرگ تر از عرض وبلاگ تان معمولاً باعث به هم ریختن صفحه و بیرون زدن عکس از صفحه می شود که جلوه مناسبی ندارد.

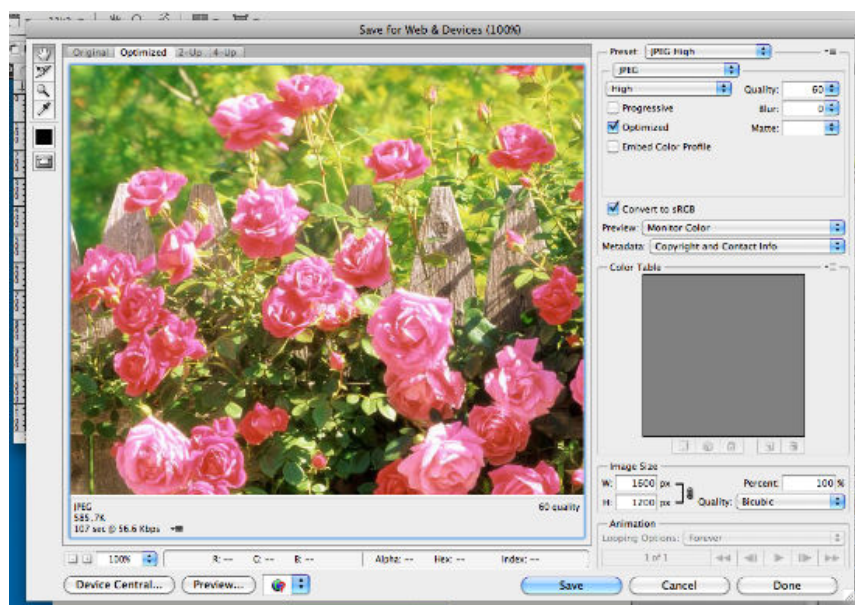
البته بعضی از وبلاگ‌نویسان با تعیین طول و عرض عکس با کدهای اچ تی ام ال و یا درون ادیتور وبلاگ، مشکل اندازه را حل می کنند. اما همچنان معضل حجم به جای خود باقی است. بنابراین از این روش استفاده نکنید.

راه حل این است که با استفاده از برنامه‌های ویرایش عکس، حجم و اندازه مناسب را برای استفاده در وبلاگ آماده کنید. البته برخی برنامه‌های کوچک هم هستند که این کار را به صورت دم دستی و سریع برای تان انجام می دهند. اما هیچ کدام مانند فتوشاپ دست تان را در تغییرات باز نمی گذارند و کیفیت آن را هم ندارند.

بهتر است که یک عرض استاندارد برای عکس مطالب وبلاگ انتخاب کرده و تا حد امکان همیشه از همان اندازه استفاده کنید. تا هم ظاهر وبلاگ یک دست و زیباتر شود و هم مشکل حجم و به هم ریختگی صفحه را حل کرده باشید.

برای اینکه اندازه مناسب صفحه وبلاگ تان را بدانید، راحت ترین راه این است که چند عکس با عرض های متفاوت آماده کرده و آن‌ها را در چند مطلب تست قرار دهید. هر کدام را که مناسب تر یافتید انتخاب کنید.

حال برای تغییر اندازه و حجم عکس، آن را در فتوشاپ باز کنید. از منوی file گزینه save for web and devices... را انتخاب کنید. پنجره ای مانند شکل زیر به نمایش در می آید:

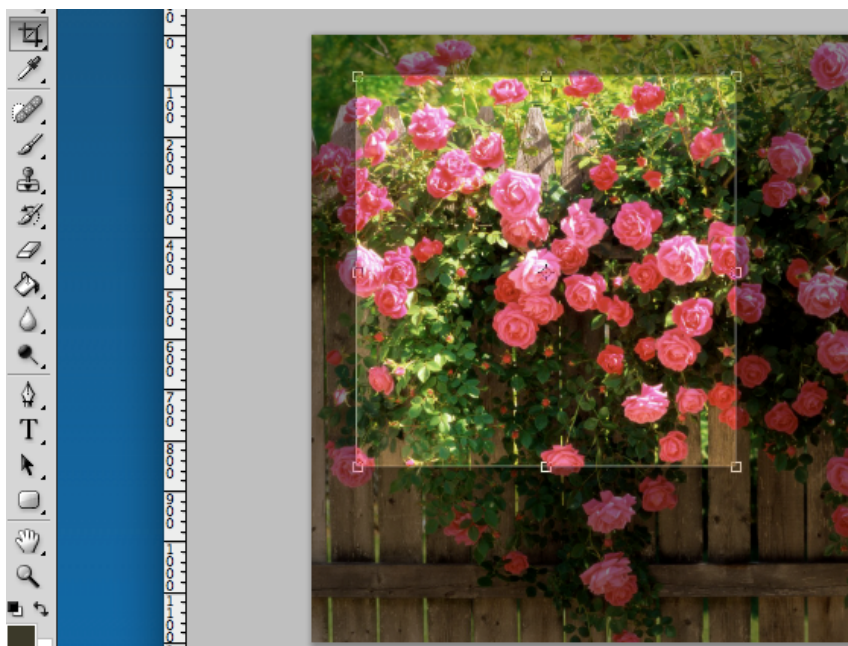


با باز کردن منوی Preset فرمتی را که می‌خواهید فایل ذخیره شود انتخاب کنید. فرمت های gif و Png حجم پائینی دارند، اما برای استفاده در صفحات وبلاگ معمولاً از فرمت jpeg استفاده می شود. پس از انتخاب فرمت، در قسمت quality می‌توانید کیفیت عکس را انتخاب کنید. این عدد را تا جایی که کیفیت عکسی که در سمت چپ می‌بینید قابل قبول باشد، کم کنید. زیرا هر قدر این عدد کوچکتر باشد، حجم فایل نهایی شما کمتر خواهد بود. بیشتر اوقات استفاده از اعداد ۶۰ تا ۷۰ کاملاً مناسب است.

بعد از اعمال هر یک از این تغییرات، می‌توانید حجم تقریبی فایل نهایی را در گوشه پایین و سمت چپ صفحه در زیر عکس ببینید. حال نوبت به سایز عکس می‌رسد. شما قبلاً اندازه مناسب عکس وبلاگ تان را انتخاب کرده‌اید. حال باید عکس را به اندازه مورد نظر در آورید.

در قسمت Size Image می‌توانید اندازه عکس را بر حسب پیکسل وارد کنید. در جلوی عبارت W عرض عکس را و در جلو حرف H ارتفاع آن را وارد کنید. البته این تنظیمات معمولاً به گونه‌ای هستند که با انتخاب یکی، دیگری هم به طور خودکار تغییر می‌کند. بعد از اینکه یکی از این اندازه‌ها را وارد کردید، کلید اینتر را بزنید تا نتیجه را ببینید. معمولاً انتخاب اندازه‌ای بین ۴۵۰ تا ۶۰۰ پیکسل برای عرض عکس در وبلاگ‌های مختلف مناسب است. بعد از اتمام تنظیمات کلید save را بزنید، تا در محلی که می‌خواهید و با اسم دلخواه تصویر نهایی را ذخیره کنید.

با این تنظیمات معمولاً حجم فایل نهایی شما کمتر از ۱۰۰ کیلوبایت خواهد بود. اندازه آن هم به گونه‌ای است که صفحه تان را به هم نمی‌ریزد و همچنین دعای خیر خوانندگان بدرقه راه وبلاگ تان خواهد بود!



نکته دیگری که ذکر آن در خصوص آماده سازی عکس‌ها ضروری است، نحوه جداسازی و استفاده از بخش خاصی از تصویر است. گاهی اوقات می‌خواهید فرد یا مکان خاصی را از عکس حذف کنید و تنها بخشی از آن را در وبلاگ تان قرار دهید. برای این کار می‌توانید از ابزار crop در فتوشاپ استفاده کنید. بر روی دکمه کراپ در کادر ابزارهای فتوشاپ کلیک کنید. حال در نقطه‌ای از عکس که می‌خواهید جدا شود کلیک کرده و با نگه داشتن دکمه، موس را حرکت دهید تا بخش مورد نظر انتخاب شود. یک کادر در عکس ایجاد می‌شود که فضای اطراف آن خاکستری

است. می‌توانید با گرفتن و کشیدن لبه‌ها منطقه انتخابی را کم و زیاد کنید. هنگامی که منطقه مناسب انتخاب شد، کلید اینتر را بزنید تا بخش‌های اضافی حذف شوند. حال با روشی که در بالا گفته شد، تصویر را در اندازه و حجم مناسب ذخیره کرده و استفاده نمایید.

گام سوم: حال که عکس مناسب انتخاب و ویرایش شد، باید به دنبال روشی برای استفاده از آن باشیم. اگر وبلاگ شما بر روی یک هاست و دامین اختصاصی قرار داشته باشد، مشکلی نخواهید داشت و می‌توانید عکس‌ها را به راحتی آپلود کرده و در مطلب تان قرار دهید.

در صورتی که از سرویس‌های عمومی وبلاگ نویسی استفاده می‌کنید احتمالاً آن‌ها امکان آپلود عکس را در همان اکانت به شما می‌دهند. هرچند برای آن محدودیت‌هایی وجود دارد. اما اگر چنین امکانی را ندارید، می‌توان از برخی سایت‌ها که فضای رایگان برای آپلود فایل یا نمایش عکس در اختیار تان می‌گذارند استفاده کنید. از مشهورترین سایت‌های آپلود عکس می‌توان به فلیکر، تامبلر و پیکاسا وب اشاره کرد. شما می‌توانید با ساختن اکانت در هر یک از این سایت‌ها، عکس‌های تان را در آن‌ها قرار دهید و آنگاه لینک عکس را در بخش ورود عکس مطلب وارد کنید.

اگر ایمیل یا هو داشته باشید، با همان نام کاربری و کلمه عبور می‌توانید وارد سایت فلیکر شده و از امکانات آن استفاده کنید. برای استفاده از پیکاسا وب هم داشتن ایمیل جیمیل کفایت کرده و نیازی به ساخت اکانت جدید نیست.

ویدیو: با توجه به اینکه سرعت اینترنت رو به افزایش است و همچنین ابزارهای ضبط تصاویر ویدیویی روز به روز کوچک‌تر و با کیفیت‌تر می‌شوند، قرار دادن ویدیو در مطالب وبلاگ به امری عادی بدل شده است. برای این کار شما می‌توانید یکی از سرویس‌های آپلود رایگان ویدیو را انتخاب کرده و تصاویر ویدیویی مورد علاقه تان را در آن قرار دهید. سپس با یک کد ساده که خود این سایت‌ها معمولاً در قسمت Embed در اختیار تان می‌گذارند، آن‌ها را درون مطلب تان قرار دهید. از سرویس‌های مناسب آپلود و اشتراک ویدیو می‌توان به یوتیوب شرکت گوگل و Viddler اشاره کرد.

جدا از نحوه نمایش و سرویس انتخابی برای اشتراک ویدیوها توجه به چند نکته ضروری می‌نماید. اول از همه اگر ویدیو توسط خودتان تصویر برداری شده است، لطفاً به حفظ حریم خصوصی افراد و مکان‌های موجود در آن توجه داشته باشید. همچنین با وجود دوربین‌های هندی کم‌کوچک و گوشی‌های موبایل با کیفیت ضبط تصویر HD شما می‌توانید ویدیوهای بسیار خوب و با کیفیتی تولید کنید. اما آیا به توانایی خوانندگان وبلاگ تان برای مشاهده یک تصویر پر حجم (هرچند با کیفیت) توجه کرده‌اید. بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند به جای اینکه ساعت‌ها منتظر لود شدن و تماشای یک ویدیوی با کیفیت بنشینند، آن را با کیفیت پایین‌تر ولی در مدت زمان کمتری ببینند. پس لطفاً به فکر سرعت اینترنت و پهنای باند خوانندگان هم باشید.

نکته دیگر در خصوص مدت زمان ویدیوها است که هم بر حجم آن و هم حوصله تماشاگر کاملاً تأثیر گذار است. ممکن است در یک اردوی دوستانه یا جمع خانوادگی یا جشن، تمامی لحظات برای شما خاطره انگیز و دوست داشتنی باشند. اما خواننده وبلاگ تان که می‌خواهد اتفاق بامزه خیس شدن استادتان یا شیرین کاری پسرخاله کوچک تان را ببیند، هیچ علاقه‌ای ندارد که برای دیدن یک اتفاق ۲۰ ثانیه ای، یک ویدیوی ۱۰ دقیقه‌ای را تحمل کند. یا برای تماشای یک دیالوگ زیبا از فیلم جدید تارانتینو، هیچ‌گاه به تماشای تمام آن سکانس در وبلاگ شما نخواهد نشست.

پس یادمان باشد که زمان و حجم در استفاده از ویدیو بسیار مهم و حیاتی هستند و حتی می‌توانند باعث از دست رفتن خوانندگان یک وبلاگ شوند. شاید بتوان گفت این ضرب‌المثل قدیمی کاملاً مصداق دارد: کم گوی و گزیده گوی چون در. در انتخاب ویدیو هم به حقوق مولفین و کپی رایت توجه داشته باشید. نکته آخر هم این است که بسیاری از سرویس دهنده‌های رایگان ویدیو در ایران فیلتر هستند. سرویسی را انتخاب کنید که توسط خواننده‌ها قابل مشاهده باشد.

صدا: ممکن است بخواهید یک وبلاگ صوتی به راه بیندازید که پادکست نام دارد. در این صورت به جای نوشتن بیشتر ترجیح می‌دهید که برای شنوندگان خود صحبت کنید. اینجا هم حجم حرف اول را می‌زند. هر چه فایل صوتی کوچک‌تر باشد، خواننده وبلاگ راضی‌تر خواهد بود. برای استفاده از یک آهنگ در وبلاگ تان یا راه اندازی پادکست، باید ابتدا آن را بر روی یک سرور آپلود نمایید و یا اینکه سروری در اینترنت بیابید که فایل مورد نظرتان بر روی آن موجود باشد. برای این کار می‌توانید از برخی سایت‌های آپلود و اشتراک رایگان فایل استفاده کنید. سایت (Boomp3) <http://boomp3.com> به شکل جالبی با استفاده از امکان آپلود و اشتراک برنامه Dropbox امکان آپلود و پخش فایل‌های mp3 را برای شما فراهم می‌آورد. البته می‌توانید از سایت‌هایی مانند www.fileden.com و <http://imeem.com> هم استفاده کنید.

مرحله بعد استفاده از یک برنامه پخش کننده است. با استفاده از کدهای جاوا اسکریپت و امکانات مرورگر خواننده وبلاگ، می‌توان شکل‌های مختلف پخش کننده را در اختیار بازدید کننده قرار داد. فقط در انتخاب برنامه مناسب، به امکان کنترل کامل فایل صوتی در حال پخش توسط خواننده وبلاگ توجه داشته باشید. برای انتخاب پخش کننده مناسب می‌توانید به این راهنما مراجعه کنید.

<http://www.labnol.org/internet/design/html-embed-mp3-songs-podcasts-music-in-blogs-websites/2232>

قالب وبلاگ

به عنوان یک وبلاگ‌نویس قطعاً شکل ظاهری وبلاگ برایتان اهمیت زیادی دارد. اینکه چگونه یک قالب مناسب برای وبلاگ مان انتخاب کنیم و رعایت چه نکاتی در رابطه با قالب و اجزای آن اهمیت دارد نکاتی است که در این درس به آن می پردازیم.

هر کدام از سرویس های رایگان وبلاگ به شما اجازه می دهند تا قالبی را برای وبلاگ تان انتخاب کنید و آن را با توجه به نیازتان شخصی سازی کنید. بسته به نوع سرویس دهنده ای که انتخاب می کنید در بعضی موارد اجازه دارید تمام اجزای قالب را خودتان دستکاری و شخصی سازی کنید و بعضی سرویس های رایگان مانند Wordpress.com به شما آزادی عمل زیادی برای دستکاری در قالب نمی دهند. اگر هم روی سرویس هاستینگ شخصی خودتان وبلاگ راه اندازی کرده باشید کاملاً آزاد هستید، هر گونه تغییری در قالب وبلاگ به وجود بیاورید و حتی اگر بخواهید یک قالب کاملاً اختصاصی از اول برای خودتان طراحی کنید.

وبلاگ شما مجموعه ای از امکانات و بخش های مختلف است. مطالبی که می نویسید، آرشیو زمانی، آرشیو موضوعی، برچسب ها، پیوندها، صفحه های ثابت و انواع ویجت های مختلف که ممکن است در آن استفاده کرده باشید. برای نمایش مناسب تمام این ها به یک قالب مناسب نیاز دارید تا اطلاعات را به گونه ای مناسب به خواننده نشان بدهد. اگر می خواهید قالبی را انتخاب کنید یا یکی را از اول طراحی کنید به این نکات توجه کنید.

یک قالب ساده، برجسته و شخصی:

طراحی های شلوغ خواننده را گیج می کند. همینکه نگاه بیننده برای نخستین بار به وبلاگ شما بیفتد از آن تأثیری را دریافت می کند. باید در طراحی قالب به این تأثیر فکر کنید. این تأثیر طی ۵ ثانیه اول رخ می دهد. بنابراین چیزهایی که برایتان مهم است را باید برجسته تر نشان بدهید. در انتخاب رنگ دقت کنید. تنوع رنگ ها را محدود کنید.

توجه خواننده با رفتن به پایین وبلاگ کاهش پیدا می کند:

بیشترین قسمتی که در صفحات وب دیده می شود بالای آن ها است. خواننده ها همینطور که به پایین صفحه اسکرول می کنند توجه کمتری به صفحه وبلاگ می کنند. بنابراین در چیدمان موارد درون قالب فراموش نکنید که به این نکته توجه کنید. که موارد مهم را با قرار دادن در پایین صفحه کم اهمیت نکنید.

فوتر وبلاگ را فراموش نکنید:

به قسمت پایانی و پایین وبلاگ فوتر گفته می شود. بخشی که ممکن است توجه زیادی به آن نکنید اما عامل مهمی در نگه داشتن بازدیدکنندگان در وبلاگ است. وقتی یک خواننده پستی از شما را می خواند با اسکرول کردن به پایین صفحه یا همان فوتر می رسد. حالا اگر مطلب دیگری برایش جالب توجه نباشد صفحه را می بندد و از وبلاگ خارج می شود. قرار دادن برخی موارد در فوتر باعث می شود که بعد از

تمام شدن یک پست، خواننده مطالب دیگری برای خواندن داشته باشد. در کنار آن می‌توانید برخی لینک های ضروری را در فوتر وبلاگ قرار دهید و کپی رایت وبلاگ هم در همین قسمت قرار می‌گیرد.

مطالب باید قابل خواندن باشند، در انتخاب رنگ‌ها دقت کنید:

هر چقدر هم که مطالب جذابی داشته باشید اگر رنگ متن و پس زمینه تباین کافی نداشته باشند برای خواننده‌ها قابل خواندن نخواهد بود. برای مثال اگر متن را سفید کنید و یک پس زمینه زرد برایش انتخاب کنید آنوقت حتی با ذره‌بین هم نمی‌شود آن‌ها را خواند. متن خاکستری روی پس زمینه مشکی هم همین مشکل را دارد. بهترین انتخاب پس زمینه‌های روشن با متن تیره است. البته می‌توانید از حالت عکس آن هم استفاده کنید. یعنی پس زمینه تیره با متن روشن. هرچند دومی مانند پس زمینه روشن خوانا نیست.

صفحه پیام ۴۰۴ مناسبی داشته باشید:

گاهی اوقات خواننده‌های وبلاگ شما به صفحه‌ای در وبلاگ مراجعه می‌کنند که وجود ندارد. مثلاً قبلاً یک پست نوشته‌اید و حالا آن را پاک کرده‌اید. اما یک وبلاگ دیگر به آن لینک داده است. در این حالت خواننده‌ها از مکان‌های دیگر به آدرسی در وبلاگ شما مراجعه می‌کنند که دیگر وجود ندارد. در این وضعیت آن‌ها با یک صفحه پیام خطا به نام خطای شماره ۴۰۴ مواجه می‌شوند. اگر یک وبلاگ روی هاست خودتان داشته باشید و در برخی سرویس دهنده‌های رایگان این امکان را دارید که یک صفحه ویژه طراحی کنید تا هنگام بروز خطای ۴۰۴ به خواننده‌ها نمایش داده شود. این صفحه می‌تواند دارای یک پیام باشد به همراه تعدادی لینک به دیگر بخش‌های وبلاگ. اما همه‌اش این نیست می‌توانید در ساختن این صفحه از خودتان خلاقیت نشان بدهید.

از شر لینک‌های مرده خلاص بشوید:

طی ماه‌ها و سال‌ها وبلاگ نویسی به مکان‌های مختلفی در دیگر سایت‌ها و وبلاگ‌ها لینک می‌دهید. همه این صفحات تا ابد در اینترنت باقی نمی‌مانند. تعدادی از صفحات بعد از مدتی از اینترنت پاک می‌شوند و اگر خواننده‌های شما روی این لینک‌ها کلیک کنند تنها با پیام خطا مواجه می‌شوند. این موضوع هم خواننده شما را ناراحت می‌کند و هم روی رتبه وبلاگ شما در موتورهای جستجو تأثیر منفی می‌گذارد. اما چک کردن تمام این لینک‌ها به صورت دستی عملاً غیر ممکن است.

برای نظارت بر لینک‌های داخل وبلاگ تان می‌توانید از ابزار رایگان گوگل به نام Tools Webmaster استفاده کنید. این سرویس شامل تعدادی خدمات رایگان برای مدیران وب سایت‌ها و وبلاگ‌نویس‌ها است که یکی از این خدمات چک کردن وبلاگ است. برای این کار در این سرویس ثبت نام کنید و آدرس وبلاگ را به آن بدهید. بعد از آن گوگل یک کد را در اختیار شما قرار می‌دهد تا آن را درون قالب قرار

دهید تا مالکیت شما بر آن وبلاگ اثبات شود. بعد از تأیید مالکیت، می‌توانید از خدمات رایگان Webmaster Tools گوگل برای وبلاگ تان استفاده کنید.

کمی HTML یاد بگیرید:

صفحات وب که در مرورگر تان می‌بینید در واقع از کدهای اچ تی ام ال و تعدادی زبان‌های برنامه نویسی دیگر تشکیل شده اند. برای راه اندازی و نوشتن وبلاگ نیاز به دانستن یک زبان برنامه نویسی نیست. اما اگر بخواهید که قدرت خودتان را در اجرای تغییرات در وبلاگ چند برابر کنید کافی است که کمی HTML یاد بگیرید. این در واقع یک زبان برنامه نویسی نیست و یادگیری آن بسیار ساده‌تر از آن چیزی است که تصور می‌کنید. نیاز هم نیست که تمام دستورات اچ تی ام ال را یاد بگیرید. دانستن یک سری موارد اولیه کارایی شما را چند برابر خواهد کرد. برای شروع می‌توانید از گوگل کمک بگیرید!

از آیتم های متحرک استفاده نکنید:

باور کنید اکثر خواننده‌ها علاقه‌ای به دیدن یک ساعت بزرگ در وسط صفحه یا پروانه ای که از این طرف به آن طرف وبلاگ پرواز می‌کند، ندارند. آیتم های متحرک که اکثراً برای زیبایی به وبلاگ اضافه می‌شوند باعث می‌شوند حواس خواننده پرت شود و گاهی اوقات حتی موجب ناراحتی بیننده می‌شود. در چنین حالتی به راحتی صفحه وبلاگ شما بسته خواهد شد و خواننده خودتان را از دست می‌دهد. علاوه بر این استفاده از پنجره های بازشونده کوچک تبلیغاتی یا بعضی پیام‌هایی که به صورت Popup به بیننده می‌دهید کار مناسبی نیست.

پخش صوت و ویدیو را به عهده بازدیدکننده بگذارید:

تا به حال برایتان پیش آمده که به وبلاگی مراجعه کنید و ناگهان یک موسیقی شروع به پخش شدن بکند؟ حالا اگر صدای اسپیکرهای کامپیوتر تا آخر بلند باشد و شما در محل کار باشید چه احساسی پیدا می‌کنید؟ اگر قصد دارید در وبلاگ تان ویدیو یا صوت قرار بدهید از این موضوع اطمینان حاصل کنید که آن‌ها به صورت خودکار شروع به پخش نمی‌کنند. باید به بازدیدکننده این اجازه را بدهید که خودش در صورت تمایل آن‌ها را پخش کند.

آیا نشان دادن کنتور بازدیدکنندگان لازم است؟

حتماً برایتان مهم است که از آمار بازدید وبلاگتان مطلع شوید. اما شاید نیاز نباشد که آن را به همه نشان بدهید. قبل از انجام این کار به دلیل آن فکر کنید. اگر امکان نصب شمارنده را روی قالب وبلاگ دارید بهترین انتخاب سرویس رایگان Google Analytics است. با مراجعه به آن در این آدرس: <http://www.google.com/analytics> می‌توانید در آن ثبت نام کرده و یک کد برای وبلاگ دریافت کنید. با قرار دادن کد درون قالب می‌توانید گزارش های بسیار مفیدی در مورد تعداد بازدیدکنندگان، محل مراجعه و ... ببینید.

در انتخاب ابزار آمار گیری وبلاگ تان دقت کنید و به همه سرویس ها اعتماد نکنید. قرار دادن کد این سرویس ها در صفحه وبلاگ تان سبب می شود که آن ها قادر به جمع آوری برخی اطلاعات در مورد بازدیدکنندگان وبلاگ تان باشند و این کار شاید از نظر حریم خصوصی و امنیت در دسرساز شود.

حجم صفحات وبلاگ شما چقدر است؟

وقتی آدرس صفحه وبلاگ تان را می زنید چقدر طول می کشد تا باز شود؟ ممکن است شما به اینترنت پرسرعت دسترسی داشته باشید. اما بسیاری از کاربران فارسی زبان به چنین اینترنتی دسترسی ندارند. بنابراین مهم است که به حجم صفحات وبلاگ توجه کنید. معمولاً متن حجم زیادی را اشغال نمی کند اما تصاویر، صوت و ویدیو حجم زیادی دارند و سرعت باز شدن صفحات را کند می کنند. قبل از قرار دادن هر عکس در وبلاگ آن را برای وب بهینه کنید تا حجم زیادی نداشته باشد. در درس آماده سازی تصاویر این کار آموزش داده شده است.

صفحه تماس با من فراموش نشود:

تا به حال به وبلاگ هایی برخورد کرده اید که صفحه تماس ندارند؟ تعداد شان کم نیست. همیشه یک روش برای ارتباط خواننده با خودتان قرار بدهید. دقت کنید که بخش نظرات وبلاگ برای اظهار نظر در مورد همان مطلب است نه تماس با شما. اگر نمی خواهید آدرس ایمیل تان را در اختیار همه قرار دهید، صفحه تماس می تواند حاوی یک فرم باشد که خواننده ها از طریق آن با شما تماس می گیرند و اطلاعات آن برایتان ایمیل میشود

کپی رایت و ذکر منبع در وبلاگ نویسی

وقتی وبلاگ می نویسید از نوشتن لذت می برید. قاعدتاً دوست ندارید که کسی نوشته شما را بردارد و بدون اجازه شما در وبلاگ خودش منتشر کند یا اینکه آن را در نشریه چاپی به نام فردی دیگر ببینید. همین موضوع در مورد استفاده از مطالب دیگر وبلاگ ها و وب سایت هم صدق می کند. به طور کل در دوران وبلاگ نویسی برایتان زیاد پیش می آید که مطالب جالبی در دیگر سایت ها و وبلاگ ها ببینید که بخواهید آن ها را با خوانندگان وبلاگ خودتان به اشتراک بگذارید.

اشتباه ترین راه برای این کار کپی کردن مطالب سایت ها و وبلاگ های دیگر در وبلاگتان است. این کار نه تنها باعث افزایش خوانندگان وبلاگ تان نمی شود بلکه نویسنده اصلی مطلب را هم از شما دلخور خواهد کرد. اما ذات وب برای به اشتراک گذاری اطلاعات طراحی شده است. می توانید بدون اینکه اخلاق را زیر پا بگذارید مطالب مفید دیگر سایت ها و وبلاگ ها را با بقیه به اشتراک بگذارید. برای این کار کافی است که در وبلاگ تان به آن مطلب لینک بدهید. این بهترین روش برای نقل مطالب دیگران است.

گاهی اوقات ممکن است بخواهید مطلب را در وبلاگ خودتان قرار دهید. در این صورت باید به قوانین منبعی که می خواهید از آن نقل کنید توجه کنید. تقریباً تمام سایت ها و وبلاگ ها در پایین صفحات شان قوانین نقل مطالب را نوشته اند. بسیار مهم است که به آن ها توجه کنید و به آن ها احترام بگذارید. اگر نقل مطلب را به طور کل ممنوع کرده بودند شما حق ندارید که هیچ کدام از مطالب را در وبلاگ تان درج کنید. اما همیشه می توانید به آن ها لینک دهید. نقل مطلب فقط شامل متن های دیگران نمی شود. شما باید در مورد تصاویر، صوت و ویدیو هم به قوانین ذکر منبع احترام بگذارید.

بعضی سایت‌ها و نقل مطلب را با ذکر منبع مجاز دانسته اند. این قسمت مهمی است که بسیاری از وبلاگ‌نویس‌ها در آن اشتباه می‌کنند. در وب، ذکر منبع به معنی دادن لینک به مطلب اصلی است. نه به معنی اینکه فقط نام وبلاگ منبع را در آخر مطلب‌اش بنویسید. اگر واقعاً قصد دارید مطلبی را از یک وبلاگ دیگر را نقل کنید دقت کنید که هیچ وقت از روی فراموشی و بی‌دقتی لینک به مطلب اصلی را فراموش نکنید.

هنگام لینک دادن به مطلب اصلی دقت کنید که نباید به صفحه اصلی آن وبلاگ یا وب سایت لینک بدهید. بلکه باید به همان مطلبی پیوند داده شود که در وبلاگتان نقل کرده‌اید.

بعضی وبلاگ‌ها هم نقل مطلب را تنها با کسب اجازه قبلی مجاز شمرده‌اند. در این صورت باید با نویسنده آن وبلاگ تماس بگیرید. بهترین کار ایمیل زدن به نویسنده وبلاگ و کسب اجازه برای نقل مطلب‌اش است و بهتر است از بخش نظرات وبلاگ‌اش برای کسب اجازه استفاده نکنید. در صورتی که این اجازه به شما داده شد هنگام درج مطلب حتماً منبع را با درج لینک ذکر کنید و به خواننده‌ها پتان اعلام کنید که برای درج این مطلب از نویسنده اصلی‌اش اجازه گرفته‌اید. با این کار هم قوانین نقل مطلب را رعایت کرده‌اید و هم خواننده‌های وبلاگتان به شما به عنوان یک فرد حافظ حقوق دیگران احترام بیشتری خواهند گذاشت

ابزارهای جانبی وبلاگ نویسی

وبلاگ نویسی یکی از ساده‌ترین روش‌های انتشار محتوا در وب است و نیاز چندانی به تخصص، امکانات و یا صرف هزینه ندارد. شما سراغ یک سرویس دهنده مطمئن می‌روید و پس از ثبت نام دلخواه تان در محیطی ساده شروع به نوشتن و انتشار مطالب می‌کنید.

اما پس از چندی با کسب تجربه بیشتر در خصوص این کار و دیدن وبلاگ‌ها و سایت‌های مختلف، دیگر آن محیط ساده و یکنواخت اولیه وبلاگ خسته‌کننده به نظر می‌رسد و به دنبال راهی برای ایجاد تغییر و تمایز از دیگر وبلاگ‌ها می‌گردید. فکر می‌کنید امکانات موجود در وبلاگ جواب‌گوی نیازتان نیست و به چیزهای بیشتری نیاز دارید. به سراغ قیافه‌ها (theme) و افزونه‌های (plugin - widget) مختلف می‌گردید تا هم امکانات و هم ظاهر وبلاگ تان را بهبود بخشید.

اگر برای وبلاگ نویسی وردپرس را انتخاب کرده باشید و یا از سیستم وبلاگ نویسی وردپرس روی هاست شخصی تان استفاده کنید، علاوه بر تم‌های متفاوت، امکانات نسبتاً گسترده‌ای هم در اختیار خواهید داشت. در اینجا به بررسی برخی ابزارهای جانبی که استفاده از آن‌ها برای داشتن یک وبلاگ خوب ضروری است، می‌پردازیم. برخی از این ابزارها، به صورت عمومی برای تمامی وبلاگ‌ها قابل استفاده‌اند و برخی هم مختص وردپرس هستند.

ویجت‌ها:

یکی از قابلیت‌های خوب وردپرس، امکان استفاده از طیف گسترده ویجت‌ها است. هر کدام از این ابزارها قابلیت ویژه و منحصر به فردی را به وبلاگ اضافه می‌کنند. امکانات اضافه شده توسط ویجت‌ها و دیگر ابزارهای جانبی معمولاً در ستون کناری وبلاگ قرار می‌گیرند. برای اطلاع از ویجت‌های مختلف وردپرس و نحوه استفاده از آن‌ها می‌توانید به دو سایت زیر مراجعه نمایید:

[WordPress_Widgets /http://codex.wordpress.org](http://codex.wordpress.org/WordPress_Widgets)

<http://widgets.wordpress.com>

از ویجت‌های کاربردی وردپرس که تقریباً در تمام وبلاگ‌ها استفاده دارند می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- نمایش لینک ویدیوهای یوتیوبی مورد علاقه شما
- نشان دادن تعداد و اسامی بازدیدکننده‌های آنلاین
- نمایش وضعیت آب و هوایی شهر محل زندگی تان
- نمایش زمان و تاریخ
- نمایش لینک‌های مورد علاقه تان که در دلشز تگ زده‌اید

- اضافه نمودن دکمه Call me اسکایپ برای تماس مستقیم خوانندگان با شما
- ایجاد اسلاید شو از عکس‌های شما در اکانت فلیکر یا آلبوم عکس پیکاسا.

فید:

اگر با وبگردی و مشاهده وبلاگ‌های دیگر، به فعالیت در این زمینه علاقه‌مند شده‌اید و سراغ وبلاگ آمده‌اید، حتماً با واژه فید و کاربرد آن آشنا هستید. فید را می‌توان مجموعه لیست وار و روزنامه‌ای از مطالب وبلاگ دانست که خواننده برای مطالعه مطالب تان آن را به برنامه فید خوان خود (مشهورترین آن‌ها گوگل ریدر است) اضافه کرده و نیازی به مراجعه به وبلاگ را ندارد. حتی یکی از راه‌های سنجش محبوبیت یک وبلاگ تعداد فید خوان‌های آن است.

خبر خوان گوگل: reader.com.google.www

حال اگر شما بعد از مدتی تصمیم گرفتید که وبلاگ خود را به هاست شخصی که تهیه کرده‌اید منتقل کنید، تکلیف فیدخوان‌های تان چه می‌شود؟ ممکن است بسیاری از آن‌ها دیگر اقدام به ثبت آدرس جدیدتان در برنامه فیدخوان خود نکنند و شما تعداد قابل ملاحظه‌ای خواننده را از دست بدهید.

بهترین راه حل برای عدم مواجهه با این مشکل، استفاده از سایت FeedBurner برای تولید یک فید دائمی است. شما در این سایت یک آدرس فید خاص برای وبلاگتان ایجاد می‌کنید و آن را در اختیار خوانندگان تان می‌گذارید. با این کار برنامه فیدبرنر، فیدهای آدرسی را که به آن داده‌اید، می‌گیرد و در اختیار کسانی می‌گذارد که آن را در فیدخوان‌شان اضافه کرده‌اند. حال اگر سایت تان را به جا و آدرس دیگری منتقل کنید، فقط کافی است که نشانی جدید را به فیدبرنر بدهید. باز هم مطالب تان را مانند گذشته برای کسانی که مشترک آدرس فیدبرنرتان شده‌اند ارسال کند.

فیدبرنر: com.feedburner.www

شبکه‌های اجتماعی:

امروزه شبکه‌های اجتماعی گسترش زیادی یافته‌اند. به طوری که در بسیاری موارد خود آن‌ها تبدیل به یک رسانه شده‌اند. اما برای یک بلاگر تازه کار که خوره شبکه‌های اجتماعی است، این محیط می‌تواند یک دریا خواننده و طرفدار بالقوه باشد. در صورت اطلاع رسانی و مدیریت درست، می‌توانید با سرعتی قابل قبول صاحب یک وبلاگ پرخواننده شوید. یکی از ساده‌ترین استفاده‌ها از شبکه‌های اجتماعی، انتشار لینک مطالب تان در آن‌ها است. این کار باعث می‌شود تمام دوستانی که در لیست تان دارید، مطالب تان را ببینند.

فیس بوک: یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی است که در ایران هم رشد خیلی زیادی داشته است. اگر بخواهید به طریقه معمول ارسال لینک و مطلب در Wall فیس بوک، مطالب وبلاگ تان را در آن قرار دهید، کاری وقت گیر و خسته‌کننده است. اما با استفاده از برخی اپلیکیشن‌های فیس بوک می‌توانید به راحتی فید وبلاگ تان را در آن‌ها اضافه کرده و شاهد انتشار خودکار و تقریباً بلادرنگ مطالب تان در Wall فیس بوک تان باشید. یکی از بهترین برنامه‌های فیس بوک برای این کار آر اس اس گرافیتی است که در اینجا می‌توانید اطلاعات لازم درباره شیوه کار با آن را بیابید:

<http://www.rssgraffiti.com>

تویتر: این سایت کوچک و جمع و جور با آن مطالب ۱۴۰ حرفی‌اش هم طرفداران بسیار زیادی دارد. اگر شما هم در آن اکانت و تعداد قابل ملاحظه‌ای دنبال‌کننده دارید، حتی لحظه‌ای هم در استفاده از آن برای معرفی وبلاگ تان درنگ نکنید. اما تا کی می‌توان بهانه لازم برای تویت کردن لینک وبلاگ را فراهم کرد. و یا اینکه تا کی می‌توان حوصله به خرج داد و بعد از انتشار هر مطلب در وبلاگ، عنوان و لینک آن را تویت کرد. اما اگر از امکان ویژه سایت تویتر فید استفاده کنید، بعد از انتشار هر مطلب در وبلاگ، تیترو لینک آن به صورت خودکار تویت خواهد شد. البته از تویتر فید برای انتشار مطالب در فیس بوک هم می‌توانید استفاده کنید. اما ترجیحاً سراغ همان آر اس اس گرافیتی بروید.

تویتر فید: com.twitterfeed

دلشیز: این سایت یکی از بهترین و پرطرفدارترین سایت‌های بوک مارک حال حاضر است. شما می‌توانید از آن به عنوان لینک دونی سایت‌های مورد علاقه تان به صورت خصوصی استفاده کنید. همچنین این امکان را دارید تا سایت‌های مورد علاقه تان را با دیگران هم به اشتراک بگذارید. پس چه جایی بهتر از وبلاگ تان برای این اشتراک علاقه‌مندی‌ها. همان‌طور که در قسمت ویجت‌ها هم اشاره شد، می‌توانید با استفاده از یک ویجت ساده لینک‌دونی دلشیزی تان را در ستون کناری وبلاگ راه اندازی کنید.

دلشیز: com.delicious

کنطور: یکی از چیزهایی که هر وبلاگ‌نویس به آن علاقه خاصی دارد و باعث تشویق و دلگرمی وی برای ادامه کار می‌شود، تعداد بازدید کنندگان وبلاگ است. شما می‌توانید با استفاده از سرویس‌های رایگانی همچون **گوگل آنالیتیک** و **سایت مپ**، اطلاعات بازدیدها و لینک‌های ورودی به وبلاگ تان را مانیتور کنید. این ابزارها علاوه بر نشان دادن تعداد بازدیدکنندگان به صورت روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه، تعداد صفحات بازدید شده را هم به صورت اعداد، ارقام و نمودار به شما نشان می‌دهند. همچنین به شما نشان می‌دهند، بازدید کننده از کجا به وبلاگ شما آمده است. آیا سایت یا وبلاگی به شما لینک داده است، یا شما را از طریق موتور جستجو پیدا کرده. یا اینکه لینک مطلب شما برای وی ایمیل شده است.

یکی دیگر از کاربردهای کنطور یا شمارنده این است که می‌توانید تعداد بازدیدهای انجام شده از وبلاگ تان را به خوانندگان نشان دهید. برای این کار تنها کافی است در یکی از سرویس‌های رایگان موجود ثبت نام کرده و یک کد کوچک جاوا اسکریپت را در محلی که می‌خواهید شمارنده نشان داده شود قرار دهید. هرچند که برخی سایت‌های ایرانی هم اقدام به ارائه این خدمات نموده‌اند، اما پیشنهاد می‌شود به دلیل برخی مشکلات امنیتی، از سرویس‌های معتبر خارجی استفاده کنید.

آخرین موردی که به آن می‌پردازیم بخش **Tools** سیستم مدیریت وردپرس است که ابزارهای کاربردی خوبی را در اختیارتان می‌گذارد. مهمترین قسمت تولز هم **Verification Webmaster Tools** است که با استفاده از آن به همراه یکی از ابزارهای وبمستر گوگل، یاهو یا بینگ، می‌توانید اطلاعات بسیار کاملی از نحوه تعامل موتورهای جستجو با وب سایت تان در اختیار داشته باشید. این تعامل را مدیریت نمایید. اطلاعات بسیار جالبی از قبیل مشکلات نمایش وبلاگ، کلمات کلیدی که کاربر را به وبلاگ تان می‌آورد، عباراتی که باعث مراجعه کاربر به وبلاگ تان شده و حتی تعداد دفعاتی که مثلاً کاربر به دلیل مشکل سرور موفق به باز کردن صفحه تان نشده را مشاهده کنید. همچنین به صورت اجمالی جدیدترین جاهایی را که به وبلاگ تان لینک داده‌اند مشاهده کنید.

مدیریت و استفاده درست از این امکانات هر یک از موتورهای جستجو، باعث هدایت جامعه هدف تان به سوی وبلاگ شما خواهد شد. این کار در بسیاری مواقع، حتی از صرف هزینه‌های بالای تبلیغاتی هم کارآمدتر خواهد بود.

از دیگر بخش‌های کاربردی منوی تولز می‌توان به **by Email Post** اشاره کرد، که در جای خود مورد بررسی قرار می‌گیرد. کار این سرویس به این صورت است که مطالب تان را برای ایمیل شخصی می‌فرستید و آن مطالب همان لحظه در وبلاگ تان منتشر می‌شوند. بزرگترین مزیت این بخش عدم نیاز به ورود به بخش مدیریت وبلاگ برای انتشار مطلب است. که این امر باعث امنیت بیشتری خواهد بود. به‌خصوص هنگامی که مجبور به استفاده از کامپیوتر یا اینترنت نه چندان امن باشید.

[بهینه سازی وبلاگ برای موتورهای جستجو](#)

بازدیدکنندگان وبلاگ شما از کجا می‌آیند؟ قسمتی از آن‌ها دوستان تان هستند، که آدرس وبلاگ تان را به آن‌ها داده‌اید. بخشی دیگر از پیوندهایی است که دیگر سایت‌ها به مطالب تان داده‌اند. اما قسمت مهمی از ترافیک ورودی وبلاگ از موتورهای جستجو می‌آید.

شما در مورد موضوعات مختلفی مطلب می‌نویسید. کاربران اینترنت وقتی دنبال این موضوع‌ها در موتورهای جستجو می‌گردند، ممکن است از وبلاگ شما سر در بیاورند. اما معمولاً به غیر از شما ده‌ها، صدها و شاید هزاران صفحه دیگر هم در اینترنت در مورد موضوع مورد جستجو مطالبی دارند. حالا چه تضمینی وجود دارد اگر من در گوگل به دنبال نقد رمان محاکمه کافکا بگردم به پست وبلاگ شما در صفحه اول نتایج گوگل برسم؟ ممکن است گوگل مطلب شما را در صفحه هشتم نتایج خودش قرار بدهد. جایی که احتمال کمی وجود دارد کسی آنجا را ببیند.

اینکه چقدر خوب و جذاب بنویسید تنها یک بعد کار است. یک طرف دیگر این است که مطالب شما توسط خواننده‌ها پیدا شود. برای این امر باید بتوانید کاری کنید، در نتایج موتورهای جستجو رتبه بهتری بدست آورید. به این معنی که اگر کاربران اینترنت به دنبال موضوعی می‌گردند که شما هم در مورد اش مطلبی دارید، پست شما در صفحه‌های نخستین نتایج و در جایگاه بالاتر قرار گیرد.

به مجموعه کارهایی که انجام می‌دهید تا وبلاگ تان و مطالب اش در موتورهای جستجو در رتبه بالاتری قرار بگیرد SEO یا Search Engine Optimization (بهینه سازی موتور جستجو) گفته می‌شود. در این درس با نکات مهمی آشنا می‌شوید که چه کار کنید تا رتبه وبلاگ تان را در موتورهای جستجو بهبود ببخشید.

Alt Tag: عبارتی که در کد اچ تی ام ال درج عکس استفاده می‌شود (IMG Tag) و توضیح جایگزینی است که هنگام عدم نمایش عکس، نشان داده می‌شود.

Bot: برنامه‌هایی که برای جستجوی محتوای وب با اهداف گوناگون طراحی می‌شوند. ممکن است این کار برای ایندکس و دسته بندی کردن صفحات جهت استفاده در موتور های جستجو باشد. یا جهت شناسایی هدف مناسب برای ارسال اسپم انجام شود.

Google PageRank: یک مقدار عددی بین صفر تا ۱۰ است که توسط سایت گوگل محاسبه شده و ارزش هر سایت را در وب مشخص می‌کند. هرچه این عدد بالاتر باشد یعنی ارزش این سایت بالاتر است.

Keywords: کلماتی که توسط موتورهای جستجو جهت شناخت و فهم محتوای یک صفحه وب، مورد استفاده قرار می‌گیرند. به آن‌ها کلمات کلیدی هم گفته می‌شود.

Keyword Density: نشان دهنده میزان تکرار یک کلمه کلیدی یا عبارت کی ورد در صفحه وب است.

Latent Semantic Indexing: که به اختصار LSI نامیده می‌شود. الگوریتم ویژه ای که توسط گوگل و دیگر موتورهای جستجو برای تشخیص ارتباط منطقی میان کلمات یک سایت مورد استفاده قرار می‌گیرد. مثلاً ممکن است در یک مقاله که در خصوص «Cookies» نوشته شده، کلماتی همچون شکر، شکلات، آرد و یا خمیر وجود داشته باشند. موتور جستجو با استفاده از این کلمات و الگوریتم مورد استفاده می‌فهمد که مقصود از «Cookies» شیرینی است، نه اصطلاح کوکی در مرورگرها!

Meta Data / Meta Tags: عبارات اختصاصی و توضیحی که به موتورهای جستجو در تشخیص حوزه و موضوع کاری یک صفحه وب کمک می‌کنند. یک متادیتای معمولی حاوی توضیح موضوع صفحه وب و لیست Keyword های آن است.

Spider: برنامه‌هایی که برای جستجوی خودکار وب با اهداف مختلف مورد استفاده می‌گیرند.

URL: به طور ساده، همان آدرس صفحه وب شما است.

بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو، یا SEO امروزه تبدیل به یک علم شده است که در مراکز مختلفی در سطح جهان تدریس می‌شود و دارندگان مدارک آن معمولاً جایگاه مناسبی در تجارت وب دارند. اما به این معنی نیست حال که ما یک وبلاگ ساده داریم و نمی‌خواهیم برای آن هزینه کنیم، جایی در میان رتبه های بالای موتورهای جستجو نخواهیم داشت. در این درس به نکات مهم و کلیدی ارتقاء رتبه یک وبلاگ اشاره می‌کنیم. البته این یک شروع است و شما می‌توانید با تحقیق، مطالعه و بهبود وبلاگ تان، جایگاه اول نتایج جستجو را از آن خود کنید.

۴ محتوا، پادشاه وبلاگ شماست

هنگام بحث در خصوص بهینه سازی جستجوی یک وبلاگ، کیفیت پست ها و مطالب منتشر شده، مهمترین و موثرترین فاکتور است. شاید افرادی مخالف این نظریه هم پیدا شوند (هرچند که بعید می‌دانم)، اما وقتی به موفقیت وبلاگ های مشهور در رتبه های جستجو نگاه می‌کنم، می‌توانم با جرأت بگویم که محتوا، فاکتور شماره یک در SEO است.

وقتی شما مطلبی نوشته باشید که خواننده خوشش بیاید، مطمئناً آن را به اشتراک می‌گذارد. برای دوستانش ایمیل می‌کند و یا اگر وبلاگ یا وب‌سایتی داشته باشد، لینک مطلب تان را در آن قرار می‌دهد. خوب، همین یکی از مهمترین نشانه‌هایی است که موتورهای جستجو برای رتبه بندی نتایج به آن توجه می‌کنند.

۴ پیش‌بینی کنید که کاربران احتمالاً چه چیزی را جستجو خواهند کرد

هر وقت برای وبلاگ تان مطلب می‌نویسید، به این نکته هم فکر کنید که مردم برای یافتن اطلاعاتی از جنس مطلب شما، احتمالاً چه کلماتی را جستجو می‌کنند! اگر شما دانش کافی در این خصوص داشته باشید، خود به خود در موقعیتی قرار می‌گیرید که جایگاه خودتان را در موتورهای جستجو تعیین کنید. تنها کافی است به صورت آگاهانه و فکر شده مطلب تان حاوی کلماتی باشد که بیشتر مورد جستجو قرار می‌گیرند. البته توجه داشته باشید که زیاده روی در این کار، هم باعث کاهش کیفیت مطلب می‌شود و هم اسپایدرهای موتور جستجو ممکن است این کار شما را به عنوان سوءاستفاده تلقی کنند و اصلاً در نتایج جستجو نشان تان ندهند.

می‌خواهید گوگل شما را هنگام نمایش نتایج جستجوی عبارت یا کلمه خاصی، در رتبه بالایی قرار دهد؟ پس از این کلمات و عبارات در متن تان استفاده کنید. از این کلمات می‌توانید در توضیحات متنی عکس‌های وبلاگ (Alt Tag) و یا هر جای شبیه به آن استفاده کنید.

۴ تیتیر، تیتیر و تیتیر

هنگام انتخاب تیتیر مطلب حتماً چند نکته را به خاطر داشته باشید. زیرا گوگل در رتبه بندی اهمیت خاصی برای تیتیر قائل است. پس سعی کنید خواسته هایش را برآورده سازید:

- مراقب باشید که کدهای وبلاگ تان به گونه‌ای نوشته شده باشند که هنگام درج تیتیر، آن را حتماً در «title tags» قرار دهند. این امر بسیار مهمی است.
- هیچ‌گاه از نام وبلاگ تان به عنوان یک keyword استفاده نکنید. این کار باعث کاهش شدید اهمیت کلمات کلیدی تان می‌شود.
- همیشه به خاطر داشته باشید کلماتی که در اول تیتیر استفاده می‌شوند، از وزن و اهمیتی بیش از کلمات بعدی برخوردارند و به همین نسبت از اهمیت کلمات پایانی تیتیر کاسته می‌شود.
- کلمات کلیدی را که طبق بند ۲ راهنما در متن استفاده کرده اید، در تیتیر هم به کار ببرید.

۴ به مطالب قبلی خودتان لینک بدهید

همانطور که لینک شدن مطلب تان در وبلاگ‌ها و وب‌سایت‌های دیگر باعث افزایش رتبه تان می‌شود، لینک شدن مطالب مرتبط با هم در وبلاگ تان هم می‌تواند تأثیر مثبتی در این کار داشته باشد. این کار همچنین باعث می‌شود که کاربر راحت‌تر بتواند مطالب مرتبط با موضوع مورد علاقه اش را در وبلاگ تان بیابد. البته توجه داشته باشید لینک دادن به مطالب خودتان در بخش‌های دیگر مانند منو‌ها و ستون کنار وبلاگ ممکن است نتیجه عکس داشته باشد. همچنین زیاده روی در لینک دادن به مطالب مرتبط در یک مطلب هم تأثیر منفی بر نتایج جستجو خواهد داشت

۵ خواننده، خواننده می‌آورد

این مورد شاید به عنوان یک تکنیک SEO مطرح نباشد. اما تأثیر زیادی بر این موضوع دارد. هرچه تعداد خوانندگان وبلاگی بیشتر باشد، این شانس را دارد که توسط خوانندگان بیشتری کشف شود! هر چه تعداد خوانندگانی که به وبلاگ شما علاقه داشته باشند و شما را به شبکه دوستان شان معرفی کنند بیشتر شود، به همان نسبت سرعت رشد خوانندگان تان به صورت تصاعدی افزایش می‌یابد. خوانندگان علاقه‌مند به شما لینک می‌دهند، شما را در بوکمارک‌های آنلاین شان اضافه می‌کنند. درباره شما توییت می‌کنند. لینک‌های تان را برای هم ایمیل می‌کنند. در خصوص شما مطلب می‌نویسند. شما را در لینکدونی‌های شان قرار می‌دهند. خوب، این‌ها از چشم اسپایدرها پنهان نمی‌ماند.

۶ سعی کنید از دیگران لینک بگیرید

اینکه دیگر سایتها و وبلاگها به شما لینک دهند، یکی از موارد مؤثر در SEO است. البته این کار بسیار سخت است. به خصوص لینک گرفتن از وبلاگها و سایتهای پر بیننده کار طاقت فرسایی است! برای شروع به وبلاگهایی که خوشتان می‌آید یا موضوعشان با فعالیت شما مرتبط است لینک بدهید. در هر سایت و شبکه اجتماعی که عضو هستید، لینک تان را بگذارید. اینکه آدرس سایت شما در تویتر یا فیس بوک قرار گیرد، شاید از نظر SEO ارزشی نداشته باشد، اما شانس دسترسی مردم را به مطالب شما بیشتر می‌کند.

اما حواس تان باشد، همانطور که نباید فقط غرق تولید پستهای عالی شوید، وقت تان را فقط برای لینک گرفتن و لینک دادن نگذارید. اگر مطلب خیلی خوب و کاربردی در مورد موضوعی خاص نوشته‌اید، که فکر می‌کنید به درد بخور است. از اینکه به صاحبان وبلاگ و وبسایت‌های مشهور در آن زمینه اطلاع دهید، ابایی نداشته باشید. بسیاری اوقات صاحبان این سایتها و وبلاگها از اینکه مطلب مفید و به درد بخوری را برای کاربرانشان لینک کنند، استقبال هم می‌کنند.

۷ حوزه فعالیت تان را مشخص کنید

یکی از مواردی که در بهبود رتبه وبلاگ در موتورهای جستجو، تولید محتوا در یک زمینه تخصصی است. وبلاگی که ۱۰۰ مطلب تخصصی در یک حوزه مشخص داشته باشد، در موتور جستجو در رده بالاتری نسبت به وبلاگی که مثلاً ۲۰۰ مطلب در ۵ یا ۱۰ حوزه مختلف دارد، قرار می‌گیرد. سعی کنید مطالبی را هم که ارتباط بیشتری با هم دارند بصورت کتگوری یا تگ کلود، در اختیار خوانندگان قرار دهید.

۸ به روز رسانی منظم

هر چه به روز رسانی وبلاگ شما بیشتر باشد، دفعاتی که موتور جستجو اسپایدرهای اش را به سراغ تان می‌فرستد تا مطالب تان را لیست کند، افزایش می‌یابد. یعنی مطالب جدیدی که شما تولید می‌کنید، به جای یک یا چند هفته، طی چند ساعت یا روز در موتور جستجو فهرست می‌شوند و در اختیار کاربران اینترنت قرار می‌گیرند. انتشار مطالب در فاصله‌های زمانی مشخص، از تعداد بالای به روز رسانی هم مهم‌تر است. بهتر است به جای اینکه در یک هفته ۱۰ مطلب منتشر کنید و هفته دیگر هیچ مطلبی نداشته باشید، به گونه‌ای برنامه‌ریزی کنید که در هر هفته تعداد مطلب کمتر داشته باشید. اما در تمامی هفته‌ها مطلب برای انتشار داشته باشید.

امنیت در وبلاگ

درس اول چگونگی انتخاب یک سیستم عامل امن و مناسب

شاید در نگاه اول طرح چنین موضوعی در مبحث امنیت وبلاگ نویسی چندان به جا و مناسب به نظر نرسد. خب، مگر انتخاب سیستم عامل چه ربطی به امنیت وبلاگ دارد؟ چه فرقی می کند که من از ویندوز استفاده می کنم یا لینوکس؟ مگر برای وبلاگ نویسی میان مک و لینوکس تفاوتی وجود دارد؟ چرا باید خودم را به دردسر انداخته و از ویندوز به لینوکس یا مکینتاش مهاجرت کنم؟ ویندوز، ویندوز است دیگر! حالا چه نسخه ای داشته باشیم که دیگر بستگی کامل به سلیقه مان دارد!

در اولین درس این دوره می خواهیم کمی دقیق تر به مساله سیستم عامل بپردازیم، تا ببینیم چرا باید در این خصوص هم نگران و مراقب باشیم. شاید اولین و مهمترین نکته در امنیت یک وبلاگ نویس حرفه ای، انتخاب سیستم عامل باشد.

همان گونه که می دانید، سیستم عامل های مختلف از سطوح امنیتی متفاوتی بهره می برند و در کنار بدافزار و ویروس های متنوع، انواع گوناگونی از برنامه های امنیتی هم برای آنها در بازار وجود دارد. پس یک وبلاگ نویس که اهمیت بالایی برای امنیت خود و وبلاگش قابل است، باید در اولین قدم سیستم عاملی را انتخاب کند که از امنیت مناسبی برخوردار بوده و با کمترین میزان تهدیدات و ایرادها روبرو باشد. در ادامه به بررسی نقاط قوت و ضعف سیستم عامل های مختلف می پردازیم تا ببینیم کدام یک می تواند انتخاب مناسبی باشد.

احتمالا شما قبل از اینکه تصمیم به وبلاگ نویس شدن بگیرید، کامپیوتر یا لپ تاپ شخصی خودتان را داشته اید و کمتر کسی پیدا می شود که به صورت اختصاصی برای وبلاگ نویسی به دنبال خرید یک سیستم جدید باشد. اما سیستم عامل می تواند تاثیر فراوانی در کارایی، امنیت و حتی خلایقیت یک وبلاگ نویس حرفه ای داشته باشد.

هنگام انتخاب یک سیستم عامل مناسب چندین عامل می تواند تاثیر گذار باشند:

➤ اینکه شما قرار است چه استفاده هایی از کامپیوتر یا لپ تاپ تان داشته باشید. آیا این دستگاه به طور اختصاصی متعلق به مدیریت وبلاگ و سایت شماست؟ یا اینکه کارهای اداری و شغلی تان را هم باید انجام دهد؟ شاید قرار است ابزار بازی و سرگرمی تان هم باشد؟

۴ به چه نرم افزارهایی جهت انجام کارهای تان نیاز دارید؟ پاسخ به این سوال، بستگی زیادی به سوال قبل دارد. بسته به اینکه چه نوع کاربردی را از دستگاه تان انتظار دارید، نوع برنامه های مورد استفاده تان هم تعیین می گردد. زیرا در صورت استفاده از برخی برنامه های خاص که تنها برای سیستم عامل ویژه ای تولید شده اند، مجبور به استفاده از همان سیستم عامل هستید.

۳ میزان تبحر شما در استفاده از هر سیستم عامل و به اصطلاح گیک بودن تان در زمینه کامپیوتر هم گزینه تعیین کننده دیگری است. البته این موضوع که تا چه میزان علاقه مند به یادگیری و کسب مهارت در کار با برنامه ها و سیستم عامل های جدید هم باشید، در این امر دخیل است. گاهی به دلیل ناآشنا بودن یک سیستم عامل ممکن است چشم تان را بر روی همه خوبی های آن ببندید و سراغ یک سیستم عامل راحت و آشنا، ولی مشکل دار بروید. یا اینکه سختی های چند ماهه یادگیری سیستم عامل جدید را به جان خریده و در ازای آن مزایا و امکانات تازه فراوانی به دست آورید.

یکی از مهمترین گزینه ها در انتخاب سیستم عامل، که در اینجا اهمیت دو چندان پیدا می کند، امنیت آنها است. همه شرکت های سازنده سیستم عامل تلاش می کنند که تا حد ممکن امن ترین سیستم عامل را در اختیار کاربران شان قرار دهند. اما با توجه به مسایلی همچون تعداد کاربران، میزان توجه هرکس و افراد نفوذگر به آن سیستم عامل، باگ ها و ایرادات سیستم عامل و همچنین سوراخ های امنیتی برنامه های جانبی یک سیستم عامل، می توان آنها را دسته بندی نموده و بر حسب امنیت و با توجه به امکانات موجود، دست به انتخاب زد. توصیه ما هم به وبلاگ نویس های حرفه ای آن است که بیشترین توجه را به این مورد داشته باشند.



ویندوز، سیستم عاملی همه گیر است که بیشترین کاربرد را در دنیای کامپیوتر و لپ تاپ دارد و تقریباً همه شما هم اکنون با آن کار می کنید و یا قبلاً کار کرده اید. این سیستم عامل سازگاری بسیار خوبی با سخت افزارهای متنوع و متعدد موجود در بازار داشته و نرم افزارهای بسیار زیادی در زمینه های مختلف برای آن نوشته شده است. تقریباً برای انجام هر کاری می توانید برنامه های رایگان و غیررایگان متعددی بیابید که امکان انتخاب خوبی را به شما می دهند.

کار با آن نسبت به دیگر سیستم عامل های مشهور، ساده تر است. در صورت بروز هرگونه مشکل و یا مواجه شدن با ایرادی، افراد بسیار زیادی در اطراف تان هستند که می توانید از آنها کمک بگیرید. نرم افزار، سخت افزار، وسایل جانبی و متخصصان آن را تقریباً در هر جایی می توان یافت و هیچ گاه از این نظر با مشکل روبرو نمی شوید.

به دلیل گستره بسیار وسیع کاربران و همچنین باگ های موجود در برنامه های نوشته شده برای آن، این سیستم عامل بسیار مورد توجه هکرها و افراد خرابکار بوده و تقریباً هدف اصلی آنها در دنیای دیجیتال است. البته به همان نسبت هم تعداد برنامه های امنیتی، فایروال و آنتی ویروس رایگان و غیر رایگان خوب، برای این سیستم عامل وجود دارد. اما در صورتی که اهل راحت طلبی نباشید و بخواهید کمی به خودتان سخت بگیرید، ویندوز انتخاب اول درسنامه برای یک وبلاگ نویس حرفه ای نیست.

البته در صورتی که امکان فنی یا وقت لازم برای کوچ به سیستم عامل دیگری همچون لینوکس یا مک را ندارید، با به کار بستن برخی نکات امنیتی می توانید ویندوز را هم تبدیل به سیستم عامل قابل قبولی برای وبلاگ نویسی امن کنید:

۳ تا حد امکان از سیستم خود تنها و تنها برای یک کار، و آن هم وبلاگ نویسی استفاده کنید. وقتی قرار باشد چند کار با یک لپ تاپ یا کامپیوتر انجام شود، جابجایی اطلاعات با افراد و گروه های مختلف، از طریق ابزارهای گوناگون می تواند نقطه ضعف امنیتی بزرگی برای سیستم شما باشد. شاید شما در ایمیل متعلق به وبلاگ و یا کول دیسک حاوی اطلاعات آن دقت کنید، ولی کم کاری در توجه به امنیت هارد دیسک آرشیو فیلم، یا ایمیل مرتبط با کار شرکت و یا ایمیلی که مطالب سایت های سرگرمی را با آن دریافت می کنید، می تواند به نقطه شروعی جهت حمله به وبلاگ تان تبدیل شود.

۴ همیشه از آخرین نسخه سیستم عامل ویندوز استفاده کنید. ویندوز XP یکی از بدترین سیستم عامل های موجود در مقابل حملات امنیتی است و تقریباً شما را تبدیل به یک سرباز بی سلاح در میان خیل عظیم دشمنان می کند. علی رغم حل بسیاری از مشکلات امنیتی آن در طول زمان، هنوز یکی از ناامن ترین انتخاب های ممکن است. پیشنهاد ما برای وبلاگ نویسی با سیستم عامل ویندوز، حتما و حتماً انتخاب ویندوز ۷ است. این سیستم عامل به ابزارهای کنترلی و امنیتی درونی فراوانی مجهز شده است، که کمک زیادی به محافظت از شما در برابر حملات می کنند.

۳ همیشه آپدیت ها و به روز رسانی های سیستم عامل را نصب کنید. این موضوع در خصوص همه سیستم عامل ها صدق می کند. زیرا شرکت های سازنده، دائماً در حال رفع باگ و نقص های امنیتی هستند و مرتباً آنها را در قالب آپدیت و پیچ های نرم افزاری عرضه می کنند.

۴ از برنامه های امنیتی همچون آنتی ویروس، آنتی اسپای و فایروال استفاده کنید. این برنامه ها مرتباً سیستم شما را کنترل کرده و تا حد زیادی جلوی نفوذ بدافزارها و برنامه های مخرب به کامپیوتر شما را می گیرند. علاوه بر دقت در انتخاب برنامه مناسب و با کارایی بالا، دقت داشته باشید که همیشه آنها را به روز نگه دارید. زیرا تعداد برنامه های مخرب روز به روز در حال افزایش است و شرکت های سازنده برنامه های

امنیتی هم همیشه با تولید ابزارهای شناسایی و حذف آنها، برنامه های خود را به روز می کنند. از آنجایی که این دوره به صورت تخصصی به امنیت در سیستم عامل ویندوز نمی پردازد توصیه می کنیم حتما در [دوره مبانی امنیت در کامپیوتر و اینترنت درسامه](#) شرکت کنید.

سیستم عامل OS X Mac



این سیستم عامل توسط شرکت اپل به صورت اختصاصی برای نصب بر روی کامپیوتر و لپ تاپ های تولید اپل، ساخته شده است. بنابراین برای استفاده از آن، بهترین گزینه خرید یک لپ تاپ (مک بوک) یا کامپیوتر رومیزی (آی مک) اپل است. البته محصولات این شرکت نسبت به تولیدات دیگران تا حدی گران تر هستند.

مک او اس X بر پایه سیستم عامل یونیکس است و از این لحاظ تقریبا منشا یکسانی با لینوکس دارد. به دلیل گستردگی پایین تر و تعداد کمتر کاربران، میزان توجه هکرها و سازندگان بدافزار هم به این سیستم عامل کمتر از ویندوز است. و البته به همان نسبت هم تعداد توسعه دهندگان برنامه های مربوط به آن کمتر است و نرم افزارهای کمتری نسبت به ویندوز برای آن تولید شده و در دسترس است.

همچنین به دلیل پایین بودن تعداد کاربران معمولا هنگام برخورد با مشکلات، خودتان یک تنه باید با آنها دست و پنجه نرم کنید و در میان اطرافیان تان کسی نمی تواند به یاری تان بیاید، هر چند که به لطف اینترنت و گسترش محتوای فارسی، می توانید منابع کمکی خوبی را در این مورد پیدا کنید.

این سیستم عامل به دلیل مکانیزم حمایت از فایل های سیستمی جدای از حق دسترسی به فایل های کاربر، امنیت نسبتا خوبی را دارد. اپل هم تلاش فراوانی برای تامین حداکثر امنیت ممکن در سیستم عامل خود نموده است و معمولا باگ امنیتی زیادی در نسخه های این سیستم عامل دیده نمی شود. اما باید توجه داشته باشید که افسانه امنیت ۱۰۰ درصد و کامل مکینتاش، تنها جنبه تبلیغاتی و شایعه داشته و به هیچ وجه صحیح نیست. ولی همان طور که گفتیم، در کنار وسواس اپل بر روی امنیت محصول خود، خرابکاران اینترنتی هم معمولا به دلیل تعداد کم کاربران، چندان انرژی خود را صرف این سیستم عامل نمی کنند. پس تعداد بدافزارها و ویروس های موجود برای مک او اس نسبت به ویندوز کمتر است.

به همین دلیل، در صورتی که قصد خرید یک لپ تاپ یا کامپیوتر جدید دارید و در کنار آن به امنیت بیشتر در وبلاگ نویسی می اندیشید، MacBook و iMac می تواند گزینه های مناسب، زیبا و البته کمی گرانقیمتی برای شما باشند. در صورتی که این سیستم عامل را انتخاب کردید، شرکت در [دوره آموزشی مبانی امنیت در سیستم عامل مک درسامه](#) را فراموش نکنید.

سیستم عامل لینوکس



یکی دیگر از سیستم عامل های مطرح فعلی دنیا که اتفاقا در میان بلاگرها هم به خوبی جای خود را باز کرده، لینوکس است. کاربران و طرفداران آن بیشتر به طرفداری از رعایت حقوق تولید کننده و دنیای نرم افزارهای باز متن مشهورند. زیرا اصل لینوکس بر باز متن بودن و تا

حد فراوانی رایگان بودن است. هم اکنون هم نسخه های بسیار فراوانی از آن را می توانید بیابید که به صورت رایگان و یا هزینه بسیار کمی به صورت قانونی قابل تهیه هستند.

دیگر مزیت لینوکس این است که معمولا شما برای هر نوع سخت افزار و کامپیوتری می توانید یک نسخه مناسب از این سیستم عامل را بیابید. خواه لپ تاپ شما دارای آخرین نوع پردازنده Core i7 اینتل باشد و یا اینکه همچنان از یک سلرون ۲۳۳ بهره ببرید. اینکه کامپیوترتان ۸ گیگابایت رم داشته باشد یا فقط یک رم ۲۶۵ مگابایتی روی آن سوار باشد. بالاخره نسخه ای از لینوکس را می یابید که به آسانی روی آن بالا آمده و با راحتی کامل جواب نیازهای تان را بدهد.

در گذشته کاربران لینوکس بیشتر به دانش بالای کامپیوتری و استفاده دائمی از خط فرمان مشهور بودند. کاربران عادی هم می ترسیدند طرف این سیستم عامل قدرتمند و سخت بروند و همگان فکر می کردند که یادگیری آن مستلزم به خاطر سپردن تعداد زیادی دستورات مختلف است و انجام هر کاری تنها از طریق تایپ آن در خط فرمان امکان پذیر می شود. اما در سال های اخیر شرکت های زیادی مشغول تولید لینوکس با رابط کاربری گرافیکی شده اند که کار را برای کاربر تازه کار و معمولی بسیار آسان نموده و محیط کاری را به ویندوز و مک او اس شبیه کرده است.

از نظر امنیتی، اغلب لینوکس را یکی از امن ترین سیستم عامل ها می دانند. حتی برخی آن را از سیستم عامل اختصاصی اپل هم امن تر و غیرقابل نفوذتر می دانند. البته لینوکس به دلیل متن باز بودن و امکان تنظیمات گسترده توسط کاربر برای کارهای مختلف، کمی از این نظر خطرناک است. اگر توسط یک کاربر خیره و ماهر تنظیمات امنیتی آن به درستی انجام شوند، نیاز چندانی به برنامه های ویژه امنیتی و آنتی ویروس نخواهد داشت و از هر سیستم عامل دیگری می تواند امن تر باشد. اما در صورتی که تنظیمات آن اشتباه باشند، حتی ممکن است نفوذ به آن از ویندوز XP هم راحت تر باشد. با این حال استفاده از نسخه های مطمئن لینوکس، هم چون [اوبونتو](#) و [ردهت](#)، مطمئنا امنیت بالاتری نسبت به ویندوز در اختیار شما قرار می دهد. اما باید تاکید کنیم که لینوکس هم مانند مک او اس از امنیت ۱۰۰ درصد و کامل برخوردار نیست.

لطفا این نکته را همیشه و همه جا به خاطر داشته باشید: عبارات امنیت ۱۰۰ درصد، امنیت کامل، رمز عبور یا کامپیوتر غیرقابل نفوذ و مانند آن تنها یک افسانه و دروغ تبلیغاتی هستند. ما تنها می توانیم سعی کنیم کار را برای افراد نفوذگر سخت و سخت تر کنیم تا از خیر کارشان گذشته و دست از سرمان بردارند. اما در دنیای امنیت هیچ امر غیر ممکن وجود ندارد. یک نفوذ با ۱ دلار هزینه و یک ساعت وقت انجام می شود و یک نفوذ هم با ده میلیون دلار هزینه و ده سال وقت!

اگر قصد خرید لپ تاپ و کامپیوتر جدید ندارید، اما می خواهید یک سیستم اختصاصی برای وبلاگ نویسی تان آماده کنید. بهترین گزینه می تواند فرمت کردن کامل کامپیوتر و حذف تمام فایل ها و بدافزارهای احتمالی باشد. آنگاه با نصب آخرین ورژن از یک لینوکس خوب و انجام تنظیمات لازم، امنیت شما به میزان بسیار زیادی افزایش می یابد.

درست است که کاربران لینوکس هم مانند مک او اس چندان در اطراف شما زیاد نیستند، اما مهمترین برتری لینوکس، فروم ها و گروه های کاربری فعال فارسی زبان آن است که کاربران کاملا حرفه ای آن در کوتاه ترین زمان، معمولا برای همه مشکلات شما راه حلی در آستین دارند.

خب انتخاب شما برای سیستم عامل وبلاگ نویسی تان چیست؟ قدم اول را همین امروز برداشته و سیستم عامل تان را انتخاب کنید. به گمان مان این گونه برای طی دوره هم آماده تر خواهید بود. تنها یک بار دیگر تاکید می کنیم: جدا از اینکه کدام سیستم عامل را انتخاب می کنید، از نصب آپدیت های سیستم عامل و نرم افزارهای نصب شده بر روی آن غافل نشوید. حتما از برنامه های امنیتی استفاده کنید (مخصوصا در ویندوز)، همیشه آنرا را به روزرسانی کنید. از نصب نرم افزارهای قفل شکسته (کرک شده) خودداری کنید و اگر هم انتخاب اول و آخر شما ویندوز است، لطفا و تحت هیچ شرایطی طرف ویندوز XP نروید. ویندوز ۷ را برای شما ساخته اند.

[درس دوم انتخاب میان سرویس های وبلاگ نویسی رایگان یا سایت شخصی](#)

برای شروع وبلاگ نویسی معمولا گزینه های بسیار زیادی پیش روی شما قرار دارد. سایت های ایرانی و غیر ایرانی فراوانی سرویس های وبلاگ نویسی با امکانات جذابی را ارائه کرده و وبلاگ اختصاصی رایگانی را در اختیار شما می گذارند. در کنار آن می توانید با هزینه ای مناسب و خرید یک دامنه دلخواه و حجم مناسب هاست، سایت اختصاصی خود را راه اندازی کرده و وبلاگ نویسی را آغاز کنید.

اما واقعا بهترین انتخاب کدام است؟ چه گزینه هایی را در تصمیم گیری باید دخیل بدانیم؟ آیا پرداخت هزینه سالیانه برای سایت شخصی معقول و مقرون به صرفه است، یا باید به همان سرویس های رایگان اکتفا کنیم؟ و مهمتر از همه اینکه کدام یک امنیت بیشتری دارند؟ و در میان انواع سرویس های رایگان یا برنامه های مدیریت محتوای سایت یا وبلاگ (CMS)، کدام یک را باید انتخاب کرد تا امنیت ما و مطالب مان تا حد لازم تامین شود؟ در این درس قصد داریم به صورت خلاصه همین سوالات را دنبال کرده و پاسخ مناسبی برای آنها بیابیم. لذا ابتدا به بررسی سرویس های وبلاگ نویسی عمومی پرداخته و سپس سراغ سایت شخصی می رویم. در انتها هم نتیجه گیری و مقایسه امنیتی میان این دو را خواهیم داشت.

سرویس های وبلاگ نویسی عمومی

امروزه با کمی جستجو در اینترنت می توانید ده ها سرویس ارائه دهنده خدمات وبلاگ نویسی رایگان را بیابید که هر کدام امکانات و قابلیت های جذاب و گوناگونی را هم در اختیارتان می گذارند. در این میان شرکت های ایرانی هم حضوری فعال داشته اند و نام های فراوانی در حال رقابت با یکدیگر هستند. اما از آنجایی که در این دوره درباره امنیت وبلاگ نویسی صحبت می کنیم، بیشتر از جنبه امنیت عمومی، امنیت محتوا و اطلاعات کاربری به سرویس های مختلف نگاه می کنیم و چندان در خصوص امکانات و قابلیت های سرویس های وبلاگ نویسی صحبت نمی کنیم.

بگذارید در ابتدا یک نکته مهم را یادآوری کنیم. وقتی شما از سرویس های رایگان استفاده می کنید چه ایرانی و چه خارجی باید در حیطه قوانین و مقررات آن سرویس وبلاگ نویسی و کشوری که در آن قرار گرفته عمل کنید و به قوانین آن احترام بگذارید. برای مثال اگر یکی از سرویس های وبلاگ نویسی ایرانی استفاده می کنید باید علاوه بر اینکه به موضوع امنیت کلی آن سرویس توجه می کنید، این نکته را در نظر داشته باشید که مطالب شما بایستی با رعایت و احترام به قوانین کشور ایران باشند. این موضوع در مورد استفاده از سرویس های وبلاگ نویسی خارجی هم صادق است و در صورت تخلف از قوانین هر کدام از سرویس ها امکان پیگیری های رسمی و قضایی در مورد نوشته های شما وجود خواهد داشت.

سرویس های وبلاگ نویسی متنوعی وجود دارند که حتما نام برخی از آنها به گوش شما خورده است. اما در میان آنها دو گزینه هستند که بیش از همه مشهور شده و محبوبیت فراوانی پیدا کرده اند.

سرویس [Blogger](#) متعلق به گوگل و از قدیمی ترین سرویس های وبلاگ نویسی رایگان است. از بهترین مزایای بلاگر، راحتی کار و تنظیمات بسیار آسان و سریع آن است. خدمات این سرویس دهنده رایگان بوده و از نظر آپ تایم (Uptime) بهتر و دسترسی دائم به وبلاگ، یکی از مطمئن ترین سرویس های موجود است (منظور از آپ تایم همان مدت زمان در دسترس بودن وب سایت/ وبلاگ یا به اصطلاح بالا بودن وب سایت است). این سرویس از نظر امکانات نیز بسیار خوب و متنوع عمل کرده است و البته همانطور که گفتیم برای مقایسه فنی و... بهتر است سراغ دوره آموزش وبلاگ نویسی بروید. این سرویس دهنده از زبان فارسی هم به طور کامل پشتیبانی کرده و حتی می توانید محیط مدیریتی و منوهای آن را هم فارسی کنید.

از نظر امنیتی هم با توجه به قرار داشتن داده های شما بر روی سرورهای شرکت گوگل، می توانید با خیال نسبتا آسوده به استفاده از آن پرداخته و تقریبا نگران حملات معمول به سایت ها نباشید. البته بخشی از امنیت که به خود شما بر می گردد، همچنان می تواند یک نقطه ضعف برای وبلاگ تان محسوب شود.

دیگر سرویس محبوب وبلاگ نویسان، [Wordpress](#) است که توانسته به رقیبی جدید برای بلاگر گوگل تبدیل شود. این سرویس علاوه بر ارائه خدمات رایگان برای وبلاگ نویسی، به عرضه برنامه مدیریت محتوای رایگان برای راه اندازی وبلاگ بر روی هاست شخصی هم می پردازد. برای کسانی که می خواهند مقداری از وقت شان را جهت یادگیری امکانات و قابلیت های جدید بگذارند و در ازای آن امکانات فراوان و

حرفه ای تری به دست آورند، سرویس وبلاگ نویسی وردپرس می تواند یک انتخاب مناسب باشد. در وردپرس شما ابزارهای بیشتری برای کار با محتوا، ویجت های گسترده تر، دسترسی بهتر به شبکه های اجتماعی و امکان شخصی سازی بیشتر هر بخش را در اختیار خواهید داشت.

به دلیل استفاده از سرورهای امن و برنامه مدیریت محتوای مطمئن، این سرویس هم از امنیت بالا و قابل قبولی برخوردار است. البته هنگام انتخاب میان یکی از این دو سرویس دهنده، نیاز نیست از نظر امنیت چندان نگرانی به خود راه داده و به بررسی بپردازید. بلکه تنها به مقایسه امکانات مورد نظرتان جهت وبلاگ نویسی پرداخته و دست به انتخاب بزنید.

البته یکی از مزیت های مهم بلاگر که ممکن است انتخاب را برای شما راحت تر کند، امکان اتصال رایگان دامنه دلخواه است. به صورتی که از آن پس آدرس شما به جای زیر دامنه ای از سایت بلاگ اسپات، تبدیل به آدرس مستقیم و دلخواهی می شود که خودتان خریداری کرده اید. اما انجام این کار در وردپرس مستلزم پرداخت هزینه سالیانه ای در حدود ۱۲ دلار است.

یک نکته مهم را فراموش نکنید که امنیت در وبلاگ نویسی شامل دو بعد اصلی است:

۴ اینک چقدر شما اصول و قوانین امنیتی را رعایت کنید؛ این شامل موارد متعددی می شود که در این دوره به آن می پردازیم، مانند سیستم عاملی که با آن به اینترنت متصل می شوید، امنیت مروگر و ...

۴ اینک سیستم وبلاگ نویسی شما و سروری که آن را میزبانی می کند چقدر از نظر امنیتی کامل و قدرتمند باشد. وقتی از یک سیستم وبلاگ نویسی رایگان استفاده می کنید، پرداختن به این بُعد از امنیت به عهده شما نیست و سرویس دهنده وبلاگ این موضوع را کنترل می کند. این کار مزایا و معایب خودش را دارد. اگر شما از یک سرویس دهنده قدرتمند استفاده کنید خیالتان تا حد زیادی از این مورد راحت خواهد بود. در این مورد هم بیشتر صحبت خواهیم کرد.

البته سرویس دهنده های متعددی هم در ایران فعال می باشند که با جستجو در موتورهای جستجو می توانید تعداد زیادی از آنها را پیدا کنید که از آن جمله می توان blog.ir، persianblog.com و blogfa.com را می توان نام برد.

خرید هاست اختصاصی و راه اندازی سایت شخصی

گزینه دیگری که برای راه اندازی یک وبلاگ پیش روی شما است، خرید یک فضای اختصاصی در اینترنت (هاست) و یک نام ویژه برای خود (دامنه) و راه اندازی سایت و وبلاگ اختصاصی خودتان است. با انجام این کار دست شما برای هرگونه تنظیمات و استفاده از امکانات مختلف باز است. می توانید برنامه های مدیریت محتوای مختلف را انتخاب کرده و قالب های متنوعی را امتحان کنید. قالب اختصاصی خودتان را طراحی کرده یا گالری عکس و پادکست تان را روی هاست خود راه اندازی و مدیریت کنید.

هزینه انجام این کار هم با توجه به میزان فضای مورد نیاز و شرکتی که انتخاب می کنید، چندان زیاد نخواهد بود و معمولاً به صورت سالیانه پرداخت می گردد. اما در صورتی که اهمیت فراوانی برای امنیت وبلاگ تان و محتوای آن قائل هستید، این هزینه ها تا حد زیادی بالا می رود. اما در قبال آن، از سرورهای بسیار امن تر و با خدمات پشتیبانی بهتری بهره می برید که احتمال وقوع مشکل برای وبلاگ شما را تا حد زیادی کاهش می دهد.

البته در کنار انتخاب هاست امن و مطمئن، نکته بعدی انتخاب برنامه مدیریت محتوا یا CMS با امنیت بالا و پشتیبانی مناسب است که بتوان با اتکا به آن با خیالی آسوده به استفاده از وبلاگ پرداخت. امروزه انواع مختلفی از برنامه های مدیریت محتوا جهت وبلاگ نویسی و مدیریت سایت وجود دارد که بسیاری از آنها هم رایگان هستند. از مهمترین و معروف ترین این برنامه ها می توان به نام هایی همچون [وردپرس](#)، [دروپال](#)، [جوملا](#) و [موویل تایپ](#) اشاره کرد. از آنجایی که صحبت درباره جزئیات این برنامه ها در موضوع درس ما نیست، تنها به این نکته اکتفا می کنیم که از نظر امنیت و کارکرد، بهترین گزینه های موجود برای شما وردپرس خواهد بود که به صورت اختصاصی روی یک سیستم وبلاگ نویسی تمرکز کرده است. در کنار آن استفاده از دروپال به شما امکان توسعه بیشتری را خواهد داد، اما بیشتر برای کسانی مفید است که به دنبال راه اندازی یک وب سایت با امکانات متنوع هستند.

انتخاب میان سایت شخصی و سرویس های عمومی از نقطه نظر امنیت

شاید در نگاه اول به نظر برسد که سایت شخصی برای راه اندازی وبلاگ بسیار امن تر است، زیرا بسیاری از تنظیمات امنیتی آن در دست خودمان است. به صورت اختصاصی برنامه نویسی آن را خودمان انجام می دهیم. به روز رسانی آن توسط خودمان انجام می شود و هزار و یک دلیل دیگر.

در مقابل ممکن است بگویید که در سرویس های عمومی، وبلاگ شما در کنار هزاران وبلاگ دیگر بر روی سرورهای مشترکی قرار دارد که همین خود مشکل امنیتی بزرگی می تواند برای شما باشد.

اما حقیقت این است که سرویس های وبلاگ نویسی عمومی همچون وردپرس و بلاگر معمولاً از سایت های شخصی امن تر هستند. زیرا همانطور که گفتیم مدیریت سرورها و کنترل ترافیک و ارتباطات آنها، به خوبی و توسط بهترین گروه های متخصص انجام می شود. به روز رسانی های امنیتی لازم برای سرور، زبان های برنامه نویسی آن و همچنین برنامه های مدیریت محتوای نصب شده روی آن در سریع ترین زمان ممکن انجام می شود و زودتر از هر سایت شخصی آپدیت ها را دریافت می کند.

ولی در یک هاست شخصی، بخش مهمی از امنیت شما، در گرو کارکرد امنیتی تیم فنی شرکت خدمات دهنده شما است. مانند این که تا چه حد در کنترل ارتباطات و ترافیک خبره بوده و به روزرسانی و آپدیت های مختلف را به موقع نصب کنند. ضمن اینکه ممکن است بسیاری از این مسوولیت ها به عهده خود شما باشد.

بخش دیگری از امنیت یک سایت شخصی، در دستان دیگر همسایه های شما بر روی سرور شرکت خدمات دهنده هاست است. شرکتی که شما از آن فضای مورد نیازتان را خریداری می کنید، معمولاً بر روی یک کامپیوتر سرور، هاست های فراوانی در اختیار سایت های مختلف می گذارد. حال کوتاهی مدیران یکی از این سایت ها و نفوذ افراد خرابکار به آن، می تواند به راحتی امنیت شما را هم به خطر بیندازد.

و مهم ترین بخش هم خود شما هستید (در صورتی که نگهداری از سیستم وبلاگ نویسی تان مانند وردپرس به عهده خودتان باشد). اینکه تا چه حد در رعایت نکات امنیتی مربوط به اطلاعات کاری و شخصی آنلاین تان و اکانت های مختلف تان دقت به خرج می دهید. یا اینکه تا چه میزان مراقب به روزرسانی و آپدیت سیستم عامل و برنامه های آن بر روی کامپیوترتان هستید. و همچنین آیا به روزرسانی های لازم برای برنامه مدیریت محتوا و دیگر بخش های سایت را به صورت مرتب انجام می دهید؟ همه اینها تاثیر فراوانی در امنیت وبلاگ شما خواهند داشت

درس سوم: ترفندهای امنیتی وردپرس برای سایت های شخصی

در صورتی که انتخاب شما برای وبلاگ نویسی یکی از سرویس های رایگان عمومی باشند، دیگر مسوولیتی بابت امنیت برنامه های مدیریت محتوا و اپلیکیشن های مورد استفاده بر روی سرور نخواهید داشت و امنیت شما در این بخش به عهده شرکت ارایه کننده این خدمات است و فراموش نکنید که همه آنها در این رابطه با کیفیت خوب و دقت لازم عمل نمی کنند. اما اگر برای استقلال و امکانات بیشتر به سراغ خرید هاست و دامنه رفته و سایت شخصی خودتان را راه اندازی کرده باشید، بخش اعظمی از سنگینی بار امنیتی آن، بر دوش خودتان است.

با توجه به اینکه بسیاری از افرادی که سایت های شخصی را برای وبلاگ نویسی راه اندازی می کنند، به سراغ برنامه مدیریت محتوای وردپرس می روند، در این درس قصد داریم به ذکر برخی نکات مهم و ترفندهای امنیتی ضروری در خصوص این CMS بپردازیم.

به طور کلی وردپرس مشهورترین سیستم وبلاگ نویسی است که به خاطر راحتی کار، امنیت خوب و امکانات متنوع کاربران زیادی را به سوی خود جلب کرده است.

توجه: در صورتی که برخی نکات گفته شده در این مطلب برای تان ناآشنا یا گنگ هستند، قبل از اجرای آنها حتماً با یک متخصص، طراح سایت یا مدیر سرورتان مشورت کنید. زیرا در صورت استفاده اشتباه از برخی دستورات ممکن است مشکلاتی برای وبلاگ شما پیش آمده و حتی باعث از بین رفتن برخی اطلاعات یا عدم دسترسی شما به وبلاگ تان شود.

الف) نکات و ترفندهای امنیتی

➔ **به روز و آپدیت باشید:** سعی کنید همیشه آخرین نسخه به روز رسانی وردپرس را بر روی سایت خود داشته باشید و همیشه اخبار آپدیت های آن را دنبال کنید. زیرا توسعه دهندگان و برنامه نویس های آن در کنار افزودن امکانات جدید، در حال کار بر روی کاستی ها و ضعف های امنیتی وردپرس هستند و در هر مرحله با رفع آنها، آپدیت جدیدی را عرضه می کنند.

این کار تنها چند دقیقه وقت شما را می گیرد، به صورت خودکار انجام می شود و کاملاً امن است، زیرا وردپرس قبل از انجام آن، بک آپ کاملی از وبلاگ شما می گیرد. تنها کافی است در داشبورد وردپرس بر روی دکمه Update یا به روز رسانی کلیک کنید. پس هیچ گاه در انجام این کار کوتاهی نکنید.

علاوه بر این، دقت کنید که پلاگین ها و تمپلیت (قالب) های نصب شده بر روی وردپرس هم، همیشه آخرین نسخه به روزرسانی را دریافت کنند. زیرا آنها هم مانند وردپرس دارای نقاط ضعف و باگ هایی هستند که به مرور زمان رفع شده و در آپدیت های جدید عرضه می شوند.

➔ **از رمزهای عبور قوی و مطمئن استفاده کنید:** احتمالاً شما که کاربر حرفه ای اینترنت هستید، این توصیه را زیاد شنیده اید و مطمئناً رمزهای عبور مطمئن و خوبی را هم به کار می برید. اما این موضوع در امنیت مجازی آنچنان مهم است که تکرار آن هیچ گاه اضافی و بیپوده نخواهد بود. از رمز عبور طولانی، حاوی حروف کوچک و بزرگ، اعداد، علائم و سمبل ها استفاده کنید. تعداد کاراکترهای رمز عبورتان کمتر از ۱۴ حرف نباشند. از رمز عبور تکراری استفاده نکنید. باید رمز عبور ایمیل تان، با رمز عبور لاگین وردپرس و رمز عبور کنترل پنل ادمین هاست تان متفاوت باشند.

➔ **همیشه نسخه پشتیبان مناسب و مطمئن از وبلاگ تان داشته باشید:** بگذارید که روی این نکته تاکید کنیم که حتماً بک آپ و پشتیبان هفتگی مناسبی از سایت تان تهیه کنید. زیرا جدا از اینکه تا چه حد سایت و وبلاگ امن و مطمئن داشته باشید، هیچ گاه نمی توانید پیش بینی کنید که قرار است چه اتفاقی بیفتد. برخی اوقات، اتفاقات از اختیار و قدرت شما هم خارج هستند و ممکن است به قیمت از دست دادن تمام اطلاعات تان تمام شوند. مثلاً اگر سرورهای شرکت خدمات دهنده هاست شما هک شده و به طور کامل پاک شوند، چه کاری از دست تان بر می آید؟ این شرکت ها معمولاً پشتیبان فایل ها را در سروری مجزا هم نگهداری می کنند اما واقعیت این است که نمی توان به صورت ۱۰۰ درصد به آنها اطمینان داشت و ممکن است بعد از نابودی اطلاعات با این پاسخ مواجه بشوید که: بخشید پشتیبان های اطلاعات هم از دست رفته است.

با کمی جستجو در اینترنت می توانید سرویس های آنلاین رایگان و غیر رایگان فراوانی را برای این کار پیدا کنید. همچنین پلاگین های زیادی برای پشتیبان گیری از وردپرس نوشته شده که به خوبی از پس این کار بر می آیند. در درس مربوط به پشتیبان گیری در این خصوص بیشتر صحبت خواهیم کرد.

➔ **از فایل wp-config.php محافظت کنید:** این یکی از مهم ترین فایل های درون پوشه وردپرس شما است. زیرا اطلاعات اتصال به پایگاه اطلاعاتی یا دیتابیس سایت/وبلاگ شما، به همراه دیگر اطلاعات امنیتی ضروری وردپرس درون آن ذخیره شده اند. بنابراین باید به خوبی از آن محافظت شود.

راحت ترین کار این است که آن را از پوشه اصلی وردپرس، به پوشه دیگری انتقال دهید. به این شکل تا فردی جای آن را نداند، نمی تواند از این فایل سوء استفاده کند. وردپرس هم از نسخه ۲.۶ به بعد، هوشمند شده و می تواند به صورت خودکار فایل wp-config را جستجو کرده و بیابد. علاوه بر این، شما می توانید با ساخت یک فایل htaccess و چند خط کد ساده این فایل مهم را از دید عموم مخفی کنید. با این کار دیگر هکرها و ربات های اینترنتی به سادگی نمی توانند این فایل را پیدا کرده و از این طریق به وبلاگ شما حمله کنند.

روی کامپیوترتان، درون یک ادیتور متنی ساده مانند notepad فایل جدیدی باز کرده و کد زیر را درون آن کپی کنید:

```
# protect wpconfig.php
```

```
<Files wp-config.php>
```

```
order allow, deny
```

```
deny from all
```

```
</Files>
```

حال فایل را با نام htaccess ذخیره کرده و آن را درون پوشه ای که فایل wp-config.php قرار دارد آپلود کنید. اگر از قبل فایلی با نام htaccess درون آن پوشه وجود دارد، مراقب باشید که جایگزین نشود. بلکه باید آن را دانلود کرده و این کدها را به انتهای آن اضافه کنید. سپس فایل را در جای خود آپلود کنید.

۵ نام کاربری پیش فرض را تغییر دهید: هنگامی که شما وردپرس را نصب می کنید، اولین اکانتی که به صورت خودکار ایجاد می شود، دارای نام کاربری پیش فرض admin است. استفاده از این نام کاربری و عدم تغییر آن، کار بسیار خطرناکی است زیرا همه ربات های اینترنتی و هکرها از ساخت آن توسط وردپرس آگاه هستند و هنگام حمله به وبلاگ شما، در حقیقت نیمی از راه را رفته اند. زیرا نام کاربری را دارند و تنها باید رمزعبور را پیدا کنند.

در نسخه های وردپرس ۳.۰ و بالاتر شما این امکان را دارید که هنگام نصب وردپرس، نام کاربری پیش فرض (Admin) را به عبارت دلخواه دیگری تغییر دهید. اگر به هر دلیلی وردپرس شما نسخه قدیمی تری است (چیزی که خود خطر بالقوه ای محسوب می شود) یا اینکه وردپرس نسخه ۳.۰ و بالاتر خود را قبلا با نام پیش فرض نصب کرده اید، می توانید از طریق کنترل پنل هاست خود به phpMyAdmin رفته و با اجرای یک Query در بخش SQL، اقدام به تغییر نام کاربری پیش فرض از Admin به هر نام دیگری کنید. تنها کافی است نام جدید را به جای عبارت your_new_login جایگزین کنید.

```
UPDATE wp_users SET user_login = 'your_new_login' WHERE user_login = 'admin';
```

۶ پیشوند جداول دیتابیس را تغییر دهید: وردپرس هنگام نصب به صورت پیش فرض از پیشوند wp_ برای جداول دیتابیس استفاده می کند. از آنجایی که این برنامه یک سیستم بازمتن است، اگر شما پیشوند جداول را دست نخورده باقی بگذارید، هر کسی می تواند دقیقا بداند که هر table دیتابیس شما چه نامی دارد و هر بخش اطلاعات و وبلاگ تان دقیقا در کجا ذخیره شده اند. حال فقط باید به نوعی بتواند به دیتابیس شما دسترسی پیدا کرده و یا اینکه جداول آن را فراخوانی کند، تا همه اطلاعات را خوانده یا دست کاری کند.

شما می توانید هنگام نصب وردپرس جدید، پیشوند جداول دیتابیس را با وارد کردن پیشوند جدید در فایل wp-config.php تغییر دهید. اگر هم بعد از نصب وردپرس و اتمام کار به فکر چنین تغییری افتاده اید، می توانید از پلاگینی همچون WP Secure Scan استفاده کنید. هرچند خطر چنین کاری در این مرحله کمی بالا است و بهتر است این کار را هنگام راه اندازی اولیه انجام دهید.

البته توجه داشته باشید که پیشوند انتخابی تان هم چندان قابل حدس زدن نباشد. اگر قرار بود وبلاگ درسنامه را با وردپرس راه اندازی کنیم، پیشوندهای _dn یا _dar گزینه های مناسبی به نظر نمی رسند.

۷ کلید های رمز پیش فرض را تغییر دهید: اگر فایل wp-config.php را باز کنید، به راحتی می توانید ۴ خط کد زیر را در آن ببینید که ۴ کلید رمزنگاری پیش فرض وردپرس را در خود جای داده اند:

```
1
define('AUTH_KEY', '');
2
define('SECURE_AUTH_KEY', '');
3
define('LOGGED_IN_KEY',');
```

```
define('NONCE_KEY','');
```

و جای شگفتی دارد که بسیاری از افراد در سراسر جهان این کلیدها را بدون تغییر می گذارند و هم اکنون همگی از کلید های رمزنگاری یکسانی در حال استفاده هستند. وردپرس از این کلیدهای رمز هش شده با الگوریتم Salt به همراه رمز عبور شما استفاده می کند، تا آن را قوی و ایمن تر گرداند.

برای تغییر این کلیدها، تنها کافی است به [این آدرس](#) مراجعه کرده و ۴ کد رمز جدید ساخته شده را در فایل wp-config.php کپی کنید. به همین راحتی مشکل حل می شود. زیرا این صفحه با هر بار باز شدن ۴ کد رمز هش شده جدید را در اختیار شما می گذارد.

A هر چیز زائد و غیر کاربردی را حذف کنید: هیچ گاه چیزی را به امید اینکه شاید در آینده به کار آید، بر روی سایت خود نگه ندارید. زیرا همین موارد ممکن است در آینده تبدیل به نقاط ضعف و محل نفوذ به وبلاگ شما شوند. نام های کاربری اضافی و بدون استفاده را حذف کنید. تمپلیت هایی را که لازم ندارید و کاربرد ندارند را پاک کنید. پلاگین های به درد نخور را غیر فعال کرده و حذف نمایید. در یک کلام، همانطور که خرت و پرت های اضافی گوشه حیاط یا انباری می توانند لانه موش ها و موربانه ها شوند، فایل ها و اپلیکیشن ها و دسترسی های بی مورد وبلاگ هم می توانند تبدیل به تله و لنگرگاهی برای نفوذگران و هکرها گردند.

(ب) پلاگین های امنیتی

➤ [WP Security Scan](#): این پلاگین قابلیت های امنیتی فراوانی دارد که از امکانات اولیه آن می توان به حذف ورژن وردپرس از صفحات آن اشاره کرد. وقتی هکر نسخه دقیق وردپرس شما را بداند، بهتر می تواند ایرادات امنیتی آن را پیدا کرده و برای شیوه حمله تصمیم گیری کند. همان طور که قبلا هم گفتیم، از دیگر امکانات این پلاگین تغییر پیشوند جداول دیتابیس وردپرس است.

علاوه بر این، این پلاگین به صورت دوره ای وردپرس شما را کنترل کرده و نقاط ضعف امنیتی آن را یافته و پیشنهادات لازم برای رفع آنها را ارائه می کند.

۴ [BulletProof Security](#): این پلاگین از وبلاگ شما در مقابل حملات مختلف امنیتی همچون XSS و RFI و CRLF و Base64، تزریق کد و تزریق SQL مراقبت می کند. علاوه بر این امکان حفاظت از فایل های مهم وردپرس از جمله wp-config.php و php.ini و install.php و htaccess را هم دارد.

این پلاگین می تواند نمایش پیغام های خطای دیتابیس، اخطارهای سیستم و اعلان های سطح دسترسی پوشه و فایل ها را هم خاموش کند.

۳ [Better WP Security](#): این پلاگین یک دستیار امنیتی همه کاره برای شما است که همه چیز را یکجا برایتان جمع کرده است. در عرض چند دقیقه کل سایت را اسکن کرده و نقاط ضعف را پیدا و مشکل را حل می کند. متا تگ های ساخته شده توسط وردپرس را یافته و حذف می کند. پیغام های خطای لاگین را خاموش می کند. آدرس صفحات مهمی همچون لاگین و ادمین را به راحتی تغییر داده و نام دلخواه شما را جایگزین می کند. با این کار یک مانع مستحکم اضافی در برابر فرد خرابکار می کشید. برای زمان های مشخصی که نیازی به دسترسی به سایت را ندارید، امکان لاگین کردن را به طور کامل غیر فعال می کند.

و البته تمام اینها بخشی از امکانات این دستیار همه فن حریف پرکار شما هستند که به تنهایی از پس بسیاری خطرات امنیتی بر می آید.

حتما شما با ترفندها و پلاگین های بسیار بیشتری در زمینه امنیت وردپرس آشنایی دارید که در این درس به آنها اشاره ای نشد. شاید این مجال کوتاه جایی برای ذکر تمام نکات لازم در خصوص امنیت وردپرس نباشد و تنها مجبور باشیم به مهمترین نکات اشاره کنیم. البته هنگام استفاده از پلاگین ها این نکته را به یاد داشته باشید که حداقل پلاگین ممکن را نصب کنید و هیچ گاه پلاگینی را که استفاده از آن ضرورت ندارد را بر روی وبلاگ خود نگه ندارید. زیرا هر پلاگین امنیتی امروز، ممکن است فردا تبدیل به یک باگ بزرگ و نقطه ضعفی برای نفوذ گردد. ضمنا به روزرسانی مرتب پلاگین ها به همراه خود وردپرس را هم از یاد نبرید.

درس چهارم نکات امنیتی ضروری برای وبلاگ نویسان

حفظ امنیت و حریم خصوصی در فضای اینترنت برای یک وبلاگ نویس از اهمیت ویژه ای برخوردار است. زیرا در صورت ایجاد مشکلات امنیتی، نه تنها اطلاعات شخصی وی به خطر افتاده، بلکه مهم تر از آن وجه عمومی و جایگاه وی به عنوان یک وبلاگ نویس در اجتماع و گروه خوانندگان هم در معرض تعدی و تخریب قرار خواهد گرفت.

تا زمانی که مرکز توجه قرار نگرفته باشید، خطرات کمتری شما را تهدید می کنند، ولی به محض اینکه تعداد بازدیدکننده های وبلاگ شما زیاد شود، به همین نسبت احتمال حمله به شما نیز بیشتر می شود. به خصوص اگر یک وبلاگ با نگاه انتقادی داشته باشید یا مطالب شما با منافع اقتصادی و تجاری گروهی در تضاد باشد، آنگاه باید بسیار مراقب زندگی آنلاین خود باشید.

در این شرایط هک شدن شما فقط نابودی وبلاگ تان را به دنبال ندارد، بلکه امنیت خود شما و حتی بازدیدکنندگان و کاربران شما را نیز از بین می رود. تعدادی از نکات مهم امنیتی که در درس امنیت وردپرس به آن پرداختیم، در همه جا و همه سرویس های وبلاگ شخصی و عمومی کاربرد دارند و پیشنهاد می کنیم آنها را دوباره مطالعه کنید. در این درس هم به برخی نکات مهم دیگر اشاره می کنیم و یا نکات قبلی را کامل تر شرح می دهیم.

انتخاب رمز عبور مناسب و ایمن

شکی نیست که اولین و شاید مهمترین قدم در حفظ امنیت، انتخاب رمزهای عبور مناسب است. چیزی که در درس قبلی هم روی آن تاکید کردیم. برای انتخاب رمز عبور به چند نکته کلیدی باید توجه کنید:

۴ روی رمزهای عبورتان حساس باشید و هرگز برخی از آنها را کم اهمیت تر از بقیه تلقی نکنید. زیرا ممکن است همان اکانت ساده و بی اهمیت شما، راه ورود هکرها به دنیای خصوصی اطلاعات مهم تان باشد.

۴ از رمزهای عبور طولانی و حاوی حروف بزرگ، کوچک، اعداد و نشانه ها استفاده کنید.

۴ احتمالا می گوئید چنین رمز عبوری را که نمی توان به خاطر سپرد! خب، می توان از نرم افزارهای مناسب برای نگهداری آنها مانند [Last Pass](#) و [Keepass](#) استفاده کرد.

۴ هرگز از روش های خطرناکی مانند یادداشت رمز عبور درون دفترچه یادداشت یا فایل متنی بر روی کامپیوتر استفاده نکنید.

۵ از عباراتی که در هنگام سخن گفتن بر آنها تکیه می کنید به عنوان رمز عبور استفاده نکنید. زیرا از اولین گزینه های یک هکر در زمان حدس زدن رمز عبور شما، چنین کلماتی هستند.

۶ در آخر از اطلاعات تماس خود و نزدیکان تان و یا اطلاعات شناسنامه ای و هویتی تان هرگز به عنوان رمز عبور استفاده نکنید.

با رعایت همین نکات ساده و کمی تدبیر در انتخاب رمز عبور تا حد زیادی به امنیت خودتان کمک کرده اید. اگر هم علاقه مند به یادگیری نکات بیشتری در خصوص امنیت هستید، دوره «[مبانی امنیت در کامپیوتر و اینترنت](#)» و «[مبانی امنیت در مک](#)» درسامه را از دست ندهید.

حفظ امنیت در زمان ورود محتوا

به روز رسانی مداوم وبلاگ و آمادگی برای عرضه مداوم و منظم خوراک برای بازدیدکننده، شرط لازم زنده بودن یک وبلاگ است. خواننده های ثابت یک وبلاگ مرتبا از شما مطالب جدید می خواهند و این انتظار را دارند که طبق زمان بندی مشخص، محتوای جدیدی در دسترس داشته باشند. بنابراین ورود محتوا یکی از کارهایی است که شما به عنوان یک وبلاگ نویس به دفعات و در شرایط مختلف زمانی و مکانی انجام می دهید و این می تواند یکی از نقاط مهم آسیب پذیری شما در برابر حملات باشد. لذا باید همیشه در این خصوص مراقب بوده و نکات امنیتی لازم را رعایت کنید.

انتخاب مرورگر

اینکه برای وبگردی از چه مرورگری استفاده می کنید، بر روی امنیت شما تاثیر مستقیم دارد. حتما از یک مرورگر امن مانند [فایرفاکس](#) یا [کروم](#) استفاده کنید. اگر از فایرفاکس یا کروم استفاده می کنید، افزونه [Noscript](#) را بر روی آنها نصب کنید. با این کار از فعالیت کدهای مخرب در قالب Javascript که به صورت خودکار امکان اجرا بر روی کامپیوتر شما را دارند، جلوگیری می کنید.

یکی دیگر از راه های حفظ امنیت خود و وبلاگ تان، این است که مراقب مخفی ماندن و فاش نشدن آی پی تان باشید. زیرا از طریق شناسایی آی پی، هکر می تواند به راحتی محل کار و زندگی، یا حداقل ISP خدمات دهنده اینترنت شما را یافته و با نفوذ به آن، اطلاعات شما را پیدا کند. در این صورت به راحتی می تواند از طریق نفوذ فیزیکی به محل کار یا منزل تان و طی یک سرقت به ظاهر ساده، بسیاری از اطلاعات هویت آنلاین شما را تصاحب کند. زیرا تنها کافی است به کامپیوتر یا لپ تاپ شما دست پیدا کند تا شناس وی در دستیابی به رمزهای عبور تان چندین برابر گردد.

ایمیل اختصاصی وبلاگ

از ایمیلی که برای ساختن وبلاگ استفاده کرده اید، به هیچ وجه جهت ارتباط با دیگران استفاده نکنید. بهتر است به جای کار با ایمیل اصلی خود جهت ساخت اکانت وبلاگ و دیگر ارتباطات ویژه این چنینی، ایمیل جداگانه و اختصاصی در جیمیل ساخته و تنها برای همین کار از آن استفاده کنید.

زیرا در صورتی که با هک شدن ایمیل دوستان و همکاران تان، ایمیل شما به خطر افتاد و مورد حمله قرار گرفت، حداقل وبلاگ شما مورد تهدید واقع نمی شود. به خاطر داشته باشد که هیچ گاه ایمیل هایی را که از طرف افراد ناشناس ارسال می شود باز نکنید و در استفاده از محتوا و لینک های مشکوک ایمیل های افراد آشنا هم با احتیاط کامل رفتار کنید. (در [دوره استاد بزرگی ایمیل و جیمیل](#) درسنامه به طور مفصل در این مورد صحبت کرده ایم).

به روز رسانی از طریق ایمیل

در برخی از سرویس های وبلاگ نویسی امکان به روز رسانی وبلاگ و انتشار محتوا از طریق ایمیل را دارید. به این صورت که آنها یک اکانت ایمیل به شما می دهند که هر ایمیلی که به آن آدرس ارسال کنید، به عنوان یک پست در وبلاگ تان منتشر می شود. استفاده از این امکان بسیار منطقی است و بدین صورت دیگر مجبور به لاگین در پنل مدیریت و وارد کردن رمز عبور برای انتشار یک مطلب جدید نیستید. البته فراموش نکنید که این آدرس ایمیل باید نزد خودتان مخفی بماند و نگهداری آن همانند رمز عبور مهم و حیاتی است.

امنیت در سفر

همان طور که گفتیم، یک وبلاگ موفق به صورت منظم آپدیت می شود و حتی یک سفر کاری یا تفریحی هم نباید خللی در این روال منظم به وجود آورد. اما با توجه به شرایط ویژه دسترسی به اینترنت هنگام سفر، رعایت نکات امنیتی هم دقت ویژه و خاصی را می طلبد.

- اگر از سرویس های وبلاگ نویسی عمومی استفاده می کنید، حتما امکان ارسال مطلب از طریق ایمیل را فعال کنید. حال به صورت امن و از طریق یک اینترنت مطمئن، به ایمیل خود وصل شوید و از آن راه وبلاگ تان را به روز کنید.

- تا جایی که امکان دارد، از شبکه های وایرلس عمومی و ناآشنا استفاده نکنید. هنگام اتصال به شبکه های عمومی، با استفاده از اکانت VPN امن به اینترنت متصل شوید و به روز رسانی را انجام دهید.

- سعی کنید که حتما لپ تاپ شخصی خود را به همراه داشته و از آن برای اتصال به اینترنت و ارسال محتوا استفاده کنید. زیرا کامپیوترهای عمومی در کتابخانه، هتل یا کافی نت ها به احتمال زیاد به نرم افزارهایی آلوده هستند که رمزهای عبور شما را ثبت و برای فرد نصب کننده برنامه ارسال می کنند.

- در صورتی که مجبور به استفاده از سیستم های عمومی هستید، در ابتدا توسط یک آنتی ویروس پرتابل سیستم را Scan کنید و سپس از طریق Firefox پرتابل به اینترنت متصل شوید. به همراه داشتن یک کول دیسک اورژانسی با برنامه های پرتابل مورد نیاز، همیشه می تواند راه گشا باشد.

- و نکته آخر اینکه همیشه یک سی دی لینوکس به همراه داشته باشید و در صورت امکان کامپیوترهای عمومی را از طریق سی دی لایو لینوکس بوت کنید. با این کار دیگر از سلامت سیستم عامل و عدم آلودگی آن به بدافزار مطمئن خواهید بود.

امنیت کامپیوتر شخصی

کامپیوتر شخصی تان می تواند یکی از مهمترین نقاط ضعف امنیتی شما باشد، زیرا در صورت رعایت همه نکات و در نهایت آلوده بودن کامپیوترتان به ویروس، تروجان یا کی لاگر، در واقع همه زحمات شما به هدر می رود. فراموش نکنید که سیستم عامل تان را همیشه به روز نگه دارید و آخرین آپدیت های امنیتی را بر روی آن نصب کنید.

از نصب نرم افزارهای متفرقه و اجرای فایل هایی که نمی شناسید خودداری کنید. اگر از ویندوز استفاده می کنید یک آنتی ویروس مناسب روی آن نصب کنید. آنتی ویروس های رایگان مناسب و با کارایی خوبی همانند [Avira](#) یا [Avast](#) می توانند کمک فراوانی به امنیت کامپیوتر شما کنند.

در کنار آنتی ویروس ها، نرم افزارهای ضد جاسوس افزار هم می توانند مفید واقع شوند. [Adaware](#) و [Spybot](#) دو گزینه رایگان و کارآمد این نوع برنامه ها هستند. همچنین فراموش نکنید که حتما [Firewall](#) و دیگر امکانات امنیتی سیستم عامل خود را هم فعال کنید.

علاوه بر تاکید در به روز رسانی و آپدیت سیستم عامل و نرم افزارهای امنیتی آن، مراقب دیگر برنامه های نصب شده روی کامپیوتر باشید و همیشه آنها را به روز نگهدارید. زیرا یک برنامه عادی ویرایش عکس، پخش موسیقی یا نمایش فایل PDF هم می تواند به راحتی تبدیل به خطری مهلک و روزنه ورودی برای هکرها شود.

آپدیت برنامه مدیریت محتوای وبلاگ

علاوه بر سیستم عامل و نرم افزارهای آن که باید همیشه به روز باشند و آپدیت های امنیتی آنها نصب شده باشند، در خصوص امنیت برنامه های مدیریت محتوای سایت و وبلاگ تان هم باید مراقب و سخت گیر باشید.

در صورتی که از سرویس های عمومی همچون بلاگر یا وردپرس استفاده می کنید، کار چندانی از شما بر نمی آید و همه چیز بستگی به مدیران سرور این سرویس ها دارد. اما خیال تان راحت باشد که ارائه دهندگان چنین سرویس هایی، خود بیش از هر کسی نگران امنیت هستند و مرتباً برنامه های خود را به روز می کنند.

در صورتی که از هاست و فضای شخصی برای وبلاگ نویسی استفاده می کنید، همیشه مراقب و گوش به زنگ ارائه آپدیت های سیستم مدیریت محتوای وبلاگ تان باشید. همچنین اخبار مربوط به آن را دنبال کنید تا از مشکلات و خطرات احتمالی با خبر بوده و آماده مقابله با آنها شوید.

و نکته ای که دوباره لازم به ذکر است، اینکه شما هر میزان هم مراقب باشید، باز به پای توانایی سرویس دهندگان وبلاگ نویسی عمومی چون بلاگر و وردپرس نمی رسید. پس در صورتی که امنیت برای شما اهمیت زیادی دارد، امن ترین انتخاب می تواند استفاده از یک سرویس وبلاگ نویسی رایگان به جای سایت شخصی باشد.

تهیه و نگهداری نسخه پشتیبان از اطلاعات وبلاگ

اگر از سیستم های وبلاگ نویسی عمومی استفاده نمی کنید، لازم است که به صورت دوره ای از اطلاعات خود بک آپ تهیه کنید تا در صورت بروز مشکل، محتوای خود را از دست ندهید. این پشتیبان گیری می تواند روزانه، هفتگی یا ماهیانه باشد، که انتخاب بازه زمانی بستگی به میزان ورود محتوای شما و اهمیت مطالب وبلاگ دارد. از دیگر سو، امنیت این نسخه های پشتیبان هم مهم است، زیرا علاوه بر محتوای وبلاگ شما، اطلاعات بازدیدکنندگان شما شامل IP و نظراتشان نیز در این نسخه پشتیبان جای دارد.

نسخه های بک آپ را در محل های امنی نگهداری کنید و توسط نرم افزارهای مخصوص، رمزنگاری کنید. یکی از نرم افزارهای مناسب برای این کار، [TrueCrypt](#) است که همانند قفل یک گاو صندوق از اطلاعات شما محافظت می کند.

از نگهداری فایل های تاریخ گذشته و بی ارزش خودداری کنید و فقط نسخه های مورد نیاز را حفظ کنید. با این کار علاوه بر صرفه جویی در فضای لازم برای نگهداری نسخه های پشتیبان، مدیریت آنها هم برای تان راحت تر می گردد.

البته حتی در صورت استفاده از سیستم های وبلاگ نویسی عمومی، باز هم نیاز به پشتیبان گیری از اطلاعات خود دارید. درست است که این سرویس ها نسخه های پشتیبان دائمی دارند و از امنیت بالایی هم بهره می برند، اما تصور کنید که فردی وبلاگ شما را هک کند و تمام مطالب تان را پاک کند.

این سرویس ها گزینه هایی برای خروجی گرفتن از وبلاگ به عنوان Export یا Backup دارند که می تواند نسخه کاملی از وبلاگ شما تا حال حاضر را در اختیار تان بگذارد. بسته به سرویس مورد استفاده، این نسخه را می توان دوباره روی خود وبلاگ بازایی کرد و یا حتی در صورت مهاجرت به سرویس وبلاگ نویسی دیگر یا سایت شخصی، از آن برای انتقال محتوای وبلاگ قدیم به محل جدید بهره برد

درس پنجم بررسی قالب وبلاگ از دیدگاه امنیت

یکی از بخش های وبلاگ که تنوع بسیار زیادی در آن دیده می شود و طرفداران فراوانی هم دارد، قالب یا تم (Template or Theme) آن است که در حقیقت نمای ظاهری سایت و وبلاگ را می سازد.

بسیاری از صاحبان سایت ها و وبلاگ ها در اولین قدم، به دنبال ظاهری زیبا، موجه و مورد پسند ذائقه خود و مخاطب شان هستند و گاهی از قالب های آماده استفاده کرده یا اینکه به طراحی و سفارش قالب اختصاصی می پردازند.

در نگاه اول شاید قالب فقط تشکیل شده از چند خط کد و تعدادی عکس باشد که از نقطه نظر امنیتی اهمیت چندانی ندارد. اما در واقع، می تواند تبدیل به یکی از بزرگترین نقاط ضعف امنیتی وبلاگ گردد. زیرا برای نمایش وبلاگ، لازم است تمامی کدهای درون تمپلیت اجرا شده و مرتباً با دیتابیس در ارتباط باشند. لذا به راحتی می توان با قرار دادن برخی کدهای مخرب درون قالب و عرضه رایگان آن، سایت ها و وبلاگ های فراوانی را آلوده کرد.

در بحث انتخاب قالب، صاحبان وبلاگ و وب سایت معمولاً دو رویه را دنبال می کنند. گروهی با پرداخت هزینه به طراحی قالب و تمپلیت اختصاصی روی می آورند و گروه دیگری هم از تمپلیت های آماده رایگان و غیر رایگان استفاده می کنند. در این میان هر دو گروه در معرض خطرات امنیتی مرتبط با قالب قرار دارند، اما میزان ریسک و آسیب پذیری گروه اول بسیار کمتر است. زیرا احتمال اینکه فردی با دریافت هزینه، تمپلیت اختصاصی برای شما طراحی کند که حاوی کدهای مخرب باشد، بسیار کمتر از این است که افرادی تمپلیت های آماده رایگانی حاوی کد مخرب در اختیار تان بگذارند.

پس بهتر است که تا حد امکان از قالب های اختصاصی استفاده کرده و آنها را به شرکت یا افراد معتبر و مطمئن سفارش دهیم. اما باز هم نباید ۱۰۰ درصد به این قالب اعتماد کنیم و لازم است کدهای آن را قبل از استفاده کنترل کنیم. در مورد قالب های رایگان هم که کاملاً ضروری است قبل از هر کاری تمامی کدها و فایل های آن را کنترل کرده و مراقب دستورات مخرب باشیم.

توجه داشته باشید که آسیب پذیری قالب، تنها از کدهای اولیه قالب نیست و می تواند در اثر اضافه کردن برخی بخش ها به آن، ایجاد شود. مانند کدهای HTML یا جاوا اسکریپتی که برای باکس چت، شمارنده یا دیگر افزونه ها به قالب افزوده می شوند.

مثلاً یک شمارنده بازدیدکنندگان شاید بخش مفیدی برای پیگیری میزان استقبال از وبلاگ شما باشد، اما به طور همزمان ممکن است مشغول جمع آوری اطلاعات در خصوص عادات آنلاین کاربران شما برای شرکت های تبلیغاتی باشد.

همچنین یک قالب رایگان می تواند حاوی کدهایی برای تبلیغات Pop-up بوده یا لینک هایی به سایت های خطرناک در پوشش نام های اعتماد برانگیز درون خود داشته باشد. یا اینکه حتی قالبی که به صورت فایل زیپ دانلود می شود، می تواند هیچ خطری برای وبلاگ شما نداشته و حاوی کد مخربی برای آن نباشد، اما بدافزار یا تروجان خاصی را بر روی کامپیوتر شما نصب کند.

برای مقابله با چنین خطراتی چه باید کرد؟

۴ قبل از استفاده از تمپلیت یا افزونه ها، کمی وقت برای بررسی کدهای آن بگذارید و به دنبال هر چیز ناشناخته یا مشکوکی باشید که در جای خود قرار ندارد. برای مثال اگر می خواهید یک ویجت آب و هوا در ستون کناری وبلاگ تان بگذارید، اما در کد این ویجت لینکی به یک سایت نامرتب قرار دارد، این موضوع را به عنوان آژیر خطر در نظر گرفته و به دنبال ویجت دیگری باشید. به هیچ وجه دلیلی ندارد که یک ویجت آب و هوا درون خود دارای لینکی همانند زیر باشد:

`Make Money Online!`

بسیاری از کدهای مخرب یا تبلیغاتی درون یک تمپلیت به صورت رمزنگاری شده نگهداری می شوند تا به راحتی قابل شناسایی نباشند. همیشه به دنبال سرخ هایی همچون عبارات رمزنگاری شده و دستوراتی مانند base64 باشید.

۴ قبل از ذخیره کدهای تمپلیت جدید، ابتدا پیش نمایش آن را مشاهده کنید. طراحان تمپلیت های مخرب اغلب ممکن است از پنجره های تبلیغاتی خودکار و یا انواع دیگری از تبلیغات درون کدهای خود استفاده کرده باشند که با دیدن پیش نمایش، می توانید به راحتی آنها را یافته و از خیر استفاده از چنین قالبی بگذرید.

۳ قبل از هرگونه تغییر در کدهای تمپلیت وبلاگ و یا اضافه کردن ویجت و افزونه خاصی به آن، ابتدا از تمپلیت سالم فعلی، نسخه پشتیبانی تهیه کنید. با این کار، در صورت بروز هرگونه مشکل و یا مشاهده کد مخرب، بازگشت به حالت امن سابق، به سادگی امکان پذیر خواهد بود.

۴ پلاگین و تمپلیت مورد نیازتان را همیشه از سایت های معتبر و قابل اطمینان دانلود کنید. هیچ گاه به نتایج جستجوی موتورهای جستجو برای انتخاب تم اعتماد نکنید و تا از سایتی مطمئن نشده اید، از محتوای آن استفاده نکنید. البته بهترین حالت سفارش قالب اختصاصی به طراح و برنامه نویس شناخته شده و مورد اطمینان تان است.

برای مثال در [این مقاله](#) می توانید بررسی نتایج جستجوی صفحه اول گوگل برای عبارت Free Wordpress Themes و میزان آلودگی آنها را ببینید.

۵ از پلاگین های امنیتی ویژه کنترل قالب استفاده کنید. برای مثال در وردپرس پلاگین [Theme Authenticity Checker](#)، قالب یا تمپلیت مورد نظر را پس از آپلود بر روی سرور (و قبل از استفاده به عنوان تم اصلی سایت)، کنترل کرده و به دنبال موارد مشکوک و لینک های مشکل دار درون آن می گردد و در صورت مشاهده، آنها را با محل قرارگیری شان در کد تمپلیت برای تان مشخص می کند.

همچنین پلاگین [Exploit Scanner](#) تمامی فایل ها و دیتابیس وبلاگ را برای یافتن نشانه هایی از کدهای مخرب و برنامه های نفوذگر و بدافزار، اسکن کرده و موارد مشکوک را به شما گزارش می دهد.

۶ قالب های نصب شده روی وبلاگ را مرتباً کنترل کرده و آپدیت های عرضه شده برای آنها را به موقع نصب کنید. همچنین قالب های غیر ضروری که نیازی به آنها ندارید را حتماً غیر فعال کرده و در صورت امکان، آنها را از روی هاست وبلاگ خود پاک کنید.

۴ هنگام دانلود قالب دلخواه، مراقب باشید که آدرس سایت ارائه کننده قالب با محل دانلود فایل فشرده تمپلیت یکسان باشد. برای این کار تنها کافی است قبل از دانلود نگاهی به لینک دانلود ببینید و آدرس سایت آن را با سایت عرضه کننده قالب تطبیق دهید. زیرا برخی اوقات سایت های مخرب، تمپلیت های مشهور و زیبا را دستکاری کرده و روی سرورهای خود قرار می دهند. آنگاه از یک سایت معتبر عرضه تمپلیت به عنوان طعمه برای به دام انداختن شما استفاده می کنند.

A مراقب پیام ها و موافقت نامه های عرضه شده هنگام دانلود تمپلیت های رایگان و غیر رایگان باشید. زیرا گاهی طی یک جمله گنگ، شما موافقت می کنید که سازنده تمپلیت این حق را دارد که هرگونه لینکی را به هر شکلی درون تم شما به نمایش بگذارد! همین موضوع می تواند دلیلی برای شک کردن به آن قالب باشد.

۹ همیشه از قالب هایی که مرتباً آپدیت می شوند استفاده کنید. زیرا در این گونه موارد معمولاً طراح آن تم، آنقدر نگران محصول خود است که دائماً آن را کنترل کرده و با رفع نقاط ضعف امنیتی و کارکردی، آن را بهبود می بخشد.

اگر بخواهیم این درس را به صورت خلاصه بیان کنیم، باید بگوییم که برای امنیت وبلاگ تان از نظر قالب یا همان پوسته، بهتر است که از سایت اصلی عرضه کننده سرویس قالب ها، قالب مورد نظر خود را انتخاب کنید (مانند [وردپرس فارسی](#)) و علاوه بر آن کارآیی و امنیت وبلاگ تان را بر کارهایی مانند اضافه کردن ساعت، وضعیت آب و هوا... ارجح بدانید زیرا با اضافه کردن هر یک از این ابزارها نه تنها امنیت وبلاگ خود را به خطر می اندازید، بلکه وبلاگ تان را به عنوان یک وبلاگ غیرحرفه ای و آماتور به بازدیدکنندگان معرفی می کنید

درس ششم همه چیز درباره ایمیل در وبلاگ نویسی

در صورتی که نگاهی به وبلاگ ها و سایت های هک شده یا مورد حمله قرار گرفته بیاندازیم، می بینیم که یکی از نقاط ضعف بسیار مهم، ایمیل وبلاگ و نویسنده آن است. زیرا در بسیاری مواقع از طریق ایمیل، فرد نفوذگر می تواند دست به حملاتی همچون فیشینگ و مهندسی اجتماعی بزند و یا بدتر از آن، با کمی سعی و خطا، کنترل کامل ایمیل را به دست گرفته و از طریق اطلاعات درون آن، وارد بخش مدیریتی وبلاگ یا سایت شود.

در این درس به برخی نکات امنیتی مهم در خصوص ایمیل می پردازیم که تا حد زیادی باعث کاهش این خطرات و امنیت بیشتر وبلاگ شما می گردند.

استفاده از ایمیل اختصاصی برای ثبت و مدیریت سطح بالای وبلاگ و سایت

یک ایمیل هر چه شلوغ تر باشد و تعداد پیام های دریافتی آن بیشتر باشد و با افراد بیشتری سر و کار داشته باشد، کنترل و مدیریت آن به همان اندازه مشکل تر شده و بیشتر در معرض خطر قرار دارد. علاوه بر این، چنین ایمیل پرکاری بدون شک بیشتر توجه نفوذگران و مهاجمین آنلاین را به خود جلب کرده و زودتر توسط بات های اینترنتی و اسپمرها کشف می شود.

علاوه بر این وقتی که تعداد دوستان و همکارانی که با ایمیل شما در ارتباط هستند زیاد باشد، به همان نسبت احتمال فریب شما از طریق اکانت هک شده آنها بیشتر می شود. اما اگر دوستان تان آدرس ایمیلی را نداشته باشند یا زیاد با آن در تماس نباشند، هرگونه ایمیل از طرف آنها با درخواست های غیرمعمول یا صمیمانه، زودتر شک شما را بر می انگیزد و شما را حساس تر می کند.

پس بهترین راه برای امنیت بیشتر وبلاگ، استفاده از یک ایمیل اختصاصی جهت ثبت و انجام کارهای مدیریتی آن است. با توجه به سرویس های رایگان و امن ایمیل، می توانید به سادگی برای مدیریت وبلاگ تان یک ایمیل جداگانه ایجاد کنید که تنها شما و شرکت خدمات دهنده هاست و دامنه از آن مطلع بوده و با این آدرس با شما در تماس است.

با این کار شما خطر حملات مهندسی اجتماعی را تا حد فراوانی کاهش داده اید. زیرا دیگر فرد مورد اطمینانی مانند دوست، همکار یا از اعضا خانواده، آدرس این ایمیل را نداشته و با آن در تماس نیستند. در نتیجه حتی در صورت هک شدن اکانت آنها، ایمیل های فریب دهنده و فیشینگ برای تان ارسال نمی شود.

همچنین شما با استفاده از ایمیل اصلی تان معمولاً در بسیاری از سایت ها و شبکه های اجتماعی عضو هستید که در صورت عدم رعایت نکات امنیتی در این سایت ها و شبکه های اجتماعی، احتمال نفوذ به آنها و حتی استفاده از اطلاعات شخصی درون آنها برای هک کردن ایمیل تان وجود دارد. اما در صورتی که ایمیل مدیریت وبلاگ شما به هیچ سایت یا شبکه اجتماعی متصل نباشد، حداقل این امتیاز از فرد مهاجم گرفته می شود.

به خاطر داشته باشید که از این آدرس ایمیل اختصاصی وبلاگ در هیچ جای دیگری استفاده نکنید و آن را به اکانت اصلی ایمیل تان هم متصل نکنید. زیرا در صورت به خطر افتادن یکی از این ایمیل ها، دیگری هم به خطر می افتد.

برای ساخت این ایمیل حتی لازم نیست که از نام زیبا، مرتبط، به خاطر ماندنی یا ساده استفاده کنید. زیرا هر چه نام بی ربط تر باشد، احتمال اینکه توسط افراد مهاجم حدس زده شده یا ارتباط آن با شما و دیگر اکانت های آنلاین تان کشف شود، کمتر است.

نکته مهم: این ایمیل فقط برای ثبت وبلاگ/سایت و تماس با شرکت خدمات دهنده هاست و دامنه، یا سرویس های رایگان وبلاگ نویسی خواهد بود. به هیچ وجه از آن به عنوان ایمیل بخش «تماس با ما»، ساخت اکانت در شبکه های اجتماعی برای وبلاگ، یا مانند این استفاده

نکنید. برای چنین کارهایی می توانید از همان ایمیل معمول خود استفاده کرده و یا یک ایمیل دیگر با نامی شبیه به وبلاگ برای کارهای عمومی بسازید.

استفاده از سرویس جیمیل به جای دیگر ایمیل های رایگان و غیر رایگان

نکته مهم بعدی، انتخاب یک سرویس دهنده مناسب، کارا و ایمن برای ساخت ایمیل اختصاصی مدیریت وبلاگ است. اگر در دوره «استاد بزرگی ایمیل و جیمیل» درسنامه شرکت کرده باشید، حتما انتخاب شما جیمیل خواهد بود و آن را به دیگر سرویس دهندگان ترجیح می دهید.

مهمترین توصیه ما در این مرحله، عدم استفاده از سرویس ایمیل خصوصی هاست شخصی تان است. زیرا در صورتی که برای سایت شما اتفاقی افتاده یا هاست آن توسط فرد دیگری تصرف گردد، به سادگی می توان رمز عبور آن را عوض کرده و تنها نقطه ارتباطی امن شما با شرکت پشتیبان هاست و دامنه قطع می شود. علاوه بر این، سرویس های هاست شخصی معمولا چندان از نظر امنیت و در دسترس بودن دائم، قابل اطمینان نیستند.

اما از میان سرویس دهندگان رایگان و قدرتمندی همچون یاهو، هات میل، جیمیل و... کدام یک را باید انتخاب کنیم؟ پیشنهاد قطعی ما جیمیل است. زیرا همانگونه که قبلا گفتیم: «چون محیط کاربری آسان و خوش دستی دارد. چون رایگان و دارای امکانات بسیار زیاد است. چون می تواند دیگر سرویس های ایمیل شما را به راحتی مدیریت کند. چون قابلیت لیبل زنی، فیلتر و جستجوی بی رقیبی دارد.» و در نهایت اینکه چون یکی از امن ترین سرویس های ایمیل است.

جیمیل یکی از معدود سرویس دهندگان ایمیل است که در تمامی مراحل کار از ارتباط امن https استفاده می کند. یعنی اینکه چه در مرحله لاگین و چه مرحله خواندن و ارسال ایمیل ها، ارتباط شما با سرور گوگل به صورت رمز گذاری شده SSL است.

از دیگر نقاط مثبت این سرویس ایمیل می توان به فضای ذخیره تقریبا بی پایان، رایگان بودن، دریافت اسپم کمتر و امکان انواع جستجو در تمامی بخش ها اشاره کرد. جیمیل فضای رایگان بزرگی در اختیار شما می گذارد که به صورت لحظه ای در حال افزایش است. همچنین از تکنولوژی اختراعی ویژه گوگل برای کنترل و بلوکه کردن ایمیل های اسپم بهره می برد.

نکاتی در خصوص امنیت ایمیل

حال که ایمیل اختصاصی وبلاگ تان را در جیمیل ساخته اید و از آن برای ثبت و راه اندازی وبلاگ/سایت خود استفاده نموده اید، بهتر است کمی بیشتر مراقب امنیت این اکانت ایمیل باشید.

۳ همانند خود وبلاگ، به هیچ وجه از اینترنت عمومی و ناشناخته برای کنترل حساب ایمیل تان استفاده نکنید. حال این امر هر میزان هم که مهم باشد، به پای اهمیت وجودی وبلاگ شما نمی رسد.

۴ علاوه بر اینکه از ایمیل اختصاصی سایت برای کارهای عادی خود استفاده نمی کنید، از این ایمیل برای ارسال مطلب به وبلاگ جهت انتشار هم استفاده نکنید. زیرا برای این کار ممکن است در برخی مواقع مجبور به استفاده از اینترنت ناامن برای ورود به ایمیل شوید. یا اینکه استفاده مداوم از ایمیل، توجه بات نت ها و اسپرها را به آدرس ایمیل شما جلب کند.

۳ از رمز عبور امن و قابل اعتمادی با حداقل ۱۵ کاراکتر، برای این اکانت ویژه استفاده کنید. با توجه به اینکه نیازی به استفاده دائم از این اکانت ندارید، لازم نیست که رمز عبور آن قابل حفظ کردن باشد. برنامه های مدیریت رمز عبور می توانند به راحتی و با امنیت بالا از این رمز طولانی و مشکل، حفاظت کنند.

در رمز عبور انتخابی از حروف کوچک و بزرگ، اعداد و علائم استفاده کنید. در صورت امکان از ابزار تولید رمز عبور تصادفی برای این کار استفاده کنید. بسیاری از برنامه های مدیریت رمز عبور، درون خود چنین ابزاری را دارند.

۴ هر چه کامپیوتر امن تری داشته باشید، ایمیل شما کمتر در خطر خواهد بود. سعی کنید تنها از یک سیستم برای ورود به این ایمیل استفاده کنید و آن را به برنامه های امنیتی مورد نیاز، همچون آنتی ویروس، فایروال و... مجهز کنید.

۵ مراقب باشید که همیشه ارتباط شما با سرور خدمات دهنده ایمیل به صورت رمزگذاری شده و امن (https) برقرار باشد. حتی برای امنیت بالاتر، بهتر است که هنگام استفاده از ایمیل، حتماً از سرویس VPN قابل اطمینانی بهره ببرید. همچنین به پیام های خطای مرورگر در خصوص نامعتبر بودن و یا در معرض خطر بودن https سایت خدمات دهنده ایمیل تان کاملاً دقت کرده و در صورت اختلال، از ورود به ایمیل اجتناب کنید. بهتر است که برای امنیت بیشتر در این خصوص، از مرورگر کروم برای ورود به ایمیل تان استفاده کنید.

۶ سعی کنید یکی از مرورگرهای کامپیوترتان را به صورت اختصاصی برای چک کردن ایمیل و کارهای مدیریتی مهم وبلاگ تان اختصاص دهید. با این کار، دیگر بابت خطرانی که ممکن است از جانب دیگر سایت های باز شده در تب های مرورگرتان، شما را تهدید کنند (کوکی های آلوده، حملات فیشینگ، حملات XSS و غیره) نگرانی نخواهید داشت و با حداقل این نگرانی بسیار کمتر است.

۷ هیچ گاه از رمز عبور ایمیل تان در دیگر سایت ها و حتی وبلاگ تان استفاده نکنید. هر اکانت مهم شما باید دارای رمز عبور اختصاصی و امن برای خود باشد. زیرا در صورت مشترک بودن رمزهای عبور، فرد مهاجم با دست یابی به یک رمز عبور و کمی سعی و خطا، به همه اکانت های شما دسترسی خواهد داشت.

۸ به صورت دوره ای رمز عبورتان را عوض کنید. بهترین حالت این است که هر ۳ تا ۴ ماه یک بار رمز عبور تمامی اکانت ها و به خصوص ایمیل خود را تغییر دهید. با این کار تلاش برنامه های مخربی که رمز عبور شما را یافته اند، بی اثر می شود.

درس هفتم راهنمای پشتیبان گیری از وبلاگ

حتی با رعایت تمام نکات امنیتی و استفاده از مطمئن ترین سرورها و شرکت های هاست، باز هم باید گفت که داستان امنیت هیچ گاه ۱۰۰ درصد و کامل نیست. پس در کنار همه این اقدامات، باید به فکر روز میاد بود و برنامه ای را جهت نجات وبلاگ در مواقع اضطراری، طرح ریزی کرد.

یکی از مهمترین کارهایی که می توان برای اطمینان خاطر بیشتر از مصونیت محتوا و داده های وبلاگ/سایت انجام داد، داشتن برنامه ای منظم و مدون برای پشتیبان گیری از اطلاعات آن است. اگر در دوره «[مبانی پشتیبان گیری از اطلاعات](#)» درسامه شرکت کرده باشید، حتماً با این موضوع آشنایی کامل داشته و برنامه صحیحی برای پشتیبان گیری از وبلاگ تان دارید. اما اجازه دهید در این درس هم به طور مختصر اصول و شیوه های پشتیبان گیری از سایت ها و وبلاگ ها (به خصوص وردپرس و بلاگر) را مورد بررسی قرار دهیم.

پشتیبان گیری از وبلاگ در سرویس های وبلاگ نویسی عمومی

علی رغم تمام تاکیدی که بر امنیت سرورهای وبلاگ بلاگر و وردپرس داشتیم و از تیم فنی خبره و پشتیبان گیری خودکار اطلاعات آنها گفتیم، باز هم بهتر است که خودمان هم همیشه نسخه بک آپ به روز از محتوای وبلاگ مان داشته باشیم. این کار در سیستم های وبلاگ نویسی بلاگر و وردپرس معمولاً به صورت دستی باید انجام شود و تفاوت زیادی با یکدیگر ندارد.

الف پشتیبان گیری در بلاگر : خوشبختانه بلاگر امکان پشتیبان گیری از تمامی پست ها و نظرات وبلاگ را برای شما امکان پذیر کرده است. و البته در کنار امکان پشتیبان گیری، قابلیت بازیابی نسخه پشتیبان را برای مواقع ضروری پیش بینی کرده است.

با رفتن به تب Settings در داشبورد وبلاگ تان در بلاگر، به بخش Other بروید و از آنجا در بخش Blog tools به Import و Export دسترسی خواهید داشت. با استفاده از گزینه Export blog، به آسانی نسخه پشتیبان کاملی از وبلاگ خود را بر روی کامپیوترتان خواهید داشت. همه محتوای وبلاگ به همراه نظرات خوانندگان، در قالب یک فایل XML روی کامپیوتر شما ذخیره خواهند شد.

New post

- Overview
- Posts
- Pages
- Comments
- Stats
- Earnings
- Layout
- Template
- Settings**

Basic

Posts and comments

Mobile and email

Language and formatting

Search preferences

Other

Blog tools

Blog Tools [Import blog](#) **Export blog** [Delete blog](#)

Site feed

Allow Blog Feed ?

Post Feed Redirect URL ?

[Remove](#)

Post Feed Footer ? [Add](#)

Enable Enclosure Links ?

OpenID

Your OpenID URL ?

Sites that can always see your URL

Adult Content

Adult Content? ?

Google Analytics


Analytics Web Property ID ?

ب پشتیبان گیری در وردپرس: وردپرس هم مانند بلاگر با گزینه های Import و Export امکان پشتیبان گیری و بازیابی را برای شما فراهم نموده است. برای تهیه نسخه پشتیبان از وبلاگ وردپرسی خود، تنها کافی است از منوی Tools گزینه Export را انتخاب کنید. حال در صفحه بعد گزینه All content را انتخاب کرده و بر روی دکمه Download Export File کلیک کنید. با این کار نسخه ای از وبلاگ شما با پسوند XML روی کامپیوترتان ذخیره خواهد شد.

بازیابی فایل پشتیبان هم به سادگی از طریق گزینه Import در منوی Tools وردپرس امکان پذیر است.

Tools

- Available Tools
- Import
- Delete Site
- Export**



Export

Help ▾

If you want to move your posts, comments, and media to another site, you can export those or we can transfer them for you.

To get started, choose an export option from below.

Export Option	More Info	Cost
Export	Create an XML file containing your posts and comments for you to save or import into another WordPress blog.	Free
Guided Transfer	One of our Happiness Engineers will transfer your site to a self-hosted WordPress.org installation with one of our partners. They will transfer over all your content, install and configure plugins to support features you have used on WordPress.com, switch your domain(s) over, and provide support on your new WordPress.org install for a two-week period.	\$119

پشتیبان گیری از وبلاگ بر روی هاست اختصاصی

درست است که شرکت خدمات دهنده هاست شما ادعا می کند که به صورت روزانه و دائمی، از تمام اطلاعات نسخه پشتیبان تهیه می کند و شما هیچ گاه نباید نگران از دست دادن اطلاعات تان باشید، اما فراموش نکنید که این ادعا همیشه هم درست نیست و برخی مواقع شما را به دردسر می اندازد. پس بهتر است در خصوص پشتیبان گیری از وبلاگ و سایت شخصی حساسیتی بیشتر از وبلاگ های سرویس عمومی نشان داده و این کار را به صورت مداوم و منظم انجام دهید.

یک روش تهیه نسخه پشتیبان از سایت و وبلاگ شخصی این است که به صورت دستی، طی زمان های معین، تمامی فایل های متعلق به سایت را بر روی کامپیوترتان دانلود کرده و در محل امنی نگهداری کنید. البته در این شیوه علاوه بر تهیه نسخه پشتیبان از فایل ها، لازم است که از طریق بخش مدیریت دیتابیس سایت، از پایگاه داده سایت هم نسخه پشتیبان کامل و مناسبی تهیه کرده و به همراه فایل ها نگهداری کنید. این بخش در Cpanel با نام phpMyAdmin شناخته می شود.

در بسیاری از کنترل پنل های مدیریت سایت، شما امکان تهیه نسخه پشتیبان یا Backup کاملی از تمامی اطلاعات سایت و همچنین دیتابیس و ایمیل ها دارید. در این شیوه شما دستور تهیه نسخه پشتیبان را در کنترل پنل صادر کرده و منتظر اتمام کار می شوید. سپس نسخه پشتیبان سایت را در قالب یک فایل فشرده در اختیار دارید که می توانید آن را بر روی کامپیوترتان دانلود کرده و در محل امنی نگه داری کنید.

راه حل دیگر تهیه نسخه پشتیبان، استفاده از ماژول ها و افزونه های سیستم مدیریت محتوای وبلاگ است. تقریباً تمامی برنامه های مدیریت محتوا این امکان را دارند که با استفاده از چند ماژول و پلاگین، به صورت خودکار یا دستی نسخه پشتیبانی از وبلاگ تان تهیه کنند. حال بسته به برنامه و پلاگین مورد استفاده، این نسخه پشتیبان می تواند بر روی خود هاست ذخیره شود، یا اینکه به سرویس های کلود و هارد کامپیوتر شما منتقل گردد. در اینجا به معرفی دو پلاگین مفید و پرکاربرد وردپرس در این زمینه می پردازیم:

WordPress Backup to Dropbox: -احتمالاً با سرویس [دراپ باکس](#) آشنایی داشته و از آن برای ذخیره امن فایل های خود در یک فضای کلود رایگان بهره می برید. با توجه به اینکه فضای دراپ باکس شما در ارتباط با کامپیوترتان است و هر فایلی را که درون فضای کلود دارید، نسخه ای از آن روی کامپیوتر شما هم موجود است، لذا این سرویس می تواند گزینه بسیار مناسبی برای نگهداری نسخه های پشتیبان باشد.

با استفاده از این پلاگین شما به راحتی و به صورت خودکار می توانید نسخه های بک آپ منظمی از وبلاگ خود تهیه کرده و آنها را به دراپ باکس منتقل کنید. سازنده این پلاگین می گوید: «تنها کافی است که روز و دفعات پشتیبان گیری در هفته یا ماه را مشخص کرده و دستور شروع کار برنامه را صادر کنید. اکنون دیگر نیازی به دخالت شما نیست و تنها باید منتظر اتمام کار بمانید، تا نسخه ای از تمامی فایل ها و دیتابیس سایت تان به صورت زیپ شده به حساب دراپ باکس تان منتقل گردد».

BackWPup: این برنامه تقریباً یک راه حل کامل برای پشتیبان گیری از وبلاگ وردپرسی شما است. پلاگین BackWPup می تواند از دیتابیس سایت شما و تمامی فایل ها و فولدرهای آن نسخه پشتیبانی تهیه کرده و آن را به صورت یک فایل زیپ شده در اختیار تان قرار دهد.

این پلاگین همچنین قادر است علاوه بر ذخیره نسخه پشتیبان بر روی هاست، آن را به سرور FTP دیگر، Google Storage، اکانت Amazon S3 یا فضای کلود دراپ باکس تان انتقال دهد. از دیگر قابلیت های این پلاگین می توان به چک و اصلاح دیتابیس، بهینه سازی دیتابیس، انتقال نسخه پشتیبان به سرویس SugarSync و ارسال لاگ عملیات پشتیبان گیری به ایمیل اشاره کرد.

نکات امنیتی در پشتیبان گیری

۱ - به عنوان یک اصل مهم و حیاتی، همیشه نسخه پشتیبان وبلاگ خود را پس از دانلود کردن، یک بار روی کامپیوترتان امتحان کنید، تا از سلامت آن مطمئن شوید. بدترین سناریو این است که شما بک آپ منظم و کاملی از وبلاگ تان داشته باشید، اما هنگام نیاز به دلیل خراب بودن فایل پشتیبان، نتوانید از آن استفاده کنید.

۲ - برنامه ریزی مشخصی برای حذف نسخه های پشتیبان قدیمی داشته باشید. بسته به کاربرد، ارزش و حجم فایل های پشتیبان، می توان عمر مفید آنها را تعیین کرد. اما معمولاً نیاز نیست که یک نسخه بک آپ را بیش از شش ماه نگهدارید.

پس برای اینکه جلوی اتلاف فضای ذخیره سازی و سردرگمی شما گرفته شود، مرتباً نسخه های قدیمی پشتیبان را به شکل امن و مطمئنی نابود کنید. در انتخاب شیوه حذف و نابودی نسخه پشتیبان هم دقت لازم را به خرج دهید، زیرا این فایل ها، حاوی اطلاعات مهم و حیاتی از شما و وبلاگ تان هستند. برای اطلاعات بیشتر در این مورد می توانید در [دوره مبانی امنیت در کامپیوتر و اینترنت](#) درسامه شرکت کنید.

۳ - تا حد امکان نسخه های پشتیبان را رمزنگاری کرده و سپس به ابزارهای پشتیبان گیری همچون هارد دیسک، فلش مموری یا دی وی دی منتقل کنید. برای این کار می توانید از برنامه ای همچون [TrueCrypt](#) استفاده کرده و یا تنها هنگام فشرده سازی فایل پشتیبان، از برنامه هایی چون [7-Zip](#) کمک بگیرید که امکان رمزگذاری بر روی فایل زیپ را دارند.

۴ - حتماً و همیشه دو یا چند نسخه از اطلاعات پشتیبان گرفته شده را نگهداری کنید. اکتفا کردن به یک ابزار برای نگه داری فایل های بک آپ، آنها را در معرض خطر نابودی قرار می دهد. زیرا در صورت بروز مشکل برای آن ابزار، شما هیچ نسخه دیگری از اطلاعات را در اختیار نخواهید داشت. حتی برای امنیت بیشتر، بهتر است که دو یا چند نسخه از فایل های پشتیبان در مکان های فیزیکی جداگانه ای نگهداری شوند.

۵ - برای انتخاب پلاگین یا سرویس مناسب پشتیبان گیری وقت صرف کرده و گزینه های مختلف را امتحان کنید تا بهترین شیوه را بیابید. برای انجام این کار برنامه ریزی زمانی مشخص و دقیقی داشته باشید. پس از هر پشتیبان گیری از سلامت نسخه بک آپ اطمینان یابید.

همچنین فایل ها و بخش هایی از سایت/وبلاگ را که باید نسخه پشتیبان آنها تهیه شود، مشخص کنید. معمولاً لازم است که علاوه بر تهیه بک آپ از تمامی فایل های اصلی برنامه مدیریت محتوا، از عکس ها و فایل هایی که بر روی هاست آپلود کرده و در سایت استفاده نموده اید هم پشتیبان گیری شود. و مهمتر از آن اینکه از دیتابیس یا پایگاه داده سایت هم باید همیشه نسخه پشتیبان سالم و به روزی داشته باشید. زیرا تقریباً تمامی محتوای نوشتاری سایت شما درون آن قرار دارد.

۶- و آخرین نکته درس امروز این است که حتما یک پلن و شیوه نامه مدون و مشخص برای پشتیبان گیری داشته باشید. اکنون علاوه بر انجام یک پشتیبان گیری درست و اصولی، عمل پشتیبان گیری کم کم تبدیل به یکی از عادت ها و کاری روتین می شود. همچنین در صورتی که زمانی بخواهید این مسئولیت را بر عهده شخص دیگری بگذارید، وی دقیقا می داند که چه کاری و به چه صورت باید انجام گیرد.

درس هشتم آشنایی با مهمترین حملات به وبلاگ ها و وب سایت های شخصی

جدا از اینکه شما در رعایت مسایل امنیتی تا چه حد کوشا باشید و از خدمات امن و مطمئن برای وبلاگ یا سایت شخصی تان بهره ببرید و تمامی نکات پشتیبان گیری و وبلاگ نویسی اصولی را رعایت کنید؛ همیشه هستند افرادی که با شیوه های مختلف و ابزارهای متفاوتی به جنگ وبلاگ شما آمده و سعی در نفوذ به آن و یا از کار انداختنش خواهند داشت.

توجه کنید در این درس به حملاتی می پردازیم که به صورت آنلاین وبلاگ شما را هدف گرفته اند و باید بدانید که این همه حملات را شامل نمی شود. ممکن است یک هکر کامپیوتر یا تلفن هوشمند شما را هدف بگیرد که در این صورت روش های حمله متفاوت خواهد بود. برای جلوگیری از آن حملات نیاز است روی امنیت سیستم عامل، مرورگر و دیگر موارد مرتبط تمرکز کنید.

ممکن است آشنایی با برخی اصطلاحات تخصصی حملات امنیتی چندان کارایی برای شما نداشته باشد و حتی در جلوگیری از برخی از آنها کمکی هم نکند. اما به طور حتم آگاهی از اینکه آلودگی و نفوذ از چه راهی انجام گرفته، در حل سریع تر مشکل توسط مدیران سرور و همچنین تعامل شما با آنها کمک فراوانی خواهد نمود.

فیشینگ (Phishing)

فیشینگ یکی از تکنیک های مهندسی اجتماعی است که فرد حمله کننده از ارتباطات الکترونیک یا شبکه های اجتماعی، برای کلاهبرداری و تلمیح گیرنده استفاده می کند تا موفق به دستیابی به اطلاعات وی شود. شاید این شیوه را بتوان یکی از عمومی ترین و پرکاربردترین راه های نفوذ به اطلاعات شخصی و در دست گرفتن کنترل ایمیل، وبلاگ یا دیگر اکانت های افراد دانست. در بسیاری از مواقع این کار با استفاده از ایمیل انجام می شود و البته گاهی از ارسال پیام در شبکه های اجتماعی و پیامک موبایل هم بهره می برند.

در این حمله، پیام ارسالی قالبی برای شما، معمولا به ظاهر از طرف فرد یا شرکتی ارسال شده که کاملا مورد اطمینان شما است. مثلا به نظر می رسد که ایمیل از طرف شرکت فروشنده هاست و دامنه، بانک یا شرکت خدمات دهنده اینترنت شما است و درون ایمیل از شما درخواست برخی اطلاعات شخصی و حتی گاهی اوقات رمزهای عبور می شود.

در شکل دیگر ماجرا، ایمیل ارسالی حاوی لینک یا لینک هایی است که شما را به صفحاتی بسیار شبیه سایت های معمول مورد استفاده تان می برند و در آنجا شما با ورود رمز عبور و نام کاربری، علاوه بر ورود بدون مشکل به سایت مورد نظر خود، اطلاعات تان را در اختیار ارسال کننده ایمیل هم قرار داده اید.

همیشه مراقب ایمیل های دریافتی باشید و در صورتی که حاوی درخواست غیر عادی یا مهمی بودند، به بررسی بیشتر موضوع بپردازید. در صورت امکان قبل از ارسال هرگونه اطلاعاتی، به صورت تلفنی در خصوص صحت ایمیل سوال کنید. تا حد امکان حتی در صورتی که اطمینان نسبی به ایمیل دارید، اما امکان تایید تلفنی یا حضوری آن را ندارید، از ارسال پاسخ خودداری کنید.

به یاد داشته باشید که معمولا شرکت های خدمات دهنده به شما و مراکزی مانند بانک، هیچ گاه و به هیچ وجه به صورت ایمیلی از شما درخواست رمز عبور، نام کاربری یا اطلاعات خصوصی مهم نمی کنند.

در ایمیل های مشکوک و ناشناس به هیچ وجه بر روی لینک ها کلیک نکنید. در صورتی که می خواهید وارد سایتی شوید، آدرس آن را به صورت دستی در مرورگر تایپ کنید. قبل از ورود نام کاربری و رمز عبور در هر سایتی، ابتدا آدرس بار را کنترل کنید تا نشانی سایت کاملا درست و صحیح باشد. در سایت هایی که از ارتباط امن SSL و آدرس https استفاده می کنند، حتما مراقب این نکته باشید و کنترل کنید که آدرس صفحه ای که باز کرده اید به صورت امن و https باشد.

حمله Brute-force

در این شیوه فرد نفوذگر با استفاده از برنامه های ویژه ای، به صورت خودکار و مداوم ترکیبات مختلف نام کاربری و رمز عبور را امتحان می کند تا بالاخره به ترکیب مناسب برای ورود به سایت دست پیدا کند. در این سیستم معمولا از لغات و عبارات های موجود در دیکشنری و ابزارهایی مانند آن استفاده می شود و برنامه تا جایی که کار خود ادامه می دهد که موفق به پیدا کردن نام کاربری و رمز عبور شما شود.

یکی از مهم ترین شیوه های مقابله با چنین حملاتی، استفاده از پلاگین های امنیتی است که پس از دفعات مشخص ورود نام کاربری و رمز عبور اشتباه، جلوی دسترسی کامپیوتر وارد کننده نام های کاربری را بگیرد و به وی اجازه کار ندهد. این جلوگیری معمولا با بلاک کردن آی پی آن سیستم انجام می شود.

شما می توانید با افزونه ها و برخی کدها و دستورات برنامه نویسی، این امکان را فراهم آورید که مثلا فرد یا کامپیوتر مشکوک، با ورود سه رمز عبور اشتباه دیگر دسترسی این کار را نداشته باشد. و یا اینکه دسترسی به بخش لاگین را تنها برای آی پی های ویژه ای باز بگذارید و دیگران امکان ورود به این بخش را نداشته باشند.

نکته دیگر در مقابله با این حمله، استفاده از رمز عبور امن است که به اندازه ای طولانی باشد تا حدس زدن آن چندان ساده نباشد. همچنین عدم استفاده از نام کاربری پیش فرض برنامه مدیریت محتوا و یا استفاده از نام کاربری های شناخته شده ای چون Admin و administrator و user1 و moderator... می تواند کار را برای نفوذگران دو چندان سخت تر کند.

علاوه بر این در برخی برنامه های مدیریت محتوا، می توانید آدرس صفحات مدیریتی سایت و وبلاگ را هم به طور کامل تغییر دهید. با این کار فرد حمله کننده قبل از اینکه امکان آموزش خطا برای یافتن رمز عبورتان را داشته باشد، باید ابتدا صفحه مدیریت را برای ورود نام کاربری و رمز عبور پیدا کند. استفاده از نام های عجیب می تواند کمک خوبی در این زمینه باشد. چرا نام صفحه ورود به بخش مدیریت وبلاگ تان به جای Admin یا administrator و مانند آن، چیزی شبیه نام یک گیاه یا غذای مورد علاقه تان نباشد؟

مهندسی اجتماعی

این شیوه به روش های بسیار متفاوت و پیچیده ای انجام می شود که یکی از آنها را در بخش فیشینگ توضیح دادیم. به شکل ساده، مهندسی اجتماعی عبارت است از تکنیک های روانشناسی اجتماعی که فرد مهاجم سناریویی را آماده می کند و با استفاده از آن، شما را ترغیب به انجام کاری یا در اختیار قرار دادن اطلاعاتی می کند. این کار گاهی با تطمیع یا تهدید و بسیاری اوقات با جعل و حقه انجام می شود.

همان طور که در بخش فیشینگ گفتیم، مهم ترین و بهترین دفاع در برابر این حملات، عدم اطمینان کاذب به افراد آنلاین است. زیرا به راحتی امکان جعل آدرس های سایت ها، اکانت شبکه های اجتماعی و ایمیل ها وجود دارد. هنگام مواجهه با هرگونه درخواست اطلاعات حساس، تا حصول اطمینان ۱۰۰ درصد از راه های مختلف، هیچ گونه اطلاعاتی را در اختیار کسی قرار ندهید. اگر درخواست ایمیلی برای دریافت اطلاعات

دارید، حتما تلفنی و در صورت امکان حضوری، از صحت آن مطمئن شوید. اگر از طریق تلفن هم نمی توانید از هویت درخواست دهنده اطمینان حاصل کنید، حتما نیاز به مراجعه حضوری و تحویل آن اطلاعات دارید.

Packet Sniffer

در این شیوه حمله که می توان آن را نوعی شنود نامید، فرد نفوذگر به نوعی به یکی از کامپیوترهای اصلی درون شبکه بی سیم یا کل شبکه ISP شما دسترسی پیدا می کند و آنگاه با نصب برخی نرم افزارها، تمام پاکت های (Pockets) اطلاعاتی رد و بدل شده توسط افراد را کنترل و ضبط می کند. با این کار وی می تواند به هر چیزی اعم از محتوای ایمیل ها، سایت های وارد شده و حتی نام کاربری و رمز عبور وارد شده درون سایت های مختلف دست پیدا کند. زیرا تمامی این داده ها به صورت بسته های اطلاعاتی در شبکه ارسال می شوند و در صورتی که رمزگذاری نباشند، به راحتی قابل ردگیری و خوانده شدن هستند.

اولین قدم در راه مقابله با چنین حملاتی، عدم استفاده از شبکه های بی سیم عمومی و ناشناس، و همچنین رمزگذاری و حفظ امنیت شبکه بی سیم خصوصی تان است. در صورتی که شبکه وایرلس شما توسط رمز عبور قدرتمندی محافظت شود و تنها دستگاه هایی که مک آدرس آنها درون شبکه ثبت شده، قادر به ارتباط با آن باشند، تا حد زیادی جلوی اسنیف شدن اطلاعات گرفته می شود.

مرحله بعد ارسال رمزنگاری شده اطلاعات درون شبکه و اینترنت است. در این حالت، حتی در صورتی که کسی بتواند بین راه اطلاعات را خوانده و ضبط کند، چیزی از آنها دستگیرش نمی شود. اینجا است که اهمیت بالای استفاده از SSL مشخص می شود. چرا که در این صورت هکری که به شبکه بی سیم شما نفوذ کرده امکان بازکردن و خواندن اطلاعات ارسالی و دریافتی را نخواهد داشت.

حملات تزریق کد (SQL Injection)

در این نوع از حمله فرد مهاجم از تکنیک هایی استفاده می کند تا با نفوذ و در اختیار گرفتن دیتابیس یا پایگاه داده های سایت، کنترل آن را در دست گرفته و به تخریب بپردازد. در این شیوه فرد نفوذگر معمولا از طریق راه های نفوذ مختلفی که ممکن است در وبلاگ شما باز باشد، دستورات دیتابیس (Quary) یا فرمان های برنامه نویسی خاصی را برای سایت ارسال و دیتابیس را مجبور به انجام آنها می کند.

در نتیجه این حملات در حالت ساده، فرد مهاجم قادر به پاک کردن و نابودی اطلاعات است و در حالت های پیچیده تر، وی بدون اطلاع شما و از طریق دسترسی به دیتابیس، امکان ورود به بخش مدیریت سایت را هم پیدا می کند. یکی از معمول ترین راه هایی که افراد می توانند کدهای مخرب را وارد دیتابیس وبلاگ کرده و آنها را اجرا کنند، فرم های موجود از قبیل تماس با ما، بخش نظرات و صفحات عضویت است. البته گاهی از طریق دستورات Get/Post هم انجام چنین کاری امکان پذیر است. به همین دلیل باید در تنظیمات برنامه مدیریت محتوا کاملا مراقب چنین حملاتی باشید و فرم ها به گونه ای ساخته شوند که قبل از ارسال و ذخیره هرگونه اطلاعاتی در دیتابیس، آنها را کنترل کرده و جلوی اجرای هرگونه دستور و کد برنامه ای را بگیرند.

حمله عدم پذیرش سرویس (DOS)

این شیوه در واقع یک حمله برای نفوذ به سایت و یا در اختیار گرفتن آن نیست، بلکه تنها هدف از چنین حمله ای، هدر دادن منابع سیستمی سایت یا وبلاگ مورد نظر و از کار انداختن آن است. به گونه ای که در یک حمله سازمان یافته و کلاسیک DOS سایت هدف برای مدت زمانی به صورت کامل از دسترس کاربران خارج می گردد.

در این روش فرد مهاجم از طریق تعداد زیادی کامپیوتر آلوده که در اختیار وی هستند، یا یک کامپیوتر با پهنای باند بالا به ارسال درخواست های مداوم و تکراری به سایت هدف می پردازد. این درخواست می تواند تنها نمایش صفحه ای از سایت و یا سعی برای ارسال نظر یا پیشنهادی باشد و یا در مراحل پیشرفته، می تواند اجرای کد یا فرمانی بر روی سرور و ایجاد مشکل برای آن باشد.

از آنجایی که هر سایت و وبلاگ، بسته به سرور خدمات دهنده اش، میزان محدودی از منابع (همچون پهنای باند، قدرت پردازشگر مرکزی، ترافیک ماهیانه و...) را در اختیار دارد، این درخواست های پرشمار و بی پایان تا آنجا ادامه می یابند که دیگر سرویس دهنده وبلاگ پاسخگوی آنها نبوده و از دسترس خارج گردد.

متأسفانه در حملات این چینی کار زیادی از دست شما بر نمی آید و باید تمام امیدتان به مدیر و تیم فنی خبره شرکت سرویس دهنده هاست تان باشد. آنها می توانند با اقداماتی همچون بلاک کردن آی پی کامپیوترهای مهاجم و جلوگیری از دسترسی آنها به سایت، تا حد زیادی در نجات به موقع وبلاگ شما موثر باشند.

البته گاهی هم چنین حملاتی موجب تحمیل هزینه های ناخواسته برای شما خواهند بود، برای مثال در صورت محدود بودن ترافیک ماهیانه وبلاگ شما، بعد از یک حمله DOS یا باید تا شروع ماه جدید وبلاگ تان در دسترس نباشد و یا اینکه با پرداخت هزینه ای، میزان ترافیک آن را افزایش دهید.

حملات تزریق اسکریپت (XSS)

در این شیوه فرد مهاجم با استفاده از کامپیوتر آلوده دیگری به جنگ کامپیوتر شما یا سرور وبلاگ تان آمده و با تزریق برخی کدهای خاص درون مرورگر وب تان، اطلاعاتی را که در مرورگر دریافت کرده یا ارسال می کنید، سرقت می کند و یا مسیر آنها را تغییر می دهد. این حمله معمولاً از طریق ارسال یک آدرس خاص اینترنتی برای قربانی (با استفاده از شیوه هایی همچون فیشینگ) آغاز می گردد.

در صورتی که فرد مهاجم موفق به نفوذ شود، می تواند اطلاعات اشتباهی را به شما نشان دهد و یا به صورت کامل کنترل صفحه اصلی سایت را به دست گیرد. علاوه بر این می تواند به کلیه اطلاعات مورد استفاده شما در اینترنت دست یافته یا شما را بدون آگاهی خودتان، به آدرس و محل دیگری در اینترنت منتقل سازد. همچنین با تزریق اسکریپت در مرورگر، فرد مهاجم امکان سرقت Session ها و نفوذ به بخش مدیریت سایت و یا تغییر چهره کامل سایت و حذف اطلاعات صفحه آن را در اختیار دارد.

بخش مهمی از جلوگیری از حملات تزریق اسکریپت به بخش فنی و کدنویسی سایت و وبلاگ شما بر می گردد. به گونه ای که به هیچ وجه به کاربران تان امکان استفاده از کاراکترها و کدهای ویژه را در فرم ها یا آدرس های ارسالی شان ندهید. راحت ترین کار این است که تا حد امکان، کاربران امکان استفاده از HTML و CSS را در هیچ بخشی نداشته باشند.

به طور کلی، بهترین دفاع در این حملات، کمترین امکان دسترسی کاربر است. سعی کنید که کاربران تنها و تنها به موارد مورد نیاز و ضروری دسترسی داشته باشند، تا نتوانند به چنین تخریب هایی بپردازند.

همانطور که گفتیم ممکن است شما نتوانید برای مقابله با برخی از این حملات شخصا کاری انجام بدهید. اما آگاهی داشتن خودش نیمی از مسیر است.

درس نهم نکاتی برای بهبود کارایی و عملکرد وبلاگ

در پایان دوره کمی درباره کارایی و عملکرد وبلاگ و وب سایت های شخصی تحت برنامه مدیریت محتوای وردپرس صحبت خواهیم کرد. شاید در ظاهر این امر تنها در افزایش سرعت و راحتی بیشتر کاربران یا افزایش رتبه SEO سایت موثر باشد. اما باید این نکته را در نظر داشت که وقتی وبلاگ شما به شکل مناسبی بهینه شده باشد و به درستی از منابع سیستمی موجود استفاده کند، تا حد زیادی در برابر برخی حملات امنیتی هم تاب و توان بیشتری خواهد داشت و دیرتر از پا در می آید.

استفاده از YSlow برای اندازه گیری مدت زمان لود صفحات وبلاگ

قبل از هرگونه بهینه سازی، باید معیاری برای سنجش سرعت وبلاگ تان داشته باشید تا بتوانید میزان سودمندی هر مرحله از بهینه سازی ها را بسنجید [YSlow](#). یکی از افزونه های سودمند برای مرورگرهای مختلف است که صفحات وبلاگ شما را محک زده و مشخص می کند سرعت لود هر بخش چقدر است. این افزونه ضمن امتیازدهی به صفحات وبلاگ تان، ایرادهای معمول را که باعث کاهش سرعت شده اند مشخص نموده و برخی پیشنهادات را هم جهت رفع شان عرضه می کند. این افزونه از سرویس [Smush.it](#) یاهاو برای انجام تست ها بهره می برد.

تنظیمات لازم برای cache وردپرس

در وردپرس و دیگر برنامه های مدیریت محتوا که اطلاعات به صورت دینامیک ارائه می شوند، در حالت عادی برای هر دفعه باز شدن صفحه ای از سایت، لازم است که درخواستی به دیتابیس ارسال شده و مطلب همراه با آدرس دهی لازم برای عکس و دیگر مدیا از آنجا خوانده شود. این کار در سایت های پر بازدید، فشار فراوانی بر سرور وارد کرده و خود به تنهایی می تواند نوعی حمله DOS به سرور محسوب شود. زیرا اجزای هر فرمان یا Query درون دیتابیس به منابع سیستمی فراوانی نیاز دارد.

بهترین راه حل این مشکل، استفاده از سیستم کش (Cache) است. بدین صورت که با تولید هر مطلب و محتوا، سیستم یک بار آن را از سرور درخواست کرده و تبدیل به یک صفحه استاتیک معمولی می کند. اکنون برای پاسخ به هر درخواست کاربر جهت نمایش این صفحه، همان صفحه استاتیک به مرورگر وی ارسال شده و نیازی به ایجاد ارتباط با دیتابیس نیست. البته این صفحه در بازه های زمانی مشخص دوباره سازی می شود تا تغییرات صورت گرفته همچون کامنت های خوانندگان و یا ویرایش توسط شما را نمایش دهد.

بسیاری از سیستم های مدیریت محتوا درون خود به نوعی دارای امکان کش کردن صفحات را دارند که می توانید آن را فعال کنید. اما برای استفاده بهینه از امکان کش، پلاگین و افزونه های کارآمدی هم نوشته شده است.

در وردپرس شما می توانید به سادگی یکی از پلاگین های [WP Super Cache](#) یا [W3 Total Cache](#) را نصب کرده و نسخه کش شده بهینه و مناسبی از صفحات تان را در اختیار کاربر قرار دهید [W3 Total Cache](#). یکی از پرکاربردترین پلاگین های کش وردپرس است که توسط برخی از سایت های مشهور همچون [Mashable](#) هم استفاده می شود. طبق نظر برخی منابع، این پلاگین ها، سرعت لود شدن صفحات سایت را تا ۱۰ برابر افزایش می دهند.

استفاده از شبکه توزیع محتوا (CDN)

یکی دیگر از مشکلاتی که ممکن است باعث کندی سایت شما شود، تمرکز محتوا بر روی یک سرور است که کاربران مختلف بسته به فاصله و شیوه دسترسی، ممکن است با مشکلاتی در مشاهده سایت مواجه شوند.

CDN یا Content Delivery Network به طور ساده، مجموعه ای از سرورهای بهینه شده در سراسر دنیا است که به صورت یک سرور مجازی یکپارچه عمل می کنند. با استفاده از چنین سرویسی، شما می توانید فایل های استاتیک دائمی مانند قالب، عکس ها، جاوا اسکریپت و CSS را بر روی CDN قرار دهید تا کاربر هنگام باز کردن وبلاگ شما، آنها را از نزدیک ترین سرور به خودش، دریافت کند.

البته به صورت معمول برای استفاده از CDN باید هزینه ماهیانه یا سالیانه ای پرداخت کنید و این هزینه بسته به میزان ترافیک درخواستی به صورت تصاعدی افزایش خواهد داشت. هر چند که به شکل محدود می توانید از برخی جایگزین های رایگان هم برای این کار استفاده کنید. یکی از بهترین جایگزین های رایگان برای این کار، Google App Engine است. اما تنها ایراد این سرویس گوگل، محدودیت پهنای باند آن است که روزانه تنها یک گیگابایت ترافیک در اختیار دارید.

[این راهنمای گام به گام](#) می تواند کمک خوبی برای استفاده از Google App Engine به عنوان یک CDN باشد.

تصمیم گیری درست در مورد ابزار و کارکردهای وبلاگ

هیچگاه تنها برای پر کردن فضای خالی صفحه و یا نشان دادن امکانات فراوان وبلاگ تان، هر چیزی را روی آن قرار ندهید. احتمالا شما هم وبلاگ/وب سایت های زیادی را دیده اید که فروم، باکس چت، شمارنده بازدیدکننده یا ساعت و تاریخ را در طراحی خود جای داده اند.

اگر به دنبال وبلاگی سریع هستید، تا حد امکان آن را سبک و خلوت نگه دارید و دکور الکی به آن آویزان نکنید. همه پلاگین های اضافی و بدون کاربرد را غیرفعال کنید و تنها از چیزهایی استفاده کنید که واقعا ضروری هستند. زیرا بسیاری از پلاگین ها و این امکانات اضافه، فایل های متعدد CSS و JS ایجاد کرده و برای فعالیت شان درخواست های مکرری را به دیتابیس می فرستند و حتی گاهی جداول اضافی به دیتابیس اضافه می کنند. همه این موارد علاوه بر اینکه می توانند باگ های امنیتی خطرناکی باشند، باعث پردازش بیشتر و سنگین تر در سرور و پایین آمدن سرعت وبلاگ خواهند شد.

بهینه سازی و کم حجم کردن عکس های مورد استفاده در وبلاگ

هر چه تعداد عکس بیشتری در قالب و مطالب وبلاگ تان استفاده کنید، به همان اندازه هنگام لود شدن صفحه، درخواست های http بیشتری به سرور ارسال می گردد. درباره بهینه سازی عکس، باید در دو بخش عکس های قالب یا تمپلیت و عکس های مورد استفاده در مطالب و پست ها صحبت کنیم.

۱- بهینه سازی عکس های تمپلیت: یکی از بهترین راه ها برای بهینه سازی قالب، کاهش عکس های استفاده شده به حداقل ممکن است. هیچ گاه برای نشان دادن فونت از عکس آن استفاده نکنید. زیرا علاوه بر افزایش حجم وبلاگ، به همان تعداد درخواست http بیشتری تولید می شود. بهتر است که به جای آپلود یک فایل حجیم عکس و استفاده از آن برای فونت یک بخش خاص، همان فونت را (که حجم کمتری هم دارد) بر روی سرور قرار دهید و با دستوراتی از قبیل fontface آن را در جاهای مورد نیاز فراخوانی کنید. این کار علاوه بر کاهش حجم وبلاگ و کم کردن از درخواست های http، از نظر SEO هم تاثیر فراوانی دارد. زیرا با این کار بخش بیشتر و مهمتری از سایت (معمولا تیتراها) توسط ماشین قابل خواندن خواهد بود و در موتورهای جستجو ایندکس می شوند.

using-css-sprites

یک راه دیگر برای کاهش حجم و تعداد درخواست http قالب، استفاده از تکنیک CSS Sprites است. در این شیوه شما برای بخش هایی همچون منوها و Navigation Bar به جای استفاده از چندین عکس کوچک، از یک عکس بزرگ تر استفاده می کنید و با استفاده از دستورات CSS، همان قسمت مربوطه را در جای خود به نمایش می گذارید.

اکنون به جای چندین درخواست http برای لود شدن عکس ها، تنها یک درخواست ارسال شده و عکس در مرورگر کش می شود و هم اینکه معمولا حجم این فایل از مجموع فایل های کوچک مورد استفاده کمتر است.

[این راهنما](#) می تواند کمک خوبی برای یادگیری شیوه استفاده از CSS Sprites باشد.

۲- بهینه سازی عکس مطالب و پست ها: اولین نکته در این خصوص، استفاده به جا و مناسب از عکس است. یک وبلاگ بدون عکس، روح و جان چندانی برای جذب مخاطب ندارد. اما به همان نسبت یک وبلاگ که تا خرخره با عکس های حجیم و سنگین پر شده، می تواند آن قدر دیر باز شود، که کاربر از خیر دیدن آن بگذرد.

قبل از استفاده از عکس در وبلاگ، اندازه و حجم آن را تا حد ممکن و به شکلی که افت کیفیت، چندان محسوس نباشد کاهش دهید. برای این کار ابزارهای آنلاین و آفلاین فراوانی وجود دارند. گزینه Save for web and devices در فتوشاپ یکی از انتخاب های مناسب جهت کاهش حجم و اندازه عکس است. [در این مطلب](#) می توانید تعدادی از گزینه های مناسب برای این کار را بیابید.

نکته مهم دیگر در خصوص اندازه و حجم عکس ها، این است که هیچ گاه از دستورات HTML برای کم کردن طول و عرض عکس و جا دادن آن در صفحه استفاده نکنید. زیرا با این کار، در حقیقت شما یک فایل حجیم و سنگین با طول و عرض بزرگ را در صفحه یتان لود کرده اید و آنگاه آن را به اجبار درون کادر کوچکی جا داده اید.

بهترین راه این است که عرض ثابتی را برای استاندارد عکس های وبلاگ تان تعیین کنید و همیشه قبل از آپلود و استفاده از عکس ها در سایت، آنها را با برنامه مناسبی، کوچک کرده و به اندازه استاندارد برسانید. با این کار حجم عکس هم تا حد فراوانی کاهش یافته و سریع تر لود می شود.

و نکته آخر اینکه هنگام قرار دادن عکس ها در قالب و یا مطالب، طول و عرض آنها را با دستور width و height مشخص کنید. با این کار مرورگر مکان لازم برای لود عکس را مشخص کرده و دیگر نیازی به محاسبه طول و عرض آن جهت تعیین فضای لازم ندارد.

ذخیره سازی کدهای جاوا اسکریپت و CSS به صورت فایل هایی مستقل از Index

وقتی که کاربر برای اولین بار به وبلاگ شما سر بزند، مرورگر کلیه فایل های حاوی مدیا یا دستوراتی را که خارج از فایل اصلی قالب قرار گرفته اند، دانلود کرده و آنها را برای استفاده های بعدی کش می کند.

مثلا اگر دستورات CSS لازم برای تمپلیت وبلاگ را درون فایل اصلی آن قرار دهیم، با هر بار باز شدن وبلاگ، تمامی این دستورات دوباره بازخوانی و اجرا می شوند، اما اگر کلیه دستورات CSS را درون فایل جداگانه ای ذخیره کنید، تنها یک بار نیاز به فرا خواندن آن است و در دفعات بعدی از فایل CSS کش شده استفاده می شود. در خصوص JS هم به همین شکل باید عمل کرد.

نکته دیگر در خصوص این دستورات، آن است که فایل سی اس اس را در ابتدای لود شدن وبلاگ فراخوانی کنید. برای این کار دستور فراخوانی آن باید در قسمت <head> باشد. اما فایل جاوا اسکریپت را بهتر است در پایان کار لود صفحه فراخوانی کنید. برای این کار باید دستور لازم را در انتهای بسته شدن قالب و دقیقا قبل از </body> قرار دهید. بهتر است کدهای جاوا اسکریپتی مانند شمارنده یا کدهای گوگل آنالیتیکز را هم در پایان قرار دهید. برای اطلاعات بیشتر در مورد گوگل آنالیتیکز می توانید در دوره [مبانی گوگل آنالیتیکز](#) در برنامه شرکت کنید.

زیرا دستورات CSS برای پیکربندی و لود صحیح صفحه لازم هستند و باید در ابتدا قرار گیرند. اما دستورات جاوا اسکریپت معمولا پردازش سنگینی را لازم دارند و در مواردی هم باید برخی اطلاعات را از سایت های دیگر دریافت کنند. که این پردازش و دریافت اطلاعات می تواند تا

حد زیادی باعث کند شدن وبلاگ شما شود و حتی در مواردی عدم دریافت اطلاعات از سایت بیرونی، باعث لود ناقص و یا توقف بارگذاری صفحه در میانه کار می شود.

اگر هم دستورات جاوا اسکریپت به گونه ای هستند که برای نمایش صحیح وبلاگ شما ضروری اند و باید در ابتدای کار لود شوند، بهتر است با استفاده از راه هایی مانند [دستور defer](#)، کار آنها را به بعد از لود کامل CSS موکول کنید.

کاهش کدهای PHP دینامیک و فراخوانی http

دلیل این کار که کاملا مشخص است و تنها با ذکر مثالی به توضیح آن می پردازیم:

اگر می خواهید سایتی با آدرس مشخص و یا بخشی از اطلاعات سیستم مدیریت محتوا را برای استفاده استاتیک فراخوانی کنید، دستور PHP آن را هم به صورت استاتیک بنویسید.

یعنی مثلا در کد زیر:

```
<?php bloginfo('home'); ?>
```

بهتر است به جای عبارت home برای فراخوانی آدرس از دیتابیس، مستقیما آدرس سایت تان را وارد کنید، مانند:

```
http://www.darsnameh.com
```

یا اینکه در مثال زیر:

```
<?php bloginfo('name'); ?>
```

برای افزایش سرعت، بهتر است که به جای فراخوانی نام وبلاگ از دیتابیس، مستقیما نام وبلاگ تان را به جای عبارت name وارد نمایید. همچنین کدهای HTML را کنترل کنید تا هرگونه آدرس دهی داخلی مانند فایل های CSS، جاوا اسکریپت یا لوگو نیز آدرس استاتیک داشته باشند.

بهینه سازی (Optimize) دیتابیس وبلاگ

بهینه سازی دیتابیس به کامپیوتر سرور کمک می کند تا با سرعت بهتری به درخواست های ارسالی از طرف مرورگرها پاسخ دهد. ساده ترین روش برای چنین بهینه سازی، این است که در phpMyAdmin لاگین کرده و سپس تمامی جداول یا تیبل ها را انتخاب کنید. حال با انتخاب گزینه [Optimize table](#)، کار بهینه سازی را بر روی جداول انجام دهید.

البته راه دیگر و بهتر انجام این کار استفاده از پلاگین هایی همچون [WP-DBManager](#) و [Optimize DB](#) است. حتی برخی از متخصصان عقیده دارند که با استفاده از چنین پلاگین هایی، بهینه سازی دیتابیس باید به صورت روزانه انجام گیرد.

و در پایان اگر به دنبال اطلاعات کامل و تخصصی تری در خصوص بهینه سازی وردپرس یا [WordPress Optimization](#) هستید، [این لیست](#) سایت وردپرس می تواند شروع خوبی باشد.

نشر دیجیتال

درس اول مروری بر نشر سنتی

به دوره «اصول نشر دیجیتال» خوش آمدید. هر چند سال‌ها از ظهور این روش نشر می‌گذرد، ولی در چند سال اخیر شاهد روی آوردن تعداد زیادی از ناشران بین‌المللی به آن هستیم و این را باید مدیون ظهور کتابخوان‌ها، تبلت‌ها و تلفن‌های هوشمند به عنوان ابزارهای فراگیر مطالعه بین مردمان- به خصوص جوانان- این عصر دانست.

در حقیقت تغییر به سمت نشر دیجیتال را باید شروع یک دگردیسی عظیم دانست که می‌رود تا صنعت چاپ و نشر کاغذی را چه در بخش نشر کتاب و چه در بخش نشر روزنامه، هفته‌نامه، ماهنامه و گاه‌نامه حاشیه‌نشین کند.

عصر دیجیتال و ابزارهای مدرنی مانند تبلت و تلفن هوشمند حتی باعث شده‌اند صنعت نشر از حالت یک انباشت در آمده و شکل یک جریان سیال را به خود بگیرد. آخرین گواه این مورد، انتشار کتاب توسط برخی نویسندگان به شکل فصل به فصل است. آنها کتاب‌های خود را در فروشگاه‌هایی مثل آمازون، پس از نگارش و ویرایش هر فصل، بی‌درنگ با مخاطبان خود به اشتراک می‌گذارند.

در کنار این مورد، شرکت‌های بزرگ بین‌المللی مانند اپل، با نرم‌افزارهایی مانند iBook TextBooks یا iBook Author به نویسندگان کمک می‌کنند تا هر کتاب را شخصا و با سلیقه خود طراحی و تولید کنند. حتی می‌توان کتب درسی را به صورت تعاملی و با تصاویر متحرک و اطلاعات افزوده ساخت و به این شکل بخش آموزش را به شکلی مدرن و چالاک در آورد.

با توجه به این موارد، گمان می‌رود نشر دیجیتال بتواند تاثیری شگرف بر آینده بشر از دید انتقال دانش در قالب محتوای متنی و تصویری بگذارد. در اصل کتاب‌ها و روزنامه‌ها تا جایی که چشم آینده نگر بشر کار می‌کند، با او همراه خواهند بود ولی به جای آنکه بر روی صفحات کاغذی- این لوح‌های قدیمی- ثبت شوند، بر روی لوح‌های رایج امروزی یعنی تبلت و تلفن هوشمند ارائه می‌گردند.

در این دوره آموزشی قصد ما بر آن است تا اصول فنی و حرفه‌ای نشر دیجیتال را با تمرکز بر تولید کتاب و ملزومات آن، آشنایی با انواع فرمت‌ها برای نشر و نحوه تهیه هر یک، به صورت گام به گام به شما آموزش دهیم. چنانچه خود را مایل به گذاشتن اثری هر چند کوچک بر زندگی دیگران می‌دانید، با این دوره آموزشی همراه شوید.

علاوه بر نکات فنی، سعی داریم دیدی نسبتا باز به افرادی بدهیم که خود را مستعد یا علاقمند به تألیف کتاب می‌دانند. چنین افرادی گاه به دلیل عدم آشنایی با اصول، انگیزه‌ها، روش‌ها و نیازهای حیطه نگارش و تألیف، از ورود به آن پرهیز می‌کنند حال آنکه با زمینه سازی مناسب می‌توانند گام به گام تا لحظه دلچسب انتشار یک کتاب پیش بروند.

تکامل نشر

در این فصل به ساز و کار نشر سنتی می‌پردازیم. در دوران قدیم، ثروتمندان دارای قدرت افرادی را استخدام می‌کردند تا نسخه‌های کتب را با دست، بازنویسی و تکثیر کنند. حتی دسترسی به کتاب‌های چاپی نیز محدود و به صورت غیر دمکراتیک بود. برای مثال عده اندکی توانسته‌اند کتاب کلز (کتابی قدیمی شامل چهار انجیل از عهد جدید به زبان لاتین) را بخوانند زیرا فقط یک نسخه از آن وجود دارد. از آن زمان تا کنون، تکنولوژی نشر، سه گام مهم به جلو برداشته است:

گام اول نشر؛ دستگاه چاپ: در سال ۱۴۴۰ میلادی یوهان گوتنبرگ دستگاه چاپ را ساخت و تعداد بیشتری از مردم توانستند کتاب‌های مهمی مثل انجیل را بخوانند. این دوره شامل زمانی است که دستگاه چاپ چوبی می‌توانست ۴۰ صفحه در روز را چاپ کند. تا زمانی که عصر رنسانس فرا رسید و این عدد به ۳۶۰۰ صفحه در روز بالغ شد. این پیشرفت‌ها باعث شد جنبشی در سطح سواد و خبر رسانی آن دوره به وجود بیاید.

گام دوم نشر؛ نشر رومیزی: سه شرکت اپل، آلدوس و ادوبی با کامپیوتر مکینتاش، پرینتر لیزری و برنامه PageMaker مردم را قادر به چاپ نشریات، روزنامه‌ها و کتاب‌ها کردند. تا قبل از فرا رسیدن دوران نشر رومیزی، بهترین راه برای نویسندگان این بود که از یک دستگاه تایپ و یک دستگاه فتوکپی استفاده کنند. ولی ظهور کامپیوترهایی با رابط کاربری گرافیکی و نیز پرینترهای خانگی، کار را بسیار آسان‌تر کرد.

گام سوم نشر؛ نشر دیجیتال: آمازون، اپل و بارنز اند نوبلز نویسندگان را قادر کردند که کتاب‌های خود را به صورت الکترونیکی ساخته و به فروش بگذارند و در صورت تقاضای مشتریان، نسخه‌های چاپی آنها را نیز تهیه نمایند. در عصر و زمانه‌ای که ما در آن هستیم، هر کسی با یک کامپیوتر، تلفن یا تبلت می‌تواند این کتاب‌ها را بخواند. در نتیجه، یک تغییر بسیار مهم به وجود آمده است؛ انکای تولیدکنندگان محتوای متنی بر ناشران بزرگ، کمتر و کمتر شده.

نشر سنتی تاریخچه‌ای از مقاومت در برابر تغییر را دارد. زمانی که رابرت دی‌گراف کتاب‌های جلد کاغذی ۲۵ سنتی را در بازار نیویورک به فروش گذاشت (سال ۱۹۳۹) ناشران ایده او را به تمسخر گرفتند. یکی از ناشران با کنایه فروش کتاب‌های او را پذیرفت با این جمله که: «ما احساس می‌کنیم باید به این ایده شانس بدیم تا معلوم شود که جواب نمی‌دهد.»

در آن زمان مردم بیش از ۱۰ برابر این مبلغ را برای کتاب‌هایی با جلد سخت پرداخت می‌کردند. اما کتاب‌های دی‌گراف باید در حجم بالایی فروش می‌رفتند تا هزینه‌ها کاهش یابد و از این رو، امکان اتکا به ۵۰۰ کتاب فروشی موجود در امریکای آن روزگار وجود نداشت. بنابراین او از توزیع کنندگان مجلات خواست تا به روزنامه‌فروشی‌ها، داروخانه‌ها و ایستگاه‌های پر رفت و آمد بروند و کتاب‌های او را توزیع کنند. این یک گام در راه دور شدن از نشر سنتی بود.

آیا الگوی تاریخ را مشاهده می‌کنید؟ برای مخاطبین و نویسندگان، دمکراتیزه کردن انتشار نوشته‌ها همیشه خبر خوبی بوده و برای ناشران سنتی، معمولاً خبری بد به شمار می‌رفته است.

در زمان ما و با نشر دیجیتال، مخاطبین با قیمت‌های کمتر، کتاب‌های بیشتری را به دست می‌آورند و از امکان خرید سریع و همگام سازی کتاب‌ها در دستگاه‌های مختلف خود برخوردار می‌شوند و می‌توانند صدها و بلکه هزاران کتاب را تنها در یک تبلت یا کتابخوان حمل کنند. نویسندگان نیز امکان کنترل و نظارت بهتر بر آثار خود را پیدا می‌کنند و دیگر نیازی نیست برای چاپ یا انتشار کتاب خود، پیشانیان را جلوی ناشران بر خاک فرو آورند و ماه‌ها برای نشستن کتاب‌هایشان بر پیشخوان کتاب‌فروشی‌ها صبر کنند.

واقعیت نشر سنتی

نوشتن یا ترجمه یک کتاب که بخش تولید محتوا است به کنار، در دوران نشر سنتی یعنی زمانی که فقط انتشار کتاب از طریق بنگاه‌های نشر چاپی میسر بود، وقت و انرژی و روحیه زیادی از صاحب کتاب تلف می‌شد به طوری که به راستی خستگی تولید محتوا بر تن او می‌ماند. حتی آمدن دستگاه‌های چاپ دیجیتال کتاب در تعداد انبوه هم نتوانست فرآیند فرساینده چاپ را به کلی خوشایند کند.

در چاپ سنتی شما با افرادی از جمله **کارگزار** (که کمک می‌کند تا صاحب محتوا، اثر خود را به ویراستاران معرفی کرده و طرح پیشنهادی کتابش را ارائه کند)، **ویراستار متن** (که به ویرایش متن و رفع ایرادات آن، و نیز بررسی صحت اطلاعات ارائه شده در کتاب می‌پردازد)، **دستیار ویراستار** (که اطمینان حاصل می‌کند ده‌ها مورد جزئی در کتاب رعایت شود)، **ویراستار چاپ** (که اصلاحات ساختاری لازم مربوط به صحت اطلاعات، درستی جایگذاری علامات نوشتاری، و غیره را بررسی می‌کند)، و **ناشر** (که مسئول کلی آماده سازی، چاپ، بازاریابی، توزیع و فروش کتاب است) روبرو هستید. این تازه گذشته از نیاز به طراحی جلد، صفحه بندی، لیتوگرافی و صحافی کتاب است.

فرآیند نشر سنتی: آنچه شما فکر می‌کنید

هر صاحب اثری در دنیای کتاب که تجربه چندانی ندارد و اولین اثر خود را می‌خواهد روانه بازار کند، تصویری ایده آل از شرایط کار دارد. ابتدا به این تصورات می‌پردازیم و سپس به آنچه که در دنیای واقعی رخ می‌دهد.

یک مؤلف یا مترجم با خود تصور می‌کند:

۴ من یک شناسنامه از اثر تهیه کرده و برای ۱۰ ناشر که در ژانر مرتبط فعالیت می‌کنند ارسال می‌کنم.

۴ خوشبختانه، فردی که تقاضای مرا دریافت کرده از دنده چپ بیدار نشده و غذای سنگین هم نخورده است. بنابراین به پتانسیل بالای کتاب من برای فروش عالی و چاپ‌های مجدد پی می‌برد و به من خبر می‌دهد که حق انتشار کتابم را خواهد خرید. حتی ممکن است به من زنگ بزند و التماس کند که افتخار دیدار با او را بدهم.

۴ در یک هفته با ناشر یا نماینده او برای چاپ کتاب به توافق رسیده و بنا به خواست او- که به اعجاز قلم من پی برده نگارش کتاب بعدی را آغاز می‌کنم.

۴ همزمان ناشر مرا به یک ویراستار معتبر و حرفه‌ای معرفی می‌کند که کاملاً با اهداف من از نگارش کتاب و سبک نویسندگی‌ام همسو است. (در یک جمله: من و ویراستارم یک روح هستیم در دو بدن.) همزمان نسخه نهایی قرارداد به دست من می‌رسد و به طور کامل مفاد آن را مناسب امضا می‌یابم.

۵ با تمام توان کار نهایی سازی کتاب را آغاز می‌کنم. سود مالی کتاب که در چشم انداز نزدیکی قرار دارد مرا بر آن می‌دارد تا با تمام قوا و بدون نگرانی از بابت نداشتن درآمد در حین نهایی سازی کتاب، به کار شبانه روزی روی آن پردازم. زیرا یک پیشرفت بزرگ همیشه می‌تواند آدم را جلو بیندازد.

۶ چند هفته بعد متن را به ویراستار می‌دهم و او لیوان آبی را که در دست دارد زمین گذاشته و مشغول کار روی کتابم می‌شود. برای اولین بار در دوره کاری‌اش، او فقط چند تغییر جزئی در متن، چند پیشنهاد معدود و فقط چند نگرانی مهم دارد که آنها را ظرف دو هفته برای من می‌فرستد.

۷ من موارد مورد نظر ویراستار و احياناً تغییراتی را که در این دو هفته به نظرم آمده اعمال می‌کنم و کتاب را مجدداً برای ویراستار متن می‌فرستم. او متن را برای یک دستیار ویراستار می‌فرستد و او نیز آن را برای ویراستار چاپ که در نهایت فقط ۵ تغییر در واژگان را ضروری می‌بیند.

۸ یک گرافیسیت، طرح‌های رو و پشت جلد را آماده می‌کند و برای من می‌فرستد تا یکی را از آن میان انتخاب کنم.

۹ بخش چاپ در انتشاراتی که با آن کار می‌کنم، کتاب را در همان بار اول آماده نشر تشخیص داده و دیگر نیازی به بازنویسی و دستکاری آن وجود ندارد.

۱۰ چند هفته یا نهایتاً ۳ ماه بعد، کتاب منتشر می‌شود. روزنامه‌ها و مطبوعات، وبلاگ‌نویسان و مخاطبین، و البته منتقدان هیچ مشکلی با متن من ندارند و همه زبان به تحسین می‌کشایند. درخواست‌های پیاپی برای شرکت در جلسات نقد کتاب و نیز جلسات گفت‌وگو آنلاین به سمت من روانه می‌شود و دیگر وقت سر خاراندن هم ندارم.

۱۱ من یک فرد معروفم. چرا اصغر فرهادی زودتر برای ساخت فیلم از روی کتابم با من تماس نمی‌گیرد؟

فرآیند نشر سنتی: آنچه در عمل اتفاق می‌افتد

باور کنید شاید انتشار کتاب برای نجف دریا بندری، داریوش آشوری، عباس میلانی و... کار آسانی باشد ولی برای شما چنین نخواهد بود. یک روال عادی برای مترجم یا نویسنده‌ای تازه کار عبارت است از:

۱ چندین ماه باید درب بنگاه‌های انتشاراتی مختلف را بکوبید و گاهی به درخواست شما حتی پاسخ رد هم داده نخواهد شد. دلیلش این نیست که نمی‌خواهند شما را از نظرات خود آگاه کنند، بلکه به شدت مشغول انجام کارهای مربوط به نویسندگان همکار فعلیشان هستند یا اینکه در حال سر و کله زدن با بخش چاپ و نشر وزارت ارشادند و از این رو وقتی برای شما تازه وارد ندارند.

۴ بیابید فرض کنیم که یک ناشر، چاپ و نشر کتاب شما را بپذیرد بی آنکه از خود شما بخواهد سرمایه چاپ آن را تقبل کنید. بعد هم فرض می‌کنیم که یک ویراستار برای متن خود یافتید. حداقل چند هفته مذاکره برای عقد قرارداد در پیش رو دارید و اگر اوضاع خیلی خوب پیش برود، ناشر ۱۰ درصد از قیمت پشت جلد را برای شما کنار خواهد گذاشت که این رقم فقط مربوط به تیراژ اول است. در چاپ دوم و سوم و... این رقم به ۸ درصد و کمتر کاهش می‌یابد و از جایی به بعد بر روی ۳ یا ۴ درصد ثابت خواهد ماند. البته بهتر است رویاپردازی نکنید. قدم اول نشر کتاب است، چاپ‌های دوم و سوم که دیگر بماند.

۳ اگر کتابتان به طور کامل نوشته شده باشد که هیچ و گرنه، چندین ماه دیگر صرف تکمیل آن خواهد شد و شما باید به خوبی بدانید که حفظ نظم و انضباط در فرآیند نوشتن یک کتاب، سخت‌ترین کار ممکن است.

۴ ویراستار ۲ یا ۳ ماه زمان صرف خواندن متن اولیه می‌کند و بعد تغییراتی اساسی را در آن خواستار می‌شود. شما حداقل یک ماه نیاز دارید تا آنها را انجام دهید.

۵ در پایان، نرم افزار مایکروسافت ورد نشان می‌دهد که متن هیچ ایرادی ندارد ولی ویراستار چاپ، هزاران ایراد در علامت گذاری کتاب می‌یابد. شما حتی نمی‌دانستید که «نقطه ویرگول» چیست، چه رسد به اینکه کاربرد آن در ۲۰۰ جای مختلف متن را که ویراستار چاپ اضافه کرده، متوجه شوید.

۶ تمام طرح‌های رو و پشت جلدی که گرافیکست آماده کرده، از صمیم قلب مورد نفرت شما هستند، ولی ویراستار می‌گوید که اگر خواهان چاپ به موقع کتاب هستید، باید با یکی از آنها موافقت کنید.

۷ بعد از ماه‌ها نوشتن و بازنویسی و تصحیح، زمانی که فکر می‌کردید کتاب آماده نشر است، مسئول چاپ کتاب به شما می‌گوید که باید جملات خاصی را تغییر دهید زیرا توهین به قشر، مذهب یا دین خاصی به شمار می‌رود.

A سرانجام بعد از ماه‌ها گوش کردن به افرادی که می‌گفتند «تو می‌توانی یک کتاب بنویسی» آن کتاب در پیشخوان کتاب فروشی‌ها قرار می‌گیرد. ولی ناشر به شما خبر می‌دهد که دست بر قضا، همان هفته کتاب «زندگی نامه لیونل مسی» بیرون آمده و همه جا صحبت از خرید و دست به دست شدن آن است. در نتیجه فروش کتاب شما چنگی به دل نمی‌زند و از این رو باید مدت‌ها صبر کنید تا حق تألیف (۱۰ درصد قیمت پشت جلد) به دستتان برسد.

۹ سرانجام بعد از این همه صرف وقت و تلاش خالصانه برای ارائه اثرتان، متوجه دو حقیقت محض می‌شوید:

- شما تنها فردی هستید که مسئول فروش رفتن یا فروش نرفتن کتاب است.
- ناشران و تبلیغاتچی‌ها تنها می‌توانند به بالا رفتن فروش کتاب‌هایی کمک کنند که از ابتدا فروش خوبی داشته‌اند.

فرآیند رسمی چاپ و نشر در ایران

۳ بررسی مقدماتی اثر توسط ناشر

- بررسی قابلیت‌ها و کیفیت کتاب
- بررسی کتاب از نظر ویراستاری
- بررسی کتاب توسط متخصص رشته‌ای که اثر در رابطه با آن نوشته شده (در صورت تمایل نویسنده)
- توجه نویسنده از نظر عرضه و فروش کتاب مورد نظر در بازار

۴ شرایط اثر جهت عقد قرارداد

- اثر باید تایپ و صفحه آرایی شده و دارای طرح جلد باشد.
- برخی آثار به تناسب محتوا باید دارای مشخصات یک اثر علمی باشند نظیر: داشتن مقدمه و هدف از تدوین آن، منابع و مأخذ، شیوه صحیح و علمی ذکر مأخذ و ...

۴ در صورت توافق، عقد قرارداد با نویسنده صورت گرفته و اثر دریافت می‌شود.

۴ اختصاص شماره شابک به اثر توسط ناشر و اخذ فیبا یا فهرست نویسی پیش از انتشار از کتابخانه ملی ایران (بین ۱۰ تا ۳۰ روز زمان نیاز دارد)

۵ گرفتن مجوز انتشار از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان (بین ۱۵ تا ۲۰ روز زمان نیاز دارد).

۶ لیتوگرافی (تهیه نگاتیو و زینک چاپ)، خرید کاغذ و چاپ اثر. (با توجه به شرایط زمان چاپ، بین ۱۵ تا ۲۰ روز زمان نیاز دارد).

۷ تحویل اثر چاپ شده به نویسنده

درس دوم ظهور کتاب‌های الکترونیکی

بیاید ابتدا به این مورد پردازیم که نشر دیجیتال دقیقاً چیست؟ به بیان ساده، وقتی محتوایی را که به شکل سنتی بر کاغذ چاپ می‌شوند،

یعنی کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها و غیره را به صورت الکترونیک تولید و توزیع نماییم، به آن نشر دیجیتال گفته می‌شود.

این متن‌های دیجیتال معمولاً ایبوک (e-book) نامیده می‌شوند و می‌توان آنها را در فرمت‌های مختلفی مانند پایب (ePub)، پی دی

اف (PDF) یا در قالب اپلیکیشن‌های اختصاصی تولید کرد.

تاریخچه کتاب الکترونیکی



(مایکل استرن هارت سمت چپ، معروف به مخترع کتاب الکترونیک)

برای آنکه دید بهتری نسبت به حقیقت نشر دیجیتال پیدا کنید بایستی به تکامل آن از ابتدا تاکنون نگاهی بیندازیم.

[پروژه گوتنبرگ](#) که امروزه [قدیمی‌ترین کتابخانه دیجیتال دنیا](#) با حدود چهل هزار کتاب رایگان است تقریباً اولین گام جدی انسان در دنیای ایبوک‌ها به حساب می‌آید. پروژه‌ای که در سال ۱۹۷۱ توسط مایکل استرن هارت، نویسنده آمریکایی (متولد ۱۹۴۷ متوفی به سال ۲۰۱۱) پایه گذاری شد. او به عنوان اولین سند، «اعلامیه استقلال ایالات متحده امریکا» را به شکل دیجیتال در آورد.

آقای هارت در دوران تحصیلش در دانشگاه ایلینوی، یک حساب کاربری از مرکز کامپیوتر دانشگاه دریافت کرد زیرا نزدیک‌ترین دوست برادرش مسئول آنجا بود. از همان جا پروژه گوتنبرگ در قالب یک کار فردی شروع شد و از آن پس آقای هارت تمام زندگی خود را صرف آن کرد. او در عین حال یک نویسنده نیز بود که کتاب‌هایش به رایگان در پایگاه اینترنتی پروژه گوتنبرگ قرار دارد.

هدف پروژه گوتنبرگ چنین بود:

- تشویق تولید و توزیع ایبوک‌ها
- کمک به پایین آوردن سطح جهل و بی‌سوادی
- رساندن ایبوک‌ها به دست هر تعداد انسان که ممکن باشد

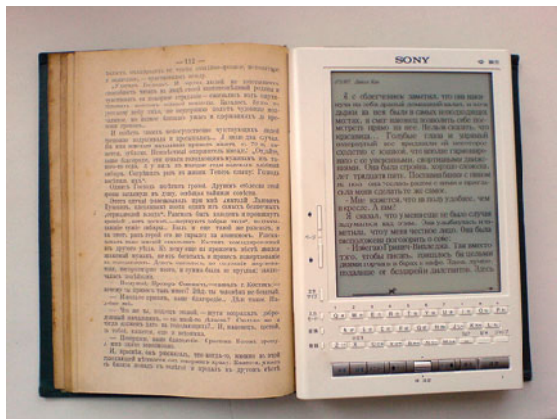
از زمان شکل گیری پروژه گوتنبرگ کتابخانه‌های دیجیتال دیگری نیز شکل گرفتند ولی پروژه گوتنبرگ برای همیشه به عنوان اولین کتابخانه از این نوع شناخته خواهد شد.

همان طور که می‌دانید در دهه ۹۰ میلادی کامپیوترهای شخصی از طرف تعداد بیشتری از مردم به عنوان جزئی از زندگی روزمره پذیرفته شدند. [درایوهای نوری](#) (Optical Disk Drive) نیز جزء مشترک آنها بودند. در تلاشی برای کاستن از هزینه‌ها و رساندن محتوا به دست تعداد بیشتری از مردم، ناشران مجلات و دایره المعارف‌ها به نشر داشته‌های خود بر روی [لوح فشرده](#) (Compact Disc) روی آوردند. به علاوه، برخی کتب درسی نیز با سخنرانی‌های زنده و سایر محتواهای مکمل بر روی لوح‌های فشرده ارائه شدند.

کمپانی ادوبی (Adobe) در سال ۱۹۹۳ فرمتی را معرفی کرد که اینک بسیار رایج است و نامش حتماً به گوش شما نیز خورده؛ PDF که مخفف سه حرف اول در عبارت Portable Document Format (فرمت سند قابل حمل) است. پی دی اف به این منظور توسعه یافته تا بتوانیم اسناد را در یک قالب جهانی عرضه کنیم. همچنین موجب شده تا مفهوم دفاتر کاری بدون کاغذ، شکل واقعی تری به خود بگیرند که این موهبتی برای جنگل‌ها و محیط زیست است.

در دوره شکل گیری پی دی اف یعنی دهه ۹۰ میلادی، شبکه جهانی وب نیز داشت راه خود را به خانه‌ها و کسب و کارها باز می‌کرد. از آن زمان وب تبدیل شد به بستری مناسب برای به اشتراک گذاشتن محتواهای مختلف در سراسر دنیا، در واقع هدف اصلی آن نیز همین بود. در همان دوره بود که آمازون نیز فروش کتاب‌های چاپی به طریق آنلاین را شروع کرد.

در سال ۲۰۰۴ سونی اولین کتابخوان الکترونیکی خود را با نام Librie معرفی کرد که از تکنولوژی نمایشگر E-Ink بهره می‌برد و بدون نور پس زمینه، تجربه‌ای نزدیک به مطالعه بر روی کاغذ را انتقال می‌داد.



همچنین در سال ۲۰۰۴ گوگل اعلام کرد که برنامه‌هایی برای دیجیتال کردن کتاب‌ها و فروش آنلاین آنها دارد. در سال‌های بعد سونی در دومین تلاش خود Sony Reader را معرفی کرد. در سال ۲۰۰۷ آمازون کتابخوان الکترونیکی [کیندل](#) را معرفی کرد که بلافاصله تبدیل به محصولی محبوب و پرفروش شد و آمازون را نیز تبدیل به قطب بزرگی در فروش کتاب‌های الکترونیکی کرد تا جایی که این شرکت سبقت فروش کتاب‌های دیجیتال از کتاب‌های چاپی را اعلام نمود.

در سال ۲۰۱۰ و با معرفی [آپید](#) توسط استیو جابز، دنیای نشر دیجیتال برای همیشه دگرگون شد. نمایشگرهای بزرگ [تبلت‌ها](#) که وسایلی قابل حمل هستند، امروزه جزو محبوب‌ترین گزینه‌ها برای مصرف انواع محتواهای چند رسانه‌ای به شمار می‌روند. نشر دیجیتال ممکن است برای شما عبارتی تازه به نظر آید ولی تاریخچه‌ای ۴۰ ساله پشت سر گذاشته که در اینجا به طور گذرا، به بخشی از آن اشاره شد.

واژه‌شناسی دنیای نشر دیجیتال

مثل هر چیز دیگری، نشر دیجیتال هم واژه‌شناسی خاص خودش را دارد. ما در این درس، مترجم این واژگان برای شما خواهیم بود. واژگانی که بسیاری از آنها را پیش‌تر شنیده‌اید ولی لازم است ابتدا از فهم دقیق آنها اطمینان حاصل کرده، سپس جلو برویم.

- CSS مخفف شده Cascading Style Sheet و به معنی «[شیوه نامه آبخاری](#)»، یک زبان کد نویسی است که برای توصیف ظاهر محتواهای HTML به کار می‌رود و بسیار شبیه به استایل شیت‌ها در برنامه‌هایی مثل مایکروسافت ورد (Microsoft Word) و ادوبی ایندیزاین (InDesign) است.
- **ایبوک (E-book)** مخفف الکترونیک بوک است و برگردان آن می‌شود «[کتاب الکترونیکی](#)». در اصل ایبوک عبارتی است عام برای گونه‌های مختلفی از نشر دیجیتال.
- **ای اینک (E Ink)** مخفف الکترونیک اینک یا [جوهر الکترونیک](#) است که به تکنولوژی مورد استفاده در صفحه نمایش کتابخوان‌ها اطلاق می‌شود. دستگاه‌های برخوردار از E Ink تجربه مطالعه بسیار بهتری را فراهم می‌کنند، زیرا نمایشگر به شکلی اعجاب آور تصویری شبیه کلمات جوهری چاپ شده بر روی صفحات کاغذی را ارائه می‌کند.
- **ای پاب (EPUB)** مخفف [نشریه دیجیتال](#) (electronic publication) است و یک نوع از فرمت‌های بسیار رایج برای نشر کتاب‌های الکترونیکی به شمار می‌رود که در قالب HTML و CSS کدنویسی می‌شود. چنین اسناد دیجیتالی می‌توانند به صورت دستی کد نویسی شده یا توسط یک برنامه انتشار دسک تاپ مانند Microsoft Word یا InDesign تهیه شوند.
- **ای ریدر (E-Reader)** مخفف کتابخوان الکترونیکی (electronic reader) است. وسیله‌ای قابل حمل که می‌تواند نشریات (کتاب‌ها یا مجلات) دیجیتال را برای مخاطبان به نمایش بگذارد. به برنامه‌هایی که کتاب‌های الکترونیکی را باز می‌کنند نیز ای ریدر گفته می‌شود.
- [اچ تی ام \(HTML\)](#) زبان کد نویسی مورد استفاده سایت‌هایی است که در طول روز به آنها سر می‌زنید.
- **آی بوک (iBook)** فرمت اپل برای ایبوک‌های (E-book) اختصاصی مورد استفاده در تبلت آئیپد (iPad) است.
- **پی دی اف (PDF)** راهکار ادوبی به عنوان فرمت جهانی فایل‌های متنی و قابل استفاده بر روی تمام کامپیوترها، تلفن‌های هوشمند و تبلت‌ها است.
- **تبلت (Tablet)** گونه‌ای از ابزارهای مدرن کامپیوتری است که صفحات لمسی با قطری بین ۷ تا ۱۰ اینچ را دارا هستند و صفحه کلید فیزیکی ندارند.
- **اکس ام ال (XML)** یکی از خویشاوندان اچ تی ام ال است. یک [زبان نشانه گذاری گسترش پذیر](#) که بیانگر مجموعه‌ای از قوانین برای کد گذاری اسناد در یک فرمت قابل خواندن توسط «هم انسان و هم ماشین» است.

این بود فهرستی کوتاه از مواردی که جهت ورود آگاهانه به دنیای نشر دیجیتال باید از آنها مطلع می‌شدید. البته که به احتمال زیاد، لازم است دستی هم به سر و گوش توانایی‌های خود در نشر دسک تاپ بکشید. در این راه به شما پیشنهاد می‌کنیم که حتماً دوره آشنایی با نرم افزار وُرد از مجموعه آفیس مایکروسافت را از طریق درسنامه پشت سر بگذارید.

حتی شاید نیازی اساسی برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه توسعه وب نیز در شما ایجاد شده باشد، ولی آن دیگر از دامنه دروس دوره فعلی ما خارج است و پیشنهاد می‌کنیم ابتدا این دوره را با موفقیت پشت سر بگذارید، و سپس درباره یادگیری چنین مهارت‌هایی از طریق درسنامه تصمیم‌گیری نمایید.

مصرف محتوای دیجیتال

از بحث انواع فرمت‌ها برای نشر محتواهای دیجیتال که بگذریم، به دستگاه‌های مختلفی می‌رسیم که این متون دیجیتال روی آنها مطالعه می‌شوند. به احتمال زیاد، تبلت‌ها محبوب‌ترین و پر استفاده‌ترین دستگاه‌ها برای مطالعه هستند.

از همان سال ۲۰۱۰ که استیو جابز (مدیر عامل سابق اپل که در سال ۲۰۱۱ درگذشت) اولین آیپد را معرفی و تعریفی مدرن از تبلت به جهانیان ارائه کرد، این دستگاه‌ها تبدیل به ابزارهایی پر استفاده شدند. در اصل، طراحان تبلت‌های مدرن این ایده را در سر دارند که کار با آنها، ساده و همه فهم باشد.

سادگی استفاده، در کنار باتری‌هایی با عمر مناسب، قابلیت اتصال به اینترنت و مهم‌تر از همه قابل حمل بودن تبلت‌ها به کاربران این امکان را می‌دهد تا با انواع محتوای دیجیتال به راحتی کار کنند و آنها را به شکلی که می‌پسندند مورد استفاده قرار دهند.

البته دسترسی به کتاب‌ها و سایر نشریات نیازمند نصب اپلیکیشن‌های مخصوص بر روی تبلت‌ها و دسترسی به اینترنت برای دریافت کتاب‌ها است. بسیاری از اپلیکیشن‌های «ای ریدر»، برای خواندن فرمت‌های خاص ساخته شده‌اند، با این حال برخی از آنها مثل iBooks اپل که بر روی آیپد و آیفون قابل نصب است، امکان مطالعه انواع فرمت‌های مختلف دیجیتال را فراهم می‌کنند.

جالب اینجا است که کامپیوترهای شخصی (لپ تاپ و دسک تاپ) نه تنها برای ساخت انواع محتواهای متنی، بلکه برای مطالعه یا مشاهده آنها نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. کامپیوترها نیز برای این مورد، برنامه‌های مخصوصی را می‌طلبند که برخی از آنها نه فقط برای مطالعه، بلکه برای ویرایش متون هم قابل استفاده‌اند.

البته کامپیوترهای شخصی به اندازه تبلت‌ها قابلیت حمل آسان را ندارند، ولی در عوض کاربرد اصلی آنها مشاهده و مطالعه اسناد دیجیتال مثل، گزارش‌های تجاری، دفترچه راهنمای محصولات مختلف و مواردی از این دست است.

در کنار این موارد، تلفن‌های هوشمند هم به خاطر اینکه کوچک‌تر بوده و طبیعتاً بیشتر از سایر وسایل دیجیتال همراه مردم‌اند، می‌توانند برای مطالعه استفاده شوند. البته نمایشگر کوچک‌تر آنها در قیاس با تبلت‌ها می‌تواند برای فرمت‌های متنی که اندازه ثابتی دارند (از جمله پی دی اف) دردسر ساز باشد. برای مثال چنانچه اندازه فونت، طول و عرض، و نسبت طول به عرض هر صفحه از متن را طوری تنظیم نمایید که برای

مشاهده در تبلت‌های ۱۰ اینچی و کامپیوترهایی با نمایشگر بزرگ‌تر مناسب باشد ولی آن سند دارای اندازه و نسبت‌های ثابت باشد، مطالعه آن در تلفن‌های هوشمند که معمولاً نمایشگرهایی کوچک‌تر از ۵ اینچ دارند سخت خواهد بود. البته کاربر می‌تواند برای مطالعه چنین متن‌هایی تلفن را به چشم خود نزدیک کند و یا از قابلیت زوم استفاده نماید. ولی تجربه ثابت کرده که هیچ یک از این موارد راهکار قابل قبولی نیستند و دشواری‌های مختلفی را به وجود آورده، در نهایت باعث دلزدگی فرد و توقف مطالعه متن‌های بلند مثل کتاب‌ها می‌شوند.

لذا بایستی روش‌های صحیحی برای مخاطبان پیاده سازی شود. قطعاً پیاده سازی این روش‌ها سختی‌های خاص خود را دارد، ولی یک مؤلف یا مترجم می‌بایستی پیش از هر چیز، احترام مخاطب را نسبت به خود بر انگیزد و این ممکن نیست، مگر با احترام گذاشتن به مخاطب. بنابراین در پاسخ به نیاز کاربران تلفن‌های هوشمند برای ارائه متونی که راحت بر روی این نمایشگرهای کوچک قابل مطالعه باشند، می‌توان دو راهکار را برگزید:

- تنظیم نسخه‌ای اختصاصی از کتاب در قالب فرمتی ثابت (مثل پی دی اف) که دارای ابعاد (فونت، طول، عرض) و نسبت‌های مناسب برای تلفن‌های هوشمند باشد. این راهکار، تا حد زیادی مشکل را بر طرف می‌کند، ولی بهترین روش به شمار نمی‌رود.
- استفاده از فرمت‌هایی مثل ای پاب که قابلیت تطبیق خودکار متن با نمایشگرهایی در اندازه‌ها و نسبت‌های مختلف، و نیز قابلیت تغییر دلخواه اندازه فونت متن کتاب را دارند.

نمی‌توان از این نکته گذشت که مهم‌ترین مزیت تلفن‌های هوشمند، همیشه همراه بودن آنها با مخاطب است. از این رو چنانچه قصد انتشار کتابی برای مخاطبین امروزی را دارید، پیشنهاد می‌کنم حتماً نسخه‌ای مناسب تلفن‌های هوشمند را نیز در نظر بگیرید. چه، راهکار شما ارائه یک اپلیکیشن برای نمایشگر کوچک‌تر باشد و چه، ارائه فرمت EPUB، مطمئن باشید کاربران تلفن‌های هوشمند به گرمی از آن استقبال خواهند کرد. آنها علاقمند هستند که محتوا را بسته به حالت‌های مختلف زندگی (در خانه، در مسیر کار یا تحصیل، در ساحل دریا، در کافی شاپ یا...) بر روی دستگاه‌های مختلف خود مطالعه کنند. تصمیم درست این است که شما نیز حق انتخاب آنها را محترم بشمارید.

چرا به سمت نشر دیجیتال برویم؟

در حالی که هنوز نشریات چاپی زیادی مشاهده می‌شوند، جریان غالب امروزی ارائه نسخه دیجیتال نشریات و کتاب‌ها در کنار نسخه چاپی است. چرا؟ در وهله اول به این خاطر که به دست آوردن محتواهای مختلف هرگز آسان نبوده ولی امروزه با وجود فروشگاه‌های آنلاین مختلف مانند آیتونز اپل، کیندل استور آمازون، بوک استور بارنتز اند نوبلز، فروشگاه گوگل پلی متعلق به سیستم عامل اندروید، و فروشگاه‌های منطقه‌ای، کشوری و محلی، حقیقتاً انواع محتوا تنها یک لمس انگشت با مخاطبان فاصله دارند. ناشران همزمان با ارائه نسخه چاپی کتاب‌ها یا حتی زودتر،

نسخه‌های دیجیتال را ارائه می‌کنند. مجلات و نشریات دیگر نیز به سهولت و به محض قرار گرفتن در فروشگاه، برای مخاطبین پیام یادآوری می‌فرستند و به این شکل می‌توان نسخه‌های جدید را دریافت کرد.

دلایل دیگری نیز برای به راه افتادن موج نشر دیجیتال وجود دارد. به عنوان مثال کتاب‌های دیجیتال می‌توانند تعاملی باشند و شما با لمس لینک‌ها می‌توانید به منابع خارج از کتاب، مثل ویکیپدیا متصل شوید و اطلاعات پاورقی‌ها را به دست آورید. همچنین می‌توانید بخش‌های مفید کتاب یا نشریه‌ای را که پسندیده‌اید، در شبکه‌های اجتماعی با دیگران به اشتراک بگذارید. حتی برخی مجلات دیجیتال امروزی در داخل خود محتواها را به شکل فیلم یا انیمیشن میزبانی می‌کنند و به این شکل تجربه شما علاوه بر مطالعه و تماشای عکس‌ها، به تصاویر متحرک نیز گسترش یافته و لذت بیشتری می‌برید. تمام این‌ها دلایلی غیر قابل چشم‌پوشی برای حرکت به سمت انواع نشریه‌های دیجیتالی هستند؛ چه کتاب و چه سایر محتواها.

در کنار این موارد، راحتی استفاده از تبلت یا کتابخوان الکترونیکی را نیز مورد تأکید مجدد قرار می‌دهیم. که شما می‌توانید با خرید آنها، کل کتابخانه خود که می‌تواند شامل ده‌ها یا صدها کتاب باشد را در وسیله‌ای به وزن ۳۰۰ تا ۶۰۰ گرم، همیشه و در اکثر مکان‌ها در کنار خود داشته باشید. شما می‌توانید با استفاده از برنامه‌ای ریدر دستگاه خود، یادداشت برداری کرده یا به اصطلاح برای صفحات حاشیه بنویسید، درست همان طور که اکثر کتاب‌های ما دارای حاشیه نویسی هستند.

بنابراین ضمن آنکه هنوز تا مدت‌ها نشریات و کتاب‌های چاپی را روی پیشخوان روزنامه‌فروشی‌ها و کتاب‌فروشی‌ها خواهیم داشت، ولی نباید از روند آغاز شده نیز غافل بمانیم. به خصوص که با موج گرانی کاغذ، ورشکستگی ناشران و سختی‌های فروش کتاب در کشورمان، به نظر می‌رسد صنعت چاپ و نشر کتاب در ایران روزهای خوشی را در پیش رو نخواهد داشت.

درس سوم چرا مردم کتاب می‌خوانند؟

هدف ما در درس حاضر، این است که به شما کمک کنیم تا با دیدگاه‌های صحیح در رابطه با نگارش کتاب آشنا شوید و همچنین در بیابید آیا کتابی که برای ترجمه یا موضوعی که برای نگارش انتخاب کرده‌اید مناسب است و مخاطب خود را خواهد یافت یا خیر.

ابتدا بیابید یک چالش داشته باشیم. تصور کنید داخل یک کتابفروشی هستید؛ فرقی نمی‌کند یک فروشگاه فیزیکی یا اینترنتی، کتاب‌های مختلفی خواهید دید. رمان‌هایی مثل ارباب حلقه‌ها از تالکین، هری پاتر از جی کی رولینگ، یا کتاب‌هایی مثل سینوهه ترجمه ذبیح الله منصوری و غیره. همه این کتاب‌ها خریدنی هستند و نه رایگان! معمولاً در کتابفروشی‌ها دریایی از انتخاب وجود دارد. در این بین چرا یک نفر - هر کسی از هر قشری - باید بخواهد کتاب شما را بردارد و ورق بزند؟ این سوال درستی است که باید از خودتان بپرسید!

بسیاری از نویسنده‌ها یا حتی ناشران نمی‌توانند به این پرسش، جواب بدهند زیرا سوال دیگری جلوی دیدشان را سد کرده: چطور می‌توانم از نوشتن یک کتاب پول به جیب بزنم؟

شاید در ابتدای رسیدن به ایده نوشتن کتاب، با خودتان بگویید: «می‌خواهم بین مردم دیده شوم.» یا «می‌خواهم پولدار شوم.» یا «کتاب باعث می‌شود نامم سر زبان‌ها بیفتد و معروف شوم.» یا «برای وجهه‌ام خوب است.» یا هر چیز دیگری.

از شما می‌خواهم به یک سوال جواب دهید تا برایتان بهتر معلوم شود که چقدر این دلایل برای مخاطبین بی‌ربط هستند، هر چند ممکن است برای خود مولف واقعاً مهم باشند! سوال این است: چند بار شده به خرید کتاب یا گشت زدن در یک کتاب فروشی بروید و این فکر در سرتان باشد که «چطور می‌توانم به مؤلف کتاب کمک کنم به اهدافش برسد؟» منصف باشید، پاسخ تقریباً برای همه افراد این است: «هرگز!» بله هستند نویسندگانی که درآمدهای آنچنانی دارند، ولی این دلیل خرید کتابشان توسط مردم نیست. چنین قضیه‌ای برای شما هم صدق می‌کند.

۴ دلیل درست برای نوشتن یک کتاب یا انتخاب آن برای ترجمه

یکم:

- **غنی کردن زندگی مردم؛** مردم با علایق و سلیقه‌های مختلف، برای این کتاب نمی‌خرند که آن را بایگانی کنند. بلکه می‌خواهند ارزشی را به زندگی خودشان اضافه کنند و شما باید با یک چنین هدفی به نگارش یا ترجمه کتاب بپردازید. کتاب‌ها از این راه‌ها زندگی مردم را غنی می‌کنند:
- **دانش‌های تخصصی؛** کتاب‌های علمی درباره چگونگی کارکرد دنیای پیرامونمان توضیح می‌دهند. کتاب‌های مربوط به کسب و کار درباره فنون مدیریتی حرف می‌زنند. کتاب‌های تاریخی به شرح اتفاقات گذشته می‌پردازند. این نوع کتاب‌ها، به اشاعه دانش و تخصص کمک می‌کنند.
- **ادراک و آگاهی؛** برخی رمان‌ها در یک سو و کتاب‌های غیر داستانی در سوی دیگر به مردم کمک می‌کنند که خودشان و دیگران را بهتر بشناسند. در این کتاب‌ها، ابزارها و روش‌هایی برای پرورش دادن هوشیاری بهتر نسبت به دنیای پیرامون، ارائه می‌شود. به عنوان مثال کتاب‌هایی نظیر «زندگینامه استیو جابز» از آن دست کتاب‌هایی هستند که شما را نه تنها با دانش مدیریت (دانش‌های تخصصی) آشنا می‌کنند بلکه درکی بسیار خوب نسبت به کار کردن در بین نوآوران، فناوران و هنرمندان را می‌دهند.
- **سرگرم سازی؛** مسلماً کتاب‌های داستانی با تصویر کردن افسانه، خیال‌پردازی، ماجراجویی و معرفی شخصیت‌هایی که در زندگی روزمره نمی‌بینیم، ما را سرگرم می‌کنند. یک نفر می‌خواهد قهرمان باشد، دیگری جاسوس، شخصی می‌خواهد مثل بتمن به کمک جامعه بیاید و آن را از پلشتی نجات دهد. هر کسی برای خودش داستانی شخصی دارد و در آن به نقشی جدای از زندگی روزمره‌اش می‌پردازد. شاید «فرودو بگینز» در سه گانه ارباب حلقه‌ها، یکی از بهترین نمونه شخصیت‌ها باشد که عده زیادی از مردم دنیا با آن همذات پنداری کرده‌اند، زیرا هیچ قدرت ماورایی یا جسمانی خاصی ندارد جز اراده قوی و قلب مهربانی که او را از غلتیدن به تاریکی در امان نگاه می‌دارد.
- **شادی و خنده؛** بعضی کتاب‌ها با ادبیات شوخ، طنز یا طعنه آمیز کمک می‌کنند برای لحظه‌ای از سنگینی مشکلات واقعی زندگی رها شویم و سبک برای خودمان در فضای کتاب چرخی بزنییم.

• حالا برای چند دقیقه چشم از خواندن این درس بر گیرید و به این پرسش جواب دهید: «آیا کتاب شما به زندگی مردم ارزشی خواهد افزود؟»

دوم:

چالش ذهنی؛ آیا شده که دیرنگام به فکر یک کار چالشی بیفتید؟ مثلاً در سن ۳۰ سالگی بخواهید پیانو زدن بیاموزید؟ نه برای اینکه از آن

پولی در بیاورید بلکه فقط برای اینکه نواختن یکی از مشکل‌ترین و خوش‌آواترین سازهای موسیقی را یاد گرفته باشید؟

بیباید این را در رابطه با نویسندگی هم در نظر بگیریم، یعنی اینکه بخواهید نوشتن یک کتاب را- درست مانند مثال من در مورد یاد گرفتن پیانو

به عنوان یک چالش شخصی شروع کنید: یعنی به دنبال کسب لذت روحی حاصل از یاد گرفتن یک مهارت جدید باشید.

یک مثال فوق‌العاده برای این کار، آقای «ارنست وینسنت رایت» است. او تصمیم گرفت یک کتاب داستانی را بدون استفاده از

حرف E بنویسد. نام این کتاب gadsby است. یک کتاب ۵۰ هزار لغتی که در آن حرف E یافت نمی‌شود. اگر باور نمی‌کنید، می‌توانید آن را

از [اینجا](#) دریافت و مطالعه کنید. در مقدمه کتاب نوشته شده که آقای رایت از شنیدن این جملات خسته شده بود که: «شدنی نیست؛ نمی‌توانی

بدون استفاده از E یک کتاب کامل بنویسی که در عین حال روان و سلیس بوده و ساختار دستوری آن هم کامل رعایت شود.» او از یک ماشین

تحریر که کلید E در آن قفل شده بود استفاده کرد تا حتی سهواً هم از این حرف استفاده نکند.

آیا در زندگی شما چالشی هست که فکر و ذهنتان را مشغول کرده باشد؟ آیا شده که مدام، روز از پی روز، به دنبال یافتن پاسخی برای آن چالش

وقت صرف کنید و کم‌کم ندهای مخالف از گوشه و کنار به گوشتان رسیده باشد؟ آیا شده که شکست‌های خودتان در مسیر رسیدن به هدف

هم بر ناراحتی ناشی از صداهای مخالف افزوده باشد؟

در چنین وضعیتی چه می‌کنید؟ اگر آن چالش ذهنی را کنار بگذارید، چه تصویری از شخصیت شما در ذهن و حافظه‌تان ثبت می‌شود؟ آیا مطمئن

هستید که با پا پس کشیدن، تبدیل به آدمی که همیشه کم خواهد آورد نمی‌شوید؟

اگر نوشتن یک کتاب، تبدیل به چالش ذهنی شما شده و واقعاً حس می‌کنید که باید بنویسید یا باید ترجمه کردن را شروع کنید، دو راه برای

پایان دادن به این چالش دارید: یا باید آن را به سر انجام برسانید، یعنی با نوشتن (یا ترجمه) کتاب به چالش خاتمه دهید؛ یا اینکه باید چالش را

رها کنید، برای همیشه! راه اول مساوی است با به پایان رسانیدن، و راه دوم مساوی است با در میانه راه رها کردن.

حتی اگر قرار نباشد کسی کتاب شما را بخواند، باز هم آن کتاب می‌تواند نوشته شود تا وسیله‌ای باشد برای به فرجام رسانیدن چالش درونیتان.

حتی اگر بخواهید آن را برای همیشه بایگانی کنید، می‌توانید صرفاً برای بهره بردن از لذت نوشتن آن را بنویسید. برای مثال، خاطره نویسی یک

نمونه از چالش‌های فردی است. تا به حال فکر کرده‌اید که با نوشتن خاطرات روزانه، می‌توانید تصویری از زندگی در دهه ۹۰ هجری شمسی

برای فرزندان یا نوه‌هایتان یا غریبه‌هایی که ممکن است ۲۰ یا ۳۰ سال دیگر آنها را بخوانند به جا بگذارید؟ باور کنید ممکن است روزی برسد

که تعداد آدم‌های خواهان خواندن خاطرات شما، شگفت زده‌تان کند!

سوم:

انگیزه‌های درونی و فردی؛ این انگیزه هم می‌تواند جستجو برای پایان دادن به یک چیز بد (عادت‌های ناپاک یا تعصبی بی‌جا) باشد و هم می‌تواند برای نهادینه کردن یک چیز خوب (یک اخلاق زیبا و مهربانانه یا یک جنبش صلح‌جو) باشد.

به عنوان مثال ریچل کارسون با نوشتن کتاب «بهار خاموش» باعث ممنوعیت استفاده از سم DDT و آغاز جنبش زیست محیطی شد. برای نگارش چنین کتابی نویسنده باید به فراتر از توضیح یک پدیده بیندیشد و دیدگاه و طرز نگرش خود در رابطه با آن را توضیح دهد.

در عین حال، انگیزه می‌تواند لزوماً ما به ازای خارجی نداشته باشد از این رو تکیه بر آن، شامل حال داستان نویسان هم می‌شود. یک پرسش خوب برای نوشتن به این شیوه می‌تواند این باشد که «آیا شما تعهد اخلاقی به نوشتن چنین کتابی حس می‌کنید؟»

نکته: افزودن به ثروت شخصی هم می‌تواند یک انگیزه باشد. اما یک دلیل خوب، به مراتب از آن بالاتر است.

چهارم:

پاکسازی و پالایش روان؛ گاه می‌شود که نویسندگی - یا حتی ترجمه - بدل به یک معالجه می‌شود و به شما کمک می‌کند از عهده مشکلاتی که به نظر غول آسا می‌آیند، بر آیید. فرآیند بروز دادن خودتان در رابطه با یک مشکل، ویرایش کردن افکارتان و نوشتن مطالب بیشتر می‌تواند در بعضی مواقع، سر شاخه‌های آن مشکل را کوتاه و شما را توانا به حل و فصل آن کند. بنابراین اگر یک کتاب بتواند درمانی برای شما باشد، امکان اینکه در مورد سایر افراد درگیر با آن مشکل هم چاره ساز شود، وجود دارد.

یک دلیل بد برای نوشتن کتاب: تقاضای عمومی

بعضی افراد می‌خواهند کتاب بنویسند زیرا «خیلی از مردم به آنها می‌گویند که باید چنین کنند.» بیایید درباره این موضوع دقت بیشتری به خرج دهیم.

نخست اینکه چنین تقاضایی از سوی سایرین نمی‌تواند دلیل نوشتن کتاب باشد زیرا تعداد زیاد تقاضای در اطراف شما، به معنای این نیست که کتاب شما حتماً تعداد زیادی خریدار هم خواهد داشت. در جوامع پیشرفته شاید از هر ۴ نفری که چنین ایده‌ای را به شما می‌دهند، ۱ نفر کتاب شما را بخرد ولی در ایران، این نسبت به مراتب کمتر است. پس با چنین طنابی داخل چاه نروید.

دوم اینکه، آیا شده خود شما به کسی که آشنایی خوبی دارد پیشنهاد تأسیس رستوران بدهید؟ اگر بله، آیا واقعاً معتقد بوده‌اید که او باید وارد کار رستوران داری شود یا فقط خواسته‌اید فکر او را از جمود در آورید تا به فرصت‌ها یا کارهای جدید هم نگاهی بیندازد؟ وقتی دوستان و بستگان به شما می‌گویند که باید کتابی بنویسید به این معنا نیست که باید تک تک روزهای سال بعدی زندگیتان را وقف آن کنید. شاید آنها فقط در حال معاشرت هستند یا بر عکس می‌خواهند شما را دست بیندازند یا سایر موارد. ولی به هر حال حرف مردم نمی‌تواند دلیل کافی برای شروع چنین کاری باشد. تنها استثنا در این مورد زمانی است که یک نویسنده یا مؤلف به شما چنین پیشنهادی کند. زیرا چنین افرادی به خوبی می‌دانند که چنین حرفه‌ای چقدر سخت است و به نتیجه رساندن کتاب و سپس چاپ آن، چه مراحل جان‌گدازی دارد!

برای مثال، «پرسی بیش شلی» که خود یک نویسنده بود، همسرش «مری شلی» را تشویق کرد که داستان کوتاهی را که به پیشنهاد «لرد بایرون» آغاز کرده بود به پایان برساند. این داستان کوتاه تبدیل شد به کتابی که امروزه همه مری شلی را با آن به یاد می‌آورند: «فرانکنشتاین».

چطور یک موضوع پر فروش را انتخاب کنیم؟

گفتم که هدف اصلی از نگارش یک کتاب نباید صرفاً کسب ثروت باشد. ولی این به آن معنا نیست که نباید در زمینه پر فروش بودن کتاب، هوشمندانه عمل کنید. بنابراین حتماً وقت خود را صرف کتابی کنید که می‌تواند فروش خوبی داشته باشد. برای انتخاب موضوع، موارد زیر را مد نظر داشته باشید:

- **حل کردن یک مشکل؛** یکی از جذاب‌ترین موضوعات برای نوشتن کتاب، موضوعی است که با «چطور...» شروع می‌شود: «چطور یک نجار ماهر شویم؟» یا «چطور یک برنامه نویس ماهر شویم؟» و غیره. خوبی چنین کتاب‌هایی در این است که می‌توانید آنها را سطح بندی هم بکنید و به جای یک کتاب، یک مجموعه کتاب بیرون دهید. البته این رویکرد برای مباحث به هم پیوسته بیشتر از سایر مباحث جواب می‌دهد.
- **پرداختن به یک ترس؛** اکثر ما ترس‌هایی در درون خود داریم و تمام تلاشمان را می‌کنیم تا از آنها دوری بجوییم یا در اعماق وجودمان دفشان کنیم. ترس‌هایی از «مردم درباره من چه فکری می‌کنند؟» گرفته تا «اگر نامزدم از سرطان بمیرد چه؟» یا «اگر بی‌پول و فقیر شوم چه؟» یا اگر «بمیرم چه؟» یا «اگر بچه‌هایم بزهکار شوند چه؟» یا «اگر زندگی مشترکم دوام نیاورد چه؟»
- اگر بتوانید در قالب یک کتاب به این ترس‌ها پردازید، به تعداد آدم‌هایی که با این ترس‌ها زندگی می‌کنند مخاطب بالقوه خواهید داشت. شما فقط باید با جواب‌های درست از عمق دریای ترس آدم‌ها بیرون بیایید و بطری نجات را تقدیمشان کنید. البته این به آن معنا نیست که می‌توانید هر مزخرفی را به خورد مخاطب دهید. یادتان نرود که احترام به مخاطب، به معنای راستگویی به او نیز هست. بنابراین باید راه حل‌های واقعی آن ترس را که برای خودتان مفید بوده‌اند، به مخاطب ارائه کنید.
- **ارضاء یک کنجکاوی؛** مردم درباره چیزهای مختلفی شگفت زده می‌شوند. برای همین است که ستاره‌های عالم هنر و مسابقه‌های تلویزیونی غیر قابل پیش بینی، اینقدر چشم‌ها را به سمت خود خیره می‌کنند. «زندگی در یک خانواده ۱۹ نفره چطور است؟» یا «چطور بیل گیتس ثروتمندترین فرد زمین شد؟» یا «چطور دنیل دی لوئیس با هر فیلمی که بازی می‌کند یک اسکار می‌برد؟»
- خودتان تصور کنید که پرداختن به این موارد چقدر می‌تواند جذاب باشد. در اصل ارائه اطلاعاتی که در همه جا موجود نیستند است که باعث به وجود آمدن این جذابیت می‌شود. زندگینامه استیو جابز را به خاطر بیاورید که چطور پرفروش‌ترین کتاب سال آمازون شد. زیرا همه کنجکاو بودند که بدانند پشت صحنه زندگی این نابغه دنیای فناوری، چطور بوده.
- **یک تیر و دو نشان؛** حتما این جمله را شنیده‌اید. در اینجا هم مفهوم آن صدق می‌کند. اگر بتوانید دو تا از موارد فوق را در کتاب خود بگنجانید طوری که تأثیر گذاری خود را نیز از دست ندهند، آن وقت است که برد کرده‌اید. حتی اگر بتوانید راهی بیابید برای اینکه همزمان هم

راه حلی برای یک مشکل ارائه کنید، هم به یک ترس بپردازید و هم یک کنجکاوی را هم ارضاء کنید، آن وقت دیگر کتاب شما جزو ستاره‌ها خواهد بود!

۵ پند ارزشمند در رابطه با انتخاب موضوع

۱. درباره موضوعی کتاب بنویسید که نسبت به آن احساس اشتیاق و علاقه شدیدی دارید؛ و اگر چنین نیست لا اقل درباره چیزی بنویسید که از آن اطلاعات زیادی دارید.
۲. درباره موضوعی بنویسید که ماده اولیه کافی را دارد یا به عبارت بهتر، یک شکار پرور انتخاب کنید. کتاب‌های الکترونیکی حداقل باید ۲۵ صفحه باشند. موضوعی انتخاب نکنید که در صفحه دهم، نوشتن آن متوقف شود.
۳. درباره موضوعی بنویسید که با هویت شما (چه در دنیای واقعی، چه در دنیای اینترنت) همخوانی داشته باشد.
۴. مخاطب هدف را پیش از شروع به نوشتن، در نظر داشته باشید. در دنیای اینترنت بخش بزرگی از مخاطبین جدید هر کتابی، بازاریابان رایگان و سینه به سینه برای سایر مخاطبین آن هستند. آیا حوزه‌ای که برای نویسندگی انتخاب کرده‌اید، مخاطبین فعالی دارد؟
۵. اطمینان حاصل کنید که اطلاعات گردآوری شده در کتاب، چیزی نیستند که به راحتی و رایگان در جای دیگری قابل مشاهده باشند. متأسفانه بسیاری از اطلاعاتی که در کتاب‌ها به دست می‌آوریم، چیز تازه‌ای نیستند بلکه فقط در بسته بندی و جلد جدیدی ارائه شده‌اند. شاید مخاطب یک بار گول این کار را بخورد، ولی در دفعات بعدی با دیدن نام شما بر روی کتاب جدید، حتی طرفش هم نخواهد رفت

درس چهارم: دکترین انتشار شخصی - بخش اول

تنها چیز بدتر از نابود کردن رؤیاهای افراد، گمراه کردن آنهاست. مشکل این نیست که ناشران سنتی افراد شیطان صفت یا کاسبکاری هستند. بسیاری از افراد این صنعت، باهوش و دارای ذهن‌های باز هستند، شاید حتی بیشتر از هر صنعت دیگری؛ زیرا عشق به کتاب‌ها است که این آدم‌ها را به کار و می‌دارد. البته آدم خوب و بد، در همه جا پیدا می‌شود.

مشکل این است که نشر سنتی با دنیایی از محدودیت‌ها رشد یافته و شکل گرفته است. اما در زمان حاضر، بسیاری از این محدودیت‌ها دیگر وجود خارجی ندارند. مواردی مثل، پیشخوان کتاب فروشی‌ها، دسترسی به ماشین‌های چاپ، مهارت ویرایش و آماده سازی کتاب و... دیگر افراد را محدود نمی‌کنند.

در دنیای جبر مسلک گذشته، باید هر چیزی مورد بررسی قرار می‌گرفت تا مشخص شود که آیا ارزش قرار گرفتن در پیشخوان کتاب فروشی‌ها و اعطای توجه را دارد یا خیر. عهده دار این امر خطیر، یعنی تصمیم‌گیری برای آینده آثار، ناشران بودند؛ آنها به عنوان یک فیلتر، تصفیه کننده،

طعم دهنده و داور نهایی عمل می‌کردند. چندین هزار ناشر در طول صدها سال، با این روش باعث شدند ارزش‌های زیادی در قالب کتاب‌ها ماندگار شوند.

ولی حالا، دیگر پیشخوان کتابفروشی‌ها از صفحه شطرنج بیرون رفته‌اند؛ کتاب‌های الکترونیکی و چاپ آنها به تقاضای مخاطب، به سرعت در سرتاسر دنیا در حال گسترش هستند و هر کسی بدون نیاز به ناشران قادر به چاپشان است؛ امروزه همه ما می‌توانیم با یک برنامه پردازش متن، برای خودمان کتابی بنویسیم و منتشر کنیم.

البته این تغییرات به معنای بهتر بودن کتاب‌های امروزی نسبت به کتب سنتی نیستند. با این حال تکیه کمتر به ناشران، مصرف کمتر کاغذ و قتل کمتر درختان، از دستاوردهای سیستم نشر آزاد کتاب با استفاده از اینترنت است. مردم چهار گوشه دنیا می‌توانند میلیون‌ها عنوان کتاب الکترونیکی را آماده کرده و برای کامپیوترها، کتابخوان‌های الکترونیکی، تبلت‌ها و تلفن‌های هوشمند در دسترس قرار دهند. نسخه‌های چاپی این کتاب‌ها هم معمولاً قابل سفارش هستند.

تغییرات بنیادی به واسطه امکان نشر شخصی

حتی اگر حس و تجربه در دست گرفتن و مطالعه کتاب‌های سنتی را دوست دارید، باید قبول کنید که دنیای امروز، عرصه رونق محتوای دیجیتال است. شاید کتاب‌های چاپی هرگز نمرند، ولی زمان هم رو به عقب- به جایی که فقط کتاب‌های چاپی حضور داشتند باز نخواهد گشت. پروژه گوتنبرگ، آمازون، اپل و هزاران شرکت، برنامه نویس و گیک دنیای مدرن توانسته‌اند سه تغییر بنیادی را به وجود آورند:

دمکراتیزه کردن نشر؛ هر کسی با یک کامپیوتر و نرم افزار پردازش متن می‌تواند کتاب منتشر کند و هر کسی با یک کامپیوتر، تبلت یا تلفن هوشمند می‌تواند آن کتاب را بخواند. نوشتن و خواندن دیگر تحت سلطه ثروت یا قدرت نیستند.

حذف واسطه‌های بی‌فایده؛ نهادها و افرادی که به ارزش و غنای کتاب‌ها می‌افزودند در جریان عرضه به تقاضا باقی می‌مانند. ولی نهادها و افرادی که نقشی از این جنس ندارند، حذف می‌شوند. توزیع کتاب‌ها از صاحب اثر به مخاطبین «دقیق، مستقیم، سریع و ارزان» می‌شود.

اراده و قدرت تعیین؛ این خود نویسندگان هستند که موفقیت کتابشان را تعیین می‌کنند و این خود مخاطبین هستند که کیفیت اثری که قصد خریدش را دارند، تشخیص داده و سپس تصمیم به خرید یا انصراف از آن می‌گیرند. این بدان معنا نیست که همه کتاب‌ها خوب خواهند بود، ولی زمانی که شما مشغول «انتشار شخصی» کتاب خود هستید، کاسه و کوزه‌ها را بر سر کس دیگری نمی‌توان شکست. مسئولیت کتاب با شما است و مقبولیت آن بین مردم است که از بین میلیون‌ها کتاب، چند کتاب معدود را برجسته می‌کند.

اگر می‌خواهید به نشر شخصی روی بیاورید، باید این موارد را در مرکز باورهای خود قرار دهید.

مزایای انتشار شخصی کتاب

حالا که به ترسیم تابلوی بزرگ چشم انداز پرداختیم، به ریز مزایای انتشار کتاب به صورت دیجیتال هم اشاره می‌کنیم:

در دست گرفتن طراحی و محتوا؛ وقتی شخصاً یک کتاب را منتشر کنید، می‌توانید محتوا و ظاهر آن را کنترل کنید. این سطح از کنترل، مایه نشاط هر صاحب اثری است و با فرض اینکه شما درک درستی از آنچه که مردم مشتاق به خواندش هستند دارید و نیز شمّ طراحی‌تان خوب است، می‌توان نتیجه گرفت که کتاب پر محتوا و زیبایی خواهید داشت. یا لا اقل کتابی خواهید داشت که خودتان آن را دوست دارید و اگر هم دوستش نداشته باشید، کسی را جز خودتان سرزنش نخواهید کرد.

حق تألیف؛ دریافت حق تألیف از ناشران، برای خود داستانی دارد. اگر یک مترجم باشید، حداکثر ۱۰ درصد از قیمت پشت جلد انتظار شما را می‌کشد و اگر مؤلف باشید، این رقم به ۱۵ یا در مورد افراد صاحب قلم به ۲۰ درصد بالغ می‌شود. این در حالی است که در دنیا، ۳۵ تا ۷۰ درصد از قیمت ایبوک‌های فروش رفته در آمازون به صاحب اثر می‌رسد. اهل هم ۵۵ درصد از قیمت کتاب را به مؤلف پرداخت می‌کند.

زمان رسیدن به بازار؛ یکی از بزرگ‌ترین کابوس‌های مترجمان یا مؤلفان- به خصوص آنهایی که دارای روابط حسنه با ناشران نیستند رساندن هر چه سریع‌تر کتاب به مخاطبان بالقوه است. از طریق یک ناشر سنتی، ۶ تا ۹ ماه زمان برای چاپ کتاب و رساندن آن به پیشخوان کتابفروشی‌ها لازم است و در ضمن، آنها حاضر به عرضه نسخه الکترونیکی قبل از نسخه چاپی هم نیستند. چنانچه تا به حال کتابی منتشر نکرده‌اید، باید بدانید که از سر گذراندن این دوره زمانی، اصلاً راحت نیست.

انعطاف کاری؛ به عنوان یک ناشر شخصی، شما می‌توانید قراردادهای آزادانه‌تری با شرکت یا سایت توزیع کننده اثرتان ببندید. شاید ندانید ولی ناشران سنتی در قالب فروش انبوه، کتاب‌های چاپی را به سازمان‌ها، کتاب‌فروشی‌ها و... می‌فروشند. شما هم می‌توانید گواهی استفاده از کتابتان را به طور انبوه به فروش بگذارید یا کارهای مشابه. به هر صورت آزادی بیشتری نسبت به نشر سنتی دارید.

حقوق خارجی؛ اگر کتاب شما موفق باشد، امکان عرضه آن در کشورهای خارجی هم وجود دارد. البته با عبور از موانعی که برای نقل انتقال پول به ایران وجود دارد، شما می‌توانید کتاب‌های خود را در کشورهای دیگر یا از طریق ناشران فارسی زبان کشورهای دیگر نیز به صورت الکترونیکی منتشر کنید.

اشکالات انتشار شخصی کتاب

هر روشی مزایایی دارد و اشکالاتی. روش معقول این است که به راحتی از کنار اشکالات نگذریم و دید درستی نسبت به حیطه‌ای که در حال ورود به آن هستیم کسب کنیم. انتشار شخصی کتاب به صورت الکترونیکی، اشکالاتی را در زمینه‌های زیر به وجود می‌آورد:

پیشرفت؛ فقط سه نوع مؤلف در دنیا وجود دارد: آنهایی که پیشرفت‌های بزرگ کرده‌اند، آنهایی که آرزوی پیشرفت‌های بزرگ را دارند، و آنهایی که به دروغ می‌گویند به این طور چیزها اهمیت نمی‌دهند. داشتن ناشر این خوبی را دارد که اگر واقعاً اثر درخوری داشته باشید، ناشر کار

شما را پیش می‌برد، چون پای سود خودش هم در میان است. در نتیجه اگر کار ناشر روی کتاب یا کتاب‌های شما جدی باشد، می‌توانید با خیال راحت روی آثار بعدی کار کنید و مواردی از قبیل ویراستاری، صفحه بندی، حروف چینی و طراحی کلی کتاب را به افراد متخصص بسپارید و خودتان روی آثار بعدی تمرکز کنید. حال اگر پیشرفت شما در کار با ناشر به دفعات تکرار شود، آیا ارزش ندارد که از خیر ناتوانی ناشر در فروش نسخه الکترونیک کتاب بگذرید؟

ویرایش؛ انتشار شخصی کتاب، یک روش انفرادی است. به خصوص که شما با ویراستار ارتباط نخواهید داشت. ویراستارهای خوب می‌توانند راهنما، مشاور، استاد و یا حتی روان‌پزشک‌های خوبی برای مؤلفان باشند. با خودتان رو راست باشید: یک ویراستار خوب می‌تواند کاری کند که کتاب شما بهتر به نظر برسد. گرفتن بازخورد از دوستان و آشنایان هم ممکن است، ولی به خوبی بازخوردی که یک ویراستار خوب به شما می‌دهد، نخواهد بود.

گروه؛ علاوه بر ویراستار، ناشر افراد دیگری را هم با شما مرتبط می‌کند. ممکن است که در کل دوره کار توجه صد در صدی آنها را نداشته باشید، ولی به هر حال افراد کاردانی هستند که به شما کمک می‌کنند. دستیار ویراستار، ویرایشگر متن، طراح جلد، مدیر چاپ و عوامل فروش همه می‌توانند نظرات خوبی را به کار تزریق و موجبات موفقیت بیشتر کتاب را فراهم کنند. بدون وجود آنها، دو راه در پیش دارید: خودتان کار آنها را انجام دهید یا اینکه افراد مستقلی را برای انجام این کارها استخدام کنید.

اعتبار؛ بعد از خلق ابزارهای لازم برای نشر رومیزی با استفاده از کامپیوتر که به میانه دهه ۸۰ میلادی بر می‌گردد، سیلی از محتوا به راه افتاد. آن روزها به کرات ترکیب این دو عبارت در کنار هم شنیده می‌شد: «توانستم ناشر پیدا کنم.» و «به انتشار شخصی رو آوردم.» هر چند امروزه فقدان اعتبار و نگاه بدبینانه به نشر شخصی کمتر شده ولی به هر حال صفر هم نیست، به خصوص در جوامع در حال توسعه این امر بیشتر به چشم می‌آید.

توزیع؛ تعداد کتاب‌های فروشی‌ها و ناشران هر چند رو به نزول است ولی هنوز صفر نشده. هنوز بخت دیده و پسندیده شدن کتاب به طور اتفاقی در کتاب‌فروشی‌ها وجود دارد. توییتر، فیسبوک و گوگل پلاس جاهای مناسبی برای به راه انداختن هیاهو پیرامون کتاب‌ها هستند ولی ناشرها را هم نمی‌توان دست کم گرفت. آنها نیروهای فروش خود را دارند و از دریچه مذاکره می‌توانند کتاب‌ها را در تعداد انبوه به فروش برسانند.

نقشه سوم

نقشه اول برای اکثر نویسندگان این است که یک طرح اولیه بنویسند، از طریق مذاکره شخصی یا به کمک یک واسطه، با ناشر تماس برقرار کرده و پس از قرارداد بستن، کتاب را به اتمام رسانده و به فروش بگذارند.

در صورتی که نقشه اول به کار نیاید، نقشه دوم این است که به سراغ نشر شخصی کتاب بروید. ولی نقشه سوم هم وجود دارد: اینکه با نشر نسخه الکترونیکی به ناشر ثابت کنید که کتاب شما پر مخاطب است و سپس آن را به صورت حرفه‌ای منتشر کنید.

این روش مزایایی دارد، افرادی که کتاب شما را خوانده و پسندیده‌اند، می‌توانند به سبب تمایل برای داشتن نسخه چاپی، متقاضیان بالقوه آن باشند. ضمن اینکه افراد جدیدی هم از مسیرهای سنتی ناشر به این جمع اضافه خواهند شد ولی در عین حال ممکن است نشر شخصی کتاب در گام اول، مشکلاتی را هم برای شما به وجود بیاورد که موفق به اجرای نقشه سوم نشوید.

نشر شخصی در ایران به معنای این است که شما کانال رسمی انتشار کتاب را نادیده گرفته‌اید. چنانچه نسخه الکترونیکی کتاب شما پر مخاطب از کار در آید و به قول معروف، نام شما و عنوان کتابتان بر سر زبان‌ها بیفتد، این معروفیت می‌تواند بعدها به سراغ شما آمده مانع از آن شود که کتابتان توسط ارگان دولتی مربوطه برای چاپ رسمی و دریافت شناسنامه از کتابخانه ملی، مورد تأیید قرار بگیرد.

به خصوص اگر مترجم هستید، در نظر داشته باشید که معمولاً ترجمه عناوین معروف کتاب‌ها، همزمان توسط چند نفر آغاز می‌شود و چنانچه شما پیشدستی کرده و با امید اجرای نقشه سوم ابتدا نسخه الکترونیکی را منتشر کنید، تا بخواهید به خودتان بجنید ناشران دیگر نسخه‌های چاپی سایر مترجمان را به بازار خواهند فرستاد و این یعنی شما شانس کمتری خواهید داشت

درس پنجم دکترین انتشار شخصی بخش دوم

چک لیست: ۷ سوال برای تشخیص اینکه آماده انتشار شخصی کتاب هستید یا خیر

زمانی بود که در ایران «موج کتاب‌های موفقیت» به راه افتاده بود. تقریباً اکثر آنها ترجمه‌هایی از نویسندگان امریکایی بودند. با فاصله گرفتن از جو آن روزگار به راحتی می‌شود فهمید که اکثر آن کتاب‌ها، که نوشته مدرسان دوره‌های موفقیت در امریکا بودند، اساساً آماده انتشار نبوده‌اند. حتی بسیاری از مترجمان آن کتب هم آماده ترجمه نبودند.

اما در روزگار فعلی و به خصوص برای انتشار کتاب دیجیتال، هیچ محدودیتی جلوی روی ما نیست. می‌توانیم هر آن چیزی را که می‌خواهیم بنویسیم و در اینترنت به اشتراک بگذاریم. ولی برای آنهایی که کار را جدی گرفته‌اند و می‌خواهند نویسندگی- یا ترجمه را به عنوان یکی از ابعاد مهم زندگی خود گسترش دهند، کار به این سادگی نیست. افرادی که وسواس درونی برای ارائه کاری شایسته دارند، به خوبی می‌دانند که خلق یک اثر چه در زمینه نوشتار یا موسیقی یا نقاشی یا... چه کار باریک بینانه و مهمی است.

این طور تصور کنید که اثر شما پس از انتشار در معرض دید عده زیادی از صاحب نظران در آن رشته قرار می‌گیرد. آن‌ها هم از موهبت اینترنت برخوردارند و بدون اغماض نقدهای خود را بر آن اثر خواهند نوشت. نقدها می‌توانند به همان سرعت تبدیل به روندهای تخریب‌گری در عرصه وب شوند و فاتحه کتاب شما را بخوانند.

بنابراین آمادگی برای تالیف یا ترجمه یک کتاب ابداً شوخی بردار نیست. در اینجا می‌خواهیم علاوه بر مواردی که پیش‌تر برای آماده‌سازی ذهنی- و نه فنی و حرفه‌ای شما ذکر کردیم، به ارائه معیارهایی پردازیم که نداشتن آنها به معنای علامت ایست است.

برای هر کسی سخت است که بخواهد به طور واقعی پیشرفت خودش را ارزیابی کند. نفس شما مدام نجوا می‌کند «البته که آماده‌ای» و بخشی از مشکل بفرنج آماده نبودن، این است که شما هنوز ابزارهای لازم برای فهم میزان آمادگی خود را نمی‌شناسید. البته که در دنیای کتاب‌ها سنجش واقعی بسیار سخت و گاهی انتزاعی به نظر می‌رسد ولی می‌توانیم مواردی را بر شماریم که اکثر مؤلفان کتاب‌های موفق آنها را دارا بوده‌اند.

البته چنین معیارهایی را نمی‌توان بر قامت همه دوخت. به خصوص نابغه‌ها و نیز افرادی که با اولین کتاب خودشان تبدیل به پرفروش‌ترین نویسنده‌ها می‌شوند یا نخبه‌های تعلیم ندیده‌ای که به نظر می‌رسد از مواهب خدا دادی برخوردارند.

با این حال فراموش نکنید که اکثر این افراد بدون جو سازی بازاریابان تبدیل به ستاره‌های پیشخوان کتاب فروشی‌ها نمی‌شدند و بیشتر آنها هم ۱۰ یا ۲۰ سال حرفه عوض کرده‌اند تا عاقبت لنگرشان به کف دریای نشر نشسته.

قطعاً افرادی در پیرامون شما یافت می‌شوند که بگویند نیازی به داشته‌های شخصی، یعنی انباشت تجربه و دانش کافی ندارید و می‌توانید با تکیه بر ضمیر ناخودآگاهتان قله‌های موفقیت را در نوردید. ولی واقعیت این است که هیچ فرد موفقی بدون تلاش به جایی نرسیده و شما هم بهتر است عمر خود را بابت حرف افرادی که بی‌پشتوانه خوشبین هستند، تلف نکنید.

اگر می‌خواهید در حرفه‌ای به موفقیت برسید تنها راه آن کسب دانش است. قمار کردن بر روی حرف‌های پوچ دیگران، فقط یک هزینه برای شما دارد: عمرتان! و هیچ کس نمی‌تواند عمر رفته را باز گرداند. بنابراین در تخصیص عمرتان هوشمندانه عمل کنید. آیا ترجیح می‌دهید آن را به حرف‌های بی‌پشتوانه افرادی اختصاص دهید که خودشان در زندگی به جایی نرسیده‌اند؟ یا ترجیح می‌دهید مثل افراد موفق، به دانش اندوزی و حرفه‌ای شدن پردازید؟

برای اینکه بتوان گفت آماده نوشتن یک کتاب هستید، ۷ پرسش زیر را از خود بپرسید:

۴ آیا ایده بسیار خوبی دارید؟ گفتن اینکه کتابی مثل «رمز داوینچی» بد نوشته شده آسان است. سطوح مختلفی در رتبه بندی یک اثر وجود دارند ولی کتاب بسیار پر فروش «دن براون» از نظر ایده‌پردازی، بسیار درخشان است. از آن دست کتاب‌هایی که می‌توان در تبلیغات روی آنها خیلی مانور داد زیرا بخش بزرگی از تلاش نویسنده، معطوف به ایده داستان بوده.

ایده‌ای عالی مثل رمز داوینچی می‌تواند از عنوان گرفته تا جزئیات داستانی، بر جذب مخاطب و فروش بهتر کتاب تأثیر بگذارد. آیا شما ایده جذاب و پرداخت شده‌ای دارید؟ زیرا اگر ندارید باید بدانید تقلید کردن از یک ایده پر فروش، منجر به خلق یک کتاب پر مخاطب نمی‌شود.

۴ آیا برای ۱۰.۰۰۰ ساعت تمرین و کسب تجربه کرده‌اید؟ خیلی‌ها ۱۰.۰۰۰ ساعت را یک مرز مناسب برای رسیدن به نظم در هر نوع کاری می‌دانند. این معادل زمانی است که شما در سنین نوجوانیتان در مدرسه گذرانده‌اید و همین طور مدت زمانی که گروه موسیقی بیتلز قبل از ضبط هر آلبوم خود، به طور زنده روی آن کار می‌کردند.

بنابراین بد نیست که بگوییم برای انتشار یک کتاب، شما هم نیاز به تمرین نویسندگی به مدت ۱۰.۰۰۰ ساعت دارید. اگر به نویسندگی به دید یک کار پاره وقت نگاه می‌کنید و مثلاً هفته‌ای ۲۰ ساعت زمان به آن اختصاص می‌دهید، ۱۰ سال از شما زمان می‌برد تا به درجه استادی برسید. این ۱۰ سال تقریباً در مورد اکثر نویسندگان موفق صدق می‌کند.

البته گذراندن ۱۰.۰۰۰ ساعت تمرین و آموزش بدان معنا نیست که نباید در این مدت کتابی منتشر کنید. شما باید در این مدت طولانی، بسیار تمرین کنید و مطالعات مختلفی را هم در این راه انجام دهید تا مرحله‌ای برسید که در کارتان نظم (دیسپلین) و استقلال قلم پیدا کنید. اگر در این مدت کتابی هم منتشر کنید، کار اشتباهی نیست ولی شاید بعدها از وجود آن در سابقه کاریتان خوشحال نشوید.

۴ آیا کارتان را به یک منتقد جدی ارائه کرده‌اید؟ هیچ کس موافق این نیست که یک محصول را بدون بررسی همه جانبه به مخاطب عرضه کنید. در صورت نادیده گرفتن این اصل، احتمال شکست و بدنامی بسیار زیاد است. بنابراین یک منتقد بسیار جدی برای کتابتان پیدا کنید. ترجیحاً کسی غیر از خانواده، مگر اینکه مطمئن باشید آنها به شما بازخورد صادقانه‌ای می‌دهند.

این فرآیند، قطعاً دردناک یا ناراحت کننده نیز خواهد بود چرا که هیچ اثری بدون ایراد نیست. پس باید انتظار وارد آمدن جدی‌ترین انتقادات به اثر خود را داشته باشید. یکی از بهترین راه‌ها این است که عضو یک گروه نویسندگی جوان باشید، جایی که بتوانید در کنار هم رشد کنید.

در فرآیند نقد پیش از ارائه اثر، چیزی جز ویرانی انتظار شما را نمی‌کشد. اعتماد به نفس و غرور شما شکسته خواهد شد. ولی این خوب است زیرا ساختارهای فکری اشتباهی که منجر به نوشتن یک اثر بد شده‌اند، از بین خواهند رفت.

بعد از به دست رسیدن نقد است که شما با خود اثر روبرو می‌شوید، زیرا کسی از بیرون بدون داشتن پیش فرض‌های ذهنی شما، آن را مطالعه کرده و در نتیجه نقاط ضعف، کمبودها و غلوه‌ها را به خوبی تشخیص می‌دهد. همه مسائل متفرقه به کنار خواهند رفت تا شما بمانید و یک ساختار معیوب که در عین حال نقاط قوتی دارد ولی باید ایرادات آن را رفع کرد تا به تعادل ساختاری برسد.

اگر ایده سپردن کتاب به یک منتقد جدی به نظرتان ناراحت کننده است، هنوز به زمان نیاز دارید تا بتوانید خودتان را از کتاب جدا کرده و به درک این مفهوم نایل آید که تا زمانی میل به بهبود دارید، ایرادات کتاب، ایرادات شخص شما نیستند. اما چنانچه ایرادات را وارد ندانید، آن وقت احتمالاً ایرادات شما و کتاب یکی می‌شوند و در نتیجه، حق هم دارید که نخواهید آن را به دست منتقد بسپارید.

۴ آیا در ژانر مورد علاقه‌تان (و ترجیحاً در ورای آن) به مطالعه در سطح عالی پرداخته‌اید؟ کسی که می‌خواهد فوتبالیست شود، مسابقات زیادی را تماشا می‌کند. ولی در میدان مسابقه بودن شرایط متفاوتی را پدید می‌آورد که تا قبل از آن، درکشان برای شما ممکن نبوده. در بحث نویسندگی، شما با زبان، کلمات، جملات و... سر و کار دارید. به عبارت دیگر نوشتن کسب و کار شماست. بنابراین باید با جوانب مختلف این حرفه آشنا شوید که یکی از آنها، ژانر است.

ژانرهای نویسندگی در اصل سنت‌ها یا عرف‌ها یا روایت‌های مختلفی هستند که به طور طبیعی و در گذر زمان طبقه بندی خاصی برای آنها شکل گرفته. شما می‌توانید در هر ژانری قلم بزنید. از خیال‌پردازی حماسی گرفته تا ادبیات داستانی.

نکته این است که نمی‌توانید انتظار داشته باشید بدون گوش کردن به موسیقی سنتی یا نواختن ساز سنتی، یک آهنگساز سنتی شوید. غیر از این است؟ به عبارت دیگر، برای اینکه بتوانید در هر هنری به اوج خود برسید، باید کاملاً در آن غوطه ور شوید.

در گام اول برای تبدیل شدن به یک هنرمند دارای هدف، باید سنت‌های یک (و فقط یک) ژانر مشخص در شاخه هنری خودتان را بیاموزید. سپس برای پیمودن پله‌های عظمت، باید چند ژانر دیگر را نیز آموخته و کم‌کم شروع به در هم بافتن آنها با یکدیگر کنید.

به دوره حرفه‌ای هنرمندی مثل پابلو پیکاسو نگاه کنید. او هر چند سال یک بار، سبک‌های جدیدی را می‌آموخت و در هر گام، هنر خودش را به طرزی باور نکردنی غنا می‌بخشید. پس، اگر می‌خواهید بنویسید، ابتدا خود را وقف خواندن کنید.

۵ آیا بستر مناسب را دارا هستید؟ به چه میزان شناخته شده هستید؟ آیا سایت یا وبلاگی پر بازدید یا حساب توییتر و فیسبوک پر طرفداری دارید؟ بر چه اساس انتظار دارید که کتابتان پر فروش شود؟

حقیقت این است که ناشران می‌توانند بستر لازم برای تولید، توزیع و بازاریابی کتاب باشند. ولی برای نویسنده‌ای که می‌خواهد به تنهایی آن هم از طریق بستر اینترنت کتاب خودش را ارائه کند، قضیه فرق دارد. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای ایجاد روند بر روی آثار هستند. حتی در این راه، وبلاگ‌های پر طرفداری که زمینه کاری آنها با کتاب شما همخوانی داشته باشد هم می‌توانند به کار بیایند.

نکته این است که در پیابید بستر مناسب کار شما چیست و بتوانید از آن جواب بگیرید. بنابراین در این زمینه خود را فریب ندهید. هدف نهایی شما، رسیدن به مخاطب هدف است.

۶ آیا حاضر هستید بر روی کتاب خود سرمایه‌گذاری کنید؟ ناشران برای انتشار کتاب‌ها سرمایه نقدی فراهم می‌کنند و با ارائه خدماتی نظیر ویرایش، طراحی و بازاریابی کتاب توسط افراد تحت قرارداد خود، آثار را به مرحله چاپ می‌رسانند. مسلماً شما چنانچه زمان و دانش کافی برای ویرایش و توزیع کتابتان نداشته باشید، مجبور به استخدام افرادی برای این کار خواهید شد. آیا سرمایه لازم برای چنین کاری را دارید و حاضر هستید آن سرمایه را روی اثر خود ریسک کنید؟

بدون سرمایه گذاری حرفه‌ای، کتاب شما احتمالاً یک اثر حرفه‌ای نخواهد شد. البته کتاب‌هایی هستند که با وجود ارائه نیمه حرفه‌ای تبدیل به پر مخاطب‌های پیشخوان اینترنت شده‌اند ولی سؤال اصلی را فراموش نکنید؛ اگر حاضر نیستید روی کتاب خودتان سرمایه گذاری کنید پس چرا می‌خواهید آن را به دنیا عرضه کنید؟

۷ آیا واقعاً به طور جدی آماده‌اید؟ سؤال هفتم ساده‌تر از بقیه به نظر می‌رسد، ولی جدی‌ترین هم هست. زیرا آماده بودن، واقعاً مهم است. فراموش نکنید که کتاب شما وامدار وقتی است که صرف آن کرده‌اید؛ وقت به عنوان با ارزش‌ترین دارایی انسان!

صبر کردن برای یک یا دو سال دیگر، ۱۰۰۰۰ ساعت تمرین و کتاب خوانی بیشتر، ذخیره سرمایه برای استخدام یک ویراستار؛ تمام این‌ها می‌توانند انتخاب‌های مناسبی برای اکثر نویسنده‌ها باشند، به خصوص که ۹۹ درصد از سایر افراد بدون اینکه آماده باشند کتاب خود را منتشر می‌کنند.

گران‌ترین سرمایه گذاری‌ها، آنهایی هستند که بازگشتی ندارند. اگر واقعاً در دل خودتان اطمینان ندارید که آماده هستید، صبر کنید، زمان بیشتری به توسعه توانایی‌های خود و کیفیت اثرتان اختصاص دهید و مطمئن باشید هرگز پشیمان نخواهید شد.

می‌پرسید: و اگر واقعاً نمی‌توانم صبر کنم چه؟

اگر پاسخ به هیچ یک از ۷ پرسش بالا مثبت نیست ولی هنوز می‌خواهید وارد کسب و کار نشر کتاب شوید، بخت یارتان و از کارت‌ان لذت ببرید، هزینه‌اش مهم نیست. درس‌هایی که از آن می‌گیرید مهم هستند. درس‌هایی که شاید در انتها، شما را به این اعتراف وا دارند که: «نباید بدون آمادگی کار نویسندگی را شروع می‌کردم»

درس ششم چطور کتاب خود را بنویسید؟

اگر به فهرست آرزوهای قبل از مرگ مردم نگاهی بیندازید، نوشتن کتاب را در تعداد زیادی از آنها خواهید دید. این چیز خوبی است زیرا هر چه مردم بیشتری خواهان نوشتن کتاب باشند، دنیا صاحب ساکنین روشنفکتری خواهد شد.

از قضا، تکنولوژی فرآیند نوشتن کتاب را آسان‌تر از هر زمان دیگری کرده است. با این حال «آسان‌تر از هر زمان دیگر» مساوی با «مطلقاً آسان» نیست. بنابراین نویسندگی را کار سهلی در نظر نگیرید.

به طور کلی ۶ گام برای نوشتن کتاب الکترونیکی وجود دارد. در اینجا به طور اجمالی به آنها می‌پردازم و در این درس و درس‌های بعدی، به تفصیل هر یک را باز خواهیم کرد:

۱ یک موضوع انتخاب کنید. ترجیحاً موضوعی باشد که به آن وارد هستید و از آن هم بهتر، می‌تواند موضوعی باشد که عاشقش هستید. معمولاً کتاب‌های الکترونیکی موفق، آنهایی هستند که با تمرکز بر روی محتوا و در ارتباط تنگاتنگ با زمان نوشته می‌شوند.

۲ به جمع آوری منابع بپردازید. اطلاعات و تحقیقات کاملی را که برای نگارش فصل‌های مختلف کتاب لازم هستند گردآوری کرده و سپس شروع به نوشتن کنید.

۳ بستر مناسب برای نگارش را انتخاب کنید. توصیه ما به همه این است که از Microsoft Word استفاده کنند چرا که نه تنها برای نوشتن بلکه برای ویرایش و صفحه آرایی کتاب هم نرم افزاری کامل به شمار می‌آید. در صورتی که نخواستید از آن استفاده کنید، نرم افزارهای آزاد مختلفی وجود دارند که در درس‌های آینده به آن‌ها اشاره خواهیم کرد.

۴ شروع به نوشتن کتاب کنید.

۵ به ساماندهی کتاب بپردازید. بایستی Bookmark‌های لازم را ایجاد کنید و شماره گذاری صفحات، فهرست مطالب، پاورقی‌ها و سایر موارد را سامان دهید تا کتاب شما مثل یک اثر حرفه‌ای مرتب و منظم شود و برخوردار از یک ایده طراحی واحد به نظر برسد.

۶ فرمت‌های پی دی اف و ای پاب کتاب را تهیه کنید. این مورد را در درس‌های آخر دوره توضیح خواهیم داد.

اما این‌ها گام‌های کلی هستند. در این دوره به مسائل مختلف و جنبه‌های وسیع تهیه یک کتاب که شامل نگارش، ویرایش، تنظیم و انتشار آن است، پرداخته‌ام. بنابراین شما به خوبی می‌توانید قطعات پازل را کنار هم بچینید.

نکات عملی که بهتر است موقع نوشتن یک کتاب رعایت کنید

وقتی متقاعد شدید که نوشتن یک کتاب الکترونیکی ایده صحیحی است و موضوع مناسبی را هم انتخاب کردید، ممکن است بی‌درنگ شروع به نوشتن کنید. ولی بهتر است قبل از آن، یک مجموعه کارهای پشتیبانی را مد نظر قرار دهید. در اینجا به موارد و نکات عملی مهم در این زمینه می‌پردازم:

۱ یک نقشه ذهنی ترسیم کنید. این یکی از تکنیک‌های کارآمد در مبحث توفان ذهنی است. رسم نقشه ذهنی راهی است برای به خاطر سپردن ایده‌ها. موضوع اصلی را در مرکز یک صفحه کاغذ بنویسید و ایده‌های مرتبط با آن را روی شعاع‌های دورتر نسبت به مرکز یا شاخه‌های منشعب از آن یادداشت کنید. وسایل مختلفی برای ثبت نقشه ذهنی (Mind Map) وجود دارد. کاغذ و قلم برای برخی افراد به همان اندازه مفید است که استفاده از اپلیکیشن‌های مدرن برای کاربران گجت‌های هوشمند. مهم راحت بودن شما است.

در مرحله ثبت نقشه ذهنی، نباید شاخه‌های مختلف را ویرایش کنید، بلکه فقط به ثبت آن‌ها می‌پردازید: یعنی ایده‌های اصلی، ایده‌های فرعی و موارد مرتبط با هر یک را یادداشت می‌کنید تا از روی لوح ذهنتان محو نشوند. با ثبت موارد مرتبط بر روی شاخه‌های مختلف، شما سر انجام قادر خواهید شد که مسیر درست را بیابید. ممکن است بسیاری از شاخه‌ها در آخر به بن بست برسند و یا اینکه با هم تلفیق گردند.

۴ از روی نقشه ذهنی، یک طرح کلی درست کنید. وقتی نقشه ذهنی تکمیل شد، یک طرح کلی از رئوس مطالب تهیه کنید. زیاد خودتان را مشغول آن نکنید. با استفاده از نقشه ذهنی به عنوان مرجع می‌توانید سر فصل‌های مهم را برگزینید و سپس به پوشش آنها بپردازید. این‌ها در نهایت به فصل‌ها یا بخش‌های کتاب تبدیل خواهند شد. وقتی آنها را مکتوب کردید، باز آرایبی و انتخاب ترتیبشان راحت‌تر می‌شود. در اصل، تهیه طرح کلی به کار شما سمت و سوی مشخصی می‌دهد.

۳ مقدمات یادداشت برداری دایمی را فراهم کنید. باید قادر باشید هر زمانی که ایده‌ای به سرتان می‌زند، آن را ثبت کنید. چه یک دفترچه کاغذی باشد، چه یک وسیله ضبط صدا؛ شما باید در شرایط مختلف (داخل مترو، تاکسی، در حال پیاده روی و...) قادر به ثبت ایده‌هایی باشید که ناگهان به ذهنتان می‌آیند و می‌توانند اثر مناسبی بر محتوای کتاب بگذارند.

اهمیت این مورد در آن است که ایده‌های خوب، همیشه موقعی که حاضر و آماده پشت رایانه نشسته‌اید تا تایپ کنید به ذهنتان نمی‌آیند. بنابراین دفترچه یادداشت یا ضبط صوت، می‌تواند در ساعات غیر رسمی نویسندگی، باعث نجات ایده‌های شما از گم شدن در لا به لای اتفاقات روزمره باشند. به این صورت، وقتی که پشت رایانه می‌نشینید تا تایپ کنید، ایده‌های ثبت شده در طول ساعات قبلی می‌توانند ستاره قطبی شما شوند.

۴. مواردی را که باعث حواس پرتی موقع نوشتن می‌شوند، کنار بزنید. وقتی زمان روزانه برای نوشتن را تعیین کردید، کاری جز نوشتن انجام ندهید. فیسبوک و توییتر و اسکایپ و ایمیل را ببندید. پاسخ دادن به پیام‌ها و تعاملات اجتماعی بماند برای موقعی دیگر. خودتان بهتر می‌دانید که گاه حضور در شبکه‌های اجتماعی، چطور وقت شما را مثل سیاه چاله می‌بلعد. فقط این‌ها نیست، هر مورد دیگری که موقع کار ممکن است مزاحم شما شود را محدود کنید. دور و بر خودتان را خلوت کرده و فضای فیزیکی را هم مناسب تمرکز بر روی کتاب کنید. هدف این است که ذهنتان را خلوت نگه دارید تا ایده‌ها روی کاغذ جاری شوند.

۵ از مایکروسافت ورد استفاده کنید. واقعیت این است که صنعت نشر، مثل میدان جنگ است. همان طور که بهتر است در میدان جنگ از تانک استفاده کرد، در صنعت نشر هم اولویت با مایکروسافت ورد است. البته شما می‌توانید از نرم افزارهای ساده‌تری هم استفاده کنید ولی واقعیت این است که بیشتر افراد (در بخش ویراستاری، بازاریابی، طراحی و...) از Word استفاده می‌کنند، بنابراین بهتر است با آنها هماهنگ باشید. دو نکته را از یاد نبرید: اول اینکه فایل‌ها را با پسوند doc ذخیره کنید و نه docx تا افرادی که از نسخه‌های قدیمی‌تر Word استفاده می‌کنند هم به راحتی قادر به استفاده از فایل باشند؛ دوم اینکه کل کتاب را با استفاده از استایل‌های Word فرمت کنید. این باعث خواهد شد که در ادامه کار، گرفتن خروجی و تبدیل آن بسیار راحت‌تر شود.

۶ هر روز بنویسید. اگر از نویسندگانی که بالای ۱۰ کتاب نوشته‌اند بپرسید: «آیا اوایل فکر می‌کردید که از پس نوشتن این تعداد کتاب بر آید؟» به شما خواهند گفت: «اگر کسی می‌گفت می‌توانم، حتماً پیش خودم فکر می‌کردم هذیان می‌گوید.» شما نمی‌توانید یک کار بزرگ را درسته انجام دهید، بلکه باید آن را بخش‌بخش به سرانجام برسانید. بنابراین، اینکه هر روز مقداری از کار را پیش ببرید باعث خواهد شد بی‌آنکه فشار ذهنی و جسمی بر شما وارد آید، کتاب را به سرانجام برسانید. با خودتان قرار بگذارید که هر روز چیزی بنویسید، حتی اگر شده یک پاراگراف باشد. زیرا بالاخره روزی بیدار خواهید شد و می‌بینید که کتاب به پایان رسیده. ولی اگر برای فرا رسیدن موقع مناسب که همه مشغله‌ها کنار رفته‌اند صبر کنید، ممکن است هرگز نوشتن را شروع نکنید.

۷ ساعاتی را که صرف نوشتن می‌شود، در تقویم ثبت کنید. همیشه آمار ساعت‌هایی را که به نویسندگی کتابتان اختصاص می‌دهید نگه دارید. تنها راه برای اینکه بفهمید آیا پروژه درست پیش می‌رود همین است. بر اساس معیار «صفحات نوشته شده به ازای هر ساعت» می‌توانید پیشرفت کار را بررسی کنید و در ضمن، در انتها ببینید که آیا وقتی که صرف کرده‌اید ارزشش را داشته یا خیر. شاید حتی بعد از مدتی، بر این اساس تشخیص دهید که دیگر نمی‌خواهید بنویسید! زیرا مدت زمانی که نویسندگی از کارهای دیگر شما می‌رباید، ارزش مادی مناسبی به زندگیتان نخواهد افزود.

البته کاربردهای هوشمندانه‌تری هم برای ایده ثبت در تقویم وجود دارد. یکی از آنها تشخیص این مورد است که شاید ساعت روزانه ثابتی که برای نوشتن انتخاب کرده‌اید، مناسب نیست. پس می‌توانید در روزهای مختلف، ساعت‌های مختلفی را ثبت کنید و سپس بهره‌وری خود در هر ساعت را بسنجید و سرانجام بهترین بازه روزانه را کشف کنید.

A ذخیره کنید، ذخیره کنید و باز هم ذخیره کنید. موقع نوشتن، هر ۳ دقیقه یک بار متن را در Word یا برنامه پردازش متن دیگری که استفاده می‌کنید ذخیره کنید. پوشه مربوط به فایل‌های کتاب را به حساب ابری خود (دراپ باکس، اسکای درایو، گوگل درایو، یا غیره) وصل کرده و دائماً به اینترنت متصل باشید تا با هر بار ذخیره فایل در Word فایل‌ها با حساب ابری نیز همگامسازی شوند و جایشان امن باشد. با چنین روشی تا چندین نسخه قبلی فایل نیز در حافظه حساب ابری شما باقی می‌ماند و امکان بازیابی آنها را دارید. فایل‌ها را نه فقط بر روی کامپیوتر و حساب ابریتان، بلکه روی یک حساب ابری دوم ذخیره کنید. بد نیست آخر هر روز هم یک پشتیبان روی حافظه قابل حمل خود بگیرید، البته به صورت رمزنگاری شده و با امنیت کامل!

۹ در حال نوشتن، فرمت بندی نکنید. موقع نوشتن، روی محتوا و متن تمرکز کنید. اضافه کردن متن برجسته و ایتالیک، یا تیترازی و کارهایی از این دست را جزئی از فرآیند نوشتن در نظر نگیرید. این‌ها کارهای اضافه‌ای هستند که باید در زمان صفحه بندی و برای قابل خواندن کردن کتاب انجام داد، نه موارد اصلی در مرحله نوشتن کتاب. بنابراین یک متن ساده و با فرمت معمولی را باز کنید و بین هر پاراگراف یک خط خالی بگذارید و الی آخر، همین طور جلو بروید.

۴۰ موقع نوشتن، ویرایش متن را محدود کنید. بسیار مهم است که در مقابل این وسوسه بزرگ مقاومت کنید. ویرایش متن از نظر سبک و جمله بندی، ممکن است در ابتدا باعث شود که در هر قدم از نگارش، کتاب شما مثل یک برلیان تراش خورده به نظر برسد ولی این یک تقارن شوم است و باور کنید به مرور زمان باعث خواهد شد تا خود را یک نویسنده گیر کرده در باتلاق در نظر آورید.

مهم این است که هر چیزی را که باعث به هم خوردن نظم فکری شما موقع به نگارش در آوردن متن می‌شود، کنار بزنید. فرقی نمی‌کند آن یک مورد خارج از کار باشد، یا مربوط به کار. بنابراین نگران آراستگی محتوای به نگارش در آمده نباشید، فقط سعی کنید خط فکری خود و خط داستانی یا مفهومی کتاب را پیوسته ادامه دهید.

نویسندگان بزرگ، معمولاً وقتی شروع به نوشتن می‌کنند، تا چند ده صفحه بدون بازخوانی به جلو می‌روند. ایده آل شما این باشد که ۷۰ صفحه را بدون روخوانی صفحات قبلی به نگارش در آورید و در این مدت ذهنتان را در اتصال کامل با ایده‌هایی که باید به جملات تبدیل شوند نگه دارید. فرصت برای ویرایش، همیشه هست ولی وقتی خط فکری از دست رفت، بعید است بتوان به راحتی آن را بازیابی کرد.

۴۱ از یک نفر برای بازبینی متن استفاده کنید. بازبینی متن در روش نشر شخصی، بخش بسیار مهمی از فرآیند آماده سازی کتاب به حساب می‌آید. به عبارتی، بدترین روش کاهش هزینه‌ها، حذف بازبین متن از فرآیند است. ویرایش و تصحیح متن کار مهمی است که کمک می‌کند ایرادات متن را قبل از انتشار، استخراج کنید. هدف این است: «تولید کتابی که به خوبی- یا بهتر از کتاب‌های تولید شده به روش سنتی باشد.» بدون یک ویرایشگر با حوصله و زبان‌دان، این هدف حاصل نخواهد شد.

۴۲ یک طراح جلد استخدام کنید. دومین راه بد برای صرفه جویی در هزینه‌ها، طراحی غیر حرفه‌ای جلد است. مثل ویرایش متن، طراحی هم یک تخصص است که باید برای آن تجربه، تمرین و آموزش زیادی را پشت سر گذاشت. مردم جلد کتاب شما را با کتاب‌های دیگری که دیده‌اند یا می‌بینند مقایسه می‌کنند. در نشر دیجیتال قضیه پیچیده‌تر هم می‌شود. شما فقط چند ثانیه فرصت دارید تا افرادی را که جلد کتاب شما را می‌بینند، قانع به مطالعه خلاصه متن و توضیحات پیرامونی کنید. آنها کلیک نخواهند کرد مگر اینکه شما یک جلد مؤثر طراحی کرده باشید.

۴۳ همزمان با فرآیند نوشتن، بستر بازاریابی خود را بسازید. سخت‌ترین بخش در مسیر به موفقیت رساندن پروژه یک کتاب، بازاریابی آن است نه نوشتنش. البته اگر یک مؤلف قوی هستید و روابطی عالی با ناشرین دارید، برای شما جای نگرانی نیست. ولی در غیر این صورت، بهتر است از همین حالا شروع کنید به بستر سازی. در فیسبوک، توئیتر و گوگل پلاس، حساب کاربری درست کرده و شروع کنید به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و جایگاه خود را در اینترنت تثبیت کنید. تبدیل شوید به یک آدم شناخته شده و همزمان با نوشتن کتاب، این بستر سازی را پیش ببرید تا با پایان گرفتن کار، خود را معلق میان زمین و زمان حس نکنید. حتی به فکر درست کردن یک وبلاگ برای خود یا کتابتان هم باشید.

بهتر است روزی ۳-۲ ساعت به نوشتن و ۱ ساعت به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت بپردازید و یادتان نرود که از این کار، هدفی والاتر از وقت‌گذرانی دارید. جامعه چیز جالبی است. پر است از مردمی که بیش از شما می‌دانند و بعضی از آنها مایل هستند آزادانه و به دور از خودخواهی، به دیگران کمک کنند. مردم ایده‌های مختلفی می‌دهند، در تعاملات اجتماعیشان با تعریف از کتاب شما برایتان به رایگان بازاریابی می‌کنند و اگر از آنها تقاضای همکاری کنید به پروژه خواهند پیوست. خیلی‌ها از کمک به یک نویسنده احساس افتخار و شهرت خواهند کرد و همه این‌ها، دست به دست هم داده شما را به فرجام کتاب نزدیک‌تر می‌کنند.

۴۴ ایبوک خود را تست کنید. وقتی متن کتاب نهایی شد، شما نیاز دارید نسخه دیجیتال آن را برای نشر آماده کنید. در دنیای ایده آل موقع تبدیل فرمت‌ها به یکدیگر هر صفحه، هر عکس، هر لینک و هر فوتی دقیق و بی‌اشکال منتقل خواهد شد. ولی ما در دنیای ایده آلی زندگی نمی‌کنیم! باگ‌ها و ایرادات کوچکی که بروز می‌کنند، گاه فرآیند تبدیل متن دیجیتال به فرمت‌های مختلف ایبوک را با چنین شوک‌ها، سرخوردگی‌ها و عصبانیت‌هایی همراه می‌کنند و برای اینکه این موارد در نسخه نهایی کتاب مشاهده نشوند، لازم است نسخه ایبوک علاوه بر بازبینی نهایی در نرم افزار Sigil بر روی پلتفرم‌های مهم و پر کاربرد هم بررسی شود که شامل این موارد می‌شود:

- کامپیوتر: ویندوز و مکینتاش
- تبلت و تلفن: اندروید و iOS با نمایشگرهایی در اندازه‌ها و نسبت‌های مختلف
- ایبوک ریدرهای طرفدار مثل Kindle

هیچ وقت فرض را بر این نگذارید که فرآیند کار ۱۰۰ درصد دقیق است و حتماً تست نهایی را انجام دهید.

۴۵ هرگز تسلیم نشوید. دو مورد هست که تمام صاحبان کتاب‌های منتشر شده، در آن‌ها مشترک هستند: «اول اینکه، در برهه‌ای از کار می‌خواسته‌اند کل پروژه را کنار بگذارند و دوم اینکه، هرگز تسلیم نشده‌اند!» خوشبختانه، یا شاید به خاطر آنکه این کار یک حرفه بسیار سخت است، نویسندگی جزو کارهایی است که بهترین پاداش‌ها را هم دارد. درست در لحظه‌ای که حس می‌کنید دیگر نمی‌شود حتی یک کلمه تایپ کرد یا یک چرک نویس دیگر را بازخوانی کرد یا جواب منفی دیگری را شنید، باید به خاطر بیاورید که هر نویسنده‌ای این لحظات را پشت سر گذاشته و فقط نویسنده‌های موفق بوده‌اند که هرگز جا نزده‌اند!

در درس بعد می‌خواهیم از اهمیت داستان‌گویی برای شما بنویسیم. داستان‌گویی نه به معنای نوشتن کتاب داستان یا رمان، بلکه به معنای پردازش یک خط سیر جذاب برای کتابتان. حال آن کتاب می‌خواهد داستانی باشد یا علمی، درباره رموز موفقیت باشد یا درباره تاریخ، سرگرمی باشد یا زندگینامه. در تمام این موارد، فن داستان‌پردازی می‌تواند مخاطب را شیفته اثر شما کند

درس هفتم در اهمیت داستان‌پردازی

چرا به داستان گویی به هم پیوسته نیاز دارید؟ زیرا داستان گویی در کل تاریخ جواب داده و در آینده نیز به طور قطع جواب خواهد داد!

اما غیر از این، دیگر چه دلیلی برای اصرار بر استفاده از این سبک پر آب و تاب در نوشته‌ها داریم؟ حقیقت این است که بسیاری از نویسنده‌ها تصور می‌کنند که «حقایق به تنهایی مجاب‌کننده‌ترین قطعات پازل محتوایی هستند که می‌توان به مخاطب ارائه کرد.»؛ مجاب‌کننده برای ادامه مطالعه آن قطعه از محتوا- که می‌تواند یک مقاله، داستان کوتاه یا کتاب بلند باشد.

ولی چنین نیست و ما در اینجا برای شما دلایل آن را توضیح می‌دهیم. اما قبل از آن، حتما این پرسش در ذهن شما به وجود آمده که آیا ما داریم ادعا می‌کنیم بهتر است در کتاب خود **مطالب حایز اهمیت** نیاورید و فقط داستان سر هم کنید؟ خیر، به هیچ وجه چنین نیست. (به خاطر اهمیت این مورد) دوباره تکرار می‌کنیم، منظور از داستان گویی این است که روش بیان مطالب حایز اهمیت هم به اندازه محتوای آن مطالب دارای اهمیت است.

اگر شما برای شیوه بیانتان کمتر از مطلبی که قصد بیانش را دارید اهمیت قائل شوید، دیگر چه فرقی دارید با افراد عادی؟ دیگر چطور می‌توانید خودتان را نویسنده بنامید؟ خلاصه که اگر از پذیرش اهمیت این موضوع سر باز زنید، محتواهای با ارزش خود را در معرض خطر «نادیده گرفته شدن» در بین دریایی از محتواهای کمتر دارای اهمیت قرار داده‌اید.

نکته این است که اکثر ما آدم‌ها در وضعیتی که به ما گفته شود چه بکنیم یا چه نکنیم، از خود مقاومت نشان می‌دهیم ولی در مقابل، بسیار «مستعد پذیرش پندها و معانی درون داستانی» هستیم که این به سبب «نحوه ارائه» مفاهیم در قالب داستان است. مخاطب نیز از این قاعده مستثنی نیست. بنابراین هم به نفع شما، هم به نفع اثر و هم به نفع مخاطب است که مطالب با ارزش خود را در قالب داستانی ارائه کنید.

داستان‌پردازی یا هنر شرح در قالب داستان

یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین شاخه‌ها در نویسندگی، شاخه ادبیات داستانی است. داستان‌ها همیشه مجاب‌کننده‌اند و ماهیت آنها مخاطب را وادار به ادامه مطالعه می‌کند. شاید فکر کنید که در اینجا می‌خواهیم به ادبیات داستانی بپردازیم ولی خیر، چنین نیست. هر نویسنده‌ای که برای مخاطب عام قلم می‌زند، نیازمند این است که یک داستان گوی قهار هم باشد.

ما کتاب‌هایی داریم که به موضوعات تخصصی می‌پردازند و از این رو بیشتر حاوی نتایج تحقیقات و داده‌ها و اطلاعات مرتبط با یک شاخه علمی هستند. اگر شما می‌خواهید چنین کتاب‌هایی را بنویسید، خیلی بهتر می‌دانید که روال مناسب برای انتشار آنها، ثبت رسمی و انتشار در قالب کتاب چاپی است. زیرا محتوای آنها حاصل تلاش و تحقیق علمی است و بنابراین بهتر است در برابر دستبردهای احتمالی حفاظت شود.

اما اگر می‌خواهید کتابی برای مخاطب عام به نگارش در آورید یا ترجمه کنید، مهم‌ترین مورد سبک نگارش داستانی آن است. در اینجا یک مثال متفاوت برای شما می‌زنم. اگر به شرکت‌های موفق دنیا که محصولات مصرفی برای مردم سرتاسر دنیا درست می‌کنند بنگرید، خواهید دید

که حتی آنها هم در مراسم مختلفی که به معرفی محصولاتشان اختصاص دارد، داستان گویی می‌کنند. یعنی از چگونگی شکل گیری ایده ساخت آن محصول، تا چگونگی ایده پردازی، نهایی سازی طراحی، ابداع روش‌های ساخت و ... صحبت می‌کنند.

بنابراین تصور نکنید که اگر قرار است یک کتاب در زمینه «موفقیت در زندگی شخصی» یا «فروش و بازاریابی» یا «سیاست» یا «تاریخ» بنویسید، بی‌نیاز از داستان گویی هستید. خیر، یک کتاب موفق در حوزه غیر عملی، کتابی است که داستان گو باشد. داستان‌ها به راحتی اطلاعات را تحت الشعاع قرار می‌دهند، پس چه بهتر که اگر می‌خواهید اطلاعاتی به مردم بدهید و زندگی آنها را غنی کنید، به سبک داستان پردازانه باشد.

منظور ما از داستان پردازی این است که مثلاً اگر قصد نوشتن کتابی در باب روش‌های موفقیت در زندگی شخصی را دارید، آنها را به شکل تیتروار و گذرا بیان نکنید. زیرا با چنین روشی، حتی اگر در هر مورد با شور و هیجان فراوان به توضیح دریافت‌های شخصیتان بپردازید، به دلیل عدم پیوستگی و ایجاد نکردن کشش و تعلیق در جریان کلی کتاب، مخاطب از مقطعی به بعد آن را کنار خواهد گذاشت.

اما در مقابل اگر کتاب را به عنوان یک داستان در نظر بگیرید، اصولاً هر یک از بخش‌های آن، درست مثل خود کتاب، دارای دو جزء مهم خواهند بود. **نقطه شروع** که محل ورود مخاطب به داستان یا بخشی خاص از آن است؛ و **نقاط عطف پیوسته** که بخش‌های اثرگذار آن کتاب (یا فصل‌های آن) می‌شوند. نویسنده هر بخش را به توصیف یک رویداد، تجربه یا مفهوم اختصاص می‌دهد و با توصیف سه مقطع «قبل از تجربه، جریان وقوع آن و دریافت‌های پس از آن» روندی را ترسیم می‌کند که به انتقال دریافت‌ها به مخاطب کمک خواهد کرد.

بنابراین، جدای از موضوع کتاب که می‌تواند کاربردی (درباره مهارت‌های مختلف) باشد یا داستانی، سبک انتقال مفاهیم در آن هم مهم است که توصیه می‌کنیم حتماً همراه با داستان گویی باشد و باز هم تکرار می‌کنیم، «داستان گو بودن نه به معنای سر هم کردن مطالب غیر واقعی برای اغفال مخاطب» بلکه «داستان گو بودن به معنای ترسیم یک روند، خلق نقاط عطف، ایجاد تعلیق و کشش، و پیش بردن محتوا به صورتی که گویی یک داستان را برای مخاطب تعریف می‌کنید.»

داستان‌ها چطور ذهن را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟

همه ما هر روز و هر ساعت با رفتار و گفتار خود در حال اثرگذاری بر اطرافیانمان هستیم و حتی اگر متوجه نباشیم، بازیگر اصلی (نقش اول) داستان زندگی خودمان ایم. حقیقت این است که اثرگذاری اخلاقی و به دور از ریا بر دیگران ایرادی ندارد و اگر شما از محصول، ایده، دریافت، یا هر آن چیزی که برای عرضه به دیگران دارید، مطمئن هستید، داشتن این توانایی داستان گویی مطلوب‌تر هم می‌شود.

پرسش مهم این است که آیا واقعاً داستان‌ها اینقدر اثرگذار هستند؟ تحقیقات مختلف نشان داده که بله، می‌توانند تأثیر گذار باشند. در اصل، احتمال بیشتر آن است که شما قدرت اثرگذاری آنها را دست کم گرفته باشید!

دلیل اینکه داستان‌ها اینقدر خوب بر ما اثر می‌گذارند این است که ما انسان‌ها مستعد پذیرش و جذب عقاید یا تجربیات بیان شده در قالب داستان و استفاده از آنها به مانند دریافت‌های شخصی خود هستیم و این، هم در مورد پیام نهفته در آثار و هم در مورد شیوه بیان آنها صدق می‌کند.

تقریباً به معنای واقعی کلمه، داستان‌ها قادرند ذهن ما را با خود به محل دیگری ببرند و در آن محل دیگر، ممکن است چیزهایی را بپذیریم که در زندگی روزمره با ریشخند آنها را «مزخرفات دنیای واقعی» می‌خواندیم.

یک مثال: شما اغلب سیاستمدارانی را می‌بینید که در زمان برگزاری انتخابات، یک داستان یا شعار را برای گروه و جامعه طرفداران خود درست می‌کنند و بخش بزرگ تلاششان را به سخنرانی و تقویت آن داستان اختصاص می‌دهند. دلیلش ساده است. خلق داستان «یک مرد قوی که در مقابل هر نوع خلافتکاری می‌ایستد و از حقوق مردم دفاع می‌کند» آسان‌تر از پرداختن به «پیچیدگی‌های مبارزه سازمان یافته با خلافتکاری و کاهش نرخ جرایم» است!

این است که به، ارائه اطلاعات و نکته‌های جدید در یک اثر، بسیار خوب و مفید است. ولی اثرگذاری زمانی بالاتر می‌رود که اطلاعات را در قالبی داستان گونه ارائه کنید تا مخاطب حس کند کتاب یک **خط سیر روایی و رو به صعود** دارد و تنها با مشت‌های اطلاعات جدید و مرتبط ولی پراکنده و اتفاقی روبرو نیست.

در اصل اطلاعات ارائه شده در کتاب شما، باید مانند صحنه‌های ضبط شده یک فیلم باشند. همانطور که صحنه‌ها بدون **تدوین مناسب** معنا پیدا نمی‌کنند، اطلاعات کتاب هم بدون **داستان گویی مناسب** نخواهند توانست مخاطب را با خود همراه کنند. داستان گویی نه فقط در نگارش کتاب، بلکه حتی در وبلاگ نویسی، مقاله نویسی و معرفی محصول نیز به کمک می‌آید.

چطور داستان‌های بهتری خلق کنیم؟

ویژگی اصلی برای مجاب کردن مخاطب به ادامه مطالعه، جذاب بودن داستان است. اما چه چیزهایی باعث می‌شوند یک داستان جذاب از کار در آید؟ در اینجا ۴ مورد را برای شما بر شمرده‌ام و البته این آخر داستان نیست:

۴ **تعلیق؛ بیش از آنچه تصویرش را بکنید اثرگذار است.** طراحی پر تعلیق یک داستان، قدیمی‌ترین حقه برای نوشتن کتاب است و دلیل استفاده زیاد از آن، این است که عالی کار می‌کند! با وجود اینکه بارها و بارها در داستان‌ها، فیلم‌ها، مجموعه‌های تلویزیونی و جاهای دیگر با تعلیق روبرو شده‌ایم، ولی هنوز مغز ما نمی‌تواند از لحظات تعلیق به راحتی عبور کند: این فرمولی است که هرگز نخواهد مرد، ما همیشه می‌خواهیم بدانیم که **بعدش چه اتفاقی می‌افتد؟** و دنیا آنقدر تنوع دارد که در هر داستان، این تعلیق وجهی از ذهنمان را تسخیر کرده و ما را با خود می‌برد.

بر طبق تحقیقات انجام شده، نزدیک به ۹۰ درصد از افراد می‌خواهند چیزی که شروع کرده‌اند- خواه یک کار شخصی باشد یا یک کتاب، فیلم یا سریال- را به اتمام برسانند. بنابراین تعلیق به عنوان یک عنصر مهم برای خلق محتوای بلند، غیر قابل چشم پوشی است.

نکته مهم: تعلیق را با تعویق اشتباه نگیرید یا حتی به عمد تعویق را جایگزین تعلیق نکنید. برخی از افراد تصور می‌کنند که تعلیق یعنی به تعویق انداختن. این صحیح نیست. شما به عنوان یک نویسنده (چه داستانی، چه غیر داستانی) می‌خواهید مفاهیمی را به مخاطب منتقل کنید. به این منظور، باید با استفاده از سبک روایت داستانی و هر بار به بهانه موضوعی، یکی از لایه‌ها را کنار بزنید و مخاطب را به مفهوم اصلی نزدیک کنید.

دلیل استفاده از تعلیق، کش آوردن داستان یا طولانی کردن متن نیست، همین طور ایجاد اعتیاد در مخاطب هم نیست. مخاطبین امروزی گستره وسیعی از کتاب‌ها را در پیش رو دارند و اگر حس کنند قصد شما از تعلیق، طولانی کردن متن یا معتاد کردن آنهاست، خیلی راحت کتاب را کنار می‌گذارند. هدف از تعلیق، پخش کردن مفاهیم با ارزش در طول کتاب است. به عبارت دیگر، باید خط سیر مطالب را در سرتاسر کتاب، غنی نگه داشت. نباید تمام موارد اصلی در یک یا چند بخش متمرکز شوند، زیرا با به هم خوردن تعادل محتوایی، سایر بخش‌ها تهی به نظر خواهند رسید. تصور کنید که تمام نکته‌های اصلی و حساس یک کتاب ۲۰۰ صفحه‌ای را در ۵ صفحه اول بگویید. آیا دیگر مخاطب دلیلی برای ادامه مطالعه خواهد داشت؟ آیا بهتر نیست همان ۵ صفحه را در قالب داستان کوتاه یا یک مقاله منتشر کرد؟

البته بحث تعلیق بسیار پیچیده‌تر از چند بندی است که ما به آنها پرداختیم. تعلیق یکی از فنون مهم نویسندگی (به خصوص ادبیات داستانی) است و اگر می‌خواهید در آن به تبحر برسید، باید حتماً در ۱۰ هزار ساعتی که حداقل زمان مناسب برای کارآموزی و کسب تجربه است، وقت زیادی را به آن اختصاص دهید.

به یاد داشته باشید وقتی نحوه روایت داستان پردازانه وارد کتاب‌های غیر داستانی می‌شود، باز هم تعلیق به کار می‌آید. زیرا شما به عنوان یک نویسنده در حال بیان تجارب خود هستید و بدیهی است که اگر آن تجارب واقعی هستند، شما در هر گام رو به جلو در تعلیق واقعی دنیای پیرامون به سر می‌برده‌اید. بنابراین سوال‌های بی‌پاسخ بسیاری در سر داشته‌اید که با گذر زمان، تعلیق مربوط به آنها به پایان رسیده و لحظه‌ای شبیه یک کشف شخصی برایتان پیش آمده. باید این لحظه را برای مخاطب نیز رقم بزنید.

۴ تصویر سازی ماهرانه، به صحنه پردازی دلخواه شما کمک می‌کند. اگر می‌خواهید مردم غرق در کتاب شما و جذب محتوای آن شوند، برایشان توصیف کنید و ببینید که چطور عکس العمل مناسب را نشان می‌دهند.

آیا هیچ یک از ما توانسته‌ایم از غرق شدن در صحنه‌های رمان ارباب حلقه‌ها نوشته «جی آر آر تالکین» دوری کنیم؟ شاید این رمان در کلیت خود به اندازه «هری پاتر» دارای جزئیات مختلف درباره شخصیت‌ها نباشد، ولی توصیف‌های لطیفی که از روی ذکاوت و سلیقه فراوان در جای جای کتاب آمده، باعث می‌شود ما خودمان را در فضای داستان همراه «فرودو بگینز» و «سم وایز گمچی» حس کنیم. غیر از این است؟

توصیف و تشبیه در هر داستانی، نقش تصویرپردازی صحنه‌ها را ایفا می‌کنند. به عنوان مثال آقای «تالکین» می‌توانست به سادگی برای ما بنویسد که «فرودو و سم با یک عنکبوت غول پیکر جنگیدند ولی او یک فصل کامل را به وصف ماهیت و طبیعت دشمن وحشی و نیز شجاعت قهرمانان که به رغم ضعف‌هایشان (شک، ترس و غیره) با پشتکار به راه ادامه دادند، اختصاص داد. چرا؟

زیرا این نویسنده بزرگ از یک حقیقت بسیار کلیدی اطلاع داشت. حتی اگر مشغول نوشتن یک داستان تخیلی هستید، یعنی در دل یک دنیای فانتزی خودساخته گام بر می‌دارید، باز هم توصیف «حقیقت» می‌تواند باعث برقراری ارتباط بهتر با ذات مخاطب شود. چنین حقیقتی می‌تواند احساسات واقعی شخصیت‌ها باشد که جدای از تخیلی بودن داستان زندگیشان، مثل ما از طبیعت انسانی برخوردارند و بنابراین احساساتشان می‌تواند واقعی باشد.

هوشمندی «تالکین» در این است که می‌داند هیچ یک از مخاطبین کتابش با عنکبوت‌های عظیم الجثه روبرو نخواهند شد ولی او با القای دهشت و رعب، ضربان قلب خواننده را بالا می‌برد و چنگ می‌اندازد به احساسات زیر پوستی او. طوری که حین مطالعه این بخش از کتاب، موهای تن آدم سیخ می‌شود. تالکین همزمان با ترسیم دشمن بیرونی، به خوبی رویارو شدن با تردید بیکران درباره توانایی‌های شخصی قهرمانان را هم به تصویر می‌کشد و نشان می‌دهد که مقابله با این وضعیت (دشمن بیرونی، تردید درونی) و حفظ پشتکار، چقدر مشکل است. در اصل، این عناصر واقعی در دل یک داستان تخیلی هستند که برقرار ارتباط با آن را راحت می‌کنند.

حال در هر زمینه‌ای که مشغول نوشتن کتاب هستید، اگر موفق نشوید تصویر درستی از جریان وقایع یا فکرها یا دریافت‌ها را ترسیم کنید، اگر نتوانید به واقعی‌ترین احساسات مخاطبین و ذات انسانی آنها چنگ بیندازید و آن را به ارتعاش در آورید، مخاطب یا کتاب شما را نخواهد خواند یا به راحتی فراموشش می‌کند.

تصویر سازی ماهرانه، به صحنه‌پردازی دلخواه شما کمک می‌کند. چیزی که بدون آن، نفوذ به عمق احساس و ادراک مخاطب ممکن نیست.

۴ فنون ادبی (مثل استعاره یا طنز) اجزاء ضروری داستان‌های به یادماندنی هستند. مزرعه حیوانات (یا قلعه حیوانات) اثر

«جورج اورول» یکی از بهترین آثاری است که در جای جای آن کاربرد ذکاوت‌مندانه و وسیع فنون ادبی به چشم می‌خورد.

در ابتدای این داستان، به طرز عجیب و غریبی همه چیز خوب پیش می‌رود؛ وقتی رهبر غیر رسمی حیوانات، «میجر پیر» می‌میرد و دو خوک به نام‌های «اسنوبال و ناپلئون» عهده دار آینده حیوانات مزرعه می‌شوند. سپس آنها با مداخلاتشان «آقای جونز» صاحب مزرعه را بیرون می‌رانند.

«اسنوبال» هم سر انجام توسط «ناپلئون» بیرون رانده می‌شود تا او قوانین جدیدی را برای مزرعه حیوانات وضع کند. قوانینی که سرانجام منحرف می‌شوند و «ناپلئون» و سایر «خوک‌ها» بیشتر و بیشتر شبیه انسان‌هایی که قبلا اربابان مزرعه بودند، می‌شوند. استحالته‌ای که در قالب یک جمله بی‌نظیر، در اوج خود توصیف می‌شود:

«همه حیوانات با هم برابرند، اما برخی برابرترند.»

این جمله آنقدر معروف است که در زبان انگلیسی به ضرب المثل تبدیل شده. نیازی به اشاره نیست که پشت این کتاب، تلاش بسیاری نهفته است و ما شاهد یک داستان رمز گونه و تمثیلی هستیم که با به قدرت رسیدن استالین و اتحاد شوروی قبل از جنگ جهانی دوم ارتباط تنگاتنگ دارد.

اما ببینید چطور کتابی درباره چیرگی خوک‌ها بر یک مزرعه می‌تواند تبدیل شود به داستانی عبرت آموز درباره تبدیل عقاید تعصب آمیز سیاسی به تبلیغات چند منظوره با کاربردهای مختلف- از خوب تا بد- که سر انجام وجه بد آنها چیره می‌شود.

تکنیک‌های ادبی بسیار و مثال‌های غیر قابل شمارشی از این دست وجود دارند، ما به معروف‌ترین نمونه اشاره کردیم تا مثالی متمایز باشد درباره استفاده نویسنده از آنها برای تبدیل یک داستان ساده به یک اثر هنری بسیار به یاد ماندنی و فوق العاده بحث بر انگیز.

🔗 **الگوسازی جواب می‌دهد.** تغییر کردن با داشتن یک سر مشق همیشه آسان‌تر است. اگر می‌خواهید کسی رفتارش را تغییر دهد یا متمایل به انجام کاری مطلوب شود، می‌توانید فرآیند آن را در قالب یک داستان الگوسازی کنید. کافی است شخصیت یا کاراکتر داستان شما همان روند تحولی را پشت سر بگذارد که مشابه روند مطلوب شما برای مخاطب است.

اثر انتقالی در اینجا مشهود است: مخاطبین خود را در وسط وضعیتی که برایشان ترسیم شده می‌بندد و با شخصیت اصلی خود همذات پنداری خواهند کرد. اغلب، با این روش می‌توان درست تصمیم گرفتن را به مخاطب انتقال داد.

داستان‌های مثبت نیز اغلب به کمک می‌آیند تا مردم با زندگی پر از مشکل شخصیت‌های واقعی آشنا شوند و راه و رسم چیره شدن بر مشکلات را بیاموزند. البته هیچ چیز به صرف خواندن به دست نمی‌آید و الگوسازی باید عملی باشد. ولی یک نوشته خوب، یعنی کتابی که دارای تعلیق، توصیف مناسب و استفاده مناسب از فنون ادبی و الگوسازی است، می‌تواند یک عامل انگیزه بخش برای زندگی افراد باشد. آیا کتاب‌ها برای همین نوشته نمی‌شوند که چیزی به زندگی دیگران بیفزایند؟

موارد دیگری را هم برای داستان‌ها یا مطالب موفق با سبک داستان پردازانه می‌توان ذکر کرد که از آن جمله: رئالیسم اثر، ساختار قدرتمند و بدون حفره، محتوای غنی، و شناسایی طبع مخاطب است.

چطور مثل یک حرفه‌ای کار کنیم؟

اصلاً تعریف فرد حرفه‌ای چیست؟ یکی از ساده‌ترین و سر راست‌ترین تعاریفی که می‌توانیم به شما بدهیم این است: حرفه‌ای کسی است که کارش پر بار است. فرق یک آهنگساز حرفه‌ای با غیر حرفه‌ای در این است که آهنگساز حرفه‌ای، در زمان کمتر کار بیشتری انجام می‌دهد و کیفیت آن کار از کار افراد غیر حرفه‌ای بالاتر هم هست. بنابراین انجام کار با کیفیت در زمان کم، از شما یک فرد حرفه‌ای می‌سازد. البته که در واژه کیفیت مفاهیمی مثل نوآوری، غنی بودن اثر و عدم تقلید هم نهفته‌اند.

چطور چنین چیزی ممکن است؟ چطور یک موسیقی‌دان حرفه‌ای با صرف وقت کمتر کاری پر بارتر از سایرین انجام می‌دهد؟ و چطور چنین افرادی با خواب بیش از میانگین افراد دیگر، چنین موفق می‌شوند؟

تمرین منظم، سنجیده و سطح بالا. تمرینی که با قصد و برنامه ریزی قبلی انجام شده باشد، مشخصه افراد حرفه‌ای است. حرفه آنها فقط شغلشان نیست، بلکه علاقه قلبیشان نیز هست. از خودتان بپرسید چطور می‌شود به کاری علاقه قلبی داشت ولی برای حرفه‌ای شدن در آن، به طور پراکنده (هر زمان که فرصتی دست داد) به تمرین پرداخت؟ این از مورد اول. مورد بعدی این است که تمرین باید سنجیده، سطح بالا و هدفمند باشد. هدفمند به این معنا که هر تمرین برای تقویت یک توانایی خاص صورت بگیرد.

اما تمرین سطح بالا در مقایسه با تمرین‌های شلوغ و در هم و بر هم، نیروی مغزی زیادتری می‌خواهد. چطور می‌توان ضمن انجام چنین تمرین‌های سنگینی، نیروی اراده و انگیزه ادامه راه را از دست نداد؟

ساده‌ترین جواب این است: برای چیره شدن بر ترسی که از تمرکز بر یک پروژه بزرگ دارید، زودتر آن را شروع کنید. تعلیق در اقدام، باعث شکل‌گیری پازل پیچیده‌ای از احتمالات در ذهن شما می‌شود که سرانجام مثل یک کلاف در هم پیچیده، شما را زمین گیر می‌کنند. درست به همین شکل منتهی در جهت بر عکس، اگر شما کاری را شروع کنید، در ۹۰ درصد از مواقع مغزتان تا به نتیجه رساندن آن دست از حل مشکلات بر نخواهد داشت.

انتخاب با خودتان، نیروی مغز را به

حل پازل‌های بی‌پهلو اختصاص می‌دهید

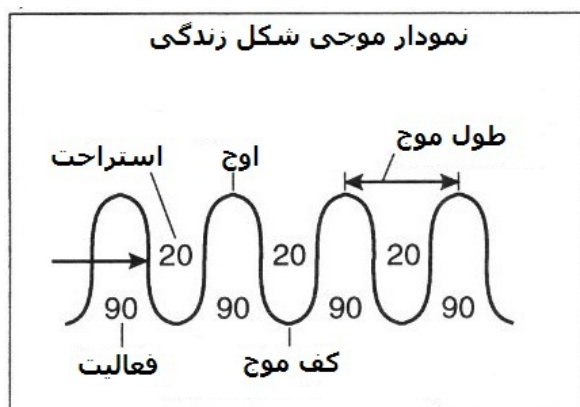
یا کارهایی با نتایج واقعی؟

وانمود نکنید که یک حرفه‌ای هستید! به همین سادگی؛ اگر حرفه‌ای نیستید، به چیزی وانمود نکنید. حتی چنانچه شخصیت اجتماعی شما این گونه است، در خلوت کار و تمرین حرفه‌ای کسی وجود ندارد که شما بخواهید برایش نقش بازی کنید. پس این کار را نکنید.

بهترین راه کسب انضباط شخصی، شکل دادن عادت‌ها است و نه اتکا به نیروی اراده. بسیاری از افراد و گروه‌های موفق، بهره‌وری خود را با تشکیل جلسات و استراحت‌های منظم بالا می‌برند. اما بسیاری از ما با اینکه نگران تحلیل رفتن نیروی اراده خود هستیم، فراموش می‌کنیم

چطور ثمردهی تلاش‌هایمان را از این طریق به حداکثر برسانیم. ما به جای «از جان مایه گذاشتن در جلسات هم‌افزایی، سعی می‌کنیم در طول روز خودمان را مشغول کنیم.» همین مورد در کار فردی هم تکرار می‌شود و به جای «تمرکز روی تمرین‌های تخصصی، مدام روز خود را با کار کردن شلخته به هدر می‌دهیم.»

می‌پرسید در عوض باید چه کرد؟ به نمودار زیر نگاه کنید.



استراحت‌های مقطعی در بین دوره‌های طولانی کار، می‌تواند تا ۱۶ درصد قدرت تمرکز و هوشیاری شما را افزایش دهد. اگر دوره‌های ۹۰ دقیقه‌ای کار را با استراحت‌های کوتاه (حتماً کمتر از ۲۰ دقیقه) همراه کنید، این دو تقریباً بر چرخه‌های طبیعی انرژی شما منطبق خواهند شد و به شما امکان بالا بردن بهره‌وری را می‌دهند.

در مورد داستان نویسی هم وضع به همین منوال است. خیلی سخت خواهد بود که بتوانید در طول روز سطح انرژی خودتان را در اوج نگه دارید. بنابراین باید دوره‌های تمرکز استراحت را با نسبت ۲۰-۹۰ و با دقت و سختگیری رعایت کنید.

به جای اینکه بخواهید انرژی خودتان را ذخیره و سپس در چند ساعت پشت سر هم تخلیه کنید، باید بدانید که تقطیع پروژه‌های بزرگ در قالب بلوک‌های کوچک و برنامه ریزی برای بازیابی انرژی بعد از هر مرحله، راهکار بهتری است.

درس هشتم کلیات بازیابی متن، عنوان گذاری و صفحه بندی

این درس به ویراستاری اثر از منظر جمله بندی و آراستگی متن اختصاص ندارد و ما به طور جدی توصیه می‌کنیم که ویراستاری اثر را به یک فرد متخصص بسپارید. البته اگر خودتان در این زمینه تخصص دارید، می‌توانید آن را به دست بگیرید. ولی حداقل از ۱ یا ۲ نفر بخواهید تا متن شما را بازخوانی کنند.

آنچه در این درس به آن می‌پردازیم بررسی متن از منظر ایرادات املائی، عنوان گذاری برای مطالب یا فصل‌ها، صفحه بندی و حاشیه گذاری، انتخاب طرح روی جلد، و موارد مرتبط با ظاهر کتاب است.

بازیابی متن و نامگذاری

لطفاً وقتی نوشتن کتاب تمام شد، بی‌درنگ آن را منتشر نکنید. این تنها خواسته مهم ما در این بخش است. کاری نکنید که یک مبتدی بی‌تجربه به نظر برسد. بخش بازبینی مرحله‌ای از کار انتشار کتاب است که در آن توجه به موارد مختص کتاب الکترونیکی آغاز می‌شود.

بازبینی؛ پر واضح است که موقع نوشتن کتاب، تمام توجه شما معطوف به ثبت اثر و باقی ماندن در مسیر نگارش صحیح ایده‌ها است. بنابراین بعد از اتمام کار، باید کتاب را بازبینی کنید. دوباره بخوانید. ایرادات را چه ظاهری و چه ساختاری، بیابید .

متن، اصل کتاب است. اگر از آن نویسنده‌هایی هستید که خیلی به متن اهمیت می‌دهند، هر آن چیزی را که توجه مخاطب را از متن پرت می‌کند، کنار بزنید و مواردی را جلو بیاورید که به دیده شدن بخش‌های مهم کتاب کمک می‌کنند. کتاب‌های الکترونیکی بر روی نمایشگرها (از کوچک گرفته تا بزرگ) مطالعه می‌شوند. برخی از این نمایشگرها اصلاً کیفیت خوبی ندارند و مناسب این کار نیستند، بنابراین وظیفه شما این است که کار مخاطب را راحت‌تر کنید. برای این مورد، هم سعی کنید موجزتر بنویسید و هم بر روی ساده و مؤثر بودن ظاهر صفحات وسواس بورزید .

اما در سمت دیگر، اگر از آن دست نویسندگانی هستید که خلاصه نویس هستند، اطمینان حاصل کنید که بخش‌های مهم کتابتان به خوبی توضیح داده شوند. تصور کنید که اگر بخشی از کتاب نامفهوم باشد، تماس گرفتن با شما به آسانی پرسیدن یک سؤال در وبلاگ نخواهد بود. پس به اندازه کافی مطالب مهم را توضیح دهید .

از افرادی که به شما نزدیک هستند بخواهید اثر را مطالعه و نظراتشان را به شما منتقل کنند. در این مرحله بهتر است به افراد غیر آشنا اعتماد نکنید و کتاب را در خانه نگه دارید .

به دنبال بهبود باشید، نه کمال؛ در زمان بازبینی کتاب، دنبال این نباشید که یک اثر خارق العاده و از نظر کمال، مطلق را خلق کنید. بلکه به دنبال عبور از یک سطح کیفی خاص باشید که کتاب شما را قابل قبول کند. باور کنید که هرگز هیچ اثری به طور مطلق کامل نخواهد بود .

در مرحله بازبینی، یک عنوان عالی انتخاب کنید. اکنون وقت خوبی برای انتخاب عنوان کتاب است. بنا به چند دلیل: اول اینکه بازبینی متن باعث می‌شود محتوای کتاب در ذهن شما تازه شود. دوم اینکه مطالعه آن از ابتدا تا آخر به شما یک چشم انداز جامع می‌دهد که در شروع نوشتن کتاب آن را نداشتید .

حالا که محتوای کتاب نهایی شده، متوجه خواهید شد که موقع نوشتن آن چقدر پیچ و تاب خورده‌اید و مواردی که از قبل انتخاب نشده بودند را در کتاب جای داده‌اید. بنابراین اگر در ابتدای نگارش کتاب عنوان روی جلد را انتخاب می‌کردید، احتمالاً در مرحله بازبینی به تغییر آن قانع می‌شدید. در نظر داشته باشید که اگر ویراستار مستقلی برای کتاب انتخاب کرده‌اید، می‌شود از او هم برای انتخاب عنوان کمک گرفت .

عنوان ایده آل (به علاوه یک جایگزین)؛ عنوان ایده آل عنوانی است که فقط در چند کلمه، ایده و محتوای اصلی کتاب را به مخاطب منتقل کند. متأسفانه همیشه انتخاب چنین عنوانی آسان نیست، بنابراین در صورتی که این مرحله فرساینده شد، یک عنوان طولانی‌تر انتخاب کنید. شاید بعداً عنوان نهایی به ذهنتان خطور کرد. ولی در هر دو صورت، یادتان باشد که مخاطب هدف، باید با دیدن عنوان کتاب جذب ایده و محتوای آن شود .

انتخاب اندازه صفحه؛ معمولاً کتاب‌های الکترونیکی چاپ نمی‌شوند، ولی اگر بنا را بر این بگذاریم که قرار است چاپ شوند، به احتمال زیاد روی برگه‌های A4 خواهند نشست. بنابراین بهترین انتخاب می‌تواند A4 باشد که برای تبلت‌های ۱۰ اینچی هم مناسب خواهد بود. البته ما با آموزش طرز ساخت نسخه ای‌پاب، این امکان را برای شما فراهم کرده‌ایم که بدون نگرانی از ابعاد یا نسبت نمایشگر، نسخه مناسبی از کتاب خود تهیه کنید. ولی در صورتی که خواستید برای تبلت‌های ۷ اینچی یا تلفن‌های هوشمند نسخه PDF درست کنید، می‌توانید ابعاد تقریبی ۸ تا ۸.۵ سانتی متر برای عرض و ۱۱ تا ۱۲ سانتی متر برای طول صفحات را انتخاب کنید. اندازه فونت را هم باید به طور تجربی و بسته به نوع فونت، از طریق آزمون و خطا مشخص کنید.

فرمت یکسان برای تمام صفحات؛ فرمت تمام صفحات باید یکسان باشد. تنها استثنا می‌تواند صفحه اول هر فصل باشد که بهتر است در نسخه PDF برای آن Header و شماره صفحه تعبیه نشود. در عین حال بهتر است شماره صفحات را در یک سمت درج کنید و مثل

کتاب‌های چاپی آنها را یکی در میان در داخل و بیرون صفحه قرار ندهید. علت این کار، گیج نکردن مخاطب است تا همیشه بداند که شماره صفحه در کدام قسمت قرار دارد. برای نسخه ePub هم که نیازی به هدر و سایر موارد نیست و در درس‌های بعدی به طور مفصل به آن خواهیم پرداخت .

حاشیه‌های سفید را با دست و دلبازی انتخاب کنید. فکر نکنید که چون کتاب شما از نوع الکترونیکی است، باید تمام صفحه را پر از متن کنید. خیر! حاشیه مناسب در بالا و پایین صفحه برای قرار دادن شماره صفحات و پاورقی‌ها الزامی است. برای حفظ تناسب هم که شده، باید در چپ و راست حاشیه مناسبی قرار دهید. ۲ تا ۲.۵ سانتی متر می‌تواند حاشیه مناسب برای صفحه تلقی شود .

از ویرایشگر «ای پاب» استفاده کنید. بعد از اینکه طرز ساخت نسخه «ای پاب» را برای شما آموزش دادیم، با برنامه‌ای به نام Sigil آشنا خواهید شد که برای ویرایش نسخه «ای پاب» کاربرد دارد. ترجیحاً برای ویرایش یا انجام تغییرات در نسخه پی دی اف بهتر است فایل اصلی را در محیط ورد دستکاری کنید ولی برای ای پاب از Sigil برخوردار هستیم .

فضای سفید دوست شما است. در اینجا منظور من از فضای سفید، حاشیه‌ها نیستند بلکه فضاهای بین متنی هستند. هم فضای بین متن و میان تیترها، و هم فاصله بین خطوط متن. باید بر اساس تجربه و نوع فونت انتخابی برای متن، این فواصل را با یک رویکرد ثابت در سرتاسر متن انتخاب کنید .

از اول تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید کتاب تجملی باشد یا خیر. این مورد بستگی مستقیمی به محتوای کتاب دارد. آیا کتاب شما یک کتاب جدی است یا یک کتاب نوگرا در مورد مسائل کاربردی؟ دلان می‌خواهد کتابتان چطور به نظر برسد؟ آیا می‌خواهید نقل قول‌ها را در قالبی متفاوت از متن اصلی قرار دهید؟ آیا می‌خواهید عکس‌ها کادر داشته باشند؟ این‌ها مواردی است که به طراحی کتاب مربوط می‌شود و بهتر است با یک طراح خبره در این مورد مشورت کنید .

توجه ویژه‌ای به عکس‌ها داشته باشید. اگر از عکس در لا به لای متن استفاده می‌کنید به کیفیت آن توجه ویژه‌ای نشان دهید. اگر عکس‌ها را خودتان تهیه می‌کنید مطمئن شوید که استانداردهای عکاسی در آنها لحاظ شده باشد و اگر از جای خاصی آنها را می‌خرید نیز مطمئن شوید که منحصر به کتاب شما خواهند بود .

صفحاتی که باید در کتاب وجود داشته باشند

کتاب‌شناسی؛ حتماً صفحه کتاب‌شناسی را در ابتدای تمام کتاب‌ها مشاهده کرده‌اید. کتاب شما هم باید یکی داشته باشد .

اطلاعات مربوط به حق استفاده از محتوا (کپی رایت)؛ کتاب که منتشر می‌شود حاصل کار دنباله دار شما در زمینه ترجمه یا تألیف است. بنابراین مطمئن شوید که اعلانی شفاف به مخاطبین ارائه می‌کنید تا در صورت سوء استفاده از متن شما، امکان پیگیری وجود داشته باشد .

درباره مؤلف؛ یک بیوگرافی مختصر از خودتان، در پایان کتاب یا ابتدای آن می‌تواند شناسنامه کاری شما به حساب آید. همچنین می‌توانید آدرس وب سایت خود را برای آشنایی بیشتر مخاطبین در این بخش قرار دهید .

سپاسگزاری و ارجاعات؛ اگر کسی در نوشتن کتاب یا جمع آوری اطلاعات به شما کمک کرده یا متونی را از منابع دیگر استفاده کرده‌اید، باید آنها را نیز در کتاب بیاورید. ممکن است منابع کمکی شما زیاد باشند، راهی نیست جز آنکه تمام آنها را مورد اشاره قرار دهید .

طراحی جلد برای کتاب

حتماً این جمله معروف را شنیده‌اید که «مردم از روی جلد درباره متن کتاب قضاوت می‌کنند.» به هر حال نمی‌شود گفت که این واقعیت محض است ولی مسلماً اشاره‌ای به یادماندنی به اهمیت طراحی جلد کتاب است. شما می‌توانید خودتان به طراحی جلد بپردازید یا اینکه از خدمات آنلاین برای این مورد استفاده کنید. البته بهترین انتخاب، برگزیدن یک طراح جلد حرفه‌ای است که بتوانید با او به اندازه کافی رایزنی و ایده‌های خود را به طرح منتقل کنید .

کتاب را تست کنید

این مورد را اینجا ذکر می‌کنیم و انتظار داریم در انتهای تهیه نسخه نهایی کتاب الکترونیکی خود نیز آن را رعایت کنید. وقتی همه چیز را کنار هم چیدید، مطمئن شوید که تمام اجزاء صحیح و سالم هستند و ایرادی در ظاهر و باطن کتاب وجود ندارد

درس نهم ابزارهای مورد نیاز نویسندگان

از این درس به مرور وارد مسائل فنی می‌شویم. شما قطعاً نویسندگی را با ماشین تایپ‌های قدیمی یا قلم و کاغذ انجام نخواهید داد. هر دوی این موارد، هم زمان بیشتری از شما می‌گیرند و هم خطرناک هستند.

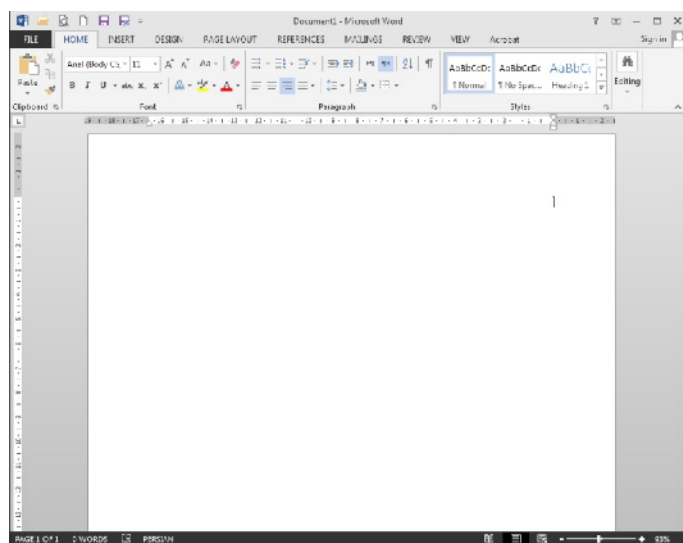
از منظر صرفه جویی در زمان، دو مورد قابل اشاره است: مورد اول اینکه نوشتن با ابزارهای سنتی سخت است و هر از گاهی ایرادات پیش بینی نشده‌ای مثل خرابی دستگاه تایپ، تمام شدن کاغذ و... به وجود می‌آیند. مورد دوم اینکه به هر حال شما برای نشر دیجیتال، نیازمند داشتن نسخه‌ای الکترونیکی از کتاب خود هستید که دارای یک فرمت جهانی باشد. بنابراین دلیلی برای کار دوباره وجود ندارد.

از منظر خطرناک بودن هم، خودتان بهتر می‌دانید که متون درج شده روی کاغذ هر چقدر هم که در جای امنی پنهان شوند، باز امکان دسترسی به آنها توسط اشخاص غیر مرتبط با پروژه وجود دارد، پس نگهداری دست نوشته‌های کاغذی می‌تواند بسیار مشکل ساز شود. ضمن اینکه امکان بروز حوادثی مثل آتش سوزی نیز همیشه هست که این به تنهایی می‌تواند دسترنج چند هفته یا چند ماه شما را بر باد دهد.

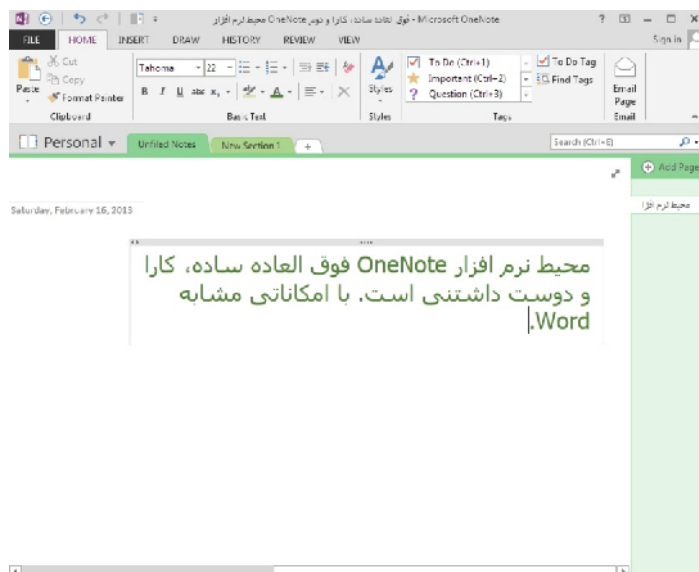
از هر نظر توصیه اکید ما این است که با استفاده از برنامه‌های پردازش متن، یادداشت‌ها و دست نوشته‌های خود را ثبت کنید و همزمان آنها را در فضای ابری نیز ذخیره کنید. اما در این درس، با موارد پیشنهادی ما همراه باشید.

برنامه‌های پردازش متن و یادداشت برداری

مجموعه Microsoft Office که هر سه سال یک بار نسخه‌ای جدید از آن ارائه می‌شود، یک بسته نرم افزاری غنی است که از هر نظر به کار شما می‌آید. از بین نرم افزارهای این مجموعه، دو مورد شایسته توجه ویژه هستند:



Microsoft Word: چه برای نوشتن متن، چه برای ویرایش آن، چه برای صفحه آرایی و صفحه بندی، و چه برای گرفتن خروجی با فرمت‌های مختلف، این نرم افزار بهترین انتخاب است. شما همزمان می‌توانید فایل‌های ایجاد شده با Word را داخل پوشه حساب ابری خود قرار دهید تا با هر بار ذخیره کردن تغییرات، محتوای شما در جایی دور و امن ذخیره گردد. به خصوص برای خروجی گرفتن با فرمت پی دی اف، استفاده از این برنامه را توصیه می‌کنم.

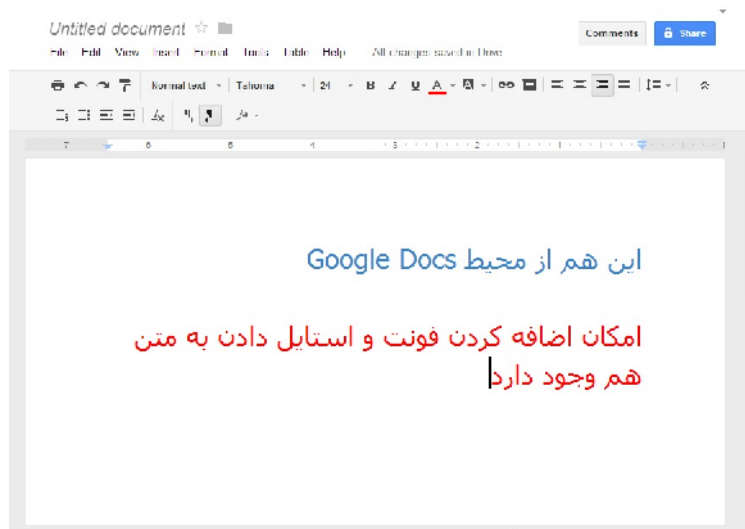


Microsoft OneNote: این برنامه که کمتر در بین کاربران آفیس شناخته شده است، بهترین گزینه برای یادداشت برداری در محیط ویندوز است. سریع و ساده و همواره در حال ذخیره آنی نوشته‌های شما. یک بار که امتحانش کنید، دیگر رهایش نخواهید کرد .

۳ جایگزین برای Microsoft Office

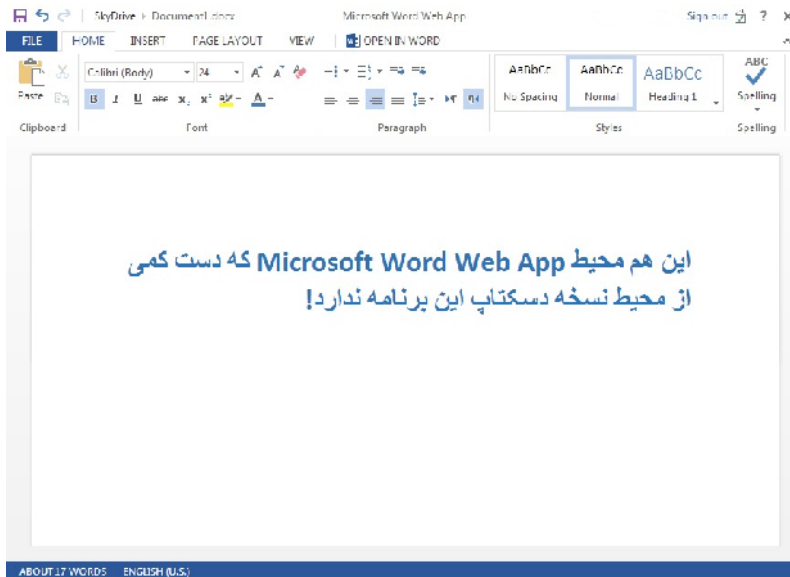
اما چنانچه قادر نیستید یا نمی‌خواهید از برنامه‌های مایکروسافت استفاده کنید، ۲ سرویس ابری و ۱ برنامه دسکتاپ دیگر را به شما پیشنهاد می‌کنم:

Google Docs: یکی از جایگزین‌های خوب برای Microsoft Word، سرویس ابری گوگل است که یک برنامه پردازش متن آنلاین را در اختیار شما قرار می‌دهد. یک ویژگی بزرگ آن، اتصال دائمی به فضای ابری و ذخیره همزمان نوشته‌ها است. بنابراین خیالتان راحت است که در صورت به وجود آمدن نقص برای رایانه، نوشته‌ها در جای امنی هستند. ولی این برتری، همزمان ایراد هم به حساب می‌آید زیرا چنانچه بخواهید متن‌ها را بر روی رایانه ویرایش کنید و اینترنت قطع شده یا کند باشد، به مشکل بر خواهید خورد .

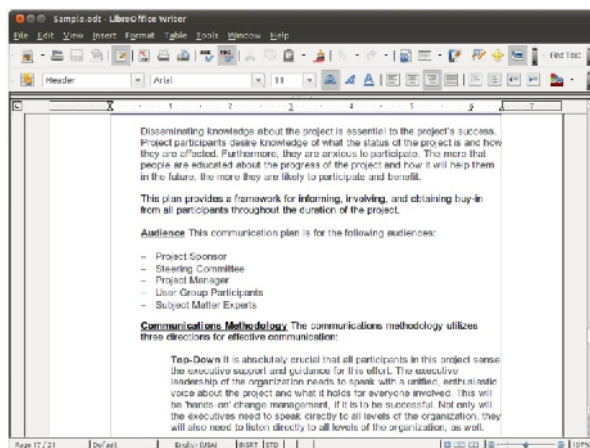


Microsoft Office Web Apps: باورش سخت است ولی یکی از بهترین جایگزین‌های Microsoft Word ، دست پرورده خود این غول دنیای نرم افزار است. کافی است یک حساب outlook یا skydrive داشته باشید. آن وقت قادر خواهید بود فایل‌های

docx (قابل اجرا در Word) یا one (قابل اجرا در OneNote) را در skydrive ایجاد، ذخیره و ویرایش کنید. OneNote را می‌توان بهترین نرم افزار یادداشت برداری دنیا نامید که البته نسخه وب آن هم عالی است.



LibreOffice: یک نرم افزار پردازش متن آزاد است که جزو بهترین جایگزین‌های Microsoft Word برای استفاده بر روی رایانه به حساب می‌آید. دو خوبی آن، یکی رایگان بودن و دیگری امکان ویرایش متن در حالت آفلاین است که دومی را با سرویس‌های ابری ذکر شده در بالا نخواهید داشت.



با Dropbox دوست شوید

اگر با برنامه‌های دسکتاپ کار می‌کنید، بهترین گزینه پیشنهادی ما برای ذخیره فایل‌ها در فضای ابری، دراپ باکس که استفاده از آن نیازمند ایجاد حساب کاربری در سایت این شرکت و نصب برنامه آن بر روی رایانه یا سایر دستگاه‌ها است. با فرض اینکه شما از Word و OneNote برای نوشتن و یادداشت برداری استفاده می‌کنید، فایل‌های ایجاد شده با هر دوی این برنامه‌ها و در واقع انواع فایل‌های مورد نیاز شما برای کار نویسندگی، به راحتی و با امنیت بالا توسط دراپ باکس با حساب ابری همگام می‌شوند. البته پیشنهاد من این است که پوشه دراپ باکس روی رایانه خود را داخل یک درایو رمزنگاری شده توسط برنامه TRUECRYPT ایجاد کنید تا فقط و فقط شما امکان دسترسی به آن را داشته باشید.

با Calibre آشنا شوید: برنامه‌ای پاب ساز

Calibre برنامه بسیار خوبی برای مطالعه کتاب‌های epub بر روی رایانه، مدیریت کتابخانه دیجیتال شخصی، تبدیل کتاب‌های الکترونیکی و همگام سازی کتاب‌ها با سایر دستگاه‌های شخصی است.

ما در درس دهم این دوره، چگونگی تبدیل فایل متنی شما از فرمت doc به epub با استفاده از این برنامه را شرح خواهیم داد. روشی آنقدر ساده و روان که مایه شوق فراوان شما خواهد شد.

از آنجایی که این دوره هدفمند است، به سایر ویژگی‌های Calibre نخواهم پرداخت ولی برای آشنایی بیشتر، بد نیست به [سایت این برنامه](#) سری بزنید و برنامه را دانلود کنید.

با Sigil آشنا شوید: برنامه‌ای برای ویرایش ای پاب

همان طور که Calibre عسای دست ما برای ساخت ای پاب خواهد بود، Sigil نیز در مرحله پس از آن به کمک‌تان خواهد آمد تا با ایجاد تغییراتی در فایل ای پاب، نسخه دلخواه خود را بسازید.

طرز کار با این برنامه را نیز در درس یازدهم این دوره با شما در میان خواهیم گذاشت. اما قبل از آن، حتماً برنامه را [از سایت آن](#) دانلود کنید.

با Adobe Reader دنیای پی دی اف را از یاد نبرید

هر چند این دوره با ارائه روشی آسان برای تهیه فایل ای پاب از کتاب به پایان خواهد رسید ولی فرمت پی دی اف را نیز که در اصل تنها فرمت مهم در کناری پاب است، نمی‌توان از یاد برد.

برای ساخت فرمت پی دی اف کتاب از برنامه مایکروسافت ورد استفاده خواهیم کرد. ولی به هر حال Adobe Reader برای بررسی دیداری فایل نهایی مورد نیاز است. بنابراین با آن نیز آشنایی مختصری حاصل کنید.

درس دهم آشنایی با دو فرمت ای پاب و پی دی اف

در این درس می‌خواهیم به دو فرمت رایج و مهم در نشر دیجیتال بپردازیم، یعنی «ای پاب» و «پی دی اف» که لازم است برای انتخاب بین دو رویکرد متفاوت در نشر دیجیتال، با آنها آشنا شوید.

ای پاب چیست؟

احتمالاً نام «ای پاب» به گوش شما رسیده است، برخی افراد فکر می‌کنند که واژه «کتاب الکترونیکی» یا همان «ایبوک» تنها به کتاب‌هایی با فرمت ای پاب گفته می‌شود ولی این نیز تنها یکی از فرمت‌های رایج است.

ای پاب در اصل، یک پوشه فشرده، حاوی تعدادی فایل مختلف است. کتاب‌ها یا متن‌هایی با فرمت ای پاب را می‌توان در اکثر دستگاه‌هایی که یک اپلیکیشن «ای پاب خوان» روی آنها نصب است، اجرا کرد و مورد مطالعه قرار داد. چنین اپلیکیشنی فایل‌های داخل آن پوشه را تفسیر کرده، سپس یک به یک، به شکل متن نمایش می‌دهد و البته که شما می‌توانید از طریق فهرست مطالب تعاملی، بین فایل‌ها یا در اصل همان صفحات جا به جا شوید.

مشخصه اصلی فرمت ای پاب، «تطبیق پذیری خودکار» با رزولوشن صفحه نمایشی است که دستگاه شما از آن بهره می‌برد. به بیان دیگر، با ای پاب بر روی هر صفحه نمایشی می‌توان انتظار خوانا بودن متن، به همراه تغییر آسان اندازه فونت‌ها را داشت و از این رو، مطالعه بسیار دلپذیر می‌شود. ای پاب همچنین از برخی موارد تعاملی ابتدایی، استفاده از عکس و حتی فیلم و صدا در داخل محتوای متنی نیز پشتیبانی می‌کند.

به طور معمول از ای پاب برای متن‌های سنگین مثل کتاب‌های داستانی، رمان، زندگینامه و موارد مشابه استفاده می‌شود. در این شرایط، هر فصل از کتاب توسط یک فایل html مجزا نمایندگی می‌شود. بلکه درست متوجه شدید html، یعنی زبان کدنویسی مورد استفاده توسط سایت‌ها.

ممکن است برسید که آیا فایل ای پاب یک وبسایت است؟ در اصل باید گفت که بیشتر یک «میکرو وبسایت» است نه یک وبسایت. ای پابها بسیاری از ویژگی‌های یک وبسایت رایج را دارا نیستند ولی چنانچه یک فایل ای پاب را از حالت فشرده خارج کنید، پوشه‌ای با ساختار مشابه یک وبسایت را خواهید دید. حتی می‌توانید یک فایل ای پاب را با نرم افزارهای توسعه وب مثل Dreamweaver نیز ویرایش کنید.

یک فایل ای پاب بیش از آنچه که به چشم می‌آید زیره کاری دارد. به واقع، در پس صحنه تهیه ساده ترین ای پابها نیز سکانس‌های متعددی به وقوع می‌پیوندد که قاعداً وقتی شما یک مخاطب باشید نیازی به دانستن آنها احساس نمی‌کنید. ولی در مقام یک نویسنده و یا تهیه کننده فایل ای پاب، خوب است که از آنها خبر داشته باشید. به خصوص این اطلاعات زمانی در نظر شما با ارزش تر جلوه می‌کنند که پس از اتمام نگارش یا ترجمه کتاب، خود را در موقعیت خطیر «عدم اعتماد به سایرین» برای تهیه نسخه ای پاب، بیابید.

اگر تمایل دارید کتاب خود را با این فرمت منتشر کنید، بد نیست درباره زبان‌های نشانه گذاری (Language Markup) پایه، HTML و CSS بیشتر بدانید. ممکن است تا پیش از این حتی یک خط کد را هم مشاهده نکرده باشید، ولی واقعیت این است که اطلاع از موارد یاد شده شما را در فهم بهتر فرمت ای پاب یاری خواهد کرد.

مزایای یک کتاب با فرمت ای پاب

ای پاب مزایای زیادی دارد. با آن، شما از وابستگی به سیستم عامل‌های مختلف در امان هستید. محتوای کتاب بر تنها عنصر مهم، یعنی اندازه و نسبت طول به عرض نمایشگر، تطبیق پذیر است و اندازه فایل ای پاب هم نسبتاً کوچک خواهد بود.

به خاطر هسته HTML، صفحات ای پاب را می‌توان روی هر نمایشگری، هر سیستم عاملی و به خصوص دستگاه‌های موبایل (تلفن و تبلت) مشاهده کرد. تنها چیزی که مورد نیاز است، اپلیکیشن یا برنامه‌ای است که قابلیت رمزگشایی و نمایش آنها را داشته باشد که با اطمینان می‌توان گفت تمام سیستم عامل‌ها دارای چنین ابزارهای جانبی هستند. در اصل شما حتی می‌توانید با نصب افزونه‌های مناسب روی مرورگر کامپیوتر خود، بدون نیاز به نصب هیچ برنامه دیگری ای پابها را مطالعه کنید. بنابر این، فرمت ای پاب واقعاً محدودیتی از این نظر ندارد.

با فاصله زیاد از سایر مزایا، تطبیق پذیری خودکار این فرمت با اندازه نمایشگر را باید ویژگی برترش دانست. بر روی نمایشگرهای کوچک مثل تلفن‌های هوشمند نیز قابلیت بزرگ کردن فونت را می‌توان ذکر کرد که خوانایی متن را به حداکثر می‌رساند و هیچ چالشی از این منظر وجود ندارد. حتی می‌توان رنگ پس زمینه را نیز برای مطالعه در شب و روز، یا برای همسان سازی با رنگ حاشیه نمایشگر تغییر داد تا کنتراست در حد دلخواه تنظیم شود.

کمبودهای یک کتاب با فرمت ای پاب

حالا نوبت می‌رسد به ذکر برخی کمبودهای ای پاب؛ نکته اول این است که برخی از برنامه (اپلیکیشن)ها فقط قادر به خواندن ای پاب‌های ساده (متنی) هستند در حالی که برخی دیگر از آنها مثل iBooks اپل، از جدیدترین امکانات فرمت ای پاب نیز پشتیبانی می‌کنند. بنابراین مخاطبین شما ممکن است بر روی دستگاه‌های مختلف، تجربه مطالعه‌ای کاملاً دور از آنچه در ذهن داشتید را تجربه کنند که این می‌تواند شامل نمایش متفاوت فونت، تغییر در چینش کلمات، اندازه حروف، حاشیه صفحات و غیره باشد. البته این تا حد زیادی غیر قابل گریز است و باید آن را بپذیرید. اما معنای آن چیست؟

معنای تفاوت‌ها این است که شما باید نظرات و تجربیات کهنه کارهای این امر را در ذهن داشته باشید و ای پاب خود را بر اساس استانداردهای نوشته و نانوشته وب درست کنید. این به معنای آشنایی با استانداردهای HTML است که در ای پاب به کار برده می‌شوند. ولی در عین حال نباید از ویژگی‌های اختصاصی و پیشرفته ای پاب برای ایجاد یک تجربه کاربری واحد در تمام برنامه‌های ایبوک ریدر نیز غافل شد.

با وجود مشکلات و سختی‌ها، نباید از فرمت ای پاب بهرسانید. وقتی با HTML و CSS و استانداردهای وب بیشتر آشنا شوید، خواهید فهمید که با وجود سختی‌ها، آموختن این فنون ارزش بهرمنند شدن از منافع این فرمت را دارند.

مهم‌ترین ویژگی ای پاب که تطبیق پذیری با نمایشگرهای مختلف است، در عین حال یک نقطه ضعف نیز به حساب می‌آید. زیرا محتوا در اندازه‌های مختلف جا به جا می‌شود و برای طراح سخت است که جاگیری آنها را کنترل کند، در نتیجه شما درای پاب‌ها شاهد آرایش صفحه زیبا و پیچیده مثل آنچه در پی دی اف یافت می‌شود نخواهید بود .

محتوا در یک فایل ای پاب، معمولاً در یک قالب کشیده از بالا به پایین و به ترتیب قرارگیری متن چیده می‌شود. عکس‌های و نگاره‌های تصویری بایستی به عنوان عناصر متصل و درون متنی (in-line) در بین بندها گنجانده شوند تا به ترتیب، همراه با متنی که آنها را نمایندگی می‌کند به تصویر در آیند .

ضعف دیگر ای پاب‌ها، نداشتن شماره صفحه است. البته علت چنین امری کاملاً واضح است. وقتی شما با فرمتی رو به رو باشید که به طور خودکار با نمایشگر انطباق می‌یابد و اندازه فونت آن قابل تغییر است، بسته به اندازه نمایشگر و تغییری که کاربر در اندازه فونت پدید می‌آورد، ترتیب قرار گیری مطالب در صفحات نیز تغییر خواهد کرد .

حال چنانچه بخواهید بر اساس شماره صفحه، ارجاعاتی بدهید تقریباً کاری ناشدنی در پیش دارید. چطور با صفحاتی که مدام تغییر حجم و اندازه پیدا می‌کنند، می‌خواهید بر اساس شماره صفحه مخاطب را راهنمایی کنید؟ این کار نشدنی است. مسلماً با قرار دادن لینک‌ها می‌توان راهبری خوبی را برای مخاطب رقم زد، اما در عین حال باید مراقب بود که تجربه کاربری پیچیده نشود .

ای پاب برای ناشران دیجیتال یک وسیله مناسب است تا محتوای تولیدی خود را در اختیار کاربران استفاده کننده از انواع رایانه‌ها (چه سنتی، چه در قالب‌های مدرنی مانند تبلت و تلفن هوشمند) قرار دهند. در اصل کنترلی محدود در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد ولی به ازای آن، وابستگی به اندازه نمایشگر تقریباً از بین می‌رود و با این وجود، فایل پایداری خوبی خواهد داشت .

تولید ای پاب‌های ساده به زبان فارسی هر چند نسبت به نمونه‌های انگلیسی یا سایر زبان‌های مشابه آن کمی سخت‌تر است، ولی نتیجه خوبی خواهد داشت. واقعیت این است که ای پاب در زمان حاضر، یکی از بهترین فرمت‌ها برای نشر کتاب است. برای همین، ما نحوه ساختن آن را در این دوره به شما آموزش می‌دهیم. بنابراین اصلاً نگرانی به خود راه ندهید .

نکته: لازم به ذکر است که فرمت ای پاب، دارای گونه‌ای با نام «ای پاب با صفحه آرایی ثابت» یا Fixed-Layout EPUB هم هست. همان طور که ذکر شد، مهم‌ترین ویژگی ای پاب، تطبیق پذیری خودکار با اندازه نمایشگر است. اما در این نسخه خاص، صفحات ثابت هستند. ویژگی‌های این نوع ای پاب عبارت هستند از:

- عدم وجود قابلیت تطبیق با نمایشگرهای مختلف (ولی متن همچنان در اختیار مخاطب است تا در آن به جستجو، کپی کردن یا علامت گذاری بخش‌های دلخواه پردازد).
- کنترل بهتر بر طرح بندی صفحات حاوی محتوا؛ از جمله در حال تمام صفحه یا دو صفحه در کنار هم .

ای پاب ثابت برای نشر محتوایی که ظاهر و طراحی آنها به اندازه ماهیت متنیشان مهم است، چاره ساز است زیرا حذف قابلیت تطبیق خودکار، باعث حفظ تأثیر طراحی می‌شود. طراحانی که ساعت‌ها روی شکل دادن قالب بصری چنین محتوایی وقت می‌گذارند، از اینکه طرح نهایی بدون تغییر و بدون وابستگی به اندازه نمایشگر، به طور یکسان در مقابل دیدگان تمام مخاطبین قرار می‌گیرد بسیار راضی خواهند شد. و مخاطبین نیز از ظاهر آراسته متن لذت خواهند برد .

ای پاب ثابت می‌تواند چیزی بیش از جریان طولی از کلمات و تصاویر باشد. شما با آن می‌توانید کنترل نمایشگر حاوی محتوا را به دست بگیرید .

البته ما در این دوره به‌ای پاب ثابت نمی‌پردازیم .

آشنایی با پی دی اف

اگر ادعا کنیم پی دی اف رایج‌ترین فرمت برای نشر فایل‌های متنی در کل دنیا است، نه اغراق است و نه کم گویی. پس در اینجا به آن می‌پردازیم تا هم از آشنایی شما با آن اطمینان حاصل کرده و هم توضیحات کامل و مرجعی را ارائه داده باشیم.

پی دی اف چیست؟

فرمت «سند قابل حمل» (برگردان Document Format Portable) که کمپانی ادوبی ارائه کننده آن است تقریباً رایج‌ترین راه برای به اشتراک گذاشتن کتاب‌ها در زمان حاضر است. فرمت پی دی اف، نسخه‌ای ساده شده از Adobe PostScript است که یک زبان برنامه نویسی رایج برای توصیف داده‌های گرافیکی اسناد به منظور پرینت کردن می‌باشد.

اغلب اوقات پی دی اف در اصل با تبدیل (convert) کردن فایل PostScript یک سند اصلی ساخته می‌شود به این صورت که رو نوشت کل اطلاعات هر صفحه یعنی فونت‌ها، تصاویر و چیدمان آنها تهیه شده و سپس فایل حاصل از آن فشرده می‌شود تا در نهایت یک پی دی اف را داشته باشیم. هر چند این‌ها به نظر پیچیده می‌آیند ولی فقط با چند کلیک ساده در برنامه مایکروسافت ورد امکان پذیر هستند .

پی دی اف فرمت نشر بسیار رایجی است و می‌توان این خصوصیات را برای آن بر شمرد:

- پی دی اف‌ها مستقل از سیستم عامل هستند. یعنی می‌توان یک پی دی اف را بر روی رایانه ویندوزی، مک، تبلت یا تلفن اجرا کرد .
- پی دی اف نیز یک فرمت با آرایش ثابت است؛ یعنی صفحه بندی فایل طراحی شده، بر روی تمام دستگاه‌ها یکسان مشاهده می‌شود .
- می‌توان محتوای تعاملی یا چند رسانه‌ای نیز در پی دی اف قرار داد؛ مواردی مثل لینک‌های بیرونی برای ارجاع به سایت‌ها، فرم‌های قابل پر کردن برای چاپ بر روی کاغذ، یا محتواهای چند رسانه‌ای مثل فیلم، صدا یا انیمیشن. همچنین می‌توان مطالب را ستاره دار و یا هایلایت نیز کرد و بوکمارک‌هایی برای فایل ایجاد نمود .
- ویژگی‌های امنیتی مانند امکان حفاظت به کمک رمز، یا مدیریت حقوق دیجیتال نیز در پی دی اف وجود دارد .

پی دی اف آنقدر رایج است که تقریباً تمام نرم افزارهای نشر و تولید محتوا امکان ذخیره فایل‌ها با این فرمت را دارا هستند. شاید بهترین ویژگی آنکه در بالا ذکر نشد «رایگان بودن تولید، نشر و استفاده» از آن باشد. لذا این فرمت مزایای فراوانی برای ناشران دیجیتال دارد .

پی دی اف را باید شکل دهنده عصر دیجیتال صنعت نشر دانست. زیرا در زمانه‌ای که قلمرو نشر پریشانی زیادی داشت، با قابلیت‌های خوب و سادگی‌اش توانست بسیار مفید واقع شود. خوشبختانه کمپانی ادوبی نیز آن را رها نکرده و همچنان به افزودن ویژگی‌های جدید به این فرمت جهان‌گیر می‌پردازد تا رقابتی باقی بماند. بنابراین می‌توان با اطمینان که گفت که این فرمت تا سال‌های سال حضور خود در عرصه دیجیتال را حفظ خواهد کرد .

مزایا و معایب پی دی اف

پی دی اف مدت‌ها است که در میان ما حضور دارد. در زمان ظهورش، ادوبی به طور مستمر در پی این بود که برای به اشتراک گذاری آسان، امن و منعطف اسناد و متون، یک فرمت با دوام را به دنیا عرضه کند. اینک با پشتیبانی از محتواهای غنی تعاملی، اسناد پی دی اف می‌توانند فراتر از متن صرف عمل کنند. بیابید نگاهی داشته باشیم به کیفیت‌های مختلف پی دی اف به عنوان یکی از راهکارهای نشر دیجیتال.

بزرگ‌ترین مزیت پی دی اف، فراگیری آن است. اکثر برنامه‌ها خروجی با فرمت پی دی اف دارند و اگر چنین نباشد، معمولاً پلاگین‌ها یا اسکریپت‌هایی برای فعال سازی این قابلیت ساخته شده .

ویژگی عالی دیگر، امکانات امنیتی است. شما می‌توانید برای فایل پی دی اف رمز بگذارید تا فقط کسانی قادر به مطالعه آن باشند که رمز در اختیارشان قرار گرفته. همچنین می‌توان برای اینکه کسی نتواند در فایل اصلی تغییری ایجاد کرده و احیاناً آن را به نام خودش باز نشر کند نیز از رمز دیگری استفاده کرد. جزئیات این ویژگی‌ها و چگونگی استفاده از آنها را در درس مربوطه برای شما بازگو خواهیم کرد .

اما این فرمت که روش اصلی برای نشر دیجیتال در دوران ما است، مناسب همه نیازهای ناشران نیست. بله، بدون شک ساخت آن ساده‌تر از ای پاب است ولی امکاناتی که در اختیار مخاطب قرار می‌دهد- و در نتیجه سطح رضایت او پایین‌تر است. بنابراین باید بدانید که امروزه با پی دی اف قادر به کسب رضایت یا جلب توجه همه مخاطبین بالقوه خود نخواهید بود .

به عنوان مثال، پی دی اف قابلیت تطبیق خودکار با نمایشگرهای مختلف را ندارد. از این رو در صفحات کوچک، فونت‌های آن ریز و ناخوانا می‌شوند. البته همانطور که پیش‌تر ذکر شد، می‌توان با ارائه نسخه‌هایی در اندازه‌های مختلف برای تلفن‌ها و تبلت‌های کوچک‌تر، این مشکل را تا حدی رفع کرد ولی سایر مشکلات پا بر جا می‌مانند .

دیگر ایراد پی دی اف نبود کانال‌های عرضه فراگیر در سطح جهانی است زیرا بازارهای فروش امروزی بر روی فرمت ای پاب تمرکز کرده‌اند . در مجموع می‌توان گفت که پی دی اف به خصوص از جنبه راحتی تولید و نیز پوشش کم نقص فونت‌ها، جزو انتخاب‌های برتر برای انتشار کتاب شما خواهد بود. ضمن اینکه باید عدم وجود امنیت در ای پاب، و امکان رمزگذاری پی دی اف را نیز به شما یادآوری می‌شویم

درس یازدهم چطور فایل پی دی اف خود را آماده و تبدیل کنیم؟

برای تبدیل کتاب خود، ابتدا بایستی یک کپی از فایل اصلی بگیرید و آن را با نام دیگری که متمایز است و برای تهیه نسخه های ای پاب یا پی دی اف کنار گذاشته شده، ذخیره کنید. سپس مراحل زیر را به ترتیب پیش می‌بریم.

مرحله اول مربوط به آماده سازی فایل در محیط نرم افزار مایکروسافت ورد است و مرحله دوم مربوط به تهیه نسخه های ای پاب و پی دی اف. مرحله اول برای هر دو فرمت تقریباً یکسان است ولی مرحله دوم کاملاً فرق دارد پس آن را در دو شاخه مجزا تعریف کرده‌ام که یکی مختص پی دی اف و دیگری مختص ای پاب است .

مرحله اول: آماده سازی فایل در محیط Word

مراحل مورد نظر را به طور گام به گام و همراه با تصاویر مربوطه برای شما شرح داده‌ام:

۱ حذف موارد غیر ضروری یا زاید: در فایل ای پاب، محتوای صفحات متغییر است بنابراین نیازی به شماره صفحه نداریم و آن را از بالا یا پایین تمام صفحات حذف می‌کنیم. همچنین از آنجایی که صفحات متغییر هستند، زیرنویس آنها نیز ممکن است جا به جا شود و در محل صحیح به نمایش در نیاید. بنابراین زیر نویس‌ها را هم کلاً حذف می‌کنیم و سپس یا در انتهای هر فصل می‌آوریم یا تمام آنها را در قالب یک فصل یا بخش مجزا در انتهای کتاب ذکر می‌کنیم که این مورد دوم، حرفه‌ای‌تر است. بنابراین در کل بهتر است که در بخش Header و Footer هیچ متنی قرار نگیرد .

تذکر: برای تهیه فایل پی دی اف، وجود Header و Footer هیچ مشکلی به وجود نمی‌آورد و می‌توانید آنها را با خیال راحت حفظ کرده و طراحی دلخواه‌تان را پیاده کنید .

۲ آماده سازی متن: متن شما باید در محیط Word مرتب سازی شود. این بخش برای هر دو فرمت ای پاب و پی دی اف شامل مواردی از این دست می‌شود: راستچین کردن متن، یک دست سازی فاصله سطر اول هر پاراگراف نسبت به حاشیه سمت راست صفحه، وسط چین کردن عکس‌ها و توضیحات هر یک، حذف فضاهای اضافه موجود بین پاراگراف‌ها و سایر موارد مهم برای آراسته کردن ظاهر متن .

۳ ریزه کاری‌های متن: قرار دادن مصوت‌ها (یعنی آ- ب) معمولاً در پی دی اف مشکلی پیش نمی‌آورد. اما برای ای پاب حتماً از کاربرد حمزه عربی اجتناب کنید و در صورت نیاز به آن، از «ی» فارسی بهره بگیرید .

همچنین کاربرد نیم فاصله هم برای متن پی دی اف مشکلی به وجود نمی‌آورد ولی احتمال دارد بسته به نوع فونت مورد استفاده شما، این کار در تهیه ای پاب مشکل ساز شود- که البته پس از تهیه فایل می‌شود آن را تصحیح کرد بنابراین قبل از فرمت بندی متن، یک بار فرآیند

ساخت ای پاب را بر روی چند صفحه محدود که شامل تمام کاراکترهای متنی می‌شوند آزمایش کنید تا از سالم بودن نتیجه نهایی کار مطمئن شوید.

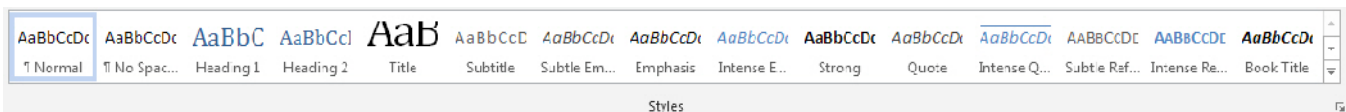
با رعایت سه مرحله فوق، یک صفحه متنی باید دارای شکل کلی زیر باشد. البته برای پی دی اف می‌توان Header و Footer هم طراحی کرد که من در اینجا چنین کاری نکرده‌ام:



فونتی که ما برای این نمونه کتاب استفاده کرده‌ایم B Zar است، شما می‌توانید از فونت‌های عمومی تری مثل Arial یا Tahoma هم استفاده کنید و یا در صورت استفاده از فونتی خاص، فایل کتاب را بعد از ساخت پی دی اف تست کنید. همان طور که مشاهده می‌کنید یک صفحه کاملاً ساده و بدون اضافات را در ابعاد A4 برای تهیه ای پاب یا پی دی اف داریم .

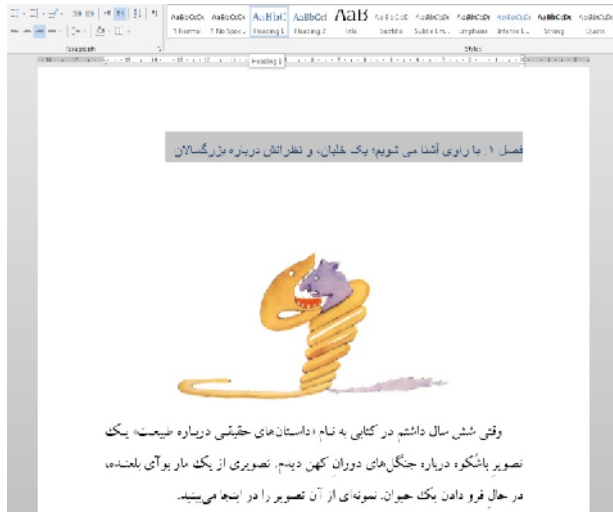
من عنوان فصل را وسط چین و برجسته کرده‌ام که بر اساس سلیقه شخصی است. شما می‌توانید آن را راستچین کنید. ولی فکر می‌کنم هم عقیده هستیم که وسط چین بودن عکس به زیبایی کتاب می‌افزاید و بهتر است همه عکس‌ها را وسط چین کنید .

☞ **استایل گذاری عناوین تمام فصل‌های کتاب:** در عکس قبلی، سرفصل یعنی عنوان «فصل ۱: با راوی آشنا می‌شویم؛ یک خلبان، و نظراتش درباره بزرگسالان» با فرمت ساده و از جنس خود متن است. ما در Word، زیر تب Home بخشی به نام Styles داریم که تصویر آن را در زیر می‌بینید:



همان طور که پیدا است استایل متن ما Normal است ولی برای آنکه در فایل ای پاب یا پی دی اف نهایی، بتوانیم فهرست دسترسی سریع به ابتدای هر فصل را داشته باشیم، نیازمند آن هستیم که عنوان اصلی هر فصل را با استایل Heading ۱ مشخص کنیم- که در تصویر بالا می‌شود گزینه سوم از سمت چپ.

بنابراین کل عبارت «فصل ۱: با راوی آشنا می‌شویم؛ یک خلبان، و نظراتش درباره بزرگسالان» را با نشانگر موس انتخاب می‌کنیم و سپس روی استایل Heading ۱ کلیک می‌کنیم.



همان طور که مشاهده می‌کنید، رنگ و نوع فونت سر فصل من عوض شده و در عین حال در بخش Headings نیز به ثبت رسیده است. حالا برای اینکه فونت سر فصل با بقیه متن همخوانی داشته باشد آن را به طور دستی در بخش Font به B Zar تغییر می‌دهیم. سپس اندازه‌اش را تنظیم کرده و مجدداً وسط چین می‌کنیم. در نتیجه صفحه ما بعد از انجام تغییرات مربوط به سر فصل، به شکل زیر در می‌آید:



شاید در نگاه اول به نظر برسد که فقط رنگ فونت عوض شده ولی در انتها وقتی عملیات مشابهی را بر روی تمام سر فصل‌های کتاب انجام دهم در بخش Headings یک فهرست دسترسی سریع به ابتدای تک تک فصل‌ها خواهیم داشت که تصویر آن را در زیر مشاهده می‌کنید:



عملیات این مرحله کمی زحمت دارد، ولی در عوض موجبات راحتی مخاطبین را فراهم می‌کند. پس آن را نادیده نگیرید، به هیچ وجه!

۵ ذخیره تغییرات: بسیار خوب، حالا یک بار فایل متنی خود (که بهتر است با فرمت doc باشد) را ذخیره می‌کنیم تا تغییرات انجام شده، تثبیت شوند.

در اینجا دیگر کار ما با Microsoft Word تقریباً تمام شده و می‌خواهیم به سراغ مرحله دوم برویم که گرفتن خروجی برای نسخه‌های PDF و EPUB است. ما ابتدا به مورد اول می‌پردازیم که آسان‌تر و سرراست‌تر است و سپس به سراغ مورد دوم می‌رویم. بنابراین با دیدن دو عنوان «مرحله دوم» گیج نشوید. قبلاً هم اشاره کردیم که این‌ها دو شاخه مختلف هستند.

مرحله دوم، شاخه اول: تهیه نسخه PDF کتاب

فرض را بر این می‌گذاریم که دیگر ویرایش کتاب به پایان رسیده و آماده تهیه نسخه PDF هستیم. برای این کار ما از Microsoft Word نسخه سال ۲۰۱۳ استفاده می‌کنیم که امکانات بسیار خوبی دارد. روش کار، تفاوت چندانی با نسخه‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۰۷ این نرم افزار ندارد، بنابراین نگران نباشید.

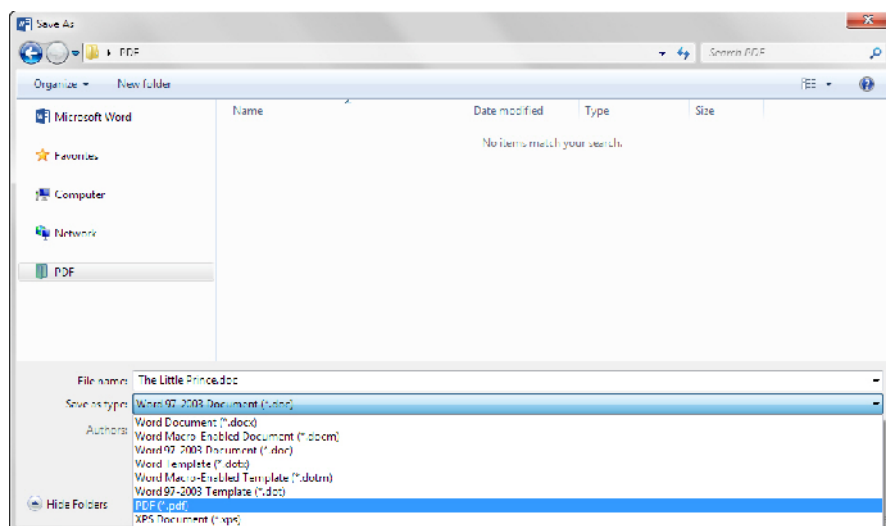
ابتدا به دو مورد مرتبط اشاره می‌کنم و سپس مراحل عملی این تبدیل را پی می‌گیرم:

۱ فرمت PDF/A: نسخه‌ای از فرمت کلی PDF به شمار می‌رود که با استاندارد ISO ۱۹۰۰۵ تهیه می‌شود. این فرمت مخصوص ذخیره اسناد و کتاب‌ها به صورت دیجیتال است و ماندگاری بالاتری نسبت به PDF معمولی دارد. بنابراین پیشنهاد من این است که اگر می‌خواهید کتاب خود را با فرمت PDF منتشر کنید، ترجیحاً PDF/A باشد. مزایای آن شامل ماندگاری بالا و خوانایی روی انواع دستگاه‌ها هستند و در عین حال با یک تنظیم کوچک، شما از یک مزیت مهم یعنی ایجاد Bookmark برای فایل‌تان هم برخوردار می‌شوید.

۲ راه‌های ذخیره PDF: برای تبدیل فایل doc به pdf شما در محیط نرم افزار Word دو راهکار پیش رو دارید. راهکار اول استفاده از منوی Save as است و راهکار دوم استفاده از منوی Print. ما در اینجا فقط به شرح مورد اول می‌پردازیم زیرا رویکرد این درس، یک رویکرد حرفه‌ای بر اساس مؤلفه‌های استاندارد است.

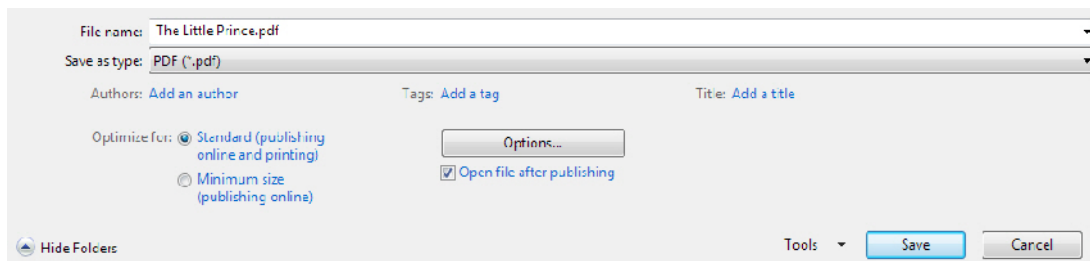
نکته: دقت داشته باشید که در این مرحله شما باید جلد رو و پشت کتاب را در داخل فایل doc خود قرار داده باشید زیرا پس از ذخیره فایل PDF/A دیگر امکان ایجاد تغییر بدون خراب کردن فرمت، وجود ندارد.

۳ استفاده از منوی Save as:



با انتخاب گزینه Save as در نرم افزار ورد، منویی مشابه پنجره بالا را مشاهده خواهید کرد. در فهرست آشناری زیر این منو، گزینه pdf قابل مشاهده است. آن را انتخاب می‌کنیم.

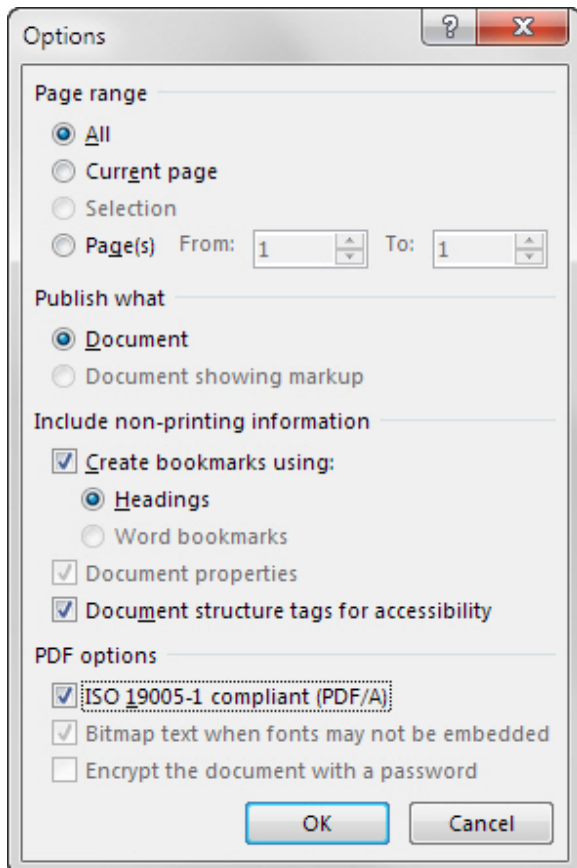
در ادامه دو گزینه زیر عنوان Optimize for قابل انتخاب هستند:



-می‌توانیم کتاب را برای انتشار آنلاین طوری تبدیل کنیم که در عین حال امکان چاپ آن با کیفیت خوب هم وجود داشته باشد. برای این کار گزینه Standard را انتخاب می‌کنیم .

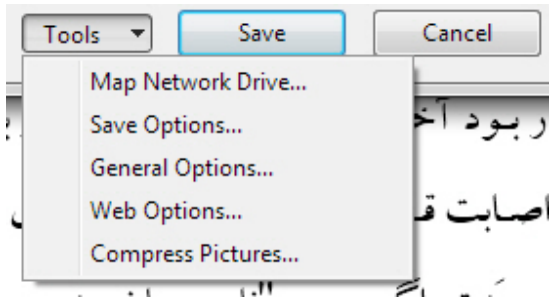
-اما اگر بخواهیم کتاب فشرده‌تر و فقط برای مطالعه بر روی دستگاه‌های دیجیتال تبدیل شود، باید گزینه Minimum Size را انتخاب کنیم .

سپس به سراغ گزینه دیگر می‌رویم که با عنوان Options در وسط این پنجره به چشم می‌آید. با کلیک بر روی آن پنجره زیر باز می‌شود:



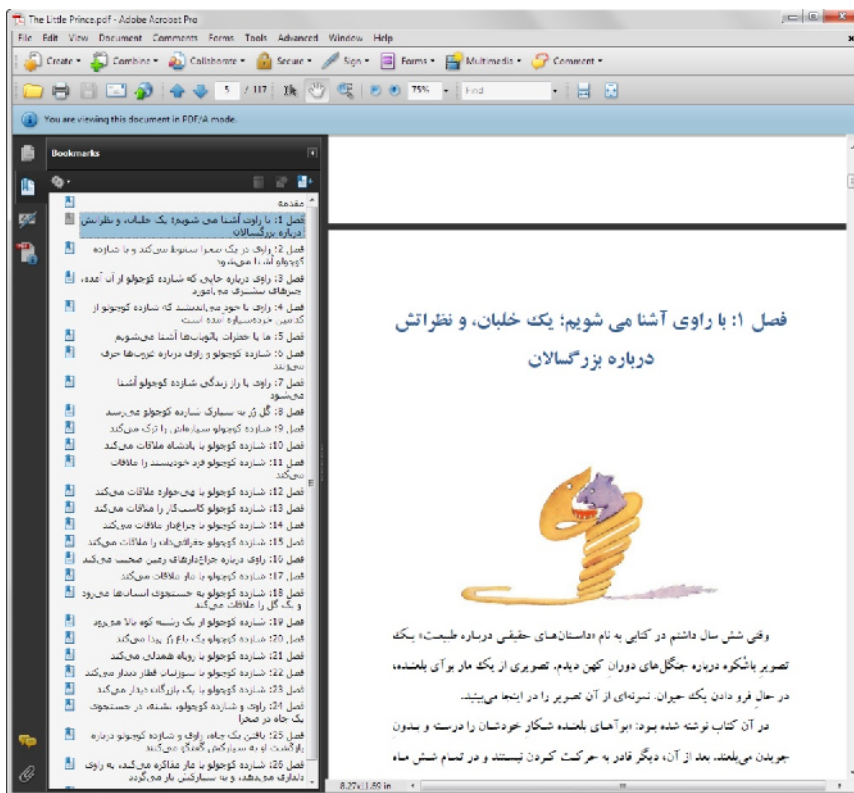
در زمان تهیه کتاب خودتان دقت داشته باشید که تمام موارد، عیناً مانند تصویر فوق تیک خورده باشند. به خصوص بخش سوم از بالا که مربوط به ذخیره اطلاعات غیر چاپی در فایل پی دی اف است. این اطلاعات غیر چاپی همان Headingهایی هستند که با استفاده از بخش استایل‌ها در محیط ورد درست کرده بودیم و با تیک زدن گزینه مورد نظر در اینجا، به طور خودکار تبدیل به Bookmark های فایل PDF کتابمان خواهند شد و مخاطبین می‌توانند با استفاده از آنها دسترسی سریعی به ابتدای هر فصل داشته باشند.

۴ **تنظیمات بیشتر:** اگر تنظیمات بیشتری مد نظر باشد- یعنی چیزهایی مثل رمزگذاری برای فایل یا سایر گزینه‌ها می‌توان از منوی Tools و گزینه General Options استفاده کرد:



البته در این بخش باید مراقب بود که تنظیمات استاندارد به هم نخورد.

۵ **پایان کار ذخیره سازی نسخه PDF:** با فشردن دکمه Save فایل ما با تنظیماتی که اشاره شد ذخیره می‌شود. حالا می‌توان آن را در برنامه Adobe Reader باز کرد:



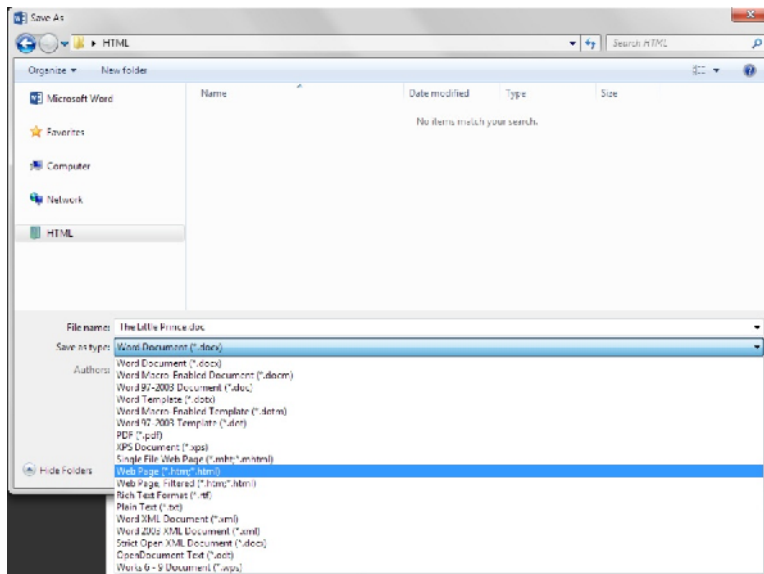
همانطور که مشاهده می‌کنید، نوار آبی رنگی در بالای صفحه وجود دارد که نشان می‌دهد فایل ما از نوع PDF/A است. در ضمن پنجره Bookmarks در سمت چپ نیز سر فصل‌ها را نشان می‌دهد که برای دسترسی سریع به هر فصل، گزینه پر کاربرد و مهمی است .

در اینجا کار ساخت نسخه PDF کتاب به انتها رسیده و می‌توان از آن لذت برد. اما هنوز یک بخش دیگر نیز باقی است و آن ساخت نسخه ای پاب است

[درس دوازدهم چطور فایل ای پاب خود را آماده و تبدیل کنیم؟](#)

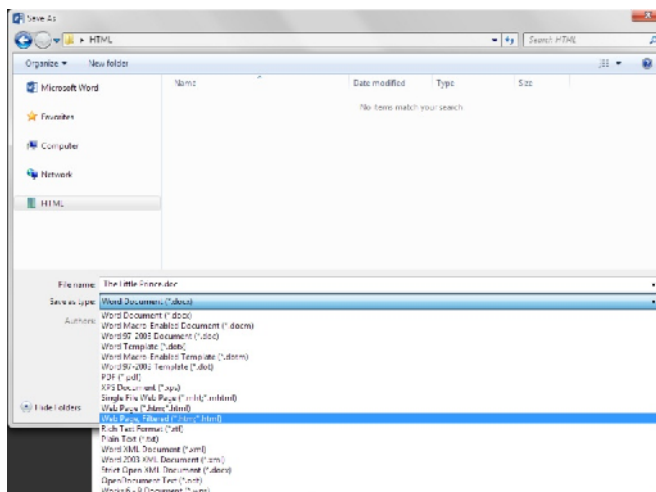
مرحله دوم، شاخه دوم: ذخیره فایل HTML با Word و تهیه نسخه‌ای پاب در محیط نرم افزار Calibre
 این بخش شامل دو مرحله است. ابتدا باید یک خروجی HTML از فایل doc گرفت و سپس در محیط نرم افزار کالیبره، از فایل HTML یک خروجی ای پاب تهیه کرد. شاید این مرحله کمی باعث طولانی شدن این درس شود. اگر تمایل دارید، استراحتی بکنید و سپس به ادامه درس بپردازید.

➔ **ایجاد فایل HTML:** بعد از ذخیره فایل متنی با ورد که بهتر است دارای فرمت doc باشد، باید یک خروجی با فرمت HTML بگیریم. برای این کار وارد بخش Save As در نرم افزار Word می‌شویم:

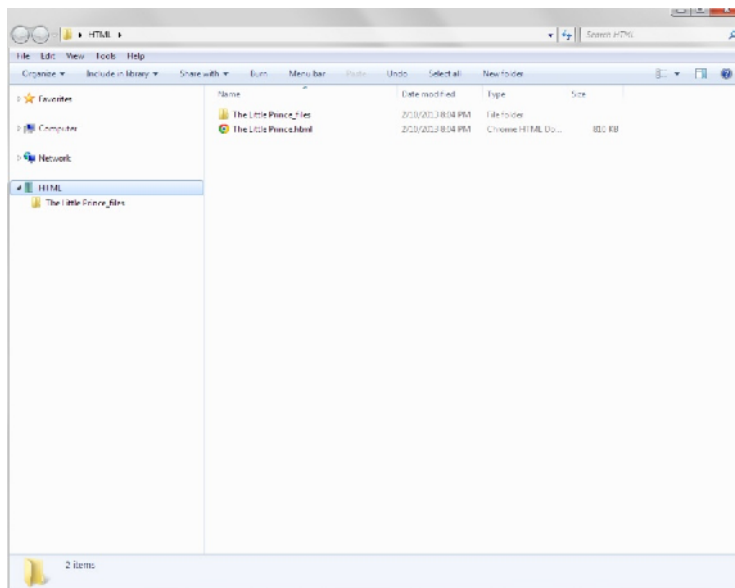


همان طور که در بالا مشاهده می‌کنیم می‌توانید گزینه Web Page را انتخاب کنید که یک خروجی با فرمت HTML به ما می‌دهد (می‌توان برای ذخیره با فرمت HTML به طور دستی یک حرف L کوچک به انتهای HTML اضافه کرد). اما کتاب ما دارای عکس است و نمی‌خواهیم مجبور شویم که بعداً عکس‌ها را جداگانه اضافه کنیم .

گزینه Web Page عکس‌ها را در داخل متن HTML ذخیره نخواهد کرد. بنابراین برای رسیدن به این هدف، در زیر آن گزینه Web Page, Filtered را انتخاب کرده و سپس فایل را با فرمت HTML ذخیره می‌کنیم:

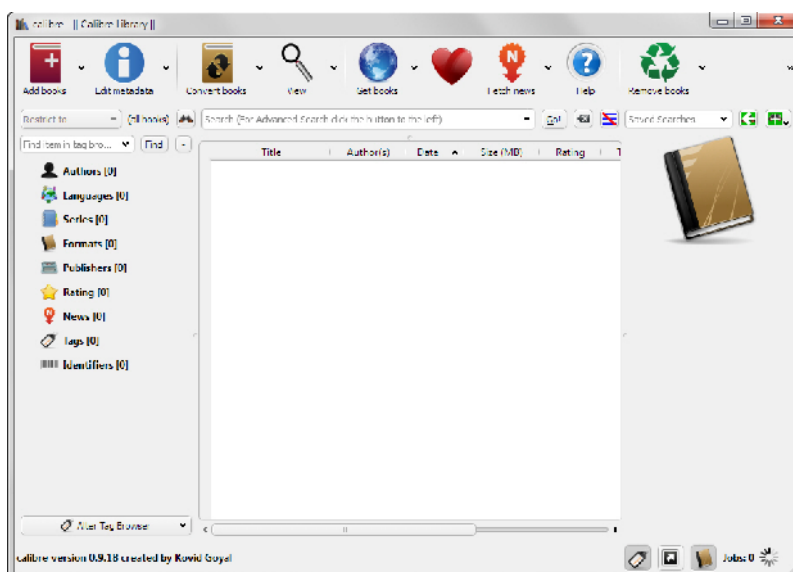


حالا فایل ما در داخل یک پوشه مجزا به نام HTML که بر روی Desktop خود درست کرده بودیم ذخیره شده است. دقت کنید که فایل HTML به همراه یک پوشه که عکس‌ها داخل آن هستند ذخیره شده و پیشنهاد می‌کنیم عکس‌هایی که داخل فایل doc خود قرار می‌دهید، دارای فرمت JPG باشند.

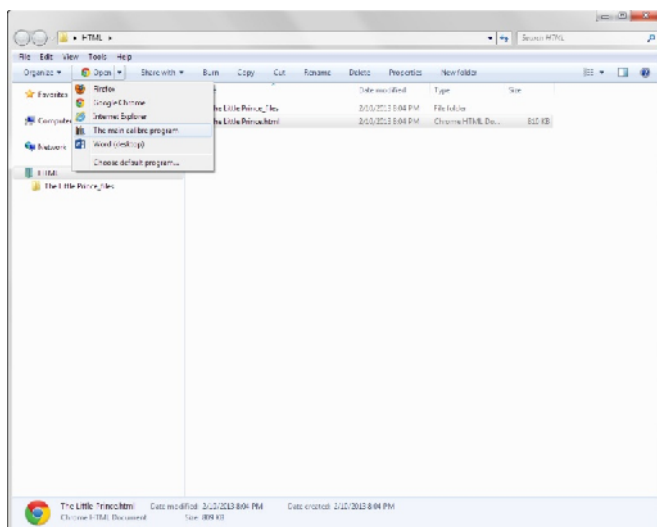


۴ **چک کردن فایل:** بعد از ذخیره فایل، ممکن است برخی ناهماهنگی‌ها در فایل HTML شما وجود داشته باشد، بنابراین بد نیست عملیاتی مثل پرانتز و نقل قول، و نیز حروف و کاراکترهای مختلف را بررسی کنید تا از صحت فایل خود مطمئن شوید و سپس با خیال راحت به ادامه کار بپردازید.

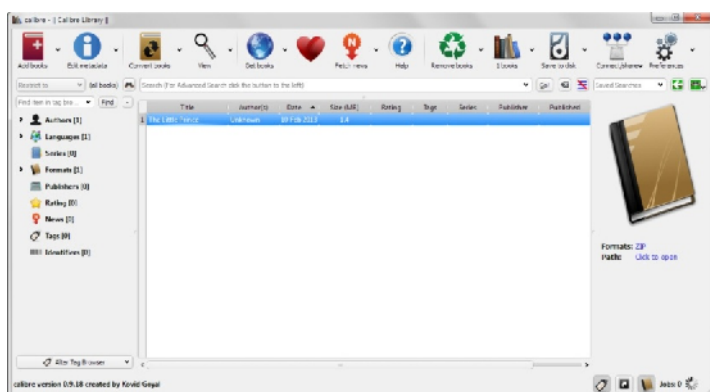
در اینجا کار ما با ورد تمام شده است. حتما نرم افزار کالیبره را از درس ۷ (ابزارهای مورد نیاز نویسندگان) به خاطر دارید. حالا وقت استفاده از آن است. در اینجا یک تصویر از محیط داخلی نرم افزار برای شما آورده‌ایم:



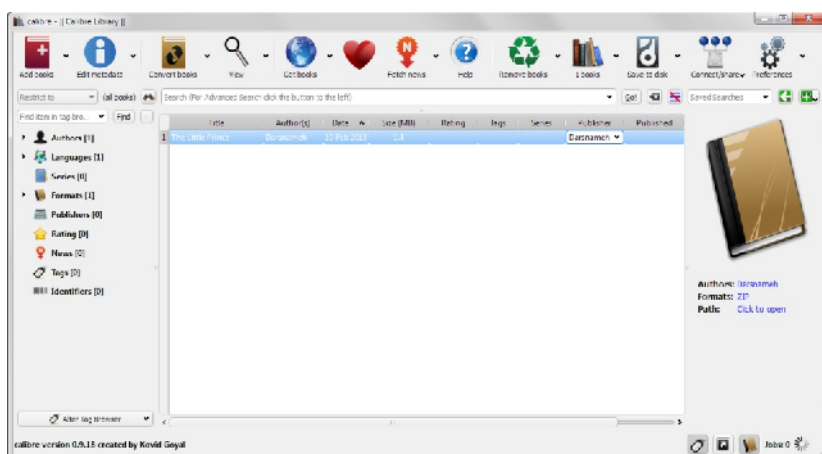
۴ **باز کردن فایل html در محیط کالیبره:** در این بخش کافی است با انتخاب فایل HTML از بخش Open در پنجره ویندوز خود، گزینه The Main Calibre Program را انتخاب کنید:



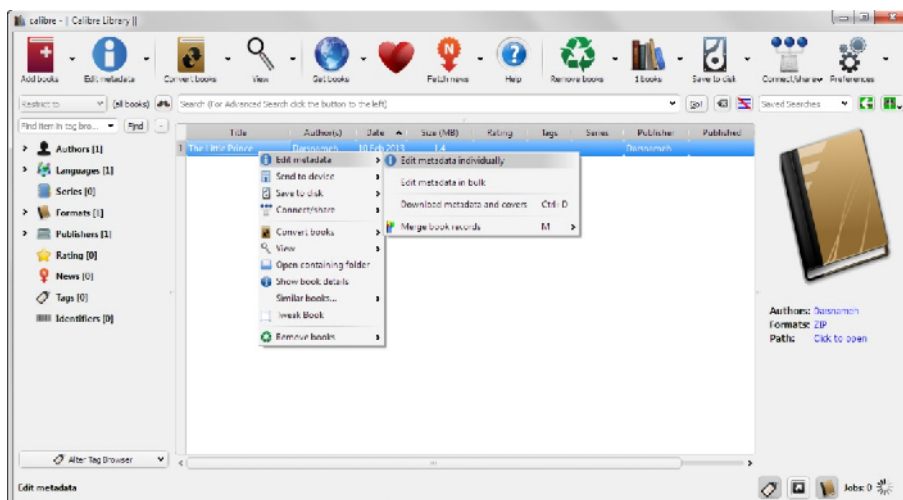
سپس فایل به کتابخانه کالبره اضافه می‌شود:



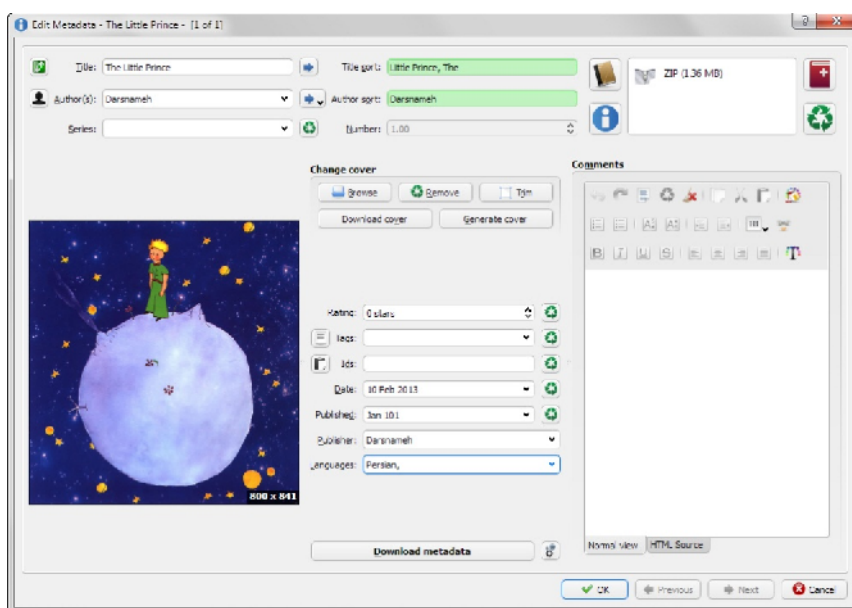
❖ اضافه کرده مشخصات اولیه و عکس روی جلد: همان طور که در نوار مربوط به کتاب در محیط کالبره پیدا است، فایل دارای گزینه‌های مختلفی مثل Author و Publisher است. شما می‌توانید آنها را با کلیک کردن روی هر جای خالی تکمیل کنید:



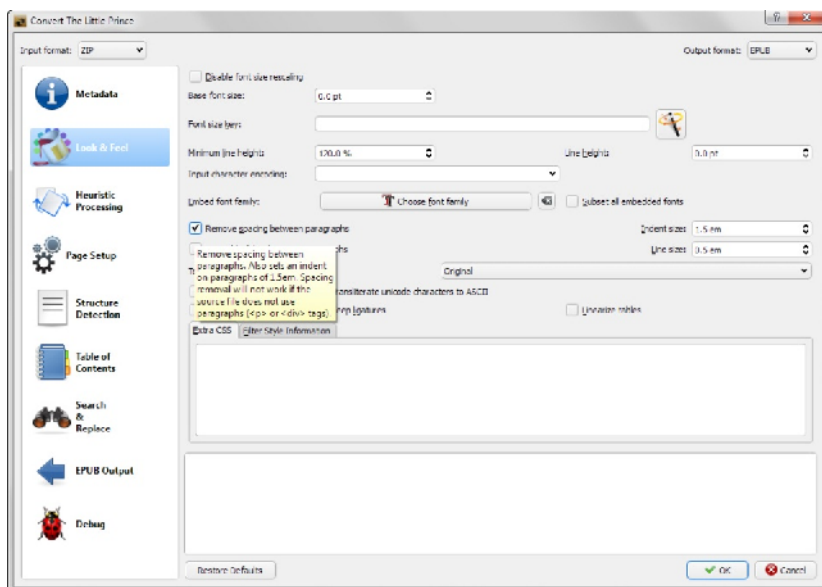
با کلیک راست بر روی نوار آبی مربوط به فایل، یک تعداد گزینه باز می‌شود که اولین آنها 'Edit metadata' است. با بردن نشانگر بر روی آن بخش دیگری باز می‌شود که گزینه 'individually Edit metadata' در صدر آنها است و برای انجام برخی تغییرات دیگر وارد آن می‌شویم:



در این بخش، پنجره‌ای باز می‌شود که در بخش مرکزی آن گزینه اضافه کردن عکس روی جلد قرار دارد. اگر عکس روی جلد را از قبل در فایل doc اضافه نکرده باشیم، در اینجا می‌توان آن را با استفاده از گزینه Browser انتخاب و به فایل اضافه کرد. همچنین در بخش Languages هم گزینه Persian را برای زبان کتاب انتخاب و سپس تغییرات را تایید می‌کنیم:

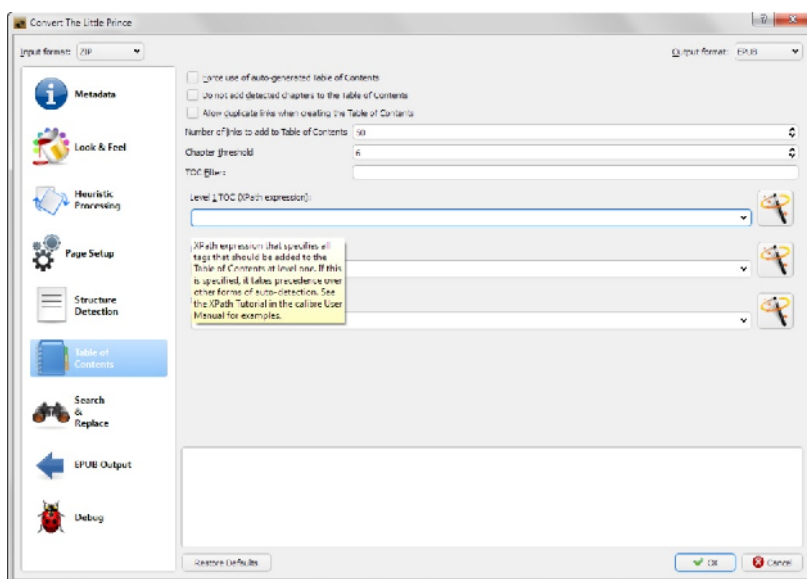


۵ حذف فضاهای خالی اضافه: در نوار بالایی صفحه اصلی برنامه کالیبره، وارد بخش books Convert می‌شویم و سپس از ستون سمت چپ گزینه Look & Feel را انتخاب می‌کنیم. در اینجا باید گزینه Remove spacing between paragraphs را تیک زد:

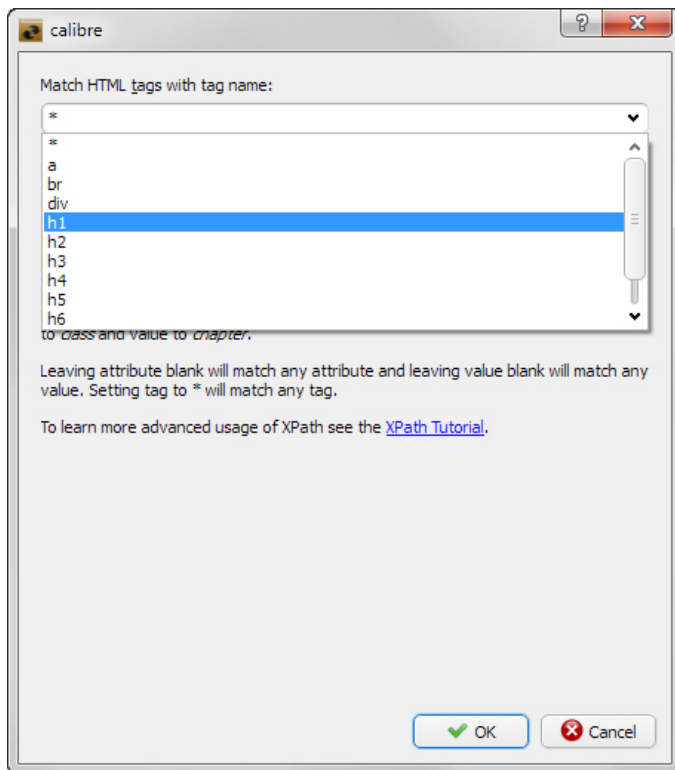


تغییر دیگری در این بخش لازم نیست ولی همچنان این پنجره را باز نگه می‌داریم .

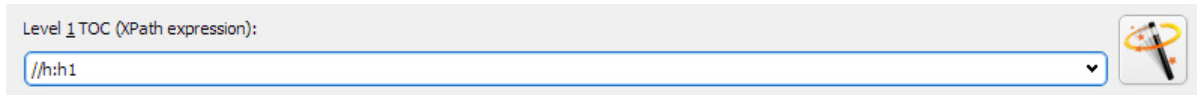
۶ شناساندن سر فصل‌ها به برنامه: یادتان هست که در محیط Word کمی سختی کشیدم تا سر فصل‌ها را با فرمت Heading ۱ ذخیره کنم؟ در اینجا پاداش آن کار را خواهیم دید. در همان پنجره Convert books که از مرحله قبل باز مانده، از ستون سمت چپ وارد بخش Table of contents می‌شویم. در قسمت پایین این پنجره سه نوار کشیده و خالی هست. کار ما در اینجا با کادر خالی زیر گزینه ۱ Level (XPath expression) TOC است:



با کلیک بر روی قلم جادویی سمت راست این نوار خالی، یک پنجره جدید باز می‌شود که دارای سه نوار دیگر است. در نوار اول باید گزینه ۱h را انتخاب کرد:



حال با تایید این تغییر به پنجره قبلی بر می‌گردیم و همانطور که در تصویر زیر می‌بینید در نوار مورد نظر این کد درج شده: `h:h1//`



حالا با تایید این تغییرات به پنجره اصلی برنامه بر می‌گردیم. چند ثانیه طول می‌کشد تا کالبره به ذخیره سازی این موارد پردازد که در گوشه پایین سمت راست پنجره، فعال بودن برنامه مشخص است:

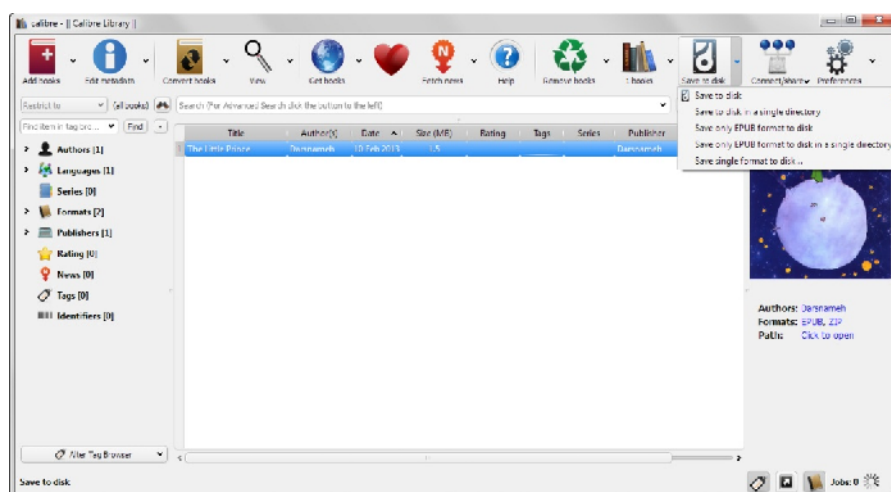


پس از اعمال تغییرات، با کلیک دو تایی بر روی نوار کتاب، یک پنجره برای مشاهده نمای کلی کتاب و مطالعه آن باز می‌شود:

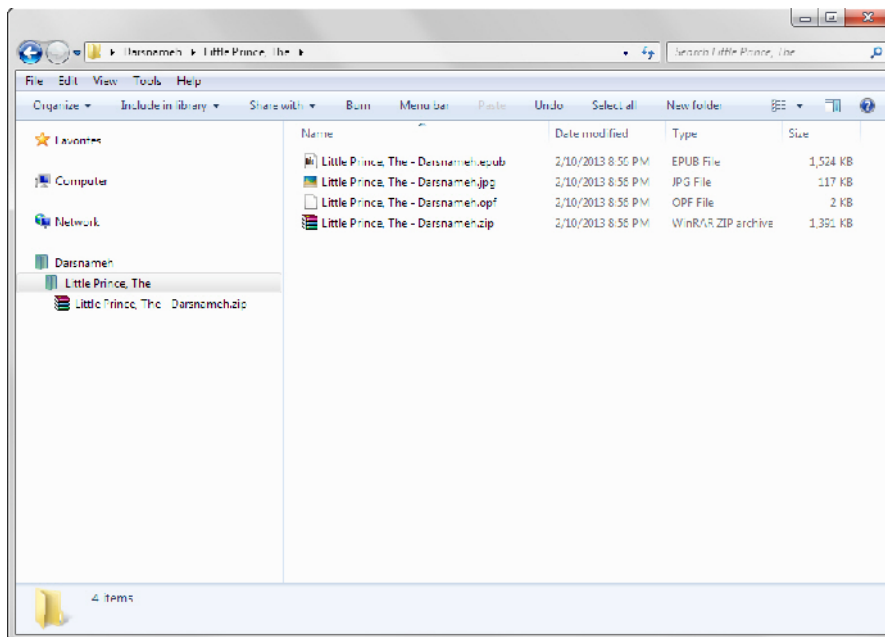


۷ ذخیره نسخه EPUB: تا اینجا تغییرات لازم برای استاندارد سازی کتاب، در کالیبره انجام شده و می ماند ذخیره فایل با فرمت EPUB.

بر روی نوار فایل در پنجره اصلی کالیبره یک بار کلیک می کنیم تا آبی شود و مطمئن باشیم که کتاب برای ذخیره سازی انتخاب شده است. در نوار بالای پنجره، گزینه Save to Disk در سمت راست قابل مشاهده است. روی فلش کوچک سمت راست این دکمه کلیک می کنیم تا گزینه های ذخیره سازی آشکار شوند:



حالا روی گزینه اول کلیک کرده و درایو مورد نظر برای ذخیره فایل ها را انتخاب می کنیم تا خود کالیبره برای ما به پوشه سازی و ذخیره آنها بپردازد. ۴ فایل در پوشه نهایی ذخیره می شوند:



فایل اول دارای فرمت EPUB است. فایل دوم عکس روی جلد است که با فرمت اصلی خود یعنی JPG ذخیره شده است. فرمت فایل سوم OPF است که حاوی Metadata مربوط به کتاب و فایل آخر هم یک فایل فشرده با فرمت Zip است.

می‌توان به طور مستقل از فایل epub استفاده کرد یا حتی با کالیبره فقط همین فرمت را ذخیره کرد و خروجی Zip نگرفت. به هر حال انتخاب با خود ما است ولی کالیبره نسخه Zip را هم در اختیار قرار می‌دهد.

در اینجا کار ما با نرم افزار دوست داشتنی کالیبره به انتها رسیده و می‌توانیم به مرحله بعدی برویم. پیش از آن، یک نمایه از نسخه‌ای پاب که در افزونه EPub – Catalog بر روی مرورگر دستکاپ موزیلا باز شده را به شما نشان می‌دهیم:



هر چند فایل ای پاب تهیه شده ولی همان طور که پیش‌تر ذکر شد، ممکن است فایل دارای ایرادات کوچکی باشد یا بخواهید شخصاً تغییراتی را در نسخه ای پاب انجام دهید. برای این منظور، باید ممنون برنامه Sigil باشیم که در درس آینده به آن می‌پردازیم.

[درس سیزدهم چطور فایل ای پاب را ویرایش و رفع ایراد کنیم؟](#)

در درس قبل به آماده سازی فایل doc و سپس تبدیل آن به پی دی اف و ای پاب پرداختیم. حالا فایل ای پاب کتاب را در اختیار داریم و می‌خواهیم آن را ویرایش کنیم. برای این منظور به برنامه‌ای با نام Sigil نیاز داریم که آن را در درس ۹ برای شما معرفی کرده و لینک دانلودش را نیز قرار داده بودیم .

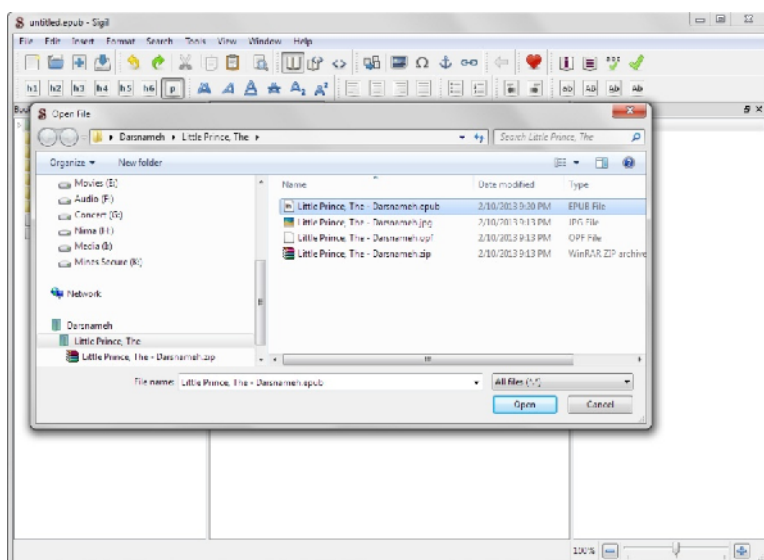
پردازش نسخه‌ای پاب در محیط نرم افزار Sigil

بعد از گرفتن خروجی از نرم افزار کالبره، فایل‌های کتاب الکترونیکی ما ذخیره شدند. حالا به مرحله مشاهده، مرور و دستکاری فایل ای پاب می‌رسیم که برای این منظور، سیگیل بهترین گزینه است.

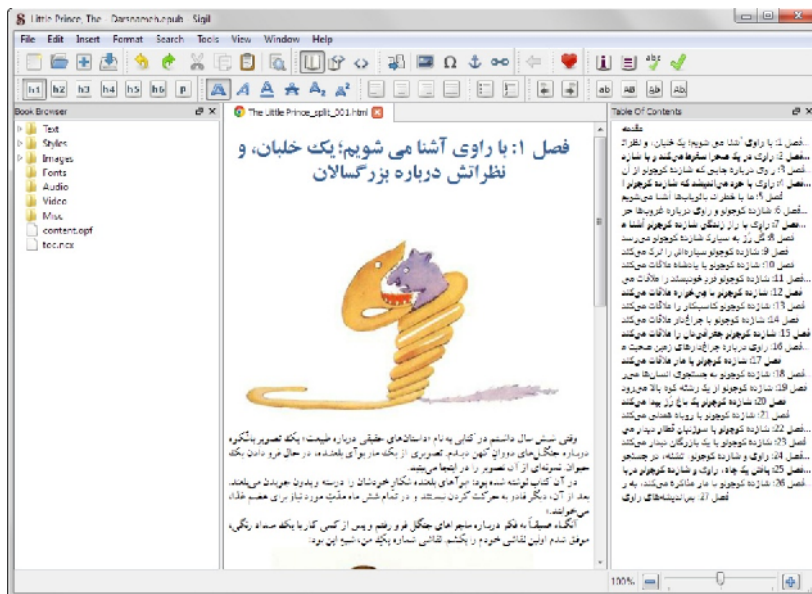
این مرحله از کار به صورت غیر مستقیم به میزان آشنایی شما با کدنویسی HTML بستگی دارد ولی نگران نباشید، بدون این مهارت هم می‌توانید کارهای زیادی در محیط سیگیل انجام دهید. تغییراتی که می‌توان بر روی فایل اعمال کرد، شامل تغییر در جایگذاری متن در صفحه و تغییر استایل‌ها و حتی کدها است .

بنابراین در کل، این مرحله بیشتر سلیقه‌ای است ولی در اینجا سعی می‌کنیم آشنایی کلی با نرم افزار سیگیل را برای شما میسر کنیم تا بتوانید به راحتی با آن کار کنید .

➔ **باز کردن فایل ای پاب در محیط سیگیل و آشنایی با زوایای مختلف آن؛** در نوار بالا، از منوی File گزینه Open را انتخاب کرده و فایل ای پاب کتاب را که پیش از این ساخته بودیم انتخاب می‌کنیم .

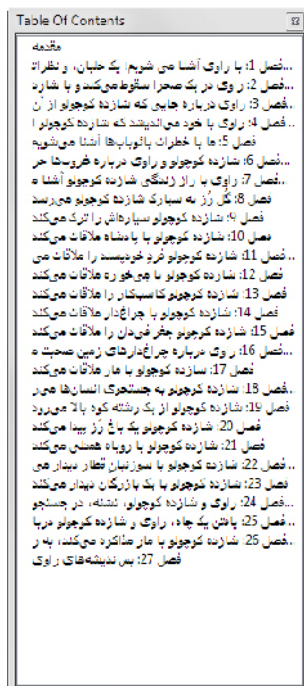


با باز شدن فایل چنین نمایی را داریم:

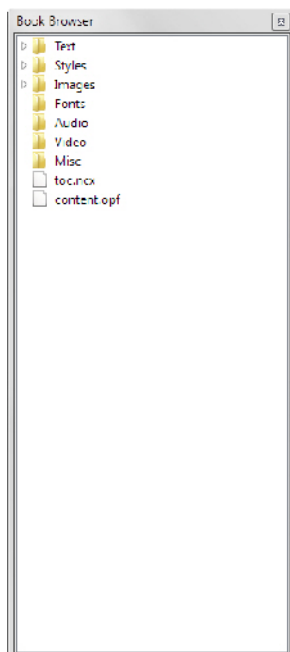


بسیار خوب، ۳ پنجره اصلی را در برنامه مشاهده می کنید. نمای کلی در وسط، پنجره Book Browser در چپ و پنجره Table of Contents در راست. اگر این پنجره ها فعال نبودند می توانید آنها را از منوی View در نوار بالایی برنامه فعال کنید:

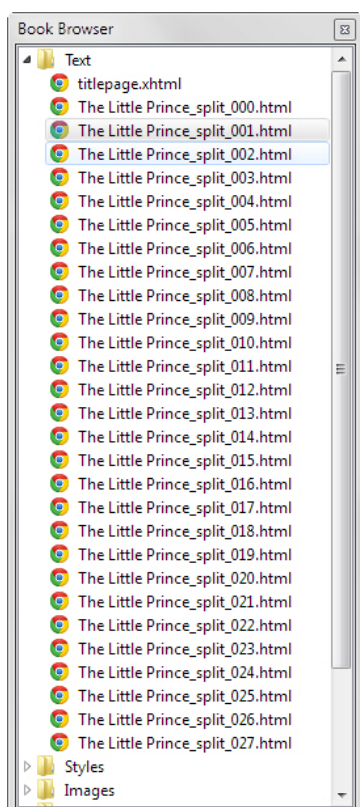
پنجره Table of Contents این پنجره شامل سرفصل های کتاب ما است و در واقع فهرست مطالب را به ما نشان می دهد:



در پنجره Book Browser با محتوای فایل ای پاب سر و کار داریم که در قالب پوشه های Text و Styles و Images و Fonts و Audio و Video و Misc دسته بندی شده اند.



پوشه Text که در زیر نمای باز شده آن را می‌بینید، شامل فصل‌های کتاب است. همان طور که در درس ۱۰ برایتان نوشتیم، هر یک از فصل‌ها در قالب یک فایل HTML ذخیره می‌شوند و ما در اینجا برای ایجاد تغییر در هر فصل- یا هر فایل- باید آن را برای نمایش در پنجره وسط انتخاب کنیم .



۴ نوار ابزار بالایی؛ تصویر کلی این نوار ابزار را در زیر می‌بینید:



حالا می‌خواهیم به معرفی بخش‌های مختلف آن بپردازیم. توضیحات هر بخش در زیر عکس آن قرار دارد. از سمت چپ شروع می‌کنیم:



در اینجا ۴ دکمه داریم که کارکرد آنها از سمت چپ عبارت است از:

- ایجاد فایل جدید
- باز کردن یک کتاب از روی دیسک
- اضافه کردن فایل‌های جدید به کتاب فعلی
- ذخیره فایل فعلی



در این بخش ۶ دکمه داریم که کارکرد آنها عبارت است از:

- بازگشت به قبل از تغییرات
- اعمال دوباره تغییرات
- بریدن (cut) یک بخش از متن یا فایل
- کپی کردن یک بخش از متن
- پیست (paste) کردن
- جستجو و جایگزینی در متن



سه دکمه این بخش به ترتیب از چپ عبارت هستند از:

- مشاهده متن کتاب
- مشاهده نمای Preview یا پیش نمایش
- مشاهده نمای کد گزاری شده

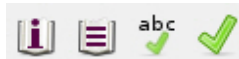
با کلیک بر روی هر یک از این دکمه‌ها، نمای مورد نظر در پنجره وسطی نرم افزار به نمایش در می‌آید .



در این بخش هم ۵ دکمه با این کارکردها داریم، از چپ:

- تقسیم صفحه HTML به دو فایل مجزا از محل قرار گرفتن نشانگر موس (در محل مورد نظر از متن کلیک کنید، سپس این دکمه را فشار دهید تا آن صفحه یا فصل از محل قرار گرفتن نشانگر به دو قسمت تقسیم شود.)
- قرار دادن عکس در متن (اگر حین خروجی گرفتن از فایل doc در محیط ورد از گزینه Page Web استفاده کنید که فایل را بدون عکس‌های آن تبدیل می‌کند، در اینجا می‌توانید عکس‌ها را به طور دستی جایگذاری کنید.)
- قرار دادن کاراکترهای خاص

- تعیین ID برای یک کاراکتر یا کلمه جهت ارجاع یک لینک به آن در سرتاسر متن
- قرار دادن لینک برای یک کاراکتر یا کلمه



و سر انجام بخش انتهایی این نوار که شامل ۴ دکمه است، به ترتیب از چپ:

- ویرایشگر Metadata: با استفاده از آن می‌توانید Metadata را ویرایش، تصحیح یا کلا حذف کنید.
- ایجادکننده فهرست محتوا: اگر فایل شما از ابتدا دارای فهرست فصل‌ها نباشد می‌توانید با این دکمه به ایجاد آن پردازید .
- بررسی کننده صحت کلمات: تک تک کلمات در متن را بررسی می‌کند تا مبادا مشکلی داشته باشند. البته برای سیگیل، همه کلمات فارسی مشکل دار هستند چون با این زبان آشنا نیست .
- تأیید کننده استاندارد ای پاب: با فشردن این دکمه، برنامه به بررسی کدهای فایل شما از نظر همخوانی با استانداردهای ای پاب می‌پردازد .

۴ نوار ابزار پایینی؛ تصویر کلی این نوار ابزار را در زیر می‌بینیم:



چنانچه قصد صفحه آرایی کامل فایل خود را داشته باشید نوار ابزاری پایینی دوست و همراه عزیز شما خواهد بود. در اینجا به معرفی بخش‌های مختلف آن می‌پردازیم. توضیحات هر بخش در زیر عکس آن قرار دارد. از سمت چپ:



این بخش به شما «فرمت متنی» که نشانگر موس در کنار یا در میان آن قرار دارد را نشان می‌دهد. بنابراین به راحتی می‌توانید پاراگراف ساده (دکمه P) را از متن‌های دارای فرمت Heading تشخیص دهید یا اینکه با انتخاب متن و کلیک روی دکمه مورد نظر، فرمت آن را تغییر دهید. واقعاً کار به همین سادگی است!



این بخش در واقع به ظاهر فونت اختصاص دارد. می‌توانید آن را برجسته (Bold) یا مورب (Italic) کنید، زیرش خط بکشید (Underline) یا موقعیت عمودی آن را نسبت به کلمات کنارش بالا و پایین کنید. درست مثل محیط ورد!



یادتان هست که در بخش ورد (درس ۱۱) اشاره کردم که صفحه بندی و آرایش متن را در همان محیط انجام دهید، این بهترین گزینه است. ولی چنانچه فایل ای پاب را تهیه کردید و سپس به عنوان مثال، تشخیص دادید که بهتر است عنوان فصل به جای وسط چین، راست چین باشد، دیگر برگشتن به آن محیط خسته کننده می‌شود. بنابراین در سیگیل، می‌توانید چینش متن (چپ چین، راست چین، وسط چین) و Justify بودن آن را هم تغییر دهید .



اگر تشخیص دادید که نیاز به عدد گذاری یا علامت گذاری یک بخش از متن است، می‌توانید از این دو دکمه استفاده کنید که مشابه محیط ورد هستند .



تغییر فاصله متن نسبت به حاشیه کناری صفحه نیز با استفاده از این دو دکمه میسر است .

جمع بندی

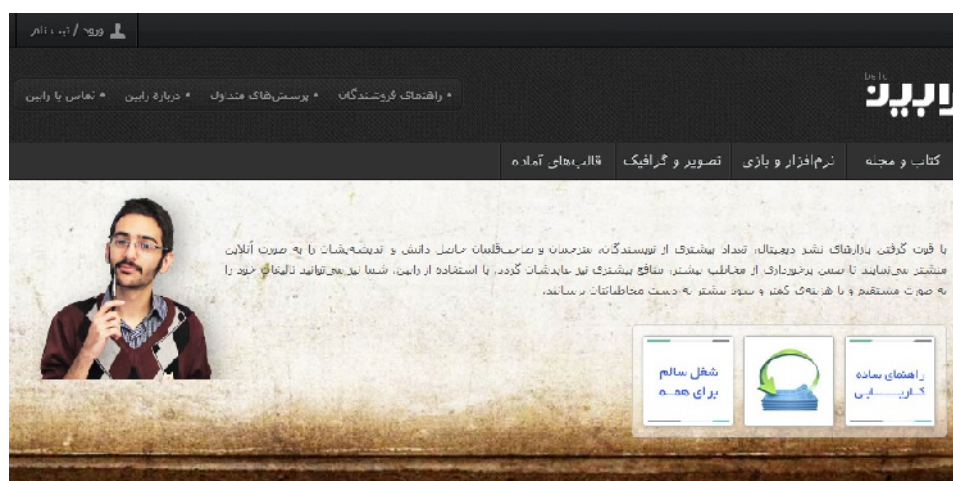
بنابر مطالب فوق، می توان گفت که مجموعه ابزارهای مناسبی در نرم افزار سیگیل فراهم آمده اند تا شما بتوانید بعد از تهیه نسخه ای پاب کتاب - که در اصل مجموعه ای از فایل های HTML است، به دستکاری آن بپردازید. بخش حرفه ای تر کار زمانی شروع می شود که با زبان های کدنویسی آشنایی داشته باشید و بتوانید در صورت نیاز، به تغییر کدهای فایل بپردازید. ما در اینجا به این مورد نمی پردازیم زیرا مجبور هستیم پرونده این درس و بخش فنی این دوره را ببندیم .

فرصت خوبی است که شما به دستکاری فایل خود با استفاده از سیگیل بپردازید و با کارکردهای آن بهتر آشنا شوید

درس چهاردهم تامین مالی و توزیع کتاب

در این درس می خواهیم ۳ سایت مناسب برای ارائه کتاب هایتان به شکل آنلاین را به شما معرفی کنیم. سایت اول Rabeen است که در عرصه توزیع محتواهای دیجیتال فعالیت می کند ولی به نشر کتاب اختصاص ندارد. سایت دوم Nogaam است که به طور تخصصی در عرصه کتاب فعال است و نه فقط توزیع، بلکه تأمین مالی کتابها را هم بر عهده می گیرد. سایت سوم نیز Avaabook است که با ارائه یک بومی و اختصاصی به نام ava (مانند PDF)، پا به عرصه گذاشته تا مشکلات نشر الکترونیک در ایران را حل کند.

رابین



رابین یک سامانه خرید و فروش محتواهای دیجیتال است که به کمک آن می توانید به راحتی محصولاتی را که امکان نقل و انتقالشان از طریق اینترنت وجود داشته باشد، به فروش برسانید .

تولیدکنندگان با طی مراحل مربوط به نشر محصول، محتوای خود را برای فروش، در بستر رابین ارائه و خریداران پس از بررسی و انتخاب محصول مورد نظر، نسبت به خرید آن اقدام می کنند .

بنابراین اگر محصولی تهیه کرده اید که می توان آن را از طریق اینترنت جا به جا کرد و نیاز به حمل فیزیکی ندارد، رابین بستر مناسبی برای شما است. اگر محصولی برای عرضه دارید، مثلاً فایلی را تولید کرده اید که فکر می کنید افراد دیگری نیز به آن احتیاج دارند می توانید به آسانی آن را در رابین به فروش برسانید. همچنین اگر به فایل خاصی نیاز پیدا کرده اید، احتمالاً می توانید در فروشگاه های مختلف رابین آن را بیابید .

انواع محصولاتی که مغایر با قوانین جمهوری اسلامی ایران و شروط مطرح شده در سایت رایین باشند، محصولات غیر مجاز تلقی می‌شوند و امکان فروش آنها در رایین وجود ندارد. کلیه حقوق مادی و معنوی محصولات نیز متعلق به فروشنده آن بوده و فروش محصولات خارجی یا ایرانی بدون کسب اجازه رسمی از تولید کننده اصلی ممنوع است. رویکرد رایین در حوزه حقوق مولفین، هم راستا با قوانین جمهوری اسلامی ایران و جمهوری فدرال آلمان (به عنوان تامین کننده سرورهای میزبان) است.

برای ثبت و فروش محصول خود در رایین، بعد از عضویت، باید به قسمت فروشندگان در پنل کاربری مراجعه کرده و به تکمیل اطلاعات درخواستی بپردازید. بعد از دریافت و تایید اطلاعات، امکانات لازم جهت ثبت محصول در اختیار شما قرار خواهد گرفت.

محصول شما پیش از تایید و نمایش عمومی در سایت، مورد بررسی قرار خواهد گرفت. البته توجه داشته باشید که چنانچه به فروش کالاهای ممنوعه که نقض قوانین رایین و همچنین تخطی از قوانین کشوری هستند اقدام نمایید، رایین از ادامه فعالیت شما جلوگیری خواهد کرد و عمل شما را به مقامات مسئول، اطلاع می‌دهد.

شما می‌توانید کتابتان را با نام خود در رایین ثبت کنید و آن را به فروش بگذارید. رایین ۶۵٪ از وجه واریزی توسط خریداران را به شما اختصاص می‌دهد. ۵٪ مالیات و ۳۰٪ هزینه کمیسیون سایت نیز از مبلغ کلی کسر می‌شود.

اطلاعات بیشتر را می‌توانید از [سایت رایین](#) به دست بیاورید.

نوگام

[نوگام](#) یک سایت اختصاصی برای نشر کتاب است که نه فقط در زمینه توزیع، بلکه در راستای تأمین مالی پروژه شما هم گام بر می‌دارد. روش کار خیلی ساده و جالب است.

شما به عنوان یک نویسنده، در سایت ثبت نام کرده و طرح کتاب خود را توسط فرم به مدیریت اعلام می‌کنید. سپس بین مدیر سایت و شما به عنوان نویسنده یک سری مکاتبات از طریق ایمیل صورت می‌گیرد تا ابعاد مختلف کار روشن شود. بعد از این، کتاب شما به عنوان یک پروژه برای تأمین مالی در سایت قرار می‌گیرد.

نوگام مانند سایت‌های KickStarter عمل می‌کند و جای ایده آلی برای کتاب‌های هنوز نوشته نشده است. پس از اینکه کتاب شما به عنوان یک طرح در سایت قرار گرفت، افراد مختلف به شما کمک مالی می‌کنند تا بتوانید کتاب را به اتمام برسانید. بخشی از کمک‌های مالی به نویسنده و بخشی به تهیه اثر اختصاص می‌یابد.

با کامل شدن کمک‌های مالی و تکمیل کتاب، کار به تهیه نسخه الکترونیکی می‌رسد. بعد از ویرایش نهایی اثر توسط یک ویراستار مستقل، کتاب الکترونیکی نهایی و آماده توزیع می‌شود.

اطلاعات بیشتر را می‌توانید از [سایت نوگام](#) به دست بیاورید.

آوابوک



[آوابوک](#) را می‌توان یک پروژه جاه طلبانه دانست که مؤسسين آن در اصل به دنبال استفاده از بسترهای فعلی نیستند، بلکه سودای خلق یک بستر جدید و بومی را در سر می‌پرورند.

در صفحه اول این سایت می‌خوانیم:

«آوابوک یک بستر جدید و امن نرم افزاری جهت تولید، نشر، بازاریابی و فروش انواع محتوای دیجیتالی در قالب کتب چند رسانه‌ای است. شما آوابوک این امکان را برای شما فراهم می‌کند تا در هر زمان و مکان بدون هیچ محدودیتی به مطالعه بپردازید و دانش خود را افزایش دهید. شما با استفاده از کتاب‌هایی که در این بستر تولید شده اند دیگر مشکلات کتاب سنتی را نخواهید داشت. مشکلاتی از قبیل: قیمت بالای کتاب، خستگی چشم، حمل کتب سنگین، کمیاب بودن کتاب و ...»

در پروژه آوابوک با یک فرمت اختصاصی به نام *ava* و کتابخوان الکترونیکی مختص آن (که برای اندروید و ویندوز، و به زودی برای *iOS* ارائه می‌شود) طرف هستیم. نرم افزار آوابوک رایگان است و فرمت *ava* می‌تواند متن، صوت و تصویر را به طور همگام با یکدیگر به مخاطب ارائه کند.

ویژگی‌های عمومی نرم افزارهای پخش کننده آوابوک عبارت هستند از:

- ثبت نام از طریق ایمیل و اسم اس
- اتصال به فروشگاه و دریافت کتاب‌ها بصورت آنلاین
- امکان دریافت لیست کتاب‌های فروشگاه بر اساس دسته بندی مورد علاقه
- پشتیبانی از کتاب‌های متنی و صوت همگام با متن
- مدیریت کتابخانه شخصی بصورت آنلاین و آفلاین
- حرکت بین صفحات و جملات
- علامت گذاری متن (Highlight) و مدیریت آن
- نشانه گذاری متن (Bookmark) و مدیریت آن

- حاشیه نویسی و یادداشت برداری از متن (Comment) و مدیریت آن
- اضافه کردن فایل‌های کتاب از طریق کارت حافظه
- مشاهده جزییات کتاب قبل از دانلود و خرید
- امکان ارسال نظر برای کتاب
- امکان Like کردن کتاب
- ارتباط مستقیم با سازندگان
- عضویت و لغو عضویت در خبرنامه اس‌ام‌اسی
- راهنمای چند رسانه‌ای

در اصل آوبوک یک بستر آنلاین برای مخاطبین، نویسندگان و ناشران است تا هر کدام بتوانند بسته به نیاز خود کتابی را دریافت، منتشر یا از نسخه چاپی به ایبوک تبدیل کنند .

پیشنهاد می‌کنم برای آشنایی بهتر با این استارت آپ جالب به [سایت آوبوک](#) سری بزنید .

آشنایی با HTML

درس اول- تاریخچه کوتاهی از اینترنت

شما در اینترنت چه می کنید؟ روزنامه نگار هستید؟ وبلاگ نویسید؟ یا یک کاربر معمولی به حساب می آید؟ اینترنت مجموعه ای از کامپیوترها، شبکه ها و نرم افزارهایی است که یک شبکه گسترده جهانی را تشکیل می دهد. اگر کار شما به هر نحوی با آن سر و کار داشته باشد، لازم است که برخی مبانی مهم را در مورد اینترنت بدانید. یکی از مهم ترین قسمت های آن آشنایی با زبان بنیادی صفحات وب (HTML) و دیگر موارد مرتبط با آن است.

وحشت نکنید. اینجا قرار نیست یک زبان برنامه نویسی پیچیده و سخت یاد بگیرید! موضوع بسیار ساده تر و روان تر از چیزی است که فکر می کنید. حتی اگر یک کاربر معمولی اینترنت بدون هیچ پیش زمینه قبلی باشید به خوبی می توانید در این دوره شرکت کنید و مبانی لازم را یاد بگیرید. اگر هم یک فعال وب و روزنامه نگار هستید دانستن آموزش های این دوره برایتان کاملا ضروری به حساب می آید. پس وقت را از دست ندهیم. در این دوره آموزشی با فناوری های نرم افزاری مهم و اساسی به کار رفته در اینترنت آشنا می شوید و قرار است یک سری اطلاعات پایه داشته باشید که در کارتان مفید واقع می شوند.

این دوره برای چه کسانی است؟

- وبلاگ نویس ها
- روزنامه نگارها
- کسانی که می خواهند گام اول را در دنیای طراحی و برنامه نویسی وب بردارند.
- کسانی که قصد دارند به روز رسانی محتوای یک سایت شخصی برای خودشان یا شرکت شان را به عهده بگیرند.
- هر کاربر که علاقمند است در مورد اینترنت و فناوری هایش بیشتر بداند.

اما قبل از استفاده از هر ابزاری، بهتر است که آن را بشناسیم تا با دید بازتری به کار با آن بپردازیم. پس اجازه دهید قبل از دروس آموزشی، ابتدا به صورت خلاصه تاریخچه اینترنت را مرور کنیم:

زمان زیادی از پایان جنگ جهانی دوم نمی گذشت و جهان در تب و تاب جنگ سرد بود و دولت آمریکا با مشکل بفرنجی مواجه شده بود: اگر ما با جنگ هسته ای مواجه شویم، چگونه باید ارتباطات مان را سالم و کارا نگهداریم؟ مثلا اگر شهری در شرق آمریکا کاملا نابود شود، تمامی ابزار ارتباطی شرق آمریکا قطع می شوند. یکی از بخش های ارتش آمریکا که با نام ARPA یا Research Projects Advanced Agency (آژانس پروژه های تحقیقاتی پیشرفته) مسئول حل این مشکل شد.

آنها سیستم ارتباطی را اختراع کردند که حتی اگر یک یا چند نقطه دسترسی آن تخریب شود، باز هم به کار خود ادامه دهد. نوعی از ارتباطات تار عنکبوتی که اگر یک لینک پاره می شد، اطلاعات از تارهای کناری نقطه تخریب شده به راه شان ادامه می دادند تا به مقصد برسند.

کمی بعد در سال ۱۹۶۹ ARPA کامپیوترهای دانشگاه ها و محققان را هم به این شبکه وصل کرد تا به آنها در اشتراک نتایج تحقیقات و کمک های علمی شان یاری رساند. زیرا قبل از این اگر کسی می خواست از نتایج تحقیقات دانشگاه دیگری مطلع شود، یا باید به آنجا سفر می کرد و از اطلاعات کامپیوترهای آنها استفاده می کرد، یا درخواست می داد که نسخه ای از اطلاعات بر روی نوار مغناطیسی از طریق پست برای وی ارسال گردد. از این به بعد این پروژه را آرپانت نام گذاری کردند.

اولین فرد؟

چارلی کلین از دانشگاه UCLA آمریکا اولین بسته های اطلاعاتی را بر روی آرپانت ارسال کرد. وی سعی داشت که در ۲۹ اکتبر ۱۹۶۹ به شبکه کامپیوتری انستیتو تحقیقاتی استانفورد متصل شود. اما سیستم در میانه راه کرش کرد و ارتباط وی ناتمام باقی ماند.

در سال ۱۹۷۷ مهندسان آرپانت دریافتند که شبکه ارتباطی جدید با سرعت زیادی رشد خواهد کرد و به چیزی بیش از پیش بینی ها تبدیل خواهد شد. پس نیاز به تکنولوژی جدیدی برای مدیریت و ایجاد ارتباط در شبکه نیاز داشتند. لذا دست به کار ابداع پروتکل ارتباطی با نام TCP/IP یا پروتکل کنترل انتقال/پروتکل اینترنت (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) زدند. این پروتکل تبدیل به یکی از پایه های اصلی ارتباطات در این شبکه گردید و تا اینترنت امروزی هم ادامه یافته است.

تحت پروتکل TCP/IP یک فایل توسط سرور به تکه های کوچکی با نام بسته یا Packet تبدیل می شود. هر بسته هم با آدرس آی پی کامپیوتر مقصد علامت گذاری می شود. بسته ها در سفرشان درون شبکه، بین کامپیوترهای سرور زیادی دست به دست می شوند. آدرس آی پی به سرورها می گوید که چه مسیری را برای ادامه سفر بسته ها انتخاب کنند. هر بار که بسته از سروری عبور می کند، یک برچسب روی آن زده می شود. این برچسب ها نشان می دهند که بسته اطلاعاتی از چند سرور عبور کرده تا به مقصد رسیده است.

نیازی به سفر همزمان بسته ها در اینترنت نیست. بسته های مختلف یک فایل، ممکن است در اینترنت مسیرهای مختلفی را از طریق سرورها طی کنند، اما در نهایت مقصد همه آنها یکی است. یعنی اینکه بسته های اطلاعات می توانند بین خطوط ارتباطی مختلفی تقسیم شوند و لازم نیست همه آنها از یک خط بگذرند و ترافیک ایجاد کنند. مثال جالبی برای بسته های اطلاعاتی، افرادی هستند که به رایگان سفر می کنند. مثلا ۱۰ دوست ممکن است نتوانند به صورت همزمان از یک نقطه و با یک ماشین سفرشان را آغاز کنند. آنها در طول سفر ممکن است از یکدیگر جدا شده، از ماشین های متفاوت و مسیرهای متفاوتی عبور کنند. اما در نهایت با هم قرار گذاشته اند که در یک مکان مشخص دور هم جمع شوند.

در اول ژانویه ۱۹۸۳ آرپانت به پروتکل TCP/IP سوئیچ کرد و تبدیل به چیزی شد که امروزه با نام اینترنت می شناسیم. بنیاد ملی دانش آمریکا پایه گذار بسیاری از پیشرفت های اولیه اینترنت بود. اما در ۳۰ آوریل ۱۹۹۵ دولت آمریکا اینترنت را به شبکه های تجاری و تامین کنندگان سرویس ارتباطی تحویل داد و Backbone (نقطه ارتباط مرکزی شبکه ها) قدیمی بنیاد ملی دانش را برای همیشه خاموش کرد و اکنون اینترنت توسط تعداد زیادی بک بن خصوصی و تجاری سرویس دهی می شود.

در مارس ۱۹۸۹ تیم برنرز لی در آزمایشگاه فیزیک ذره اروپا (CERN) گروه جدیدی از پروتکل ها را برای توزیع اطلاعات درون اینترنت پیشنهاد کرد. این پروتکل ها عبارت بودند از:

- http یا hyper text transfer protocol
- ftp یا file transfer protocol
- pop یا post office protocol
- smtp یا simple mail transfer protocol
- nntp یا newsgroups protocol.

این پروتکل ها با نام پروتکل های وب جهان شمول یا پروتکل های W3 به زودی مورد پذیرش انجمن اینترنت قرار گرفتند. بعد از آن اتحادی از سازمان ها شکل گرفت تا پیشرفت های اینترنت را تحت نظر داشته باشد. این اتحاد امروزه با نام کنسرسیوم W3 شناخته می شود. این بدان معنی است که هیچ سازمان یا فردی منحصرًا مالکیت اینترنت را در اختیار ندارد.



تیم برنرز لی

World Wide Web یا WWW که بیشتر با نام عمومی «وب» شناخته می شود، سیستمی از متون و محتوای ابر لینک متصل به هم از طریق اینترنت را شامل می شود و در برگیرنده تمامی ابزارهای دخیل در آن از قبیل سرورها، کامپیوترهای کاربران و... است. در حقیقت WWW یکی از چندین برنامه و استاندارد است که برای استفاده از اینترنت و شبکه های کامپیوتری طرح ریزی و اجرا شده است. ولی امروزه تقریباً همه ما اینترنت را تنها با عبارت وب و استفاده از مرورگر می شناسیم.

وب جهانی بر پایه سه تکنولوژی بنا شده است:

- زبان برنامه نویسی HTML
- پروتکل انتقال اطلاعات HTTP
- وب سرورها و مرورگرهای وب

تیم برنرز لی از محققان موسسه سرن اروپا کسی بود که کار ابداع و مدیریت توسعه وب جهان گستر اصلی را در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ بر عهده داشت. او اقدام به ساخت نمونه های اولیه ای از تکنولوژی هایی کرد که در بالا به آن اشاره کردیم و عبارت WWW را اختراع کرد. پس از آن بود که به یکباره محبوبیت وب سایت ها و مرورگرهای وب در میانه دهه ۱۹۹۰ به شکل انفجاری رشد کرد و همه گیر شد. تعریف اولیه ای که در پروپوزال برنرز لی برای وب عنوان شده بود، این بود: «... با هدف متصل کردن و دسترسی به انواع مختلفی از اطلاعات همانند تارهای تنیده شده (Web) از گره های فراوان که کاربر بتواند در میان آنها به جستجو و گشت و گذار بپردازد!»

قبل از ابداع و راه اندازی وب جهان شمول یا World Wide Web یا همان WWW، اینترنت تنها شامل نامه الکترونیک یا ایمیل، گروه های خبری و اف تی پی یا پروتکل انتقال فایل بود. ابزارهایی برای کمک به دسته بندی اطلاعات و نحوه یافتن محل حضور آنها اختراع شد. اما اینترنت هنوز به گونه ای نبود که آن را کاربر پسند بنامیم. اگر شما به برنامه کامپیوتری یا فایل خاصی نیاز داشتید، بدون دانستن محل دقیق نگهداری آن، یافتنش تقریباً غیر ممکن بود.

اما امروزه ما نرم افزارهای ویژه ای در اختیار داریم که هر یک از پروتکل های W3 را آدرس دهی می کنند. ما مرورگرها را در اختیار داریم که به ما در یافتن و تماشای صفحات وب کمک می کنند. برنامه های مدیریت ایمیل دسکتاپ را داریم که در ایجاد و ارسال و دریافت ایمیل به یاری ما می آیند. برنامه های خبرخوان را برای مطالعه اخبار و مقالات در اختیار داریم. کلاینت های اف تی پی تنها برای دانلود و آپلود فایل به کار می روند. برنامه های چت به ما امکان می دهند که ارتباط لحظه ای دو طرفه داشته باشیم. امروزه دیگر لازم نیست شما یک دانشمند موشکی باشید تا بتوانید اطلاعات را بیابید و بدانید که چگونه از آنها استفاده کنید.

مرورگر چیست و چه کار می کند؟

در درس قبل به تاریخچه مختصری از داستان اینترنت پرداختیم و به آنجا رسیدیم که پس از ابداع و تصویب استانداردهای اینترنت، تولید برنامه های مختلفی برای هر بخش آغاز گشت. در این درس به یکی از این برنامه ها به نام مرورگر یا Browser می پردازیم که برای استفاده از استاندارد HTTP و باز کردن صفحات وب ابداع شد.

ویکی پدیا در تعریف مرورگر یا مرورگر وب می گوید: «Browser Web یا مرورگر وب برنامه نرم افزاری است که دیتا را از منابع اطلاعاتی وب جهان شمول دریافت کرده، به نمایش می گذارد و یا باز پس می فرستد. این منابع اطلاعاتی می توانند صفحات اچ تی ام ال و وب پیج، عکس، ویدیو و انواع دیگری از محتوا باشند.»

به زبان ساده تر می توانیم بگوییم که مرورگر وب یک برنامه یا نرم افزار است که دریافت و مشاهده اسناد و دیگر منابع محتوا از اینترنت را برای کاربران به شکل ساده ای امکان پذیر می سازد.

تاریخچه مرورگرهای وب به اواخر دهه ۱۹۸۰ برمی گردد. زمانی که تکنولوژی های مختلف تبدیل به مبنایی برای تولد اولین مرورگر توسط تیم برنرز لی در سال ۱۹۹۱ شدند. بعد از آن در سال ۱۹۹۳ نوبت به Mosaic NCSA رسید که یکی از اولین مرورگرهای وب گرافیکی بود. بعد از آن مارک آندرسن رهبر تیم Mosaic در NCSA شرکت خودش را برای تولید یکی از مرورگرهای موفق تاسیس کرد. وی Netscape Navigator را در سال ۱۹۹۴ به بازار عرضه کرد. بعد از مدت کوتاهی نت اسکپ به محبوب ترین مرورگر میان کاربران اینترنت تبدیل شده و بیش از ۹۰ درصد بازار را در دست گرفت.

حال سال ۱۹۹۵ و تاریخ شروع جنگ مرورگرها در دنیای وب است. مایکروسافت اولین نسخه مرورگر Explorer Internet را رونمایی کرد. به دلایلی همچون همراهی اجباری با ویندوز، اینترنت اکسپلورر یکه تاز دنیای مرور اینترنت شده و در سال ۲۰۰۲ نزدیک به ۹۵ درصد سهم بازار را در اختیار داشت. به گونه ای که بسیاری از کاربران نماد این مرورگر را به عنوان اینترنت می شناسند و در واقع به جای دانستن تعریف مرورگر به اشتباه فکر می کنند که این نماد یعنی اینترنت!



Opera در سال ۱۹۹۶ متولد شد. در سال ۱۹۹۸ نت اسکپ برای تولید یک مرورگر جذاب به تملک بنیاد موزیلا درآمد و نتیجه آن تولد مرورگر باز متن فایرفاکس در سال ۲۰۰۳ بود. اپل هم برای عقب نماندن از این قافله در سال ۲۰۰۳ اولین نسخه سافاری را رونمایی کرد. کروم شرکت گوگل هم یکی از آخرین شرکت ها است که سپتامبر ۲۰۰۸ به دنیای مرورگرها قدم گذاشت.

هم اکنون هم جنگ قدرت همچنان میان اینترنت اکسپلورر، فایرفاکس، کروم و تا حدی اپرا ادامه دارد و مشخص نیست کدام یک برنده نهایی خواهند بود. اما ما کدام مرورگر را باید انتخاب کنیم؟ برای پاسخ به این سوال ابتدا اجازه دهید هر کدام را به صورت جداگانه معرفی و بررسی کنیم و در انتها به پاسخ این سوال بپردازیم.

IE یا Internet Explorer

یکی از اولین مرورگرهای گرافیکی وب که تولید شرکت مایکروسافت است. این مرورگر به عنوان بخشی از سیستم عامل ویندوز مایکروسافت بر روی همه نسخه های آن موجود است. اولین نسخه آن در سال ۱۹۹۵ تولید شد که به عنوان بخشی از بسته پلاس ویژه ویندوز ۹۵ بود. اینترنت اکسپلورر سال ها است که بیشترین کاربر را از آن خود کرده است. اما در مبارزه با مرورگرهای جدید، کم کم در حال از دست دادن محبوبیت خود است.

Firefox

موزیلا فایرفاکس یک مرورگر رایگان آزاد و متن باز است که از سال ۲۰۰۳ توسط بنیاد موزیلا عرضه شده است. مرورگر فایرفاکس برای نمایش صفحات از هسته ای استفاده می کند که بیشتر استانداردهای موجود وب را پوشش داده و علاوه بر آن بسیاری از استانداردهای پیشنهادی W3C را هم اجرا می کند.

فایرفاکس تقریباً برای تمامی سیستم عامل های معروف دنیا نسخه های ویژه ای عرضه کرده و بر روی آنها قابل اجرا است. پایداری و کارکرد مناسب این مرورگر در استفاده های سنگین و امکان افزایش قابلیت های بی شمار با استفاده از افزونه های رایگان و متنوع جزو قابلیت های مهم این مرورگر به حساب می آید.

در صورتی که به افزونه های زیادی نیاز دارید و روزانه با تب های فراوانی سروکار دارید، فایرفاکس بهترین گزینه برای کارهای شما است.

Chrome Google

مرورگر کروم محصول شرکت گوگل و یکی از جوانترین مرورگرهای موفق دنیای وب است. اولین نسخه این مرورگر در سال ۲۰۰۸ برای ویندوز ارائه شد. رابط کاربری ساده و سریع این مرورگر سبب شده که به سرعت تبدیل به یکی از مرورگرهای جذاب میان کاربران حرفه ای اینترنت بشود.

این مرورگر هم مانند فایرفاکس بر روی تمامی سیستم عامل های مشهور قابل استفاده است. هسته آزاد داشتن کروم آن هم به همراه حمایت گوگل باعث شده تا توجه توسعه دهندگان برنامه های جانبی و افزونه ها به کروم تا حدی باشد که هم اکنون از نظر تعداد افزونه با فاصله کمی از فایرفاکس ایستاده است و شما می توانید هر امکان و قابلیت دل خواهی را به صورت رایگان به آن اضافه کنید.

از قابلیت های جذاب این مرورگر تبدیل هر تب به یک پروسه و پردازش جداگانه است. به گونه ای که در صورت کرش کردن و صدمه دیدن یک صفحه، می توانید همان صفحه را ببندید.

هر کدام از این مرورگرها مزیت ها و نقاط برتری خودشان را دارند. مهم این است که به عنوان یک روزنامه نگار، وبلاگ نویس یا مدیر سایت با مرورگرهای مشهور آشنا باشید و آنها را امتحان کرده باشید. در نهایت براساس نیاز و علاقه خودتان می توانید یکی از آنها را انتخاب کنید

داستان HTML

اگر بخواهیم داستان طولانی این زبان کدنویسی را به طور اختصار بازگو کنیم، HTML در سال ۱۹۹۰ توسط دانشمند آزمایشگاه فیزیک هسته ای اروپا، آقای تیم برنرز لی ابداع شد. هدف از ابداع اچ تی ام ال آن بود که دستیابی دانشمندان دانشگاه های مختلف به متون تحقیقاتی را آسان تر کند. زیرا هر دانشگاه از برنامه ویرایشگر متن خاصی و شیوه مرتب سازی ویژه ای بهره می برد که استفاده از اسناد تحقیقاتی را در دانشگاه دیگر مشکل می کرد. اما این پروژه به موفقیتی بسیار بیشتر از تصور تیم برنرز لی (پدر وب) دست پیدا کرد. با ابداع HTML وی پایه های وب را به شکلی که امروزه آن را می شناسیم، بنا نهاد.

در حقیقت اچ تی ام ال محصول یک زبان کدنویسی دیگر با نام SGML یا زبان استاندارد تعمیم یافته ویرایش و پیرایش است. SGML سیستم پیچیده و تکنیکی ویژه ای برای ویرایش اسناد بود که به صورت اختصاصی برای انتشار و مدیریت اسناد و مدارک علمی به کار می رفت. این زبان که تیم برنرز لی هم از مبدعان آن بود، به صورت رسمی در آزمایشگاه فیزیک هسته ای اروپا (CERN) مورد استفاده قرار می گرفت. هدف تیم برنرز لی از ابداع HTML کمک به افرادی بود که تبحر خاصی در استفاده از SGML نداشتند، اما می خواستند متون و اسناد علمی و فنی را در اینترنت منتشر کنند.

HTML یک زبان برنامه نویسی نیست، بلکه زبانی برای کدنویسی و آماده سازی مطالب برای انتشار اطلاعات (از قبیل تحقیقات دانشمندان) در اینترنت است. آنچه را که هنگام باز کردن یک سایت در اینترنت می بینید، تفسیر و ترجمه مرورگر کامپیوترتان از HTML است.

با HTML چکار می توان کرد؟

اگر قصد دارید یک وب سایت راه اندازی کنید؛ یا می خواهید از برنامه های ساخت وب سایت استفاده کنید؛ یا قصد دارید مطالبی را در سایت های اینترنتی منتشر کنید، مطمئنا دانش اولیه HTML کارهای شما را بسیار ساده تر کرده و سایت و مطلب شما را زیباتر می کند. خوبی اچ تی ام ال در آن است که زبان بسیار ساده ای است و با دانستن تعداد کمی از دستورات آن، می توانید بسیاری از کارهایتان را به خوبی و بدون سردرگمی انجام دهید.

معنی HTML چیست؟

HTML مخفف عبارت Hypertext Mark-up Language یا زبان ویرایش آبر متن است. به این معنی که شما همانگونه که یک متن را با ویرایشگر برای چاپ آماده می کنید (مشخص کردن تیتر و زیر تیتر، شماره گذاری لیست، بولت دار کردن لیست، بولد و کج کردن متن

و کارهایی مانند آن)، با کدهای اچ تی ام ال، این کار را برای نمایش در مرورگر انجام می دهید. البته یادگیری خود این زبان، بسیار آسان تر از دانستن و به یاد سپردن نام آن است. پس به این بخش تنها به عنوان یک آگاهی ساده نگاه کرده و ذهن تان را درگیر آن نکنید.

HTML چگونه کار می کند؟

یک فایل HTML حاوی متن، عکس، ویدیو و هر اطلاعات دیگری است که شما می خواهید در یک وب سایت به نمایش بگذارید. کدهای اچ تی ام ال همانند چسب، متون، عکس ها و دیگر اطلاعات را به هم می چسبانند و آنها را در محل صحیح و دقیق مربوط به خود قرار می دهند تا شما صفحه را با شکل و ظاهر درست و مناسب مورد نظر طراح مشاهده کنید.

کدهای اچ تی ام ال که برای به هم چسباندن و نمایش محتوای سایت ها به کار می روند، با نام Tag شناخته می شوند. هر تگ را می توان یک دستور در نظر گرفت که به مرورگر می گوید چگونه باید رفتار کند (مثلا متن ایتالیک، بولد یا زیرخط دار باشد یا اندازه نوشته چگونه باشد). تگ ها با کاراکتر < و > محصور می گردند تا مرورگر بتواند آنها را جدا از محتوای وب سایت تشخیص داده و دچار مشکل نشود.

شیوه انتخاب tagها برای زبان اچ تی ام ال

تگ ها در زبان اچ تی ام ال از عبارات بسیار ساده و معنی دار به شیوه کاملا منطقی انتخاب شده اند. اولین شیوه نامه اچ تی ام ال که توسط تیم برنرز لی منتشر شد، تنها حاوی ۱۲ دستور ساده بود که از زبان SGML اقتباس شده بودند. بسیاری از تگ های اولیه، امروزه دیگر منسوخ شده و عبارات ساده تر و با معنی تری جای آنها را گرفته اند.

یک مثال سریع:

همین درس که مشغول خواندن اش هستید با زبان اچ تی ام ال نوشته شده است. در واقع در اینترنت شما برای هر کاری به این زبان نیازمند هستید. برای مثال اگر بخواهید این قسمت از متن را به صورت بولد (ضخیم) در بیاورید باید از طریق یک تگ اچ تی ام ال این کار را انجام بدهید.

در درس های بعدی بیشتر با تگ ها آشنا می شوید اما بیایید در یک مثال ببینیم که چطور می توان کلمه را بولد کرد؟

کافی است آن را در ویرایشگر اچ تی ام ال به صورت زیر بنویسید:

```
<b>کلمه ضخیم</b>
```

که نتیجه کار به این شکل ظاهر می شود: **کلمه ضخیم**

ساده است نه؟ منتظر درس بعد باشید. تا توضیحات کامل تری در این مورد بیایید

HTML برای همه بخش اول اصول ساخت یک صفحه ساده وب

بعد از آشنایی با تاریخچه اینترنت و شناخت اچ تی ام ال، بهتر است کمی کاربردی تر و عملی با این زبان کدنویسی آشنا شویم. اگر تا به حال با HTML کار نکرده باشید، احتمالا دیدار اول تان با کدهای یک صفحه تا حدی گیج کننده و نامأنوس باشد. انگار که دارید به متنی با یک زبان بیگانه نگاه می کنید. اما جالب است بدانید که تنها با شناخت تعداد معدودی از دستورات (تگ ها) اچ تی ام ال، می توانید به راحتی زبان یک صفحه اچ تی ام ال را دانسته و منظورتان را هم به آن بفهمانید.

درست است که در این دوره قصدمان یادگیری کامل و خیره شدن در کدنویسی HTML نیست، اما برای کار با بسیاری از برنامه های مدیریت محتوا و انتشار مطالب در سایت ها و وبلاگ ها، باید برخی اصول اولیه این زبان را بلد باشیم. زیرا علی رغم اینکه ادیتورهای WYSIWYG برنامه های مدیریت محتوا، کار را تا حد زیادی آسان کرده اند، باز هم همه این برنامه ها با کدها و دستورات اچ تی ام ال سروکار دارند. اگر با این زبان آشنا باشیم، بسیاری از مشکلات و دردسرهای وقت گیر در انتشار صحیح و مرتب مطلب، به راحتی قابل حل هستند. پس بگذارید کمی اچ تی ام ال یاد بگیریم.



اول بگذارید نگاهی کلی به کدهای یک صفحه وب داشته باشیم. عکس بالا، چیزی است که مرورگر به ما نشان می دهد. اما در حقیقت، این چیزی نیست که نوشته شده است. کدهای این صفحه را در عکس پایین می توانید ببینید.

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">

<html>
<head>
<title>Jen's Kitchen</title>
</head>
<body>


<h1>Welcome to the future home of Jen's Kitchen</h1>

<p>If you love to read about <strong>cooking and eating</strong>, would like to learn of some
of the best restaurants in the world, or just want a few choice recipes to add to your
collection, <em>this is the site for you!</em></p>

<p>We're busy putting the site together.
Please check back soon.</p>

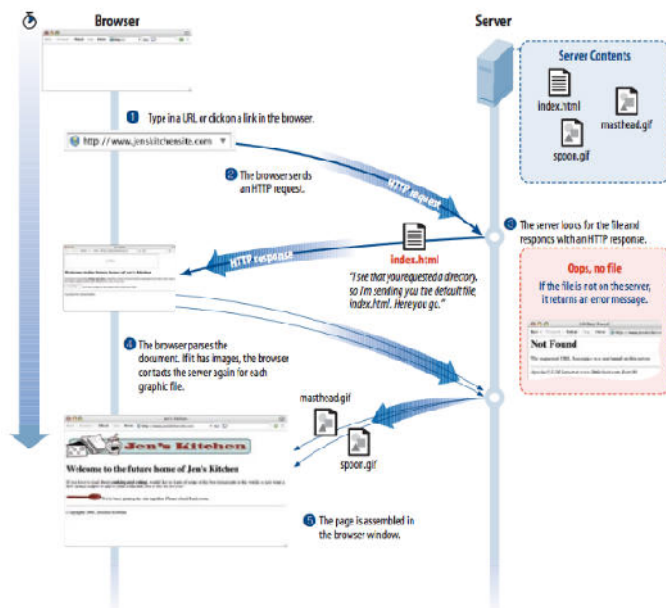
<hr />

<p>Copyright 2006, Jennifer Robbins</p>
</body>
</html>

```

همانگونه که می بینید تمام تگ های اچ تی ام ال لازم است که میان دو علامت کوچک تر و بزرگتر نوشته شوند. مرورگر وقتی به علامت > در کدهای صفحه می رسد، متوجه می شود که از این به بعد با یک تگ یا دستور اچ تی ام ال طرف است. تا جایی که به علامت < برسد، آن را یک دستور در نظر گرفته و به ترجمه و تفسیر آن می پردازد. هر آنچه هم که در میان این دستورات قرار گرفته باشد، محتوایی است که باید نمایش داده شود.

اما عکس ها که در بیرون این دو علامت نیستند، از کجا می آیند؟ در یک صفحه اچ تی ام ال باید به مرورگر بگوییم که عکس را از کجا بخواند و در صفحه قرار دهد. برای این کار از تگ `img` استفاده می کنیم. هرگاه مرورگر به این تگ برسد، آدرس درون آن را از سرور درخواست می کند و پس از دریافت عکس آن را به نمایش می گذارد.



برای اینکه داستان را به صورت منسجم در ذهن داشته باشیم، بگذارید به صورت مرحله به مرحله نحوه تعامل مرورگر با صفحه وب و سرور را دنبال کنیم و به خاطر بسپاریم:

۴ شما با تایپ مستقیم آدرس یک سایت (مانند <http://www.darsnameh.com>) در آدرس بار مرورگر، درخواست نمایش آن را می دهید. همین آدرس اینترنتی یا URL برای آدرس دهی محتوای خاصی بر روی یک سرور مشخص در اینترنت کافی است و شما را به هدف می رساند.

۴ مرورگر شما یک درخواست تحت پروتکل HTTP و حاوی آدرس سایت برای سرور ارسال می کند و دریافت یک فایل خاص را تقاضا می کند.

۴ سرور به بررسی درخواست پرداخته، به دنبال فایل مورد نظر گشته و به دو صورت به آن پاسخ می دهد:

- اگر صفحه و فایل مورد نظر پیدا نشود، سرور در جواب، پیام خطایی را به مرورگر برگردانده و پیغامی را که عموماً به صورت (۴۰۴ Not Found) است را به شما نشان می دهد. البته ممکن است طراح سایت پیام کاربردی و گویاتری را برای نمایش به جای این صفحه آماده کرده باشد.
- در صورتی که سرور فایل مورد نظر را بیابد، آن را طبق درخواست آماده کرده و برای مرورگر می فرستد.

۴ مرورگر به تجزیه و تحلیل کدهای دریافتی از سرور می پردازد. اگر صفحه حاوی عکس باشد (همان کد img) مرورگر دوباره با سرور تماس گرفته و فایل عکس را هم درخواست می کند. سرور هم به همان شکل مرحله قبل به مرورگر پاسخ می دهد. با این تفاوت که در اینجا در صورت پیدا نشدن فایل عکس، دیگر خبری از صفحه ۴۰۴ نیست و تنها عکس به نمایش در نمی آید.

۵ در نهایت مرورگر عکس ها و متون را در جاهای مشخص شده از صفحه قرار داده و... هورا صفحه وب سر هم شده ما آماده نمایش است.

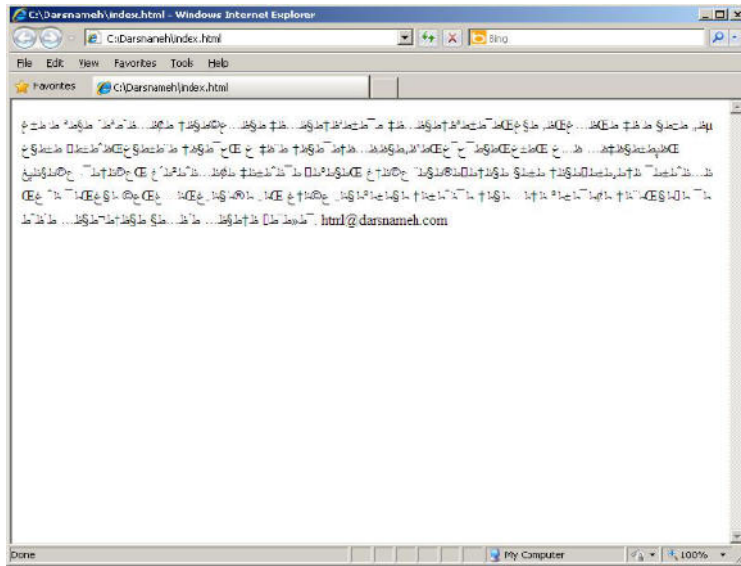
تولد یک صفحه اچ تی ام ال

خب، حالا بیایید ببینیم که از کجا باید کار نوشتن یک صفحه اچ تی ام ال را شروع کنیم. اول از همه به یک محیط برای کدنویسی نیاز داریم. می توانید از Notepad ویندوز استفاده کنید و یا از [اینجا Notepad++ را دانلود کنید](#). بگذارید تا قبل از نصب برنامه جدید، با همان Notepad خودمان کارها را جلو ببریم:



→ منوی استارت را باز کرده و در قسمت Accessories برنامه Notepad را پیدا کنید.

۴ با کلیک روی عبارت Notepad، برنامه باز شده و یک پنجره جدید ویرایش متنی را در اختیارتان می گذارد که می توانید کار تایپ را شروع کنید.

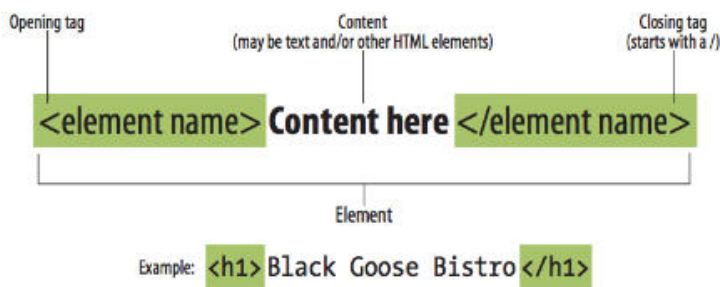


چیزی شبیه صفحه بالا به شما نشان داده خواهد شد که احتمالا حتی متن های آن درست خوانده نمی شوند. خب همه چیز به هم ریخته و درهم و برهم نمایش داده می شود! اما راه حل چیست؟

[HTML برای همه- بخش دوم: شناخت تگ های ضروری](#)

در درس گذشته با اصول ساختاری یک فایل HTML آشنا شدیم و در پروژه آزمایشی مان یک صفحه وب ایجاد کردیم. اما محتوای صفحه خیلی به هم ریخته و شلوغ و ناخوانا بود. خب حالا نوبت آن است که کمی به ظاهر و نوع نمایش محتوای این صفحه برسیم. شاید کمی باید چارچوب قرارگیری آن را هم اصلاح کنیم.

معرفی می کنیم... عنصر اچ تی ام ال. بگذارید قبل از آنکه از عناصر اچ تی ام ال یا همان تگ ها در متن مان استفاده کنیم، ابتدا با ساختار کلی آنها آشنا شویم.



عناصر یا Elements در هر متن اچ تی ام ال با تگ ها مشخص می شوند. هر تگ معمولا حاوی نام یا خلاصه نام عنصر مورد نظر است که در میان دو علامت کوچکتر و بزرگتر قرار گرفته است. مرورگر همیشه می داند که آنچه میان این دو علامت <> قرار دارد یک کد اچ تی

ام ال است که باید ترجمه شود و مانند متن عادی آن را به کاربر نشان نمی دهد. عناصر معمولاً شامل دو تگ آغاز و پایان هستند که تگ آغاز حاوی نام یا علامت اختصاری عنصر است و تگ پایان هم تکرار همان عبارت با علامت اسلش / است.

نکته: توجه داشته باشید که هیچ گاه اشتباها به جای اسلش / از علامت بک اسلش \ استفاده نکنید.

تگ های حاوی عنصر همیشه در دو طرف متن برای شکل دهی و طراحی آن به کار می روند. البته برخی از تگ ها هم (مانند تگ `img`) خالی هستند و چیزی درونشان نوشته نمی شود یا اینکه به بخش پایانی نیازی ندارند.



The minimal structure of an (X)HTML document:

حالا نوبت به شیوه چینش و استفاده از تگ ها و کدهای اچ تی ام ال می رسد. به این موضوع در درس «آناتومی یک صفحه وب» بیشتر خواهیم پرداخت. اما دانستن اصول اولیه آن خالی از فایده نیست. همیشه شروع هر صفحه اچ تی ام ال با تگ `<html>` است. بعد از آن تگ `<head>` باز شده که می تواند شامل بخش های زیادی از جمله عنوان صفحه یا `<title>` باشد. در قسمت هد بیشتر اطلاعات لازم درباره استانداردها و زبان صفحه یا فایل های کمکی لازم برای نمایش وب سایت و همچنین شیوه معرفی آن به موتورهای جستجو قرار می گیرند.

بعد از بسته شدن بخش هد با تگ `<head/>` نوبت به بدنه اصلی صفحه وب با تگ `<body>` می رسد که حاوی محتوای اصلی صفحه وب ما است. آنگاه در پایان، تگ بدنه و اچ تی ام ال را به ترتیب با `</body/>` و `</html/>` می بندیم.

خب، حالا آماده شکل دهی به صفحه وب تان هستید؟ بگذارید ابتدا با کدهای زیر سرو سامانی به صفحه پروژه جاری مان بدهیم و بعد از آن به سراغ معرفی تگ های پر کاربرد زبان اچ تی ام ال می رویم.

```
1 <html>
2
3 <head>
4
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html"; charset="utf-8">
6
7 <title>درسنامه</title>
8
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <h1>معرفی درسنامه</h1>
14
15 <p>
16 درسنامه امکان آموزش از طریق ایمیل را به صورت رایگان برای علاقمندان
17 به یادگیری فراهم می کند. کافی است دوره آموزشی مورد نظرشان را انتخاب
18 کنید و یک ایمیل عالی به آدرس همان دوره ارسال کنید تا ثبت نام آنها انجام شود.
19 </p>
20
21 <p>
22 html@darsnameh.com
23 </p>
24 </body>
25 </html>
26
27
28
29
```

ابتدا این کدها را در فایل index.html که ذخیره کرده بودید، جایگزین متن قبلی کنید:

```
<html>

<head>

<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html"; charset="utf-8">

<title>درسنامه</title>

</head>

<body>

<h1>معرفی درسنامه</h1>

<p>
```

یادگیری فراهم می کند. کافی است دوره آموزشی مورد نظرتان درسامه امکان آموزش از طریق ایمیل را به صورت رایگان برای علاقمندان به خالی به آدرس همان دوره ارسال کنید تا ثبت نام شما انجام شود. انتخاب کنید و یک ایمیل

</p>

<p>

html@darsnameh.com

</p>

</body>

</html>



حال فایل را ذخیره کرده و آن را در مرورگر باز کنید. تفاوت خیلی زیادی به چشم می خورد. اینطور نیست؟

تگ html

برای نوشتن مجموعه ای از کدهای اچ تی ام ال، ابتدا لازم است که با یک تگ، ابتدای کدها را به مرورگر معرفی کنیم. برای این کار از تگ <html> باید استفاده کرد. هنگامی هم که کدهای تان را نوشتید، باید آن را با تگ </html> ببندید. هیچگاه کدها نباید خارج از فاصله میان این دو تگ قرار گیرند.

البته اگر در حال ویرایش متن در ادیتور برنامه های امروزی مدیریت محتوا باشید، نیازی به وجود این تگ نیست. این تگ هنگام نوشتن کد برای یک صفحه اچ تی ام ال مجزا ضروری می نماید.

تگ head

هر صفحه اچ تی ام ال را می توان به دو بخش مجزای سر (head) و بدنه (body) تقسیم کرد. سر شامل برخی اطلاعات در مورد سایت و صفحه وب مورد نظر است، که یکی از مهمترین آنها عنوان یا title است. تگ head هم به صورت <head> و </head> به کار می رود و بخش هایی مانند عنوان صفحه و فرمت زبان آن باید در این بخش قرار گیرند.

تگ title

این تگ تنها در درون تگ هد دارای معنی است و عنوانی را که در بالای مرورگر بر روی تب صفحه مورد نظرتان نوشته می شود، به نمایش در می آورد. شیوه صحیح استفاده از آن به این صورت است:

```
<head>

<title> Darsnameh Official WebSite </title>

</head>
```

تگ body

این تگ مشخص کننده بخش دوم صفحه اچ تی ام ال است که تمامی تگ ها و مطالب سایت درون آن قرار می گیرند. شکل استفاده از آن هم به این صورت است:

```
<body>

.

.

</body>
```

مثال: یک صفحه ساده اچ تی ام ال با کدهایی که آموخته ایم، به این صورت خواهد بود:

```
<html>

<head>

<title>darsnameh test page</title>

</head>

<body>

This is a test page for html TAGS

</body>

</html>
```

نکته: برای اینکه نتیجه کار این صفحه را ببینید، تنها کافی است کدها را درون یک برنامه ویرایشگر متن ساده مانند Notepad نوشته و آنها را با نام دلخواه و پسوند html ذخیره کنید. حال صفحه ذخیره شده را در مرورگر باز کنید تا نتیجه کدنویسی تان را مشاهده کنید.

تگ پاراگراف <p>

این یکی از پرکاربردترین تگ هایی است که در برنامه های مدیریت محتوا و دیگر صفحات وب با آن سرو کار دارید. هر بخش مطلب را که می خواهید در پاراگراف مجزایی نمایش داده شود، باید توسط این تگ از بقیه متن جدا شود. یک پاراگراف به این صورت باید نوشته شود:

```
<p>نظر متن پاراگراف مورد</p>
```

پس از اینکه با تگ </p> پاراگراف را تمام کردید، می توانید دوباره با تگ <p> پاراگراف بعدی را آغاز کنید.

تگ وسط چین <center>

با استفاده از این تگ می توانید مطالب و عکس های درون آن را به صورت وسط چین در صفحه مرتب کنید. یعنی هر چیزی در میان دو تگ <center> و </center> به صورت وسط چین نشان داده خواهد شد.

تگ درج تصویر

این تگ به شما اجازه می دهد که در میان متن یک یا چند عکس را جایگذاری کنید. شکل نوشتن این تگ به صورت `` است و جزو تگ هایی است که نیازی به بسته شدن ندارند. عبارت SRC در این تگ مخفف کلمه SOURCE یا منبع است که به آدرس عکس بر روی اینترنت اشاره دارد. برای درج عکس، باید ابتدا آن را در یک سایت اینترنتی قرار داده (آپلود کنیم) و آنگاه آدرس آن را در این کد استفاده کنیم.

مثال:

```

```

نکته: برخی تگ ها به صورت مجزا استفاده نمی شوند و به بعضی کدهای تکمیل کننده نیاز دارند (مثلا SRC در اینجا). به این کدهای تکمیل کننده که توضیحات یا خواص تگ را مشخص می کنند attribute می گویند. برای مثال به همین تگ عکس می توان خواص دیگری همچون طول و عرض را هم اضافه کرد.

مثال:

```

```

**تگ Break Rule یا دستور شکاف
**

وقتی بخواهیم ادامه متن یا هر محتوای دیگرمان را به خط بعدی انتقال دهیم از این تگ استفاده می کنیم. برای رفتن به خط جدید تنها کافی است از کد `
` یا `</br>` استفاده کنیم. این تگ همانند تگ عکس نیازی به بسته شدن ندارد.

تگ Horizontal Rule یا دستور افقی <hr>

صفحه حسابی شلوغ است و مطالب قاطی شده اند. چرا آنها را با یک خط نازک افقی از هم جدا نمی کنید. این تگ نیاز به بستن ندارد و تنها نوشتن عبارت `<hr>` برای ایجاد یک خط افقی کافی است.

تگ لینک <a>

بسیاری اوقات لازم است درون مطلبی که در حال نوشتن آن هستید، به سایت ها یا مطالب دیگری لینک دهید، تا خواننده برای اطلاعات بیشتر به آنجا مراجعه کند. برای این کار خیلی ساده می توانید از تگ لینک به شکل زیر استفاده کنید:

```
<a href="http://www.darsnameh.com">
```

**تگ فونت **

در صورت استفاده از ادیتور برنامه های مدیریت محتوا یا وبلاگ ها، به راحتی می توانید نوع، اندازه و رنگ فونت را انتخاب کنید. اما در صورت لزوم، به راحتی و تنها با استفاده از این تگ می توانید خواص مختلفی را برای فونت متن تان اختصاص دهید.

مثلا کد:

```
<font size="10" color="green">darsnameh</font>
```

کلمه درسنامه را با اندازه فونت ۱۰ و به رنگ سبز به نمایش خواهد گذاشت و کد:

```
<font size="8" color="blue" >darsnameh</font>
```

کلمه درسنامه را با رنگ آبی و اندازه فونت ۸ به شما نشان خواهد داد.

تگ block quote

گاهی اوقات درون متن لازم است که نقل قولی از فردی داشته باشید. نوشتن نقل قول همانند متن معمول مقاله، باعث گمراهی خواننده شده و ممکن است تحلیل و نظر شما را هم بخشی از صحبت وی به شمار آورد. در بسیاری از موارد برای مشخص شدن نقل قول آن را در میان علامت های « » قرار می دهند.

اما در میان تگ های اچ تی ام ال کدی داریم که این کار را بسیار زیباتر انجام می دهد. با قرار دادن متن نقل قول درون تگ `blockquote`، این متن به صورت مجزا و وسط چین به نمایش درآمده و علاوه بر جلای بیشتر صفحه، از به اشتباه افتادن خواننده هم جلوگیری می کند.

```
<blockquote>
```

```
</blockquote>
```

در این درس به تعدادی از تگ های اولیه اچ تی ام ال که کاربرد بیشتری دارند اشاره کردیم. در دروس آینده به صورت جزئی تر به کار با ادیتورهای سایت ها و برنامه های مدیریت محتوا پرداخته و برخی کدهای ضروری برای بهینه سازی متن در این ادیتورها را معرفی می کنیم.

اما هیچ چیز کار تمرین را نمی کند. برای اینکه با تگ های مهم اچ تی ام ال آشنا شوید لازم است که کمی تمرین کنید. شما تمام ابزارهای لازم را در اختیار دارید. همانطور که گفتیم کل مواد لازم یک ادیتور متنی مانند Notepad در ویندوز است یا اگر دوست داشته باشید یک ادیتور حرفه ای تر داشته باشید می توانید [نرم افزار رایگان Notepad++](#) را دانلود کنید.

حالا تگ های اچ تی ام را بنویسید و صفحات وب دلخواه خود را ایجاد کنید.

آشنایی با جاوا اسکریپت و آژاکس

4 جاوا اسکریپت JavaScript

شاید در این دوره شما نیازی به درگیر شدن جاوا اسکریپت و نحوه استفاده از آن نداشته باشید. برای همین به ذکر پاره ای کلیات در مورد این زبان کارآمد وب می پردازیم تا اگر روزی خواستید از برخی فرم ها و برنامه های آماده آن استفاده کنید، دچار سردرگمی نشوید.

جاوا اسکریپت در حقیقت یک زبان اسکریپت نویسی است و با این هدف طراحی شده که امکان دسترسی به کامپاننت های پیش ساخته را برای کاربران عادی و نیمه حرفه ای فراهم آورد. در خصوص جاوا اسکریپت، کامپاننت های پیش ساخته بلوک هایی برای زیباسازی و سر و شکل دادن به صفحات وب هستند. کاربردهای فراوانی همچون فرم های اچ تی ام ال بهینه شده، تنظیم جزئیات مرورگر، پلاگین های مرورگر و... را می توان برای این بلوک های پیش ساخته متصور بود.

نکته: توجه داشته باشید که زبان جاوا اسکریپت به کلی متفاوت از زبان جاوا بوده و تفاوت ماهوی با آن دارد. بنابراین هیچ وقت از کلمه «جاوا» به جای «جاوا اسکریپت» استفاده نکنید. این دو ارتباطی با همدیگر ندارند!

برخی کاربردهای جاوا اسکریپت

- **شناسایی مرورگر:** با استفاده از جاوا اسکریپت می توانید نوع مرورگر بیننده سایت تان را تشخیص دهید. سپس صفحات ویژه ای که برای آن مرورگر طراحی شده اند را برای وی به نمایش بگذارید.
- **کوکی ها:** هنگامی که کاربر به سایت شما مراجعه می کند، می توانید اطلاعات مورد نیاز را بر روی کامپیوتر وی ذخیره کنید تا در مراجعات بعدی وی به سایت، از آنها استفاده کنید.
- **کنترل مرورگر ها:** می توانید باز شدن پنجره های جدید مرورگر و اینکه دارای چه اجزایی را باشد، کنترل کنید.
- **تایید اعتبار فرم ها:** برای کاهش ترافیک سایت و راحتی بیشتر کاربران، می توانید صحت اطلاعات ورودی در هر کادر را قبل از ارسال آنها به سرور و پاسخ گویی آن، در مرورگر و روی کامپیوتر کاربر بسنجید. مثلا وقتی در کادری ایمیل وارد می شود، قبل از اینکه به سرور ارسال شود، کنترل می شود که شکل صحیح ایمیل و علامت @ را داشته باشد تا سرور به آن ایراد نگذرد.
- **واکنش نشان دادن به اتفاقات:** می توانید جاوا اسکریپت را به گونه ای تنظیم کنید که نسبت به اتفاقاتی که در صفحه وب اتفاق می افتد واکنش نشان دهد. مثلا هنگامی که صفحه کامل لود می شود یا بر روی لینک یا بخش خاصی از صفحه کلیک می شود، پنجره یا پیام خاصی را نشان دهد یا هر کار دیگری انجام دهد.

نکته: همانطور که احتمالا در برخی وبلاگ ها و سایت ها دیده اید، برخی از کدهای جاوا اسکریپت برای افکت های ویژه ای مانند ستاره در کنار موس، ساعت در کنار موس یا تغییر شکل موس استفاده می شود. برخی هم با استفاده از این کدها، پنجره های خودکار با پیام های خاص مانند سلام و خداحافظی را فعال می کنند. توجه داشته باشید که بهتر است از این موارد استفاده نکنید چرا که باعث دردسر و کلافگی کاربران و نهایتا ترک وب سایت یا وبلاگ شما خواهد شد.

شیوه شناخت کدهای جاوا اسکریپت در صفحات وب

برای کدنویسی جاوا اسکریپت درون فایل های اچ تی ام ال، همانند دیگر دستورات، از تگ استفاده می شود. با شناخت کد ویژه جاوا اسکریپت، می توانید آن را در هر صفحه ای تشخیص دهید.

تگ کدنویسی جاوا اسکریپت در اچ تی ام ال، script است. تمامی کدهای جاوا اسکریپتی که قرار است در صفحه استفاده شوند را میان دو تگ باز و بسته اسکریپت می گذارند. ضمناً اغلب اوقات یک کد جاوا اسکریپت به صورت دو تکه مورد استفاده قرار می گیرد که درون فایل HTML، بخشی از آن در هد و بخشی در بادی گذارده می شود.

برای مثال ممکن است چیزهایی مانند این در بخش head ببینید:

```
<script type="text/javascript" src="http://www.darsnameh.com/js/js_pUi7SMDemA4A2k3_hIAWRM.js"></script>
```

و کدهایی شبیه این را هم احتمالاً درون body صفحه اچ تی ام ال مورد نظر خواهید یافت:

```
<script type="text/javascript">
(function() { po.src = 'https://apis.google.com/js/plusone.js';
var s = document.getElementsByTagName('script')[0];
s.parentNode.insertBefore(po, s);
})();
</script>
```

۴ آژاکس AJAX

هنگامی که با یک صفحه اچ تی ام ال خالی و یا مخلوطی از اچ تی ام ال و جاوا اسکریپت کار می کنید، برای هرگونه تبادل اطلاعات میان سایت و سرور آن، صفحه باید یک بار دیگر به صورت کامل بارگذاری (لود) شود. اما داستان آژاکس، به روز کردن بخش هایی از اطلاعات صفحه با سرور، بدون بارگذاری مجدد صفحه است. با این کار علاوه بر بالا رفتن سرعت کار در سایت و کاربر پسندتر بودن آن، ترافیک سرور را بسیار پایین آورده و پایداری و کارایی آن را به شکل قابل توجهی افزایش می دهد.

کلمه AJAX مخفف عبارت Asynchronous JavaScript and XML یا جاوا اسکریپت و ایکس ام ال غیر همزمان است. یعنی اینکه کدهای موجود در صفحه به صورت جداگانه با سرور در ارتباط هستند و اطلاعات شان را با بانک اطلاعاتی سایت همسان سازی می کنند. با این کار همیشه صفحات وب سریع و پویایی در اختیار خواهید داشت.

در صفحات وب کلاسیک، داستان اینگونه بود که برای تبادل اطلاعات هر بخش صفحه، باید تمام آن برای سرور ارسال می شد، سرور اطلاعات را با پایگاه داده کنترل می کرد و پاسخ را در یک صفحه کاملاً جدید برای کامپیوتر کاربر ارسال می کرد.

از جمله برنامه های تحت وب و سایت های مشهوری که از آژاکس استفاده می کنند، می توان به [گوگل مپ](#)، [جیمیل](#)، [یوتیوب](#) یا [فیس بوک](#) اشاره کرد. اگر عضو فیس بوک باشید، احتمالاً دیده اید که صفحه پیام ها و یا نظرات، بدون بارگذاری دوباره کل صفحه باز می شود و پس از نوشتن نظرات، تنها همان بخش نظرات دوباره لود شده و نظر شما نشان داده می شود. یا در صفحه جیمیل، بدون اینکه صفحه به صورت کامل از ابتدا بارگذاری شود، ایمیل های جدید در لیست اینباکس شما ظاهر می شوند.

مورد بسیار ملموس تر استفاده از آژاکس، که اتفاقاً باعث ترویج و شیوع استفاده از آن در صفحات وب شد، پیشنهادات بخش جستجوی گوگل است. اگر دقت کرده باشید، وقتی عبارتی را در باکس جستجوی گوگل می نویسید، منویی باز شده و پیشنهادات گوگل در خصوص پرکاربردترین

ترکیبات آن عبارت را در اختیارتان می گذارد. خب، چگونه گوگل می تواند با سرور ارتباط برقرار کرده و سریعاً پرکاربردترین عبارات مشابه را دریافت کرده و به شما نشان دهد؟ بدون اینکه شما کوچکترین تغییری در صفحه ای که مشاهده می کنید احساس کنید.

تنها نکته ای باقی می ماند این است که کدهای آژاکس هم درون صفحه، تقریباً شبیه کدهای جاوا اسکریپت نوشته می شوند و در همان تگ script قرار می گیرند.

خوب شما در این درس با دو فناوری مهم و بسیار پرکاربرد در اینترنت آشنا شدید. قرار نیست کد جاوا اسکریپت و آژاکس بنویسید اما حداقل حالا می دانید که آنها چیستند و به چه کاری می آیند. این دو فناوری به طور بسیار گسترده ای در تمام وب استفاده می شوند و شما آنها را همه جا می بینید. جاوا اسکریپت و آژاکس یکی از اجزای مهم پویا شدن وب به حساب می آیند.

سی اس اس از کجا آمد و به چه دردی می خورد؟

تا اینجا با اچ تی ام ال و کاربردش آشنا شدید. اما این زبان در دنیای وب تنها نیست و یک خواهر خوب دارد که به کمک شما می آید تا صفحات وب کامل تر و زیباتری داشته باشید. به گونه ای که در حال حاضر تقریباً تمام صفحات وبی که مشاهده می کنید با کمک اچ تی ام ال و سی اس اس کار می کنند.

Cascading Style Sheets که آن را به اختصار با نام CSS می شناسیم، در حقیقت یک زبان ساده طراحی است که روند ساخت صفحات وب زیبا و قابل ارائه را بسیار ساده می کند. در واقع این نام به این دلیل به کار می رود که کدهای سی اس اس صفحه ای از اطلاعات هستند که قیافه و شیوه چینش محتوا در صفحه وب را تعیین می کنند (استایل شیت = صفحه استایل ها).

با سی اس اس می توانید رنگ متن ها، قیافه و نوع فونت ها، فضای خالی میان پاراگراف ها، اندازه و شکل قرارگیری ستون ها، رنگ و عکس پس زمینه و هر چیز دیگری در صفحه وب را به صورت جداگانه و اختصاصی کنترل کنید.

زبان سی اس اس به گونه ای طراحی شده که به آسانی قابل یادگیری و فهم است، اما می تواند کنترل قدرتمندی را بر نحوه نمایش محتوا اعمال کند. به طور معمول سی اس اس همراه با HTML به کار می رود. اچ تی ام ال حاوی اطلاعات و محتوای سایت است (متن، پاراگراف، لیست، جدول، عکس و...) و سی اس اس نحوه نمایش آنها در وب سایت را مشخص می کند.

در واقع سی اس اس به شما کمک می کند که محتوا را تا حد زیادی از نحوه نمایش جدا کنید و کنترل هر کدام را به صورت مجزا در دست بگیرید. با داشتن این امکان می توانید مطلبی بنویسید که روی کامپیوتر با فونت و چیدمانی مناسب برای مانیتور قرار گرفته باشد و همان مطلب در یک تلفن همراه با چیدمانی متفاوت ظاهر شود تا برای خواندن در یک نمایشگر کوچک مناسب باشد.

تولید تئوری های پشت صحنه CSS و برنامه ریزی برای اینکه سی اس اس چگونه باید در مرورگرها کار و عمل کند، بر عهده سازمان مستقلی به نام کنسرسیوم وب جهان شمول یا W3C است. W3C سازمانی متشکل از گروه ها و شرکت های فعال در زمینه اینترنت است که نحوه عملکرد اینترنت و مرورگرها را تعیین می کند. این سازمان برنامه ریزی برای چندین زبان اینترنتی از جمله اچ تی ام ال و سی اس اس را بر عهده دارد.

تاریخچه سی اس اس

در میانه دهه ۱۹۹۰ استفاده از اینترنت به شکل محسوسی افزایش یافت. در آن زمان، تنها شیوه ارائه محتوا در صفحات وب، زبان HTML بود. اما با گسترش کاربرد و کاربران اینترنت، دیگر زبان اچ تی ام ال به تنهایی نمی توانست از پس ارائه ساده و کاربرپسند محتوا در وب برآید. مثلاً اچ تی ام ال توانایی طراحی صفحات را همانند کتاب، مجلات یا روزنامه های چاپی نداشت و شما امکان ارائه چنین صفحات وب شکلی را نداشتید.

از همان ابتدای شروع HTML در سال ۱۹۹۰، استایل شیت (Stylesheet) به عنوان بخشی از پروژه تکمیل و توسعه اچ تی ام ال در دستور کار قرار داشت تا اینکه با همکاری «هاکون ویوم لی» و «برت بوس»، پایه ای برای توسعه و استانداردسازی کدهای سی اس اس و

نحوه استفاده از آنها شکل گرفت و توسط W3C پیگیری شد. مایکروسافت هم به عنوان اولین حامی زبان سی اس اس، از آن در مرورگر مایکروسافت پشتیبانی کرد. اما مانند اغلب تکنولوژی های نوظهور در اینجا هم یک رقابت ایجاد شد. زیرا نت اسکریپت به عنوان دومین مرورگر پرکاربرد زمان خود، به جای پشتیبانی از زبان استایل شیت W3C، به ابداع و استفاده از زبان خاصی به نام جاوا اسکریپت استایل شیت یا JSSS پرداخت. اما مانند هر رقابت دیگری اینجا هم یکی از طرفین باید شکست را می پذیرفت و همانطور که می بینید شیوه کدنویسی نت اسکریپت برای استایل صفحه ها موفقیتی در بر نداشت و اینترنت اکسپلورر به حاکم بلامنازع دنیای مرورگرها بدل شد.

سی اس اس به چه دردی می خورد؟

با استفاده از سی اس اس برای نمایش صفحات وب، نه تنها زمان آماده سازی یک صفحه را کاهش داده اید، بلکه کدهایی آماده کرده اید که به صورت متمرکز می توانند بر روی تمام صفحات وب سایت تان اعمال شده و شما را از کدنویسی تکراری برای هر صفحه بی نیاز کنند. به همین نسبت، هم حجم کدهای نوشته شده و عکس ها و محتوای به کار رفته کاهش می یابد، هم با لود شدن یکبار فایل ها و ملحقات برای تمام صفحات، به جای دانلود جداگانه عکس های مشترک برای هر صفحه، میزان مصرف پهنای باند سایت شما به میزان قابل ملاحظه ای کاهش می یابد.

- تعیین شیوه نمایش تمامی صفحات یک سایت، به صورت مرکزی تنها بر دوش یک (یا تعداد انگشت شماری) فایل قرار می گیرد. همچنین هرگونه تغییر در چیدمان و شیوه نمایش محتوای مشترک تمامی صفحات سایت، تنها با انجام تغییر در یک فایل امکان پذیر است و به همه تعمیم داده می شود. یعنی اینکه شما مثلا به جای تغییر خواص و اندازه های مربوط به فونت در تمامی صفحات سایت تان، تنها کافی است این کار را در فایل سی اس اس انجام دهید تا به صورت خودکار تمام صفحات تحت تاثیر قرار گیرند.
- در برخی سایت ها، کاربر می تواند استایل شیت دلخواه خودش را بسازد و سایت را با آن مشاهده کند. مثلا یک کاربر با چشمان ضعیف می تواند یک استایل شیت ویژه برای نمایش نوشته ها با تباین و کنتراست بالا ایجاد کند که بتواند به راحتی آنها را بخواند. این کار معمولا با استفاده از افزونه های ویژه در برخی مرورگرها امکان پذیر است.
- مرورگرها می توانند از چندین استایل شیت به صورت همزمان پشتیبانی کنند. با این قابلیت می توانید در یک زمان برای سایت تان چندین طرح و ظاهر متفاوت داشته باشید. کاربر هم به سادگی می تواند هر طرحی را که خوشش آمد و برای وی کارایی بیشتری داشت، انتخاب کرده و از سایت با ظاهر مورد علاقه اش استفاده کند.
- استایل شیت ها به شما اجازه می دهند که محتوا را برای بیش از یک دستگاه بهینه سازی کنید. با استفاده از همان کدهای اچ تی ام ال ثابت، می توانید ظاهر و شیوه های نمایش مختلفی برای ابزارهای گوناگون، از قبیل تبلت، موبایل، کامپیوتر، پرینت و... داشته باشید.
- سی اس اس به شما این امکان را می دهد که صفحات وب را بسیار ساده تر برنامه ریزی، تولید و نگهداری کنید. به گونه ای که در زمان و مقدار کار نسبت به استفاده تنها از اچ تی ام ال، صرفه جویی چشمگیری صورت می گیرد.

سی اس اس چگونه کار می کند؟

همه چیز بسیار ساده است، حتی ساده تر از آنچه فکرش را کنید. به سادگی ۱، ۲ و ۳! البته قرار نیست شما در این دوره آموزشی سی اس اس یاد بگیرید و هدف این است که با آن و کارایی هایش آشنا بشوید. اگر دلتان خواست می توانید کمی جلوتر بروید:

۱. کار را با یک فایل که توسط اچ تی ام ال ساخته شده، شروع کنید.
۲. شروع به نوشتن قوانین استایل برای تگ ها و محتوای مورد نظر کنید تا مشخص شود هر کدام چگونه نمایش داده شوند.
۳. قوانین استایل نوشته شده را به فایل اچ تی ام ال مورد نظر ضمیمه کنید. هنگامی که مرورگر متن و محتوا را نمایش می دهد، قوانین شما را برای شکل دهی به محتوا و شیوه نمایش دنبال می کند.

البته هر کدام از این مراحل نیاز به دانش و آموزش خاص خود دارد، که از حوصله این درس خارج است. با کمی پرس و جو می توانید منابع لازم برای دریافت این دانش را بیابید.

و آخرین نکته اینکه پیشنهاد می کنیم حتما سری به سایت [Zen Garden](#) بزنید تا به قدرت و زیبایی سی اس پی ببرید. در ستون سمت راست می توانید طرح های مختلف سایت را انتخاب کنید. زیبایی کار آنجا است که تمامی این طرح ها یک فایل اچ تی ام ال ثابت و واحد دارند و تنها با تغییر فایل سی اس اس مورد استفاده، طرح سایت به کلی تغییر می کند.

در این درس با سی اس اس و کاربردهایش آشنا شدید. اگر یک روزنامه نگار باشید کمتر پیش می آید که نیاز به سر و کله زدن با سی اس اس را پیدا کنید و معمولا این کار به عهده وبمستر سایت است. اما دانستن این مبانی به شما کمک می کند که در مواقع لزوم بدانید باید چه بکنید و از چه کسی تغییرات را درخواست بکنید.

در ادامه دوره، آزمون از دو درس سی اس اس و جاوا اسکریپت برای شما ارسال خواهد شد؛ توصیه می کنیم حتما پیش از شرکت در آزمون یک بار این دو درس را مرور کنید.

آشنایی با نرم افزارهای اینترنتی و برنامه های مدیریت محتوا

احتمالا عناوینی مانند نرم افزار اینترنتی، وب اپلیکیشن، برنامه های تحت وب و امثال آن به گوش تان خورده و شما هم درباره معنی و کاربرد آنها کنجکاو هستید. در این درس ابتدا به تعریف و کاربرد نرم افزار اینترنتی یا وب اپلیکیشن می پردازیم و پس از آن به سراغ برنامه های مدیریت محتوا یا CMS خواهیم رفت.

نرم افزار اینترنتی یا Application Web

حال که مشغول به گذراندن این دوره ها هستید، حتما با کامپیوتر و برخی برنامه های کاربردی و مفاهیم آن آشنایی اولیه ای دارید که توانسته اید در این دوره شرکت کنید. برنامه یا نرم افزار که معنی کلمه **Software** و یا **Application** است، منظور ابزاری بر روی کامپیوتر شما است که از مجموعه ای کد و دستور ساخته شده و کار خاصی را برای شما انجام می دهد.

مثلا مرورگر اینترنت اکسپلورر که همه با آن آشنا هستید، یک برنامه کامپیوتری یا نرم افزار است که به شما امکان باز کردن و مشاهده صفحات وب را می دهد.

یا اینکه برنامه مایکروسافت ورد که همه برای تایپ متن و حتی صفحه آرایی نشریه از آن استفاده می کنید، جزو نرم افزارهای تکست ادیتور یا ویرایشگر متن است که برای نوشتن و صفحه آرایی متون استفاده می شود.

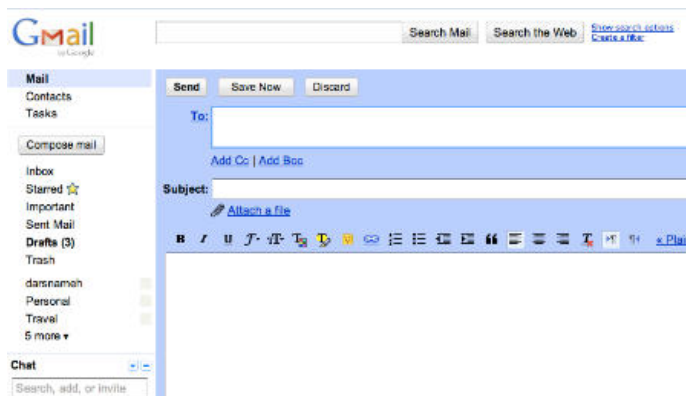
شما هم حتما تعداد بسیار زیادی برنامه روی کامپیوترتان دارید که می توانید به این لیست اضافه کنید. مانند بازی های کامپیوتری که روی سیستم هر کدام تان یکی دو تا از آنها پیدا می شود.

طبق تعریف دانشنامه اینترنتی ویکی پدیا، **نرم افزار اینترنتی یا وب اپلیکیشن** عبارت است از برنامه ای که دسترسی به آن تنها از طریق اینترنت یا شبکه داخلی امکان پذیر است. البته گاهی اوقات این تعریف، نرم افزارهایی که بر روی کامپیوتر کاربر قرار دارند، اما محیط کاربری آنها درون مرورگر باز می شود را هم شامل می شود.

در واقع نرم افزارهای تحت وب، برنامه هایی هستند که از روی اینترنت و درون مرورگر اینترنتی شما باز می شوند و با آنها کار می کنید. شما نیازی به نصب هیچ برنامه یا سی دی و یا دانلود نرم افزاری برای کار با آنها ندارید. این برنامه ها معمولا نیازی به روز رسانی توسط شما هم ندارند و این کار به صورت خودکار و یا توسط تیم توسعه دهنده برنامه انجام می شود.



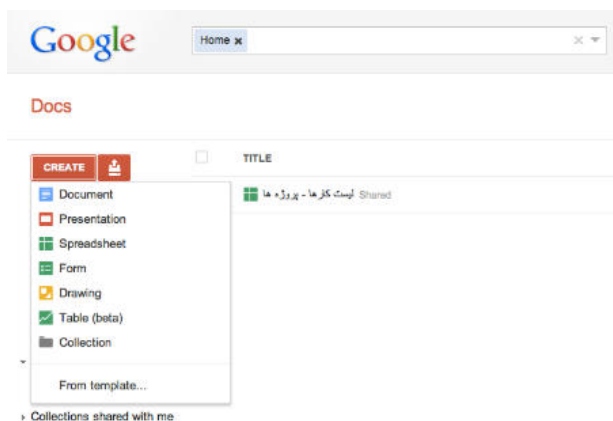
برنامه های آشنای زیادی از این دست را می توان نام برد که شما در حال استفاده از آنها هستید. وقتی وارد سایت بانک تان می شوید و با ورود رمز عبور و نام کاربری به برخی امکانات مانند اطلاعات حساب، انتقال و درخواست موجودی و خرید کارت شارژ و... دست می یابید، در واقع مشغول استفاده از یک برنامه تحت وب یا **وب اپلیکیشن** هستید.



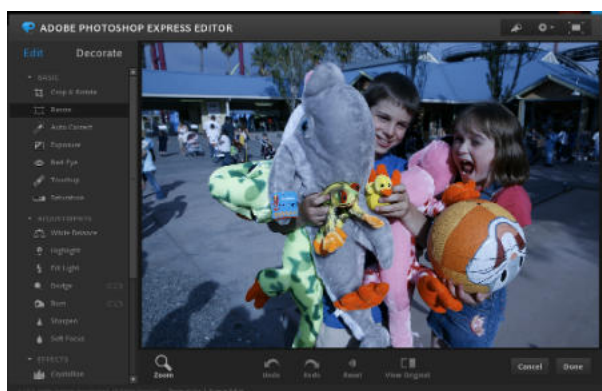
هنگام استفاده از سرویس دهنده ایمیلی مانند جیمیل هم در حال استفاده از یک نرم افزار اینترنتی تمام عیار هستید که کار مدیریت، ارسال و دریافت ایمیل های تان را بر عهده دارد.



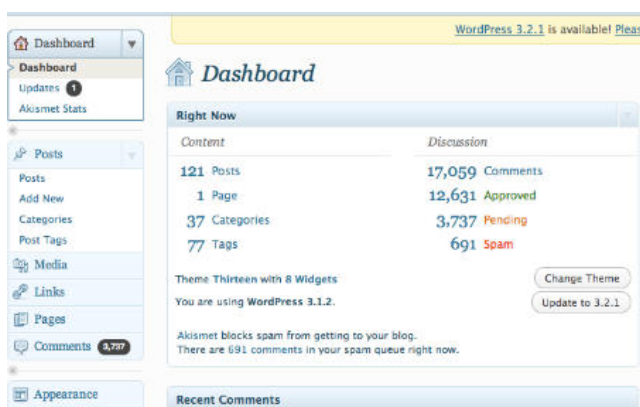
بازی های آنلاین هم که نمونه بسیار خوب و شناخته شده وب اپلیکیشن ها هستند. احتمالاً اکثر شما با بازی های تراوین و ایکاریم آشنا هستید.



گوگل داکس یکی دیگر از وب اپلیکیشن های معروف برای ایجاد، نگهداری و ویرایش فایل های محتوایی مختلف با کارکردی شبیه برنامه آفیس مایکروسافت است.



شاید مورد دیگری از وب اپلیکیشن ها که کمتر شناخته شده باشد، برنامه هایی مانند **فتوشاپ** است که محیط ادیتور عکس فتوشاپ را تحت وب و از درون مرورگر در اختیارتان می گذارد. هر چند هنوز تمام امکانات این نرم افزار قدرتمند را به صورت آنلاین در اختیار ندارید اما می توانید امیدوار باشید در آینده نزدیک یک فتوشاپ کامل را هم به صورت وب اپلیکیشن در اختیار داشته باشید!



برای مدیریت مطالب، فایل ها، نظرات و دیگر بخش های مرتبط با یک سایت یا وبلاگ هم باید از یک نرم افزار تحت وب استفاده کنیم. این دسته برنامه ها به CMS یا سیستم مدیریت محتوا (Content Management System) مشهور شده اند.

چرا نرم افزارهای اینترنتی از برنامه های نصب شده روی کامپیوتر بهترند؟

- برنامه های تحت وب امن تر هستند و اطلاعات در مکان نسبتا امنی نگهداری می شوند.
- همه ملزومات را با هم در یک مکان خواهید داشت.
- می توان روال صحیحی برای پشتیبان گیری خودکار تعریف کرد (برای اطلاعات بیشتر می توانید به دوره «مبانی پشتیبان گیری از اطلاعات» درسامه مراجعه کنید).
- معمولا احتیاج به نصب چیزی بر روی سیستم تان ندارید.
- تقریبا هیچ گاه نگران سازگاری برنامه با سیستم عامل مورد استفاده تان نیستید.
- از هر جایی می توانید به انجام کارهای تان پردازید.
- نیاز به به روز رسانی دائم ندارید. نرم افزارهای تحت وب همیشه خودشان به روز هستند.

برنامه های مدیریت محتوا یا CMS

سایت ها و سرویس دهندگان مختلف، از انواع متفاوتی از این برنامه های تحت وب استفاده می کنند و گاهی برخی از آنها دست به کار تولید و خلق سیستم و برنامه اختصاصی خود می شوند. در اینجا به برخی از معروف ترین برنامه های مدیریت محتوای موجود در اینترنت که کاربران زیادی را هم به سوی خود جذب کرده اند می پردازیم، چرا که هم اکنون میلیون ها وب سایت در جهان با این نرم افزارها ساخته شده اند و بنابراین داشتن یک آشنایی کلی با آنها مفید خواهد بود.

[جوملا \(Joomla\)](#)

یکی از برنامه های مدیریت محتوای معروف و پر کاربرد است که شما را قادر می سازد سایت ها و برنامه های آنلاین قدرتمندی را خلق کنید. کار با آن ساده و روان بوده و امکاناتش قابل توسعه هستند. بسیاری از برنامه های تحت وب و سایت های مشهور از جوملا استفاده می کنند. مهمتر از همه هم اینکه جوملا یک سیستم متن باز است که به رایگان در اختیار همه قرار دارد.

این سی ام اس دارای نسخه فارسی شده و دارای بسیاری امکانات فارسی است که به راحتی می توانید آنها را در اینترنت بیابید.

[وردپرس \(Wordpress\)](#)

وردپرس یک نرم افزار اینترنتی است که شما با استفاده از آن می توانید وب سایت و وبلاگ های زیبایی را خلق کنید. این برنامه هم کاملا رایگان است. هسته این نرم افزار تحت وب توسط صدها داوطلب نوشته و کامل شده است. دارای امکانات جالب و فراوانی است که با استفاده از پلاگین ها و پوسته های متنوع آن می توانید هر آنچه را که در صورتان است بر روی سایت تان به اجرا درآورید. تاکنون چیزی نزدیک به ۲۵ میلیون نفر در سراسر دنیا از این سی ام اس استفاده کرده اند.

[دروپال \(Drupal\)](#)

دروپال یک پلتفرم مدیریت محتوای متن باز است که میلیون ها سایت و اپلیکیشن در سراسر دنیا از آن استفاده می کنند. این ابزار توسط گروهی بالغ بر ۶۵۰ هزار نفر از برنامه نویسان داوطلب ساخته شده و مورد حمایت و پشتیبانی قرار می گیرد. با استفاده از دروپال می توانید هر چیزی را بسازید، از وبلاگ شخصی تان گرفته تا وب اپلیکیشن های تجاری برای شرکت های بزرگ. هزاران عدد افزونه و تم مختلف به شما این امکان را می دهند که وب سایت رویایی تان را به واقعیت تبدیل کنید.

همانطور که می بینید دنیای نرم افزارهای تحت وب دنیای بزرگ و متنوعی است که روز به روز در حال توسعه و گسترش است. اگر تا به حال به دنبال کشف و نصب نرم افزارهای جدید روی کامپیوتر و سیستم عامل ویندوزتان بودید، وقتش رسیده که به دنبال کشف «وب اپلیکیشن های» جدید باشید چرا که بخش عمده ای از زندگی کاری شما را تشکیل می دهند و نقش آنها روز به روز پر رنگ تر می شود. این را فراموش نکنید که به عنوان یک وبلاگ نویس، روزنامه نگار یا مدیر سایت این اهمیت زیادی دارد که بیشتر از دیگر کاربران با وب اپلیکیشن ها و کارکردهای آنها آشنا باشید.

[کار با ادیتورهای متن WYSIWYG](#)

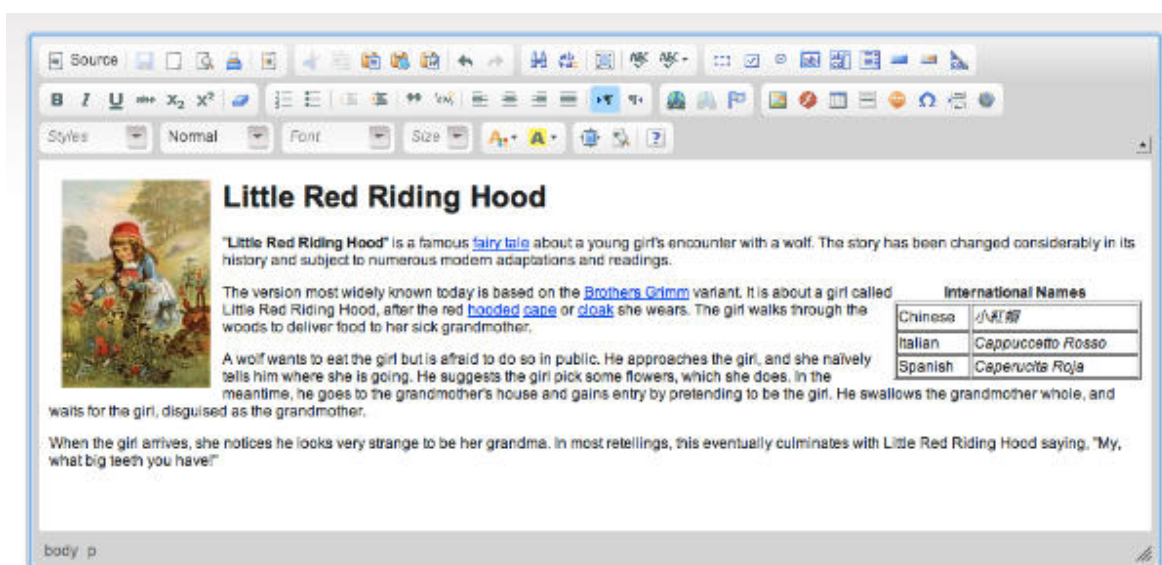
این روزها، اگر شما یک نویسنده آزاد باشید که مطالب درخواستی برای وب سایت ها آماده می کنید، آنها معمولا به شما نام کاربری و رمز عبوری می دهند تا نوشته های تان را به جای ایمیل کردن، مستقیما در یک برنامه مدیریت محتوای وب سایت (CMS) وارد کنید. این برنامه ممکن است یک سیستم رایگان عمومی همچون وردپرس یا جوملا باشد یا اینکه یک برنامه مدیریت محتوای اختصاصی باشد که به صورت سفارشی برای یک سایت نوشته شده است.

جدا از شیوه کار با این برنامه های تحت وب و مزایا و معایب آنها که با موضوع دوره ما ارتباط چندانی ندارد، شیوه درج مطلب در بسیاری از این سایت ها توسط ادیتور ویژه سایت و یا کدنویسی اچ تی ام ال انجام می گردد.

ادیتورهای به کار رفته در برنامه های مدیریت محتوا را معمولا با نام WYSIWYG می شناسند. این عبارت مخفف جمله **You What Get You What Is See** است. یعنی اینکه هر آنچه را که شما روی صفحه مانیتور و درون ادیتور می بینید، همان چیزی است که در انتها درون سایت منتشر خواهد شد و کاربران آن را خواهند دید. در این درس به بررسی قسمت های مختلف این گروه از ادیتورها و نحوه استفاده از آنها می پردازیم.

در واقع این ادیتورهای متن طراحی شده اند تا کار شما را راحت کنند و نیازی به نوشتن تگ های اچ تی ام ال نداشته باشید. اما اگر می خواهید کنترل کامل صفحه را در دست داشته باشید نیاز است که هم کار با این ادیتورها را یاد بگیرید و هم کمی تگ های اچ تی ام ال را بلد باشید.

نمای ظاهری ادیتور



همه این ادیتورها تا حد زیادی شبیه یکدیگر و تا حد زیادی مانند محیط برنامه مایکروسافت ورد هستند. با این تفاوت که در هر یک تعداد آیکون ها و آیکون ها بسته به نیاز کاربر متفاوت است. شما همانند برنامه ورد می توانید پاراگراف ها را مرتب کنید، اندازه و نوع فونت نوشته را انتخاب کنید. عکس ها را درون متن جای دهید، یا حتی به راحتی بخش هایی از متن را به آدرس یا عکسی لینک کنید. مهمترین مزیت این ادیتورها، عدم نیاز جدی به استفاده از کدهای اچ تی ام ال است و تقریبا شما همه چیز را در همان محیط ادیتور در اختیار دارید.

یکی از مشهورترین ادیتورهای رایگان و باز متن این گروه، **CKeditor** است که در ادامه به بررسی بخش های مختلف آن می پردازیم.

آیکون های CKeditor و کاربرد آنها

آیکون های موجود در سی کی ادیتور بسیار متنوع و تا حد زیادی شبیه برنامه های ویرایش متن روی کامپیوتر هستند. حتی بسیاری از آنها به صورت معمول هنگام درج مطلب در وب، کاربردی ندارند و شما می توانید از مدیر سایت درخواست حذف یا اضافه کردن برخی از آنها را بنمایید.



یک ادیتور کامل شامل تمامی آیکن‌هایی است که در عکس بالا مشاهده می‌کنید. در اینجا به توضیح کاربرد برخی از آیتم‌های ضروری یک ادیتور برای درج مطلب در اغلب سایت‌ها و وبلاگ‌ها می‌پردازیم:

۱ انتخاب شکل ظاهری فونت از قبیل بولد، ایتالیک، زیرخط و...



در این بخش شما ابتدا عبارت را انتخاب (های لایت) می‌کنید و سپس دکمه مورد نظر را می‌زنید. امکانات کامل این بخش، شامل بولد، ایتالیک، زیرخط، خط زدن، بالانویس یا پایین‌نویس کلمه و همچنین حذف تمامی این انتخاب‌ها است. از این میان چیزی که بیش از همه به آن نیاز دارید، تنها آیتم‌های بولد و ایتالیک کردن نوشته هستند.

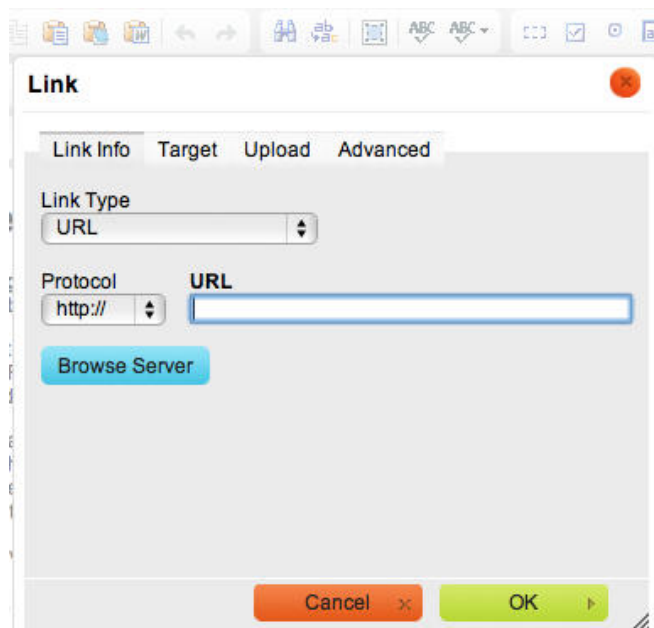
۲ انتخاب شیوه پاراگراف بندی، بولت‌ها و شماره‌ها



ممکن است بخواهید که لیستی از گزینه‌ها ایجاد کنید که شماره گذاری شده باشند. یا اینکه لیست شما تنها با بولت، یا دایره کنار هر کدام، از هم جدا شوند. علاوه بر این راست به چپ بودن (برای زبان فارسی) یا چپ به راست بودن (برای زبان انگلیسی) متن و همچنین انتخاب راست چین، چپ چین و وسط چین کردن متن هم از دیگر امکانات این بخش هستند.

۳ لینک کردن بخش خاصی از متن به آدرس وب





بخشی از متن تان اشاره به یک تحقیق خاص، مطلبی در وبلاگ دیگر، معرفی یک فرد و یا حتی معرفی یک سایت دارد. بهتر نیست که آن بخش را به منبعی که از آن استفاده کرده ایم و یا آدرس آن سایت لینک کنیم؟ با این کار به خواننده در فهم بهتر مطلب هم کمک فراوانی می‌کنیم.

حتی در صورت لزوم با انتخاب عکس درون متن و استفاده از این دکمه، می‌توانید عکس‌های تان را هم به اندازه بزرگتر و با کیفیت تر همان عکس یا به هر آدرس دلخواهی لینک کنید.

۴ درج عکس درون متن

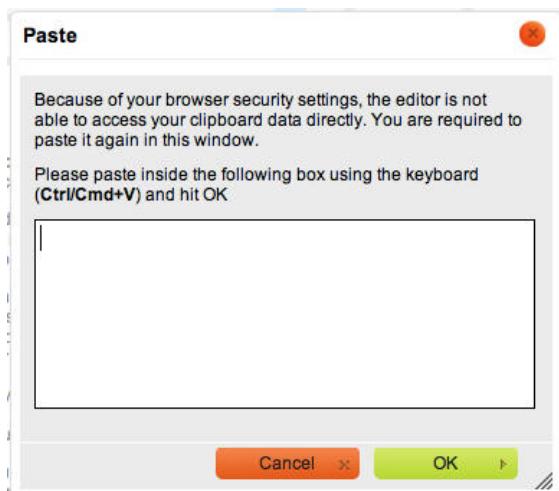


گاهی برای خبرسانی بهتر، افزایش فهم مطلب و یا نیاز مبحث آموزشی که در حال نوشتن آن هستیم، لازم است عکس یا عکس‌هایی درون متن قرار دهیم. با استفاده از بخش آپلود عکس ادیتور می‌توانید عکس را از روی کامپیوترتان به سرور سایت منتقل کرده و آن را درون متن قرار دهید.

نکته: همیشه حواس تان به حجم و ابعاد عکس‌های آپلود شده باشد. عکس‌های با حجم بالا سایت شما را کند می‌کنند و عکس‌های با طول و مخصوصاً عرض نامناسب قیافه ظاهری سایت را به هم می‌ریزند. بهتر است قبل از آپلود تصاویر، سایز و حجم آنها را در یک نرم افزار ویرایشگر عکس اصلاح کنید و روی این کار وسواس زیادی به خرج دهید.

۵ ورود محتوا از برنامه‌های ادیتور متن مانند Microsoft Word





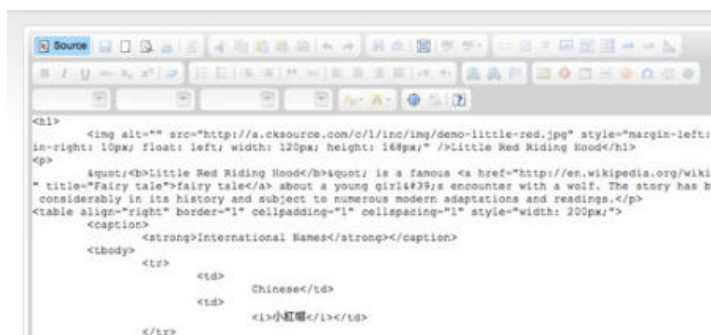
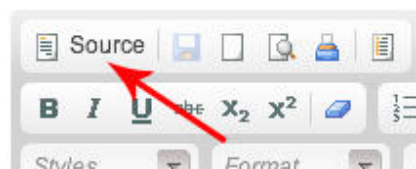
معمولا می توانید به راحتی کپی و پیست کردن، محتوا را از هر جایی (ایمیل، سایت یا برنامه ادیتور متن) به محیط ادیتور سایت تان وارد کرده و آن را منتشر کنید. اما گاهی اوقات برخی از این منابع، تگ ها و کدهای ناخواسته ای را هم وارد ادیتورتان می کنند که مشکل ساز می شوند. بهتر است برای ورود محتوا از دیگر منابع از این دکمه های ادیتور استفاده کنید تا کدهای اضافی به صورت خودکار فیلتر شوند.

۶ تغییرات اندازه، نوع و رنگ فونت



بسیار پیش می آید که بخواهید بخشی از نوشته هایتان درشت تر یا ریزتر دیده شود یا اینکه می خواهید کل متن تان با فونتی کاملا متفاوت با فونت پیش فرض سایت نمایش داده شود. شاید هم به ندرت پیش بیاید که تغییر رنگ نوشته یا پس زمینه آن ضرورت پیدا کند. البته اکیدا پیشنهاد می کنیم که هیچ گاه از تغییر رنگ فونت یا زمینه استفاده نکنید. زیرا هم خوانایی متن را کم خواهد کرد و هم باعث آزار چشم بیننده و نازیبا شدن ظاهر سایت خواهد شد.

۷ تغییر یا درج کدهای اچ تی ام ال



شما به صورت مستقیم درون ادیتور، می توانید از حالت کدنویسی آن استفاده کنید و در صورت لزوم برخی تگ ها و کدهای اضافی را به صورت دستی حذف کرده و یا کد خاصی را درون متن تان اضافه کنید. برای این کار تنها کافی است بر روی دکمه Source کلیک کنید تا محیط بدون ادیتور و تنها شامل محتوای وارد شده و کدهای مربوط به آن به نمایش درآیند.

این یکی از دکمه های مهم ادیتورها به حساب می آید. در صورتی که مبانی HTML را بلد باشید می توانید بسیاری از مشکلات را در این حالت ببینید و آنها را رفع کنید. در موارد زیادی اگر متنی را از جای دیگری کپی/پیست کرده باشید احتمالا یک سری کد اضافه در صفحه شما وارد شده که می تواند سبب به هم ریخته شدن چیدمان متن بشود. در این وضعیت از این قسمت به راحتی می توانید کدهای اضافی و مزاحم را کشف کرده و اصلاح کنید.

در موارد زیادی هم شما به یک تگ نیاز دارید که در ادیتور شما وجود ندارد. با سوئیچ کردن به حالت کدنویسی می توانید خودتان به صورت دستی این تگ را وارد کنید و نتیجه مطلوب تان را به دست بیاورید.

نکات ضروری در آماده سازی مطلب برای سایت

هنگامی که قرار است شما مطلبی را درون سایت خودتان یا گروه دیگری که مقاله را برایشان آماده کرده اید، منتشر کنید، دست تان در استفاده از انواع فونت، رنگ متن و اندازه های مختلف عکس تقریبا باز است. اما ما تا چه حد اجازه داریم که از این اختیارمان استفاده کنیم؟

به عنوان یک اصل کلی، برای ارائه یک کار زیبا و استاندارد، ما باید از روال ثابت تعیین شده توسط طراح و صاحب سایت پیروی کنیم. زیرا آنها پس از آزمون های فراوان برای استفاده از نوع و اندازه فونت خاصی و یا شیوه چینش عکس درون محتوا، به نتیجه رسیده اند.

لذا همیشه توصیه می شود که به جای عملکرد سلیقه ای و براساس حس زیبایی شناسی شخصی، به شیوه کاری معمول سایت پایبند بوده و قبل از شروع کار آنها را فرا بگیرید. حال مطلبی زیباتر و جذاب تر و کاربر پسندتر است که خلاقیت ما را در چهارچوب مشخص شده سایت به همراه داشته باشد.

در اینجا به چند مورد ضروری در درج مطالب درون سایت اشاره می کنیم:

➔ هیچ گاه از رنگ فونت و یا پس زمینه برای نوشته های تان استفاده نکنید. زیرا به جای جلب توجه، علاوه بر اینکه ظاهر معمول سایت را به هم می ریزند، برای بسیاری از خوانندگان با شرایط ویژه هم مشکل ساز می شوند. مثلا خواننده ای که کور رنگی دارد ممکن است متن را نتواند بخواند. فارغ از اینکه گاهی اوقات چنین تغییرات شدیدی برای هر کاربری ناخوشایند بوده و باعث ترک سایت شما خواهد شد.

۴ همیشه از اندازه و نوع فونت استاندارد سایت استفاده کنید. وجود چندین نوع مختلف فونت با اندازه های متفاوت می تواند باعث به هم ریختگی و شلختگی ظاهر سایت شود. علاوه بر این استفاده از فونت های خاصی که روی کامپیوترتان دارید باعث دردسرهای بسیار بزرگتری هم می گردد. توجه کرده اید که اگر بیننده در شهر یا کشور دیگر، فونت مورد استفاده شما را نداشته باشد، متن را چگونه می بیند؟ و برای نصب فونت مورد استفاده و دیدن صحیح متن چه اندازه دچار مشکل خواهد شد.

همچنین استفاده از فونت ریز باعث دشواری در خواندن آن می گردد و درشتی بیش از حد هم چشم آزار است و خواننده را فراری می دهد.

۳ در استفاده از عکس کاملا محتاط باشید. اولین نکته اینکه استفاده بدون ضرورت از تعداد زیاد عکس برای زیبایی صفحه، باعث بالا رفتن حجم آن و ایجاد مشکل در باز شدن صفحه می گردد. همیشه بهتر است که با فتوشاپ و برنامه های مشابه، حجم عکس ها را تا حد ممکن پایین بیاورید. این کار باعث باز شدن سریعتر صفحه و کاهش مصرف پهنای باند شما و کاربرتان می شود. البته باید به یک نقطه اعتدال میان کیفیت و حجم برسید و هیچ گاه یکی را قربانی دیگری نکنید.

نکته مهم دیگر درباره عکس ها، طول و عرض آنهاست. قبل از استفاده از عکس ها، ابتدا از حداقل و حداکثر طول و عرض مجاز عکس در سایت مورد نظر مطلع شوید. استفاده از عکس های عریض تر از صفحه سایت، باعث به هم ریختگی سایت می شود. استفاده از عکس های با طول زیاد هم در برخی سایت ها باعث بیرون زدن متن از کادر شده و در برخی باعث کش آمدن صفحه و ایجاد نمای ناخوشایند می شود.

<html/> <html>

تقریباً تمامی صفحات وب بدون استثنا شامل این دو تگ هستند. این کدها همه آنچه را که در صفحه نوشته می شود را در بر می گیرند و به جز داک تایپ، چیزی خارج از آنها نخواهد بود. این دو تگ به مرورگر می گویند که: «این یک صفحه اچ تی ام ال است»

<head/> <head> **بخش هدر یا سر سایت:**

هنگامی که صفحه وب را درون مرورگر می بینید این قسمت معمولاً مخفی است و درون سایت نمایش داده نمی شود. اما اطلاعات لازم درباره صفحه شما را برای مرورگر و موتورهای جستجو مهیا می کند. مهمترین بخش هایی که در هدر قرار دارند، متا تگ ها و تایتل یا عنوان صفحه وب است.

این بخش همچنین به مرورگر می گوید که فایل های CSS و مانند آن را از کجا پیدا کرده و همراه صفحه لود کند. همچنین آدرس اسکریپت هایی که لازم است هنگام باز شدن صفحه اجرا شوند در این قسمت قرار گرفته یا آدرس دهی می شوند.

<title/> <title> **عنوان صفحه:**

هر عبارتی را که بین دو تگ تایتل تایپ کنید، همان چیزی است که در بالای پنجره مرورگر، نوشته شده و عنوان صفحه شما خواهد بود. بسیاری از افراد هنگام نوشتن صفحه سایت شان از قرار دادن این تگ و عنوان صفحه غفلت می کنند. در موتورهای جستجو هم معمولاً همین عنوان انتخابی به عنوان لینک سایت شما نشان داده شده و کاربر روی آن کلیک می کند. بهتر است که گاهی کلمات کلیدی مهم سایت را هم درون عنوان جاسازی کنیم تا در موتورهای جستجو نتیجه بهتری بگیریم. مثال:

```
<title> Darsnameh | e-Learning </title>
```

متا تگ ها (tags Meta)

این تگ ها هم در همان بخش هدر قرار می گیرند. این بخش از سایت، اطلاعاتی را برای موتورهای جستجو فراهم می آورد تا سایت شما به همان شکل که دوست دارید ایندکس و ثبت شود. به عنوان مثال، چه کلمات کلیدی (Keyword) درباره سایت تان انتخاب می کنید، چه توضیحی دوست دارید در لیست نتایج موتور جستجو برای صفحه وب تان به نمایش درآید و اینکه می خواهید صفحه وب شما کش شود یا خیر و اطلاعاتی از این دست. دو تگی که باید حتماً در بخش هدر وب سایت آنها را فراموش نکنید، meta keywords و meta description هستند.

- **Meta Keywords:** این تگ شامل کلمات کلیدی سایت شما است. معنی آنها این است که موتور جستجو چگونه باید به دنبال سایت شما گشته و آن را نمایش دهد.

- **Meta Description:** عبارتست از یک توضیح موجز و کوتاه در حد ۲۰۰ کاراکتر یا کمتر درباره وب سایت شما. این توضیح معمولاً در صفحه نتایج موتور جستجو در زیر لینک قابل کلیک سایت شما در یکی دو خط نوشته می شود، پس بهتر است که همیشه متنی مختصر، اما جذاب و گیرا باشد.

<body/> <body> **بخش بدنه اصلی سایت:**

این بخش، قسمت اصلی سایت شما است. جایی که محل سکونت آن چیزی است که مردم از سایت شما می بینند. در درس آشنایی با اچ تی ام ال و تگ های اولیه اچ تی ام ال به این بخش زیاد پرداخته ایم. پس به جز چند مورد کلی وقت مان را صرف معرفی تگ های HTML نمی کنیم و سریع از آن عبور می کنیم.

<h1/> <h1> و <h2/> <h2> و <h3/> <h3> **تگ های سر تیتر:**

تگ های اچ تی ام ال واقع موقعیت تیترها را درون مطلب مشخص می کنند. اچ تی ام ال یک تیتر اصلی مطلب شما است. اچ تی ام ال دو زیر تیتر مطلب شما خواهد بود و اچ تی ام ال سه تیترهای فرعی هستند که درون زیر تیتر جای می گیرند.

اوه اوه، اینجا چه خبر است! این همه کد؟ بگذارید آن را کمی مرتب کنیم ببینیم چه هستند.

```
1 <!doctype html>
2 <html>
3 <head>
4 <meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset=UTF-8">
5 <title>Google</title>
6
7 <script>window.google={kEI:"aXGdTtN7z546hqe0oAk",getEI:function(a){var b;while(al
  · google.kEI},kEXPI:"25657,28936,30316,30465,32034,33048,33067,33076,33104",kCSI:
  · {e:"25657,28936,30316,30465,32034,33048,33067,33076,33104",ei:"aXGdTtN7z546hqe0o
  · {display:none !important}.gbm{position:absolute;z-index:999;top:-999px;visibilit
  · shadow:-1px 1px 1px #ccc;-webkit-box-shadow:0 1px 5px #ccc;box-shadow:0 1px 5px
  · 29px!important;visibility:visible)#gbz .gbm,#gbz #gbs[left:0]#gbg .gbm,#gbg #gbs
  · 1;top:-1px;left:-2px;right:-2px;bottom:-2px;opacity:.4;-moz-border-radius:3px;fi
  · 1;*top:-2px;*left:-5px;*right:5px;*bottom:4px;-ms-filter:"progid:DXImageTransfor
  · \0;/bottom:4px\0/}.gbma{position:relative;top:-1px;border-style:solid dashed dasl
  · inline-.....
8 </script>
9
10 </head>
11
```

حالا خیلی بهتر شد. چه جالب، داک تایپ را همانگونه که گفته ایم، خلاصه به کار برده. بعد تگ `html`، سپس تگ `head` و بعد هم `meta` و `title` را می بینیم. در ادامه یک اسکریپت بلند بالا که وظیفه اش ساختن جستجو برای ما است. مثلاً اینکه ۱۰ پیشنهاد بیشتر جستجو شده را درباره عبارت مورد نظر ما، نشان دهد یا اینکه بدون زدن `Search` جستجو را شروع کند.

حال برویم سراغ Body

```
<body id=gsr bgcolor=#ffffff text=#222222 link=#1122cc vlink=#6611cc alink=#d14836 onload="try{if(!google.j
();document.gbqf&&document.gbqf.q.focus())};if(document.images)new Image().src='/images/nav_logo9'

<a style="left:-1000em;position:absolute" href="/setprefs?prev=http://www.google.ca/&amp;sig=0_prPrhHIFsYvqI
click here to turn off Google Instant.</a> <textarea id=csi style=display:none</textarea><script>if(googl
script><div id=mngb><div id=gb><div id=gbw><div id=gbz><span class=gbtcb></span><ol class=gbtc><li class=gb
plus.google.com/?hl=en&tab=wx" onclick="gbar.logger.il(1,{t:119})"><span class=gbtb2></span><span class=gbt:
gbz0l gbp1" id=gb_1 href="http://www.google.ca/webhp?hl=en&tab=ww" onclick
<li class=gbt><a class=gbgt id=gbg5 href="http://www.google.ca/preferences?hl=en" title="Options" onclick="
owns=gbd5><span class=gbtb2></span><span id=gbgs5 class=gbtn><span id=gbi5></span></span></a><div class=gbm
class=gbmcc>
<li class="gbkc gbmtc"><a class=gbmt href="/preferences?hl=en">Search settings</a></li>
<li class=gbmtc><div class="gbmt gbmh"></div></li>
<li class="gbe gbmtc"><a class=gbmt href="/advanced_search?hl=en">Advanced search</a></li>
<li class="gbe gbmtc"><a class=gbmt href="/language_tools?hl=en">Language tools</a></li>
<li class="gbe gbmtc"><a class=gbmt href="/url?sa=p&pref=ig&pval=3&q=http://www.google.ca/ig%3Fhl%3Den%26s;
%3Diglk&usg=AFQjCNG2KtTgMZuV7F13FeeT0mTWMvvgA">iGoogle</a></li>
<li class=gbmtc><div class="gbmt gbmh"></div></li>
<li class="gbkp gbmtc"><a class=gbmt href="http://www.google.com/history/optout?hl=en">Web History</a></li>
|
```

همانگونه که می بینید در تگ بادی، رنگ زمینه، رنگ متن، رنگ لینک ها و ... را مشخص کرده است. در اولین بخش صفحه لوگوی گوگل در میان تگ `h1` قرار گرفته است. بعد از آن کدهای منوی مشکی بالای صفحه گوگل را با تگ `ul` می بینیم. سپس نوبت به کادر و دکمه های جستجو و در نهایت منوی کم رنگ پایین صفحه می رسد. البته در این میان هم دوباره `sr` و کله چند اسکریپت گنده پیدا می شود.


```

        </div>
    </div>
</div>
<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-120927-1']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-an
var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();
</script>

<div style="visibility:hidden;display:none">

<!-- Site Meter -->
<script type="text/javascript" src="http://s19.sitemeter.com/js/counter.js?site=s19alitest">
</script>
<noscript>
<a href="http://s19.sitemeter.com/stats.asp?site=s19alitest" target="_top">
</a>
</noscript>
<!-- Copyright (c)2009 Site Meter -->
</div>

<script type="text/javascript" src="http://apis.google.com/js/plusone.js">{lang: 'fa'}</script>
</body>
</html>

```

در بسیاری از سایت ها ممکن است اسکریپت هایی را در میان Body یا Head ببینید که مشترک هستند. کارایی آنها چیست؟ تعدادی از این اسکریپت ها متعلق به سیستم های آمارگیری و شمارش بازدیدکنندگان سایت هستند، که معروف ترین آنها گوگل آنالیتیکز (Google Analytics) است (برای اطلاعات بیشتر می توانید به دوره «مبانی گوگل آنالیتیکز» مراجعه کنید). در این اسکرین شات پر و پیمان، همانطور که مشاهده می کنید، هم اسکریپت گوگل آنالیتیکز قرار دارد، هم لینک سایت متر (که یکی از ساده ترین سیستم های آمارگیری وب سایت است) به چشم می خورد و هم پایین تر از آن می توانید کد اسکریپت جمع و جور پلاس وان گوگل را ببینید.

Firebug، کارگاه پرکار فایرفاکس

حتما شما هم ترغیب شده اید که کمی در میان سایت های مختلف سرک کشیده و کشفیات جدید داشته باشید، اما دیدن سورس صفحه و بالا و پایین رفتن درون آن کمی سخت است. آیا راه بهتری هم برای دیدن کدهای سایت وجود دارد؟ یا اینکه می شود فقط به کدهای بخش خاصی از یک سایت نگاه بیاندازیم و آنچه را دوست داریم یاد بگیریم؟

راه حل، استفاده از افزونه بسیار جذاب و کاربردی Firebug در مرورگر فایرفاکس است. با این کار تنها با یک کلیک به کدهای هر بخش از سایت دسترسی خواهید داشت.

برای نصب این افزونه در فایرفاکس به [این آدرس](#) رفته و بر روی دکمه Download Now کلیک کنید. پس از دقایقی در پنجره باز شده، دکمه Now Install را زده و افزونه را نصب کنید. آنگاه با زدن دکمه Restart فایرفاکس تان را ریست کنید.

حالا وقت آن است که به جان سایت مورد علاقه تان بیافتید. با راست کلیک بر روی هر بخش سایت و انتخاب گزینه Inspect Element کدهای اچ تی ام ال مربوط به آن قسمت را در پنجره کوچکی پایین صفحه مرورگر تان خواهید دید.

فراموش نکنید که هدف این نیست که شما برنامه نویس وب بشوید! هدف این است که مبانی اچ تی ام ال و فناوری های اصلی به کار رفته در اینترنت را بیاموزید. بنابراین از تجربه کردن واهمه نداشته باشید و در صفحات مختلف سرک بکشید. اطمینان داشته باشید که چیزهای جالبی کشف می کنید

اف تی پی چیست و به چه کاری می آید؟

اف تی پی (FTP) چیست؟

اف تی پی مخفف File Transfer Protocol یا پروتکل انتقال فایل، یک پروتکل استاندارد شبکه است که برای انتقال فایل بین کامپیوترهای متصل به یک شبکه به کار می رود. با استفاده از اف تی پی می توانید بین دو کامپیوتر آنلاین ارتباط برقرار کنید. بین دسکتاپ و کامپیوتر آنلاین ارتباط برقرار کنید. یا اینکه به آرشیو آنلاین برنامه های روی یک کامپیوتر دست پیدا کنید.

اف تی پی به چه کاری می آید؟

اگر می خواهید در وب سایت تان یک عکس، ویدیو یا فایل موسیقی قرار بدهید باید ابتدا آن را روی سرور آپلود کنید. معمولاً در اکثر موارد بخشی برای این کار در قسمت مدیریت وجود دارد که می توانید با زدن دکمه Browse فایل را از روی کامپیوترتان انتخاب کرده و آپلود کنید. اما داستان همیشه به این شکل نیست. گاهی اوقات برای آپلود فایل ها مجبورید از روش دیگری به نام FTP استفاده کنید.

در بسیاری از اوقات برای قرار دادن یک عکس، فیلم ویدیویی یا فایل فلش بر روی وب سایت، شما تنها به اف تی پی آن دسترسی دارید و باید از آن برای ارسال فایل ها بر روی سایت استفاده کنید. مثلاً قرار است در خبر یا مقاله ای که در سایت می گذارید، به فایل برنامه، فیلم یا فلشی لینک بدهید. در اغلب اوقات از درون برنامه مدیریت محتوا امکان آپلود این فایل ها را ندارید. پس یا باید به سراغ سایت های آپلود فایل رایگان بروید یا فایل مورد نظر را بر روی دیگر سایت ها بیابید و به آن لینک دهید. البته می توانید با راه اندازی اف تی پی سایت یک بار برای همیشه خود را راحت کنید. چرا که قرار دادن فایل ها روی سرورهای دیگر معمولاً کار مطمئنی به حساب نمی آید و ضمانتی وجود ندارد که فایل های شما همیشه روی سرورهای رایگان باقی بماند.

نکته: بدون دسترسی اف تی پی، از طریق بخش مدیریت سایت (کنترل پنل) هم می توانید اقدام به آپلود فایل کنید. اما این کار مقداری وقت گیر و پر دردسر است.

چگونه از اف تی پی استفاده کنیم؟

برای اتصال به سرورهای اف تی پی یا ارتباط بین کامپیوترها با این پروتکل، نیاز به برنامه هایی برای این کار داریم. علاوه بر این برخی سرورهای اف تی پی، دسترسی آزاد و ناشناس به ما می دهند. اما در اغلب آنها برای دسترسی به نام کاربری و رمز عبور نیاز داریم. برخی سایت ها برای ارتباط امن میان شما و سرور هنگام ارسال و دریافت فایل، از نوعی اف تی پی امن استفاده می کنند که داده ها به صورت رمزگذاری شده رد و بدل می شوند. این نوع اف تی پی معمولاً به SFTP یا Secure FTP مشهور است.

شیوه های استفاده از اف تی پی به سه دسته تقسیم می شوند:

➔ **برنامه های اف تی پی گرافیکی:** این برنامه ها یک محیط گرافیکی ساده و کاربردی را در اختیاران می گذارند تا تنها با کشیدن و رها کردن فایل ها بین پنجره ها، به انتقال داده ها بپردازید. هنگام ورود به این برنامه ها لازم است که نام هاست اف تی پی را که چیزی شبیه `ftp.sitename.com` است را به همراه نام کاربری و رمز عبور وارد کنید.

از برنامه های مشهور اف تی پی که در سیستم عامل های مختلف استفاده می شود، می توان به [FileZilla](#) اشاره کرد.

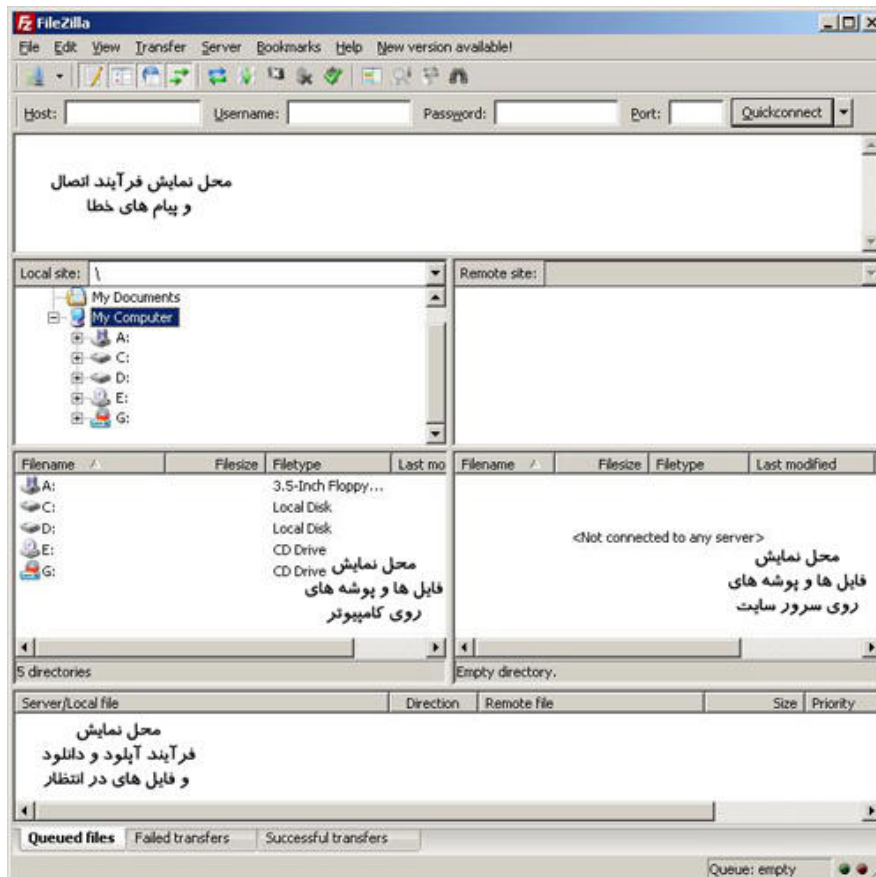
➔ **مرورگر وب:** شما از مرورگر وب هم می توانید برای اتصال به اف تی پی استفاده کنید. این کار دقیقاً همانند استفاده از یک آدرس سایت معمولی و از طریق آدرس بار مرورگر صورت می گیرد. با این کار شما به راحتی می توانید در پوشه ها و لیست فایل ها به جستجو بپردازید و اطلاعات مورد نیاز را بیابید. البته مرورگرها اغلب کندتر از برنامه های اف تی پی هستند و امکانات کمتری را هم در اختیاران می گذارند.

برای استفاده از مرورگر برای اتصال به اف تی پی، تنها کافی است در آدرس بار نام کاربری و آدرس هاست را بنویسیم. مثلا:
ftp://username@ftp.sitename.com

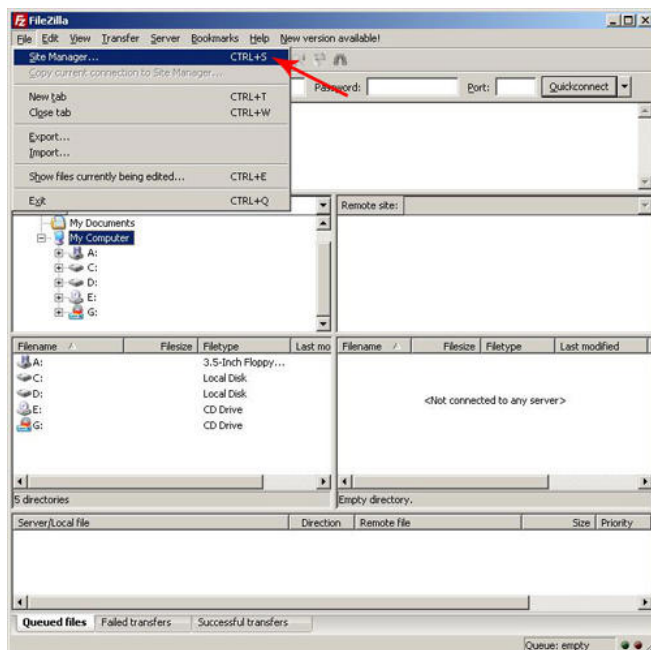
۴ **اف تی پی با خط فرمان:** اغلب سیستم عامل ها از طریق خط فرمان امکان کار با اف تی پی را در اختیاران می گذارند. البته برای این کار باید برخی دستورات اف تی پی را به یاد داشته و با تایپ آنها در خط فرمان کارتان را انجام دهید. مثلا برای ورود به اف تی پی در خط فرمان از این دستور استفاده می کنید: ftp ftp.sitename.com

آشنایی با کلاینت اف تی پی فایل زیلا (FileZilla)

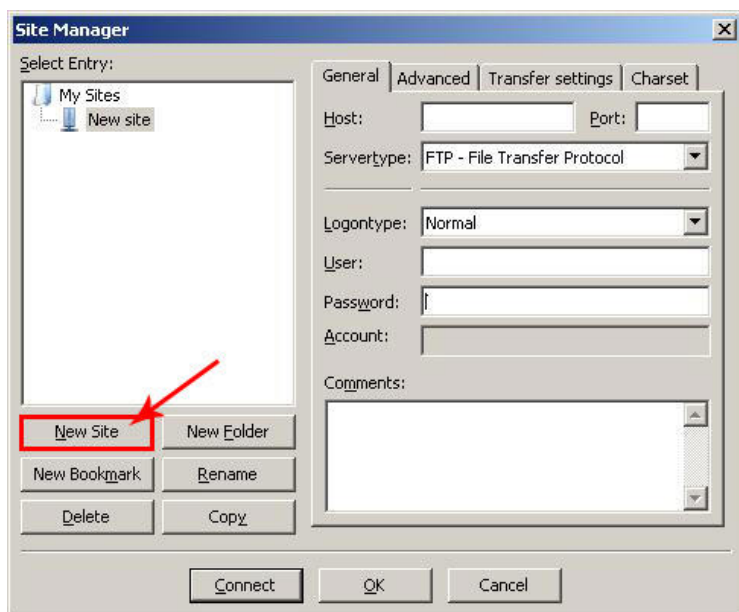
فایل زیلا یکی از مشهورترین و مطمئن ترین برنامه های اف تی پی است که در اغلب سیستم عامل ها قابل استفاده است. در اینجا به توضیح شیوه ثبت مشخصات اف تی پی در این برنامه و همچنین کار با آن می پردازیم.



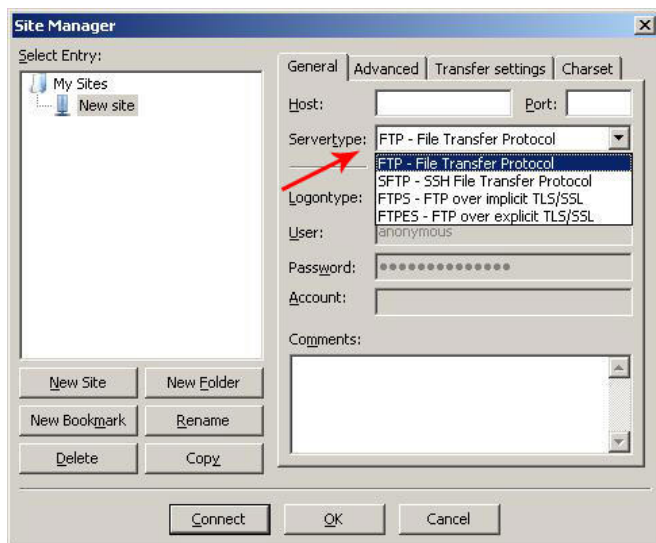
عکس بالا نمایی کلی از این نرم افزار است.



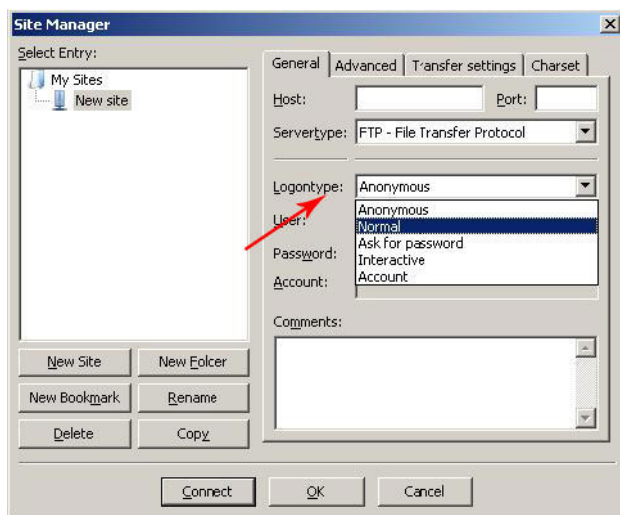
برای ثبت مشخصات اف تی پی باید از گزینه Site Manager در منوی File استفاده کنیم.



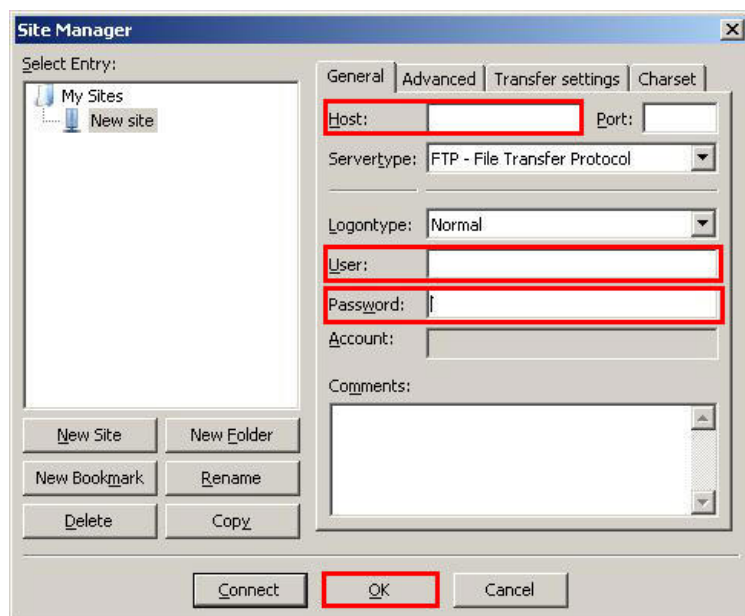
ابتدا باید سایت را به لیست اضافه کنیم. این کار را با کلیک بر روی دکمه New Site انجام می دهیم. حال نوبت به ورود اطلاعات اف تی پی است که از مدیر سرور برای اتصال به سایت دریافت کرده ایم.



بهتر است قبل از ورود اطلاعات دو تنظیم مهم برنامه را انجام دهید. ابتدا اینکه از منوی **Servertype** نوع اف تی پی مورد استفاده تان را انتخاب کنید. اگر اف تی پی معمولی است و یا مدیر سرور چیزی درمورد آن نگفته، گزینه **FTP** را انتخاب کنید. اما اگر قرار است از یک ارتباط اف تی پی رمزگذاری شده استفاده کنید، بسته به اعلام مدیر سرور، یکی از گزینه های **SFTP** یا **FTPS** یا **FTPES** را انتخاب کنید.



حال در کادر باز شونده **Logontype** عبارت **Normal** را انتخاب کنید. خوب، همه چیز برای ورود اطلاعات و ذخیره اکانت اف تی پی شما آماده است.



در قسمت Host آدرس اف تی پی را وارد کنید. آدرس می تواند چیزی شبیه ftp.yahoo.com باشد.

در قسمت User نام کاربری که در اختیار شما قرار گرفته را وارد کنید. این نام می تواند به صورت یک عبارت خالی مانند user three یا اینکه همراه با نام اف تی پی (admin45@ftp.yahoo.com) باشد.

در قسمت Password رمزعبور اکانت اف تی پی تان را وارد کنید.

خوب، همه چیز تمام است؛ دکمه OK را بزنید تا تنظیمات ذخیره شوند. حال هر بار با مراجعه به لیست Site Manager و انتخاب اکانت مورد نظر و زدن دکمه Connect می توانید به اف تی پی مورد نظر وصل شوید و به راحتی با کشیدن و رها کردن، فایل ها را آپلود یا دانلود کنید.

نکته: اگر با بیش از یک اکانت اف تی پی سروکار دارید و می خواهید نام آنها به راحتی در لیست قابل تشخیص باشد، ابتدا نام اکانت در ستون سمت چپ پنجره Site Manager، که معمولاً به صورت New Site است را انتخاب کنید. حال در پایین صفحه کلید Rename را زده و نام دل خواهی را به اکانت تان اختصاص دهید. بهتر است که این نام، چیزی همانند نام سایتی باشد که اکانت متعلق به آن است.

حال برنامه اف تی پی شما آماده کار است. تنها مواظب باشید در صورتی که به تمام فایل های سایت دسترسی دارید، برای امتحان و از روی ناآگاهی اقدام به حذف یا تغییر فایل ها ننمایید.

همچنین در نگهداری از مشخصات اف تی پی تان حداکثر دقت را داشته باشید، چون ممکن است باعث از دست دادن اطلاعات حیاتی و حتی کل سایت تان شود.

جایگزین کننده های متن و برنامه های مدیریت کلیپ بورد

شاید از عنوان این درس چنین برآید که ربط چندانی به مباحث قبلی در خصوص اچ تی ام ال و اینترنت نداشته باشد. ولی جزو مواردی است که برای یک بلاگر یا روزنامه نگار بسیار کارایی داشته و سرعت عمل وی را بالا خواهد بود. در این درس به معرفی برنامه های Text Substitution یا جانشین کننده متن و همچنین برنامه های Clipboard Manager یا مدیریت کلیپ بورد خواهیم پرداخت.

نرم افزارهای جانشینی متن (Substitution Text)

حتما زیاد برای شما پیش آمده از برخی اسامی، عبارات، القاب و یا جملات تکراری در مقاله یا مطلب تان استفاده کنید و بعد از مدتی تکرار، آنها علاوه بر وقت گیر بودن خسته کننده هم بشوند. مثلا طبق سیاست های سایت یا مجموعه ای که در آن فعالیت دارید، درون متن هنگام صحبت از رئیس جمهور کشور، باید عبارت «محمود احمدی نژاد، رئیس جمهوری اسلامی ایران» را بنویسید. یا اینکه به جای عبارت ایران هنگام ذکر نام کشور حتما از «جمهوری اسلامی ایران» و مثلا به جای آمریکا از «ایالات متحده آمریکا» استفاده کنید.

در این موارد یکی از کارهایی که سرعت کار را بسیار بالا می برد، استفاده از برنامه هایی است که به صورت خودکار، کلمات خلاصه شما را شناسایی کرده و آنها را با متن کامل جایگزین می کنند. با استفاده از چنین برنامه هایی، طبق تعریف پیش فرض خودتان، وقتی که در مثال بالا تایپ کنید ایران یا آف برنامه به صورت خودکار این کلمه را حذف کرده و عبارت جمهوری اسلامی ایران را به جای آن قرار خواهد داد.

این برنامه ها همچنین برای نوشتن کدها و تگ های اچ تی ام ال کمک بزرگی هستند. برای مثال شاید شما مجبور باشید که برای آماده سازی و انتشار متن، آن را با کدهای اچ تی ام ال آماده کنید و امکان استفاده از ادیتور را نداشته باشید. در این حالت استفاده از دستورات طولانی اچ تی ام ال، به خصوص کدهای فرمت دهی متن که زیاد تکرار می شوند کار خسته کننده و بسیار وقت گیری خواهد بود. اما با استفاده از یک برنامه جانشینی متن می توانید تعریف کنید که مثلا هر گاه شما عبارت **||پ** را تایپ کردید، برنامه به جای آن کد کامل تگ پاراگراف را با تنظیمات لازم قرار دهد و شما به راحتی متن تان را در میان آن تگ بنویسید. از این برنامه ها حتی می توانید برای درج ساعت، تاریخ یا آدرس فایل ها هم به راحتی استفاده کنید.

تکستر (Texter) یکی از بهترین برنامه های جایگزینی متن است که در عین سادگی و رایگان بودن قابلیت های فراوانی را در اختیارتان می گذارد. با این کار صرفه جویی بسیار زیادی در وقت شما هم صورت خواهد گرفت. بر خلاف بسیاری از برنامه های جانشینی متن که فقط در برخی محیط های ویرایش متن کار می کنند، تکستر در پایین دسک تاپ شما می نشیند و کلمات اختصاری را که برای آن تعریف کرده اید، در تمامی برنامه ها کنترل کرده، تشخیص داده و جایگزین می کند. علاوه بر این با تکستر می توانید محل قرارگیری مکان نما را هم بعد از جایگزین کردن متن معین کنید. یا اینکه محتوای کلیپ برد را هم به صورت مجزا و یا در ترکیب با برخی عبارات از پیش تعیین شده درون متن تان جایگزین کنید.

از دیگر برنامه های جانشینی متن می توان به **FastFox** اشاره کرد که دارای دو نسخه ویژه کاربران مک و ویندوز است. ولی این برنامه رایگان نبوده و شما باید آن را خریداری کنید.

Pharase Expander هم از دیگر برنامه های بسیار خوب ویژه کاربران ویندوز است که به دو صورت رایگان و غیر رایگان امکانات ویژه ای را در اختیار شما می گذارد.

برنامه اکتیو وردز (**ActiveWords**) هم به دو صورت رایگان و غیر رایگان برای کاربران ویندوز عرضه شده است. این برنامه علاوه بر جانشینی متن امکانات دیگری همچون اجرای برخی برنامه ها، باز کردن پوشه ها، ارسال ایمیل و... را نیز در اختیارتان می گذارد.

برنامه های مدیریت کلیپ بورد

در ویندوز و دیگر سیستم عامل ها، تنها می توانید آخرین متن، فایل یا عبارتی را که کپی کرده اید، در جای مورد نظر پیست کنید و این کار را باید به صورت تک به تک انجام دهید. در کارهای معمول و روزانه شاید این مشکل چندان به چشم نیاید، اما هنگام پرکردن تعدادی فرم با اطلاعات تکراری، یا وقتی نیاز دارید بخش های مختلف چند متن و صفحه اینترنتی، یا چندین آدرس سایت را در قسمت های مختلف یک متن قرار داده و استفاده کنید، محدودیت ویندوز برای پیست کردن آخرین مورد کپی شده کاملا آزار دهنده و وقت گیر خواهد بود.

راه حل استفاده از برنامه های معروف به مدیریت کلیپ بورد یا **Clipboard Manager** است که به راحتی امکان نگهداری حداقل ۱۰ تا ۲۰ مورد آخر کپی شده را در اختیارتان می گذارند. آنگاه در محل های مورد نیاز می توانید به راحتی از میان موارد کپی شده عبارات لازم را انتخاب کرده و پیست نمایید. کار این برنامه ها معمولا بدین صورت است که با استفاده از یک کلید میانبر ترکیبی، لیستی از موارد کپی شده را باز می کنند و شما با حرکت میان آنها گزینه های لازم را انتخاب نموده و پیست می کنید.

ClipX یکی از مشهورترین و ساده ترین برنامه های مدیریت کلیپ بورد ویندوز است که به طور رایگان و تنها با ۲۶۰ کیلوبایت حجم، به راحتی مدیریت کلیپ بورد شما را در دست می گیرد. این برنامه به صورت پیش فرض تنها ۲۵ کیپی آخر را در خود نگه می دارد. اما اگر چندان نگران استفاده از منابع سیستمی نباشید، می توانید این مقدار را به تعداد بسیار بیشتری افزایش دهید.

xNeat هم برنامه مدیریت کلیپ بورد رایگانی است که به دلیل سادگی کار، تنظیمات آسان و سریع توانسته جای خود را در میان کاربران ویندوز باز کند. این برنامه به صورت پیش فرض ۱۰ مورد آخر کیپی شده را نگهداری کرده و با فشردن کلید میانبر انتخابی تان، آنها را برایتان لیست می کند تا عبارات مورد نیاز را انتخاب و پیست کنید. میزان کیپی های نگهداری شده در این برنامه تا ۹۹ مورد قابل افزایش هستند.

در صورتی که این موارد کارآیی لازم را برای شما نداشته باشند و به دنبال دیگر برنامه های مدیریت کلیپ بورد رایگان و غیر رایگان می گردید، بهتر است سری به این آدرس بزنید تا با ۱۰ مورد از مشهورترین برنامه های مدیریت کلیپ بورد آشنا شوید.

اگر تا به حال از نرم افزارهای جایگزین کننده متن و مدیریت کلیپ بورد استفاده نکرده اید شروع کار با آنها کمی گیج کننده و بی معنی می آید! اما در استفاده از آنها تاکید و مداومت داشته باشید تا به آنها عادت کنید. بعد از مدتی خودتان هم تعجب می کنید که تا الان چگونه بدون این دو نرم افزار کاربردی کارهایتان را انجام می داده اید! اینها دو ابزار مهم شما برای سریع تر انجام دادن کارهایتان هستند

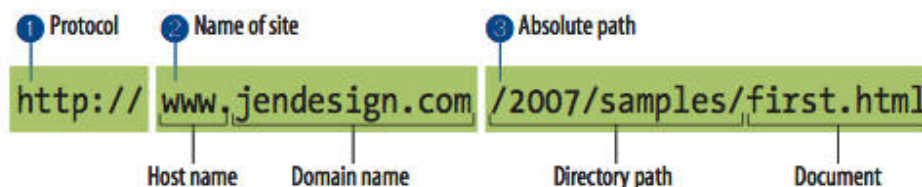
[نگاهی دقیق تر به نوار آدرس مرورگر](#)

بعد از صحبت درباره صفحات اینترنتی، اچ تی ام ال، برنامه های مدیریت محتوا و... بد نیست در آخرین درس به بررسی دقیق تر آدرس بار مرورگر بپردازیم، چرا که آنجا مکان مهمی است. تا به حال به آنجا چقدر دقت کرده اید؟ بیایید ببینیم آنجا از چه بخش هایی تشکیل شده و هر کدام چه معنی و مفهومی دارند.



با این همه صفحه وب که بر روی هزاران و شاید میلیون ها سرور در سرتاسر جهان پراکنده شده اند، شما چگونه می توانید صفحه ای را که به دنبالش هستید پیدا کنید؟ خوشبختانه در اینترنت هر صفحه ای آدرس ویژه و منحصر به فرد خود را دارد. این آدرس ها URL به معنی «جایگزین شونده منابع متحد الشكل» نامیده می شوند. تقریباً هر جایی ممکن است این آدرس ها را ببینید. یو آر الی که روی تبلیغ بدنه اتوبوس درج شده، بر روی یک کارت ویزیت چاپ شده و یا شاید روی بسته چپس نوشته شده باشد.

برخی از این آدرس ها کاملاً جمع و جور و کوتاه و دوست داشتنی هستند. برخی هم مانند فرمول های ریاضی، دنباله ای از اعداد و حروف هستند که با علائمی مانند اسلش و نقطه از هم جدا شده اند. اما بهتر است که بدانید هر بخشی از یو آر ال معنی و هدف ویژه ای دارد که باید در جای خود قرار داشته باشد. بگذارید با بخش های مختلف یک آدرس وب یا URL بیشتر آشنا شویم:



یک آدرس اینترنتی معمولاً از سه بخش اصلی تشکیل شده است: پروتکل، نام سایت و مسیر کلی فایل یا منبع مورد نظر بر روی سرور.

http:// اولین چیزی که یک یو آر ال مشخص می کند، پروتکلی است که برای رد و بدل کردن اطلاعات قرار است مورد استفاده قرار بگیرد. حروف HTTP اجازه می دهد که سرور بفهمد باید از پروتکل Hypertext Transfer استفاده کرده و روی حالت وب یا Web Mode به نمایش صفحات بپردازد.

البته ممکن است در برخی مواقع با https برخورد داشته باشید که نشان دهنده نقل و انتقالات امن و رمزگذاری شده اطلاعات است.

www.jendesign.com بخش بعدی یو آر ال مشخص کننده نام دامنه سایت است. در این مثال نام دامنه jendesign.com است. WWW ابتدای این آدرس، نام هاست پیش فرض است که می تواند نوشته نشود. یک دامنه می تواند نام هاست های متفاوت و مختلفی با محتوای متفاوت داشته باشد. گاهی به این آدرس های مختلف زیر دامنه یا ساب دامین هم می گویند. مثلا register.jendesign.com یا weblog.jendesign.com

samples/first.html/۲۰۰۷/ این قسمت یو آر ال، آدرس اختصاصی فایل مورد نظر (در اینجا first.html) بر روی سرور است. عباراتی که با علامت اسلش از یکدیگر جدا شده اند، معمولاً نشان دهنده پوشه های روی سرور هستند که به ترتیب درون هم قرار گرفته اند. از آنجایی که اینترنت مجموعه ای از کامپیوترها است که اغلب آنها با سیستم عامل های بر پایه یونیکس کار می کنند، پس نام گذاری ها و استفاده از علائم هم بر پایه قوانین یونیکسی است. مانند استفاده از اسلش برای فولدرها، که برعکس علامت بک اسلش در ویندوز است.

گاهی اوقات اعداد و علائمی که درون آدرس یک صفحه وب وجود دارند، الزاماً اشاره به وجود آن پوشه ها بر روی سرور ندارند. بلکه ممکن است تنها برای زیبایی آدرس های مطالب سایت توسط برنامه مدیریت محتوا تولید شوند. این آدرس ها می توانند تنها شامل یک عدد یا اینکه تاریخ ماه یا روز انتشار آن مطلب باشند.

خوب، به صورت خلاصه این آدرس به ما می گوید که دوست دارد از پروتکل HTTP برای اتصال به سرور استفاده کند و به دنبال دامنه www.jendesign.com می گردد و خواهان نمایش فایل first.html است. این فایل هم درون پوشه samples و زیر پوشه ۲۰۰۷ قرار دارد.

نکته: گاهی اوقات یو آر ال شما تنها حاوی نام دامنه یا یک پوشه در ادامه نام دامنه است و خبری از اشاره با نام فایلی که باید باز شود نیست. در این حالت سرور به دنبال نام فایل های پیش فرض خود می گردد و در صورت یافتن آنها در پوشه مورد نظر، فایل پیش فرض را به نمایش خواهد گذاشت. نام پیش فرض در بسیاری از اوقات index.html است. اما الزاماً همیشه از همین نام استفاده نمی گردد و با یکسری دستورات امکان استفاده از نامهای دیگری را هم داریم. مثلاً با تایپ آدرس www.jendesign.com فایل www.jendesign.com/index.html باز شده و محتوای آن به نمایش در می آید.

نکته بعدی در آدرس ها، پسوندی است که در آخر بعضی از نام فایل ها می آید. بخصوص سایت هایی که توسط برنامه های مدیریت محتوا یا زبان های برنامه نویسی خاصی ساخته شده باشند، دارای پسوندی ویژه ای در پایان نام فایل های شان هستند. بگذارید در ادامه بحث به معرفی برخی از مشهورترین پسوند فایل های اینترنتی بپردازیم چرا که با شناختن این پسوندها و فایل ها اطلاعات مفید و ارزشمندی در مورد یک سایت و فناوری های به کار رفته در ساخت آن به دست می آورید.

نکته: در [سایت فایل اینفو](#) می توانید اطلاعات تمامی انواع پسوند فایل های وب را بیابید.

انواع معمول فایل ها

در وب سرورها عموماً فایل ها به سه دسته مهم تقسیم بندی می شوند:

- صفحات وب (Page Web)
- تصاویر (Images)
- اسکریپت (Script)

حالا بیایید با هم نگاهی به پسوند های پرکاربرد در صفحات و اسکریپت های وب بیاندازیم.

html. پسوند اصلی و اولیه فایل های اچ تی ام ال است که در سرورهای یونیکسی مورد استفاده قرار می گیرد. این پسوند نشان دهنده هر نوع فایل HTML و یا XHTML است.

htm. این پسوند برای استفاده در سیستم عامل های ویندوز و داس ایجاد شد. زیرا در این سیستم عامل ها به پسوندهای سه حرفی نیاز داریم. این پسوند هم نشانگر انواع مختلف فایل های اچ تی ام ال است و مستقل از سیستم عامل بر روی همه انواع کامپیوتر و سرورهای اینترنتی قابل استفاده است.

همانطور که می دانید، فایل های HTML همان فایل های پایه ای صفحات وب هستند که حاوی تگ ها، کدهای ویژه و مطالب و محتوایی هستند که قرار است به بیننده نشان داده شوند.

cgi. این پسوند مخفف عبارت Common Gateway Interface و به معنی دروازه عمومی رابط کاربری است. فایل سی جی آی معمولاً بر روی وب سرور اجرا شده و به تعامل و داد و ستد اطلاعاتی با کاربر وب می پردازد. فایل های CGI توسط زبان های برنامه نویسی بسیار متنوعی تولید می شوند. از این زبان ها می توان به Perl و C اشاره کرد. این فایل ها معمولاً نیازی به پسوند CGI هم ندارند و اغلب اوقات می توانید آنها را روی وب سرور درون پوشه cgi-bin بیابید.

pl. این پسوند نشان دهنده فایل های زبان برنامه نویسی پرل است. بسیاری از سرورهای اینترنتی با فایل های pl همانند فایل های cgi رفتار کرده و آنها را اجرا می کنند.

js. این پسوند نشانگر فایل های جاوا اسکریپت (JavaScript) است. شما می توانید دستورات و فایل های جاوا اسکریپت را درون خود صفحه وب نوشته و به اجرا در آورید یا اینکه آنها را در فایل های جداگانه ای نوشته و به همراه صفحه وب خود لود کنید. اگر کدهای جاوا اسکریپت خود را درون همان صفحه وب تان بنویسید، آنگاه پسوند JS را نخواهید دید زیرا کدهای جاوا اسکریپت شما در حقیقت تبدیل به بخشی از فایل html شده اند.

java. یا **class.** ممکن است هیچ گاه در وب با چنین پسوند هایی برخورد نداشته باشید، زیرا این فایل ها اغلب برای تولید اپلیکیشن های کوچک جاوا برای استفاده در صفحات وب به کار می روند.

asp. یا **aspx.** صفحه وب با این پسوند، یک صفحه اکتیو سرور (Active Server) است که توسط زبان برنامه نویسی ویژه مایکروسافت تولید شده است. ASP اسکریپت ها، ماکروها و فایل های لازم برای کارکرد یک وب سایت را فراهم می آورد. صفحات اکتیو سرور همچنین قابلیت اتصال صفحه وب به بانک اطلاعاتی و بسیاری امکانات دیگر را هم در اختیار طراح و مدیر سایت می گذارند.

cfm. و **cfml.** این نوع پسوندها مشخص می کنند که فایل، یک فایل ColdFusion است. ColdFusion یک ابزار قدرتمند مدیریت محتوای سمت سرور است که امکانات فراوانی از جمله اسکریپت ها و ماکروها را در اختیار صفحات وب می گذارد.

shtml. و **shtml.** هم نشانگر فایل های HTML ای است که باید توسط مترجم و مفسر SSI مشاهده شوند. SSI مخفف عبارت Includes Side Server و به معنی بخش های درونی سمت سرور است. با استفاده از این قابلیت شما می توانید صفحات وبی داشته باشید که درون خود شامل صفحات دیگری باشد و همچنین ماکروها را برای کارهای ویژه ای به صفحه وب خود بیافزایید.

php. که امروزه در بسیاری از سایت های دارای سیستم مدیریت محتوا دیده می شود، نشان دهنده صفحات وبی است که توسط PHP راه اندازی می شوند. PHP یک زبان اسکریپت نویسی بسیار مشهور برای وب است.

علاوه بر سه دسته ذکر شده در بالا، روز به روز انواع مختلف دیگری از پسوندها در اینترنت رواج می یابند و شما ممکن است انواع مختلفی از فایل ها را بر روی سرورهای وب ببینید.

تصاویر

تقریباً همه مرورگرهای وب امروزی می توانند ۳ نوع فایل تصویری یا عکس را به صورت مستقیم درون خود به نمایش بگذارند. البته ممکن است مرورگرهایی را ببینید که انواع مختلفی از عکس ها را با پسوند های متفاوت به نمایش بگذارند.

gif فرمت تصویری ویژه CompuServe است که برای استفاده از عکس های با رنگ یکنواخت گزینه مناسبی است. عکس های با این پسوند معمولاً حجم بسیار کمی دارند، هر چند که ممکن است کیفیت چندان مناسبی نداشته باشند. در این عکس ها معمولاً فقط از محدوده رنگی امن وب یا همان Web Safe Colors استفاده می شود. امروزه با توجه به افزایش چشمگیر سرعت اینترنت و عرضه فرمت های تصویری با کیفیت بالاتر، استفاده از این فایل ها در حال منسوخ شدن است.

jpg فرمت فایل JPG یا JPEG در ابتدا تقریباً به معنی عکس های دوربینی بوده است. اگر کیفیت تصویری همانند عکس های گرفته شده با دوربین باشد و چندان حاوی رنگ یکنواخت و یکدستی نباشد و بخواهیم با کیفیت مناسب از آن در وب استفاده کنیم، معمولاً آن را با پسوند jpg ذخیره می کنیم.

png این پسوند مخفف عبارت Portable Network Graphic یا کارهای گرافیکی قابل جابجایی در شبکه است. و شامل فایل های گرافیکی یا عکسی است که ویژه استفاده در وب طراحی شده اند. این فرمت کیفیت، رنگ، فشرده سازی و ترنسپرنسی یا شفافیت بسیار بهتری نسبت به تصاویر GIF دارد. نکته جالب اینجا است که تصاویر پی ان جی حتماً لازم نیست که پسوند png را داشته باشند. اما اغلب اوقات آنها را به این شکل می بینید.

در این درس کمی با فایل های مشهور و پر کاربرد در وب آشنا شدید و دانستید که باید بیش از پیش به نوار آدرس توجه کنید. دوره آموزشی شما به پایان رسید و شما حالا نکات ریز و درشت متفاوتی در مورد اینترنت، اچ تی ام ال و فناوری هایی که در آن به کار می رود می دانید. ما منتظر نظر شما در مورد این دوره آموزشی خواهیم ماند.