



۱۴

## دانشمند شو!

بازی درمانی یکی از راه‌هایی است که می‌تواند ذهن پویا و پرسشگر تولید کند

گفت‌وگوی اختصاصی جام جم با نعمت‌ا... بهرامی  
هنرمند قفل‌ساز چالش‌تری که ایمن‌ترین قفل سنتی ایران را ساخته است

## سایه قفل چینی بر صنعت قفل‌سازی

## هوش مصنوعی در خدمت اراده ایرانی

۱۵

# زندگی

دوشنبه ۱۰ تیر ۱۳۹۸ :: شماره ۵۴۱۹



### این نکته غم‌انگیز

کار در حوزه محتوا، یکی از مشاغل و حرفه‌های رایج در عصر ماست. مگر يك استاد دانشگاه چه کار می‌کند؟ محتوایی خاص را با روشی خاص، به دانشجویها منتقل می‌کند. مگر نویسنده چه کار می‌کند؟ اطلاعاتی خاص را با روشی خاص به دیگران منتقل می‌کند. يك شاعر و مدیر سایت و روزنامه‌نگار و حتی فروشنده مگر چه کار می‌کند؟ همه اینها محتوا و پیامی دارند که بر آن احاطه پیدا کرده‌اند؛ سپس این اطلاعات را با دیگران به اشتراك می‌گذارند، به همین راحتی.

شما هم احتمالاً در يك یا چند حوزه، اطلاعات و محتوای خاص را جمع آورده‌اید که می‌توانید درباره آنها، ساعت‌ها و حتی روزها صحبت کنید. باید بپذیریم که در عصر تخصص‌ها و کار تخصصی، این‌که بتوانید خودتان را به شیوه‌ای پایبند کنید تا در نهایت به تخصص برسید، مهم‌ترین کار و ایده‌ها است. خیلی‌ها این نکته را نمی‌دانند و به همین دلیل است که نه به تخصص محتوایی می‌رسند، نه می‌توانند ارزش افزوده خاص مالی یا علمی از این دانسته‌های خودشان به دست بیاورند. می‌گویند که انسان محتواست؛ نه ابزار و وسیله. راست هم می‌گویند. یعنی در اصل اطلاعات و دانسته‌های مهم ماست که اهمیت دارد، وگرنه ابزارها را همه دارند.

همان‌طور که در گزارش اصلی این صفحه آمده، احاطه بر محتوایی خاص، می‌تواند به تولید درآمد هم منجر شود. اما نکته اصلی اینجا است که چطور می‌توانید به این سطح از تخصص برسید؟ در این مورد توصیه‌های مختلفی مدنظر قرار گرفته است.

سعی کنید بیشتر کتاب‌های حوزه خودتان را بخوانید.

سعی کنید آدم‌های معتبر حوزه خودتان، از قدیم تا الان را بشناسید.

سعی کنید رویدادها و وقایع مهم حوزه خودتان را همیشه توی ذهن داشته باشید و دنبال کنید.

سعی کنید مجلات و کلیپ‌ها و سخنرانی‌های مرتبط با حوزه خودتان را جمع‌آوری کنید.

در نهایت با توسل به چنین تکنیک‌هایی، شما به حدی از بصیرت حرفه‌ای و شغلی و محتوایی در حوزه اختصاصی و کاری‌تان می‌رسید که کم‌کم شما را مستعد مراجعه دیگران می‌کند. اصل ماجرا هم همین است؛ این‌که مستعد این مراجعه و مرجعیت حرفه‌ای شدن باشید و بشوید. به این منظور نیز باید بخواهید و در کنار خواستن، تمرکز رویه هم داشته باشید. در غیر این صورت گذر زمان و سابقه کار نیز کمکی به شما نخواهد کرد.

نکته بسیار مهم در این حوزه، آن است که بخش قابل توجهی از مردم، اعتماد به نفس یا آشنایی با مهارت‌های مورد نیاز، از خیر آنها گذشته و هیچ اتفاقی در این حوزه نمی‌افتد. این آيا غم‌انگیز نیست که شما می‌توانید مقدر رفیدتر باشید، اما از کنار آن بی‌تفاوت گذر می‌کنید؟

تولید محتوا در فضای مجازی

حالا یکی از کسب‌وکارهای پررونق و نسبتاً پردرآمد است

# از محتوا تا پول پشت همین میز



عکس: جام جم

و تولید محتواهایی است که مخاطب حاضر باشد برای آن پولی پرداخت کند. نکته بعدی در این زمینه، ایجاد خبر آگهی‌های دائمی برای افراد سفارش‌دهنده است که بیشتر جنبه ستو و بک‌لینک برای آنها دارد.

### روش حمایت‌مالی

روش بعدی که شباهت زیادی به خبر آگهی داشته ولی با آن یکی نیست، استفاده از موضوعات حمایت مالی است. شما به عنوان يك تولیدکننده حرفه‌ای اطلاعات یا همان دیتا، البته اعتبار و مخاطبان قابل توجهی پیدا می‌کنید. همین نکته‌ها باعث می‌شود برخی نهادها، شرکت‌ها و موسسه‌ها علاقه‌مند به تولید و ایجاد محتوا در سایت شما عضویت داشته باشند؛ ضمن این‌که هزینه‌اش را هم پرداخت می‌کنند. شاید بپرسید پس چه فرقی با خبر دارد؟ این روش کاملاً زیرپوستی است و نشانی از تبلیغات گل‌درشت در آن به چشم نمی‌خورد. در واقع شما در آن از آگهی‌دهنده چیزی نمی‌نویسید و لینک تبلیغات نمی‌گذارید و... ولی با این حال محتوای شما حمایت‌شده یا اسپانسر شده است. مثلاً استاندارد یکی از استان‌های گردشگری‌پذیر، از يك وبلاگ یا سایت معتبر درخواست داشته باشد که مطلبی با موضوع جاذبه‌های این استان تهیه کند. در این‌جا به هر مستقیم از حامی مالی صحبت نشده، اما نفع این کار به او می‌رسد.

### روش تبلیغات کلیکی

روش بعدی، تبلیغات و آگهی است. شما در ازای کلیک‌هایی که راهی نشانی‌های مشخصی می‌کنید، می‌توانید حاصل درآمد کنید. در این صورت شما با جایی که این امکان را برایتان فراهم ساخته، مذاکره کرده و آی‌پی خودتان را ثبت می‌کنید. سپس همه کسانی که از آی‌پی وبلاگ و سایت شما راهی مقصد مورد نظر شده باشند، جزو مشتریان شما محسوب می‌شوند و مبلغی به شما پرداخت می‌شود. بخشی از این روش نیز به تبلیغات نمایشی معروف است. به این ترتیب اگر مخاطبان شما از طریق شما، خدمت یا محصول خاصی را ببینند، به شما پولی پرداخت می‌شود. حالت عالی‌تر این بحث، مشارکت شما در فروش است. به این ترتیب که شما به هر طریقی، مشتریان خود را ترغیب می‌کنید تا کالا یا خدمتی را تهیه کنند. در این صورت اگر این مخاطبان اقدام به خرید نهایی کنند، شما درصدی از این فروش را دریافت خواهید کرد. برای همه این موارد سایت‌هایی در ایران وجود دارند که می‌توانند با شما همکاری کنند.

یا کانالی را ایجاد کرده‌اید. در کارتان هم استمرار و ثبات قدم داشته‌اید و مخاطبان خوبی را هم جذب کرده‌اید. بعد از این چه باید کرد؟ شما باید روش‌های کسب درآمد از این مسیر را هم به‌خوبی بیاموزید. تا وقتی که با این راه‌ها آشنا نباشید، اتفاقی نخواهد افتاد؛ حتی اگر مخاطبان میلیونی داشته باشید. اولین روش، استفاده از عضویت ویژه است. شما مواد اولیه خوبی دارید که مخاطبان شما حاضرند حتی برای آن مبلغی هم پرداخت کنند. در این جور مواقع، معمولاً بخش اعظم محتوای شما رایگان و بخشی از آن، ویژه قلمداد می‌شود. کسانی می‌توانند از این محتوای ویژه استفاده کنند که عضویت ویژه را تهیه کرده باشند. حالا به این منظور، می‌توانید هزینه یا دیگر خدمات مورد نیاز را در نظر بگیرید. در حال حاضر سایت‌های مختلفی در ایران از این طریق درآمدزایی می‌کنند.

### روش خبر آگهی

روش بعدی، دریافت خبر آگهی است که توسط برخی از سایت‌ها و وبلاگ‌ها انجام می‌شود. سایت يك پزشک یکی از نمونه‌های جالب این بخش است. این جور سایت‌ها مخاطبان وفاداری دارند که به خاطر محتوای اختصاصی چنین درگاه‌هایی، به آنها مراجعه مکرر می‌کنند. هر چند مطلب در میان. يك خبر آگهی هم نشر می‌یابد. البته غالباً به این‌که چنین مطالبی خبر آگهی است، اشاره می‌شود؛ اما می‌توانید اشاره‌ای هم نداشته باشید. درآمدزایی از این روش، البته مستلزم تمرکز خوب شما روی محتوا

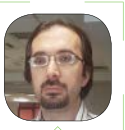
پیش از این درباره کارخانه تولید اطلاعات صحبت کرده‌ایم. همچنین درباره بحثی به نام مدرسان مرجع یا مدرسان پرند در هر حوزه‌ای هم نکته‌هایی گفته بودیم که حالا بحث مفصلش فعلاً باقی مانده. اما بحث درآمدزایی از ناحیه تولید محتوا، به چند دلیل برای ما اهمیت دارد. اول این‌که از طریق خانه هم قابلیت انجام شدن دارد. دوم این‌که امکانات چندانی نمی‌خواهد. سوم این‌که با بحث کارخانه تولید اطلاعات شباهت‌هایی دارد، اما در کل متفاوت است. یعنی يك راه‌انداز کارخانه تولید اطلاعات، می‌تواند سایت هم داشته باشد، اما راه‌انداز يك سایت برای ایجاد محتوا، الزاماً در حیطه کارخانه‌داری اطلاعات ننگنجد. چهارم این‌که همه اعضای خانواده می‌توانند در این موضوع مشارکت داشته باشند، خاصه این‌که نوجوانان و جوانان این دوره و زمانه، بیشتر نرم‌افزارهای ویرایش و تدوین و تولید چندرسانه‌ای و بخش‌هایی از کدنویسی‌های مورد نیاز را به طور طبیعی آموخته‌اند. پس در این شماره، درباره راه‌های درآمدزایی از طریق سایت و تولید محتوا بیشتر توضیح می‌دهیم.

### کدام محتوا و کدام تولیدکننده؟

ابتدا اجازه بدهید کمی کلی‌تر صحبت کنیم. همه‌روزه سایت‌ها، روزنامه‌ها، کانال‌ها، درگاه‌ها و برنامه‌های مختلفی هستند که تولید و بخش می‌شوند. اما چگونه؟ محتوا و پیام، مهم‌ترین داشته‌های این رسانه‌هاست. اما چه کسانی به تولید محتوا اقدام می‌کنند؟ سؤال جالبی است؛ پاسخ از آن هم جالب‌تر است. هر کسی که توانش را داشته باشد. نه نیاز به مدرک دانشگاهی دارید. نه نیاز به دوره‌های پیچیده و حتی امکانات خاص. روش‌هایی وجود دارد که باید بیاموزید، سپس این روش‌ها را تکرار کنید و بعدتر، بکوشید محتوای ارزشمندی را هم تولید کنید. بخشی از تولیدکنندگان محتوا و پیام، چون با موضوعات مختلف کار می‌کنند به عمق و تخصص خاصی نمی‌رسند. در نتیجه مشتریان محتوای تولید شده آنها کم است. اما گروهی دیگر می‌کوشند همه این پیام‌ها و محتواها در يك جهت باشند. این اشخاص فته‌رفته به جایگاه خوبی رسیده و هر روز که از عمر حرفه‌ای شان سپری می‌شود، وضعیت بهتری پیدا می‌کنند. اما تولیدکنندگان محتوا، لزومی ندارد صرفاً برای دیگران تولید کنند. آنها حتی می‌توانند مزرعه خودشان را بیل بزنند. متأسفانه بیشتر تولیدکنندگان محتوا، هیچ‌گاه به این کار فکر نکرده یا این‌که هیچ‌گاه اعتماد به نفس این کار را نداشته‌اند. یکی از ساده‌ترین راه‌های بیل زدن مزرعه خودتان در این حوزه، ایجاد يك درگاه اینترنتی و جذب مخاطبان و مشتریان احتمالی است.

### ما همه با هم هستیم

اولین نکته در ماجرای تولید محتوا، پیام و محتوای خوب و ارزشمند است؛ چیزی که مزیت نسبی شما محسوب می‌شود. نکته بعدی هم ایجاد يك درگاه اینترنتی؛ که حالا می‌تواند وبلاگ، سایت، کانال و... باشد. وبلاگ؟ شاید فکر کنید دوره‌اش گذشته. اما هنوز هم وبلاگ نویسانی در سطح جهان هستند که دارند از طریق این کار، پول درمی‌آورند. مهم چگونگی استفاده شما از این ابزارهاست. البته



عیسی محمدی

جامعه



info@jamejamonline.ir

روابط عمومی: ۲۲۲۶۱۴۷



#مترو-آسانسور  
رضوی از تهران:

ایستگاه متروی پانزده خرداد باوجود مسافران زیاد، کماکان پله‌برقی و آسانسور ندارد. متأسفانه تردد برای مسافران به‌مخصوص سالخوردگان سخت است.



#پرنده-مشکل  
جواهری از پرند:

در فاز شش پرنده نبود درمانگاه و بیمارستان و مراکز خرید و همچنین جولان سگ‌های ولگرد، از مشکلات اصلی شهروندان این منطقه است.



#هزینه‌های-پاک  
مهریزی از تهران:

برای پاک بودن هوا و اجرایی کردن معاینه فنی، اقدامات اولیه مانند تعویض فیلتر روغن و روغن مناسب از الزامات اولیه خودروهاست. ولی به علت گران بودن این وسایل، مردم رغبتی برای تعویض و رسیدگی به خودروهای خود برای کاهش آلودگی هوا، ندارند.



#پیاذرهو-ترافیک  
حجتی از تهران:

تجمع دستفروشان در پیاده‌روهای میدان خراسان، تردد عابران را سخت کرده است و متأسفانه در صورت اعتراض نیز این افراد ادعای مالکیت می‌کنند.



#ایستگاه-راه‌آهن  
سعادت‌جواز قان:

شهر قائن با وجود جمعیت بالا و داشتن چند دانشگاه، فاقد ایستگاه راه‌آهن و جاده‌های مناسب است.

### جوابیه

در پی درج پیامی در ۴ خرداد ۱۳۹۸ با عنوان «خطر تهران -سواه» مشاور ریاست و مدیر روابط عمومی سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای وزارت راه و شهرسازی با ارسال نامبری اعلام کرد: در محور مذکور اخیراً عملیات خط‌کشی به صورت کامل انجام شده است و نگهداری سیستم روشنایی و رفع خاموشی به‌طور مرتب به‌رغم سیرقت‌های مکرر صورت می‌پذیرد. لازم به ذکر است اقلام و تجهیزات ایمنی شامل استوانه‌های ایمنی در ورودی و خروجی‌های آزادراه قبل از تعطیلات نوروزی انجام شده. در نقاط پرتصادف لرزاننده عرضی به طول حدود ۲/۵ کیلومتری ایجاد شده است. تعمیرات گاردیل به‌طور مرتب صورت می‌پذیرد و مرمت هندریل پل‌های محور مذکور در دستور کارهای آینده قرار دارد.