

ماهنامه علمی ، آموزشی

طراحی وب

مدرسه مجازی ایرانیان

منتخب این شماره

آموزش پارالکس به صورت جامع

ساخت بازی با اعداد در CSS3

پنت هاوس نشین های دنیای CMS ها

آموزش طراحی بنر های متحرک

۳۷ ابزار برای استفاده از کمپین های سئو

آموزش گرافیک

آموزش HTML5

آموزش CSS3

آموزش PHP

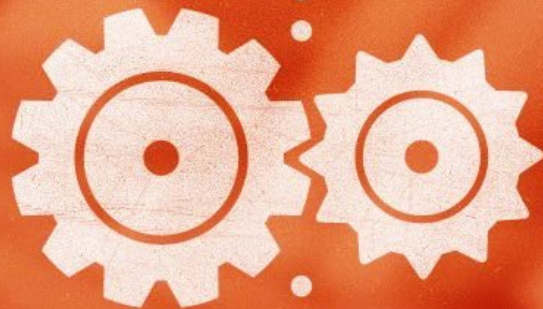
آموزش وردپرس

مدرسه
مجازی
ایرانیان

برای پیشرفت وب ایران ، کپی رایت را پاس نداریم

هفتمین شماره ماهنامه طراحی وب
تقدیم به همه برنامه نویسان ایرانی

روز برنامه نویس مبارک



</CODE>

آموزش جامع طراحی وب سایت

گرافیک وب ، jQuery ، CSS3 ، HTML5
ساخت قالب پیشرفته وردپرس و راه اندازی + مبانی سئو

از ابتدا تا انتهای راه اندازی یک وب سایت در قالب یک پروژه عملی

ظرفیت فقط ۸ نفر

ثبت نام کنید

سرفصل ها

جهت دریافت اطلاعات بیشتر و پاسخ به هرگونه سوالی در رابطه با این موضوع
با روابط عمومی مدرسه با شماره ۰۱۸۹۵۰۱۷۷۶۰ تماس حاصل نمایید



- ۱ تقدیمی این شماره
- ۳ فهرست موضوعات
- ۴ گپ دوستانه با مخاطبین ماهنامه
- ۵ معرفی نامه مدرسه مجازی ایرانیان
- ۶ گزیده ای از جدیدترین مطالب سایت
- ۸ ۳۷ ابزار عالی برای بیشترین استفاده از کمپین های سئو
- ۱۲ ساخت بازی با اعداد در CSS۳
- ۱۵ اینفوگرافی دیجیتال مارکتینگ مسیر از ابتدا تا انتها
- ۱۸ آموزش فریم ورک Laravel
- ۲۲ وب آموزش پارالاکس به صورت جامع (قسمت آخر)
- ۳۰ ایجاد پس زمینه های پارالاکسی به راحتی نوشیدن آب
- ۳۲ بعضی از اصول طراحی هیچ وقت تغییر نمی کنن
- ۳۵ جذابیت فوق العاده در بازار هنر
- ۳۶ فیلم آموزش طراحی بنرهای متحرک GIF
- ۳۷ پنت هاوس نشین های دنیای سیستم های مدیریت محتوا
- ۴۰ منابع وردپرس خود را کنترل و تامین کنید
- ۴۴ جوملا از سال ۲۰۰۵ تا کنون
- ۵۰ برای ساختن محصولات یا خدماتی که خریدار داشته باشد، چکار باید کرد؟
- ۵۲ ساخت نمودارها و چارت های حرفه ای
- ۵۲ مختصات یابی آسان در تصاویر Sprite شده
- ۵۲ ایجاد منوی های آبخاری برای سایت های وردپرسی
- ۵۲ سرعت بارگزاری سایت خود را بسنجید
- ۵۳ سرعت عمل خود را در انتخاب رنگ بسنجید
- ۵۳ ایده هایی برای انتخاب رنگ های مناسب
- ۵۳ دلود و خرید سورس های گرافیکی
- ۵۳ جامعه مجازی طراحان گرافیک ایران
- ۵۴ ایران در جایگاه ۹۵ توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۵۴ تغییر لوگوی اپل به مناسبت روز جهانی مبارزه با ایدز
- ۵۵ انتخاب برترین های بازی موبایل جهان
- ۵۵ نسخه جدید فایرفاکس با جستوجوگر یاهو
- ۵۶ حامیان ماهنامه طراحی وب
- ۵۷ خوشمزه

در این شماره چه میخوانید؟

در هر شماره از ماهنامه ، مباحث متفاوتی رو مورد بررسی و آموزش قرار میدیم ، همینطور در تلاشیم تا از آخرین اخبار موجود در وب هم در قالب های مختلفی به شما اطلاع رسانی داشته باشیم .

گپ دوستانه با مخاطبین ماهنامه

گروه تحریریه

در زیر میتوانید با گروه سردبیری و تحریریه ماهنامه طراحی وب آشنا شوید. از کلیه نویسندگان عزیز که جهت ارتقاء مباحث این ماهنامه تلاش کردند بسیار سپاسگزاریم زیرا بدون تلاش این عزیزان ، جمع آوری این حجم از مباحث بسیار دشوار بود .

سلام به همه شما مخاطبین گرامی ، باز هم با افتخار و با شماره جدیدی از ماهنامه طراحی وب در خدمت شما هستیم . در شماره هفتم با همان بخش های قبلی ولی با محتوای آموزشی جدید خواندنی و جذاب در خدمت شما هستیم .

چند مورد کوتاه هست که لازم میدونیم به اطلاع شما برسونیم :

استخدام نویسنده فعال با حقوق

یکی از دغدغه های همیشه ما ، تامین محتوای مناسب برای این ماهنامه ارزشمند هست . همانطور که میدونید تهیه و گردآوری مقالات و آموزش های به روز و جدید و البته مقالاتی که تنها به این ماهنامه اختصاصی دارد ، مبنا و اساس این ماهنامه بوده که تهیه اون بسیار دشوار و زمانگیر است . به همین جهت مدرسه مجازی ایرانیان تصمیم دارد از افراد علاقه مند به تولید محتوای مفید و استخدام ایشان به صورت حضوری و یا دورکاری و با حقوق و مزایا اقدام کند . هرچند فعالیت ماهنامه طراحی وب به صورت عام المنفعه هست اما راه هایی نیز برای تامین این هزینه ها وجود دارد که در زیر به یکی از این موارد اشاره میکنیم .

یک بار هم شده از یک فعالیت مفید حمایت کنیم!

همانطور که در بالا عرض شد ، فعالیت ماهنامه طراحی وب به صورت کاملاً عام المنفعه هست و هزینه های این فعالیت و سایر فعالیت ها مثل مسابقات طراحی وب ، پرداخت حقوق نویسندگان و مترجمین آینده و ... توسط دوره های حضوری که در lms.iranweblearn.com توسط سردبیران ماهنامه برگزار میشود تامین میگردد ؛ اما مسلماً جهت گسترش این فعالیت ما نیازمند یاری و همکاری شما نیز هستیم .

به همین جهت بخشی با عنوان حمایت مالی در صفحه اختصاصی ماهنامه با آدرس Mag.iranweblearn.com جهت دریافت این یاری ها در نظر گرفته شده است .

در صفحه بعدی شما رو به مطالعه هفتمین شماره ماهنامه طراحی وب دعوت میکنیم :

سردبیران

حسین همت یار



میترا رحیمی



نویسندگان

مرتضی گرانسایه



امید امرایی



سامان وحدت



سعید فرد



حمیدرضا خاتونی



ابوالفضل دانش



میترا رحیمی



احمدرضا شیمی



حسین همت یار

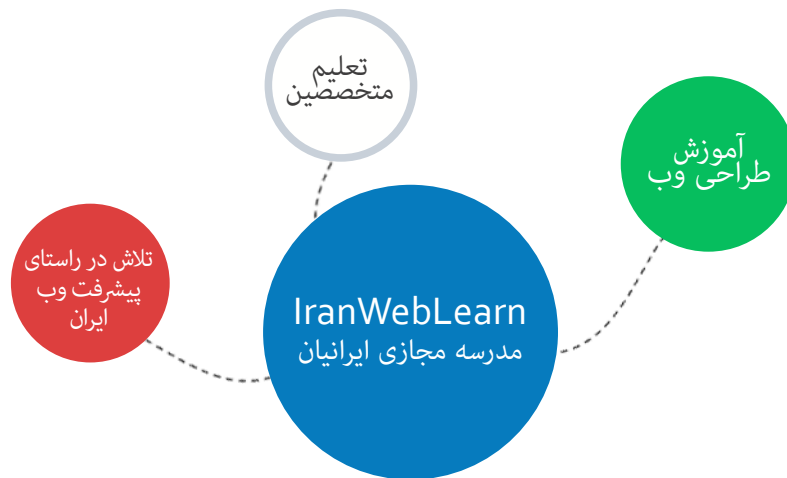


شما هم نویسنده شوید!

این ماهنامه متعلق به همه فعالان در حوزه طراحی وب بوده و همه میتوانند یکی از اعضای تحریریه این ماهنامه باشند . بدین جهت کفایت با ایمیل info@iranweblearn.com و یا شماره تماس ۰۲۱۷۷۶۰۱۸۹۵ تماس حاصل نمایید .

معرفی نامه مدرسه مجازی ایرانیان IranWebLearn.COM

مدرسه مجازی ایرانیان ، نامیست که با سنجش فراوان توسط ما برای این وب سایت انتخاب شد . این نام به تفسیرِ مدرسه ایرانی که به صورت مجازی ، آموزش هایی را در سطوح و اشکال مختلف در اختیار عموم قرار میدهد و میکوشد تا ایران و ایرانی را هر روز پیشرفته تر ، قوی تر و تعیین کننده تر از روز پیش تعلیم دهد . این مدرسه در زمینه آموزش علوم و فنون طراحی و برنامه نویسی صفحات وب اعم از آموزش زبان های برنامه نویسی و کدنویسی و همچنین آموزش طراحی گرافیک توسط نرم افزارهای گرافیکی پیکسلی و برداری فعالیت دارد .



هدف این مدرسه چیست ؟

اگر بخواهیم بدون اغراق و بدون افراط و تفریط با شما صحبت کنیم ، میتوان گفت مدرسه مجازی ایرانیان به جهت رشد و آگاه سازی افراد به صورت مجازی فعال شده است و چند امر مهم را نشانه گیری کرده است :

- آموزش آنلاین با شعارِ رویکردی نوین در عصر آموزش مجازی و حضوری که در آن زمان و مکان دیگر محدودیت نیست !
- آموزش مبانی و مباحث اصولی و استاندارد طراحی و برنامه نویسی صفحات وب
- آموزش افراد علاقمند به تکنولوژی های طراحی وب تا حدی که خودشان بتوانند وب سایتی مناسب کسب و کارشان راه اندازی کنند .
- تولید مجموعه فیلم های آموزشی و تکنیک های طراحی و برنامه نویسی وب با تعرفه هایی بسیار پایین

این مدرسه از چه طریقی آموزش ها رو در اختیار شما قرار میدهد ؟

این مدرسه آموزش های مورد نظر را از طریق بخش های زیر در اختیار شما قرار میدهد :

- ماهنامه طراحی وب (Mag.iranweblearn.com)
- جلسات و دوره های آموزشی حضوری ، آنلاین ، خصوصی و ... که در بخش سامانه دانشجویان قرار گرفته است (Lms.iranweblearn.com)
- مقالات آموزشی و آموزش های فصلی که به صورت جلسه ای و نوشتاری در سایت قرار میگیرد .
- فیلم های آموزشی که به صورت کامل تولیدات مدرسین این گروه آموزشی می باشد و برای دانلود قرار داده شده است .
- سامانه پرسش و پاسخ که به پاسخ های کوچک و بزرگ ، سخت و آسان شما پاسخ خواهد داد (ask.iranweblearn.com)

نمایش پیغام در صفحه ی ورود وردپرس

مشاهده نوشته [↗](#)

NoFollow کردن لینکها در یک دسته خاص در وردپرس

مشاهده نوشته [↗](#)

اجرای کدهای php در ابزارک وردپرس بدون افزونه

مشاهده نوشته [↗](#)

دریافت لینک آدرس صفحه جاری در php

مشاهده نوشته [↗](#)

در این بخش ، گزیده ای از جدیدترین و بهترین مباحثی که طی یک ماه گذشته در وب سایت مدرسه مجازی ایرانیان منتشر شده است ، جهت مطالعه و اطلاع شما قرار داده شده است .

دریافت timestamp تاریخ انتشار مطلب در وردپرس

مشاهده نوشته [↗](#)

اسمارت فون ها و ویژگی هایشان

مشاهده نوشته [↗](#)

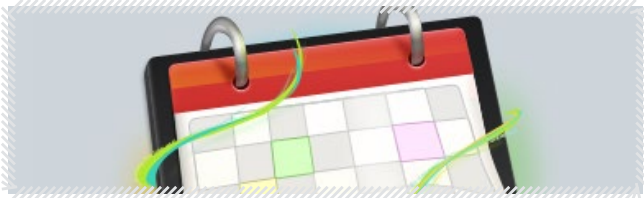
css در counter-increment و counter-reset

مشاهده نوشته [↗](#)

گرفتن خروجی با فرمت CSV در php

مشاهده نوشته [↗](#)

نمایش میزان گذشت زمان از انتشار مطلب در وردپرس

مشاهده نوشته [↗](#)

شناسایی خودکار کامنت های اسپم

مشاهده نوشته [↗](#)

خصوصیت white-space در CSS

مشاهده نوشته [↗](#)

انتقال کاربر به یک صفحه پس از خروج از سایت

مشاهده نوشته [↗](#)

خصوصیت empty-cells در CSS

مشاهده نوشته [↗](#)

نمایش پیغام خطا برای فیلدهای خالی فرم

مشاهده نوشته [↗](#)

خصوصیت caption-side در CSS

مشاهده نوشته [↗](#)

چگونه ایده پردازی کنیم و یک طرح وب را خلق کنیم؟

مشاهده نوشته [↗](#)

۳۷ ابزار عالی برای بیشترین استفاده از کمپین های سنو

من هر روز از تعداد زیادی ابزار برای بخشهای متفاوت کمپین آنلاین استفاده میکنم در واقع آنقدر این ابزارها زیاد هستند که من لیستی از ۳۷ ابزار محبوبم را با شما به اشتراک خواهم گذاشت. این ابزار از پلتفرم تحلیل لینک و محتوا تا آنالیتیک اجتماعی و ابزار برنامه ریزی متفاوت خواهند بود.

شایان ذکر است که من هیچ وابستگی به شرکتهای ابزاری که بیان میکنم، ندارم. این لیست تنها ابزاری است که برای من بسیار ارزشمند محسوب میشوند.

ابزار تحلیلی



نویسنده این مقاله آموزشی: ابوالفضل دانش
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



• **Open Site Explorer**: این ابزار رتبه سوم در تحلیل لینک را دارد. این ابزار (محصول MOZ) را باز کرده و متوجه خواهید شد که شاخص گذاری شبیه دو ابزار بالا دارد. اما اینترفیس کاربری این ابزار بسیار راحتتر است و میتواند باعث شکوفایی لینک شود.

• **SEMrush**: این ابزار در پیدا کردن سایت دارای موقعیت ارگانیک که شما به آن دسترسی ندارید، همتا ندارد. SEMrush یکی از ابزاری است که من هر روز از آن استفاده میکنم، مخصوصا وقتی مسئله جستجوی رقابتی باشد.

• **Searchmetrics**: ابزاری قدرتمند و فشرده حاوی تعداد زیادی داده که با آن میتوانید تمامی کمپین سنو را ردیابی، مدیریت و اندازه گیری کنید (سطح شرکتی).

• **BuzzSumo**: یکی از ابزار محبوب من در حال حاضر. من واقعا نمیتوانم در مورد این ابزار صحبت نکنم! به طور خلاصه، با این ابزار میتوانید محتوای مرتبط با نیچ خود را بررسی کرده و بر اساس تعداد اشتراک گذاریهای اجتماعی هر شبکه آنها را تنظیم کنید.

همین طور، شما میتوانید دومینهای متفاوت را با یکدیگر مقایسه کرده و ببینید کدام یک محتوای محبوبتری تولید میکند.

• **NerdyData**: این یکی از سورهس کدهای موتور جستجو (ابزار تحلیل داده عالی برای محتوا) است. با استفاده از این ابزار میتوانید کد خاصی که در یک وبسایت وجود دارد را بررسی کنید. برای مثال، اگر میخواهید تمامی وب-سایتهایی که کد تبلیغات فیس بوک دارند را بررسی کنید، میتوانید از این ابزار استفاده کنید.

• **URL Profiler**: مانند BuzzSumo، به نظر میرسد که اخیرا بسیار از این ابزار صحبت کردهام. (من یک بازنگری کامل از این نرم افزار در لینک زیر انجام دادهام).

• **Majestic**: این ابزار تحلیل لینک محبوب من است. من سالهاست از این ابزار استفاده میکنم و هیچ ابزار دیگری نمی-تواند چنین صحت را داشته باشد (اگرچه کاربران متعهد Ahrefs میتوانند با این مسئله بحث کنند). لازم نیست تنها به حرف من بسنده کنید: در این مطالعه موردی متیو وودوارد کمی در مورد ابزار تحلیل لینک متفاوت نوشته است.

• **Ahrefs**: شبیه ابزار بالا و بسیار عالی است، مخصوصا وقتی مسئله پیدا کردن لینک تازه باشد. تا آنجایی که من نگران هستم، هیچ ابزار تحلیل لینکی نیست که بتواند با این سرعت لینک جدید پیدا کند.

نویسنده این مقاله آموزشی: ابوالفضل دانش
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



Keyword Eye: این ابزار تحقیق کلمه کلیدی در سطح ورودی برای اشخاص، بلاگ نویسان و متخصصان تجارت عالی خواهد بود. این ابزار ارزان قیمت بوده و از نظر تصویری بسیار راحت است، که باعث می شود تازه کاران و کاربران حرفه ای از آن لذت ببرند.

Keyword Snatcher: این یکی دیگر از ابزار تحقیق کلمه کلیدی محبوب من است. این ابزار نتایج زیادی را از یوتیوب، آمازون، eBay، گوگل، یاهو، و بینگ به عنوان منبع داده استخراج می کند. تنها لازم است یک بار پول این ابزار را پرداخت کنید، که باعث می شود صرفه جویی قابل توجهی در بودجه شما شود.

Keyword Tool: این ابزار تازه بحث زیادی را در جامعه سئو ایجاد کرده است. ابزار قدرت قابل توجه در تحقیق کلمه کلیدی داشته و من واقعا دوست دارم پیشرفت آن را مشخص کنم.

Search Man: اگر شما به بهینه سازی فروشگاه برنامه علاقه دارید، این ابزار به شما در تحقیق کلمه کلیدی برنامه های موبایلی به شما کمک خواهد کرد. الزاما، شما می توانید از این ابزار مانند هر ابزار تحقیق کلمه کلیدی دیگری استفاده کنید، اما به جای نتایج معمولی، اطلاعات خاص برنامه را دریافت کنید.

به طور خلاصه، این ابزار به شما اجازه میدهد تا داده را از صفحات وب استخراج کرده و بتوانید آنها را حسابرسی کرده، لینکها را تحلیل کرده و کارهای دیگری با آنها انجام دهید. این یک ابزار تحلیل بسیار قدرتمند است.

Screaming Frog SEO Spider: این یک ابزار تحلیل وب سایت کامپیوتر رومیزی قدرتمند است. من از این ابزار در بخشی از حسابرسی های سئو استفاده کرده ام و مرکز استراتژی لینکهای شکسته محسوب میشود.

Quantcast: آمار ترافیک وب سایت هر سایت آنلاینی را می توانید بدون دسترسی به آنالیتیکز آنها مشخص کنید.

Similar Web: این ابزار شبیه مورد بالاست، اما دیدگاه عمیق تری از منابع ترافیک ارائه می کند. قدرت محک زنی بالای کمپین ها (من از این ابزار با SEMrush استفاده می کنم) از فواید آن است. همین طور ابزار می تواند ترافیک برنامه موبایلی را نیز تحلیل کند.

Consumer Barometer: پروژه ای توسط گوگل، به نام Consumer Barometer که دیدگاهی در مورد بخشهای متفاوت به مصرف کننده می دهد. این ابزار برای جمع آوری آمار محتوای خودتان استفاده کرده و آن را مستقیما در تحقیق کلمه کلیدی بکار بگیرید.

Social Cralytics: آمار اجتماعی هر URL را جمع آوری کرده و اطلاعاتی در مورد نویسندگان تأثیرگذار نیز پیدا خواهید کرد. شما می توانید گزارش هایی را در مورد فعالیت دومین خاص، حاوی محتوای جدید، نویسندگان و آمار اجتماعی مشخص کنید.

Followerwonk: یک پلتفرم تحلیل تخصصی تویتر محصول Moz. این ابزار به شما اجازه می دهد تا پیروان رقبای خود را تحلیل کرده، افراد تأثیرگذار آنها را مشخص کرده و موفقیت کمپین تویتر را مشخص کنید.

نویسنده این مقاله آموزشی: ابوالفضل دانش
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



کسب/فرصت لینک

• **Muck Rack**: یک بانک داده عالی از خبرنگاران که شما می توانید با آن تمامی اخبار مورد نیاز تجارت خود را پوشش دهید. من از این ابزار برای پوشش خبری استفاده کرده ام.

• **BuzzBundle**: این ابزار بررسی اجتماعی می تواند برای پیدا کردن لینک، تعامل اجتماعی و بخشی از استراتژی رسانه اجتماعی استفاده شود. شما می توانید عبارت های بی شماری را در بلاگ ها، رسانه های اجتماعی، سایت و انجمن های اخبار به صورت همزمان بررسی کنید.

• **Mention**: این ابزار هشدار دهنده مانند Google Alerts عمل می کند، اما بسیار قدرتمندتر است. من از این ابزار در تمامی کمپین های سئو استفاده کرده و معمولاً فرصتهایی را پیدا کرده ام که در غیر این صورت برای من مشخص نبودند. این ابزار واقعا ارزان قیمت است و هشدارهای ایمیل ارسال کرده تا بفهمید که برند/کلمه کلیدی شما در اینترنت بیان شده است.

• **Image reader**: لینک خود را از وب سایتهایی که از عکس دارای کپی رایبیت شما استفاده می کنند، بازپس بگیرید یک استراتژی بازگرفتن لینک موثر اما ساده. با این ابزار، در جستجوی پیشرفته عکسها را پیدا کرده و لیستی از وب-سایتهایی را پیدا کنید که از آنها بدون لینک شدن به شما استفاده کرده اند. سپس می توانید سریعاً لینک جدید ایجاد کنید.

• **Whitespark Citation Builder**: این ابزار برای کمپین های سئوی محلی عالی بوده و خدمات بی نظیری در بیان نام محلی ارائه می کند. این ابزار به طور دستی بیان نام با کیفیت را حول داده ای ایجاد می کند که با تجارت شما مرتبط است.

• **WikiGrabber**: آیا لینک از ویکی پدیا می خواهید؟ این ابزار نقطه شروع شما خواهد بود. صفحاتی را در ویکی پدیا پیدا کنید که با منبع نیاز دارند، سپس می توانید محتوای مناسب را تولید کرده و از آن به عنوان منبع در ویکی پدیا استفاده کنید.



• **BuzzStream**: این تنها ابزار استفاده و پوشش لینک است که شما نیاز خواهید داشت. اگر در مورد سئو جدی هستید، این ابزار حتماً برای شما کاربرد خواهد داشت. شما می توانید به دنبال فرصت های لینک جدید رفته، اطلاعات تماس را خارج کرده، و ایمیلهایی را مستقیماً (از ایمیل خودتان) به اینترفیس BuzzStream بفرستید.

• **Scrapebox**: معمولاً به عنوان یک ابزار کلاه سیاه در نظر گرفته می شود، ولی به عنوان یک اسلحه مخفی سئو نیز عمل می کند. من خود آموزش کامل در مورد نحوه استفاده از این ابزار برای توسعه لینک نوشته ام و جیکوب کینگ نیز یک مقاله بهتر نوشته است که جزئیات بیشتری را در مورد استفاده از ابزار برای اهداف متفاوت بیان می کند. شما می توانید از این ابزار برای تحقیق کلمه کلیدی، توسعه لینک وسیع، حل مشکل لینکهای شکسته و وظایف دیگر استفاده کنید.

• **HARO. HELP A Reporter Out**: یا تسهیل کننده گزاراگر یک ابزار خبرنامه ایده آل برای پوشش دادن بهترین اخبار است.

• **ResponseSource**: این ابزار شبیه HARO است، اما بیشتر در انگلستان مخاطب دارد. این ابزار، مانند بسیاری از خدمات درخواست اخبار، می تواند منبع عالی برای لینک سازی نیز باشد.

نویسنده این مقاله آموزشی: ابوالفضل دانش
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



• **Sprout Social**: دوست و همکار خوب من، تروی لینهان، بزرگترین طرفدار اسپراوت است که من تا به حال می شناسم. ما از آن در تمامی کمپین های شبکه اجتماعی استفاده کرده و قابلیت های عالی برای بررسی و برنامه ریزی این شبکه ها دارد.

شما می توانید حسابهای اجتماعی متفاوت را با هم ارتباط داده اشتراک گذاری آنها را به اشتراک گذاشته، پیروان خود را تحلیل کرده، نام برند خود را پیدا کرده، و به سایت خدمات مانند ZenDesk مرتبط کرده تا لایه اضافی از خدمات رسانی به مشتریان ایجاد کنید.

• **Oktopost**: این ابزار مانند مورد بالاست، اما قدرت بیشتری در مدیریت اجتماعی داشته و قابلیت های گزارش آن بسیار بالاتر هستند.

اگر شما به مشتریان خود گزارش می دهید، ابزار برای شما عالی خواهد بود. قابلیت های ردیابی بیان نام برند، پیشنهاداتی در مورد محتوا، ردیابی پیام، و تولید محتوا بر اساس برنامه از فواید این برنامه هستند.

• **Serpbook**: ردیاب ارزان قیمت و واقعا موثر رتبه بندی کلمات کلیدی. اگر چه رتبه کلمات کلیدی امروزه اهمیت کمتری پیدا کرده است، من هنوز آنها را در اکثر کمپین ها دنبال کرده و چنین کاری را به شما پیشنهاد می کنم.

• **Authority Labs**: شبیه مورد بالا و یک ردیاب رتبه بندی کلمه کلیدی. چندین گزینه بهتر برای تعیین گزارش وجود دارد و روشهای بیشتری برای دسته بندی کلمات کلیدی در اختیار هستند. (من در واقع از Serpbook و Authority Labs استفاده می کنم).

آیا ابزاری را جا انداختم؟ شما بدون کدام ابزار نمی توانید زندگی کنید؟

• **Writtenet**: این خدمات تولید محتوا هم ارزان قیمت بوده و هم کیفیت بالایی دارد. من سالها از این خدمات در کمپین های دیجیتال استفاده کرده ام و نویسندگان آن عالی هستند.

• **Hosst**: این پلتفرم هاستینگ مجانی برای هاستینگ دومین هایی با آدرس IP خاص عالی است. شما نیازی به پرداخت پول نداشته و به راحتی دومین شما در سرور هاست می شود عالی تر از این؟

اندازه گیری عملکرد



• **Google Analytics**: بسیار ساده و راحت، برترین پلتفرم آنالیتیکز اینترنت موجود در جهان. مطمئنا تمامی شما این ابزار را امتحان کرده اید!

• **Cyfe**: من عاشق این ابزار هستم. من مدت هاست از آن استفاده می کنم. این برنامه به شما اجازه می دهد تا انواع متفاوت ابزار را در تخته خود استفاده کرده و آنها را با هم مدیریت کنید.

اگر این ابزار را امتحان نکرده اید، سریعا ابزار را بررسی کنید. (من اخیرا خودآموزی در مورد استفاده از Cyfe برای تخته بازاریابی منتشر کرده ام که باید حتما آن را مطالعه کنید).

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



ساخت بازی با اعداد در CSS3

بازی با اعداد در CSS

اعدادی رو انتخاب کنید که نتیجه ی جمع و تفریق آنها عدد ۷۲ باشد

0 =

-8

+4

+128

-32

+16

+64

سلام خدمت همراهان همیشگی ماهنامه طراحی وب

با یکی دیگه از مقالات آموزشی در زمینه CSS3 در خدمت شما هستیم. در این مقاله قصد داریم طراحی «بازی با اعداد» رو خدمتون آموزش بدم که با استفاده از خصیصه های جدید در CSS3 و HTML5 نوشته میشه و جی کوئری یا زبان های دیگه هیچ دخالتی در ایجاد این بازی ندارند.

البته بهتره به این مقاله به چشم طراحی یک بازی نگاه نکنیم. در این آموزش شما با انتخابگرهای جدید `not(:checked)` , `not(:-)` , `checked` , خصیصه های جدید `content` , `counter-increment` , `counter-reset` , صفت `for` و عملیات محاسباتی و نحوه ی استفاده از این موارد آشنا خواهید شد.

<http://goo.gl/UQyZ4N>

خوب ابتدای کار بهتره دمو ی این بازی رو از لینک رو به رو ببینید :

در این بازی چند عدد مثبت و منفی به شما نمایش داده میشه و شما باید اعداد رو باهم جمع و تفریق کنید تا نتیجه ۷۲ بدست بیاد و بعد به شما پیغام میده که برنده شدید.

برای ابتدای کار کد HTML این بازی رو پیاده سازی می کنیم :

```
<section>
  <h2>اعدادی رو انتخاب کنید که نتیجه ی جمع و تفریق آنها عدد ۷۲ باشد</h2>
  <input id="a" type="checkbox"><label for="a">+64</label>
  <input id="b" type="checkbox"><label for="b">+16</label>
  <input id="c" type="checkbox"><label for="c">-32</label>
  <input id="d" type="checkbox"><label for="d">+128</label>
  <input id="e" type="checkbox"><label for="e">+4</label>
  <input id="f" type="checkbox"><label for="f">-8</label>
  <span class="sum"></span>
</section>
```

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



اگر دقت کرده باشید از صفت `for` برای `label` ها استفاده کردیم. در اینجا از این صفت زمانی استفاده می کنیم که بخواهیم یک `label` رو به یک `checkbox` اختصاص بدیم. برای این منظور به `checkbox` یک `id` اختصاص میدیم و مقدار `id` رو برای صفت `for` در نظر میگیریم. در این حالت با کلیک روی `label` با `for="a"` چک باکس با `id="a"` رو انتخاب می کنیم.

یک `span` در نظر گرفتیم تا نتیجه رو نمایش بدیم. برای این عنصر کلاس `sum` رو در نظر میگیریم. شما میتونید هر نامی که میخواین به این کلاس اختصاص بدید.

یک استایل برای `section` در نظر میگیریم:

```
section {
  margin-bottom: 16px;
  padding: 16px;
  border-radius: 4px;
  overflow: hidden;
  background-color: #008DDE;
}
```

حالا باید یک استایل به چک باکس ها و `label` ها بدیم تا به درستی و به زیبایی نمایش داده شوند:

این استایل رو به چک باکس ها میدیم تا از دیده پنهان شوند تا ما فقط `label` ها رو نمایش بدیم و کاربر فقط `label` ها رو ببینه. چون به `label` ها استایل میدیم و با استفاده از اونها اعداد رو به کاربر نمایش میدیم. با تعریف `for` در `label` ها برای هر چک باکس دیگه نیازی نیست چک باکس ها رو ببینیم و بر روی چک باکس مورد نظر کلیک کنیم. همینکه روی `label` مورد نظر کلیک کنیم چک باکس مربوط به اون `label` انتخاب میشه.

حالا به `label` ها استایل زیر رو اختصاص میدیم:

```
label {
  float: right;
  margin: 8px;
  padding: 16px;
  border-radius: 4px;
  border: solid 2px rgba(255, 255, 255, .4);
  background-color: rgba(255, 255, 255, .2);
  cursor: pointer;
  transition: all .1s;
  font-size: 20px;
  direction: rtl;
}
label::before {
  display: inline;
}
```

استایل ها کاملا واضحه، استایل بعدی باز مربوط میشه به `label` ها و چک باکس ها همیشه:

```
input:checked + label {
  border: solid 2px #fff;
  background-color: rgba(255, 255, 255, .4);
  box-shadow: 0 0 10px #fff;
}
```

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



```
span {
    float: right;
    margin: 8px;
    padding: 21px 18px;
    border-radius: 4px;
    background-color: #2C547A;
}
```

در این استایل گفتیم هر زمان که چک باکسی تیک خورد و فعال شد، label مربوط به اون چک باکس استایل بالارو به خودش بگیره .

حالا به span یی که قراره نتیجه رو در اون مشاهده کنیم استایل میدیم :

خوب تا اینجا استایل های مربوط به label ها و چک باکس هارو دادیم . حالا میخوایم بگیریم زمانی که روی چک باکس ها یا همون label ها کلیک کردیم عدد مربوطه رو در span کلاس sum بهمون نمایش بده . برای اینکار لازمه که اول مقاله ی مربوط به counter-increment رو مطالعه کرده باشید .

<http://goo.gl/CHkFGz>

برای مطالعه مقاله ی آموزشی در این زمینه به لینک مقابل رجوع کنید :

```
#a:checked { counter-increment: iwl +64; }
#b:checked { counter-increment: iwl +16; }
#c:checked { counter-increment: iwl -32; }
#d:checked { counter-increment: iwl +128; }
#e:checked { counter-increment: iwl +4; }
#f:checked { counter-increment: iwl -8; }
```

حالا به استایل زیر دقت کنید :

در کدهای بالا ما با استفاده از counter-increment برای هر چک باکس تیک خورده و فعال یک نام و یک عدد در نظر گرفتیم . این اعداد همان اعدادی هستند که با استفاده از label ها به کابر نمایش دادیم .
حالا میخوایم زمانی که کاربر مثلا روی چک باکس a کلیک کرد و اون رو انتخاب کرد عدد مربوطه در span با کلاس sum نمایش پیداکنه . برای اینکار از کد زیر استفاده می کنیم :

```
.sum::before {
    content: ' counter(iwl);
}
```

در این کد گفتیم محتوای قبل از span با کلاس sum رو مقدار iwl قرار بده . حالا با انتخاب هر چک باکس عدد مثبت و منفی چک باکس باهم جمع و تفریق شده و نتیجه رو در کلاس sum میبینیم .

تو این بازی اگر ما عدد +۶۴ و +۱۶ و -۸ رو انتخاب کنیم عدد ۷۲ بدست میاد که نتیجه ی برد بازی ماست . پس میگیریم در صورتی که چک باکس های a و b و f تیک خورده بودند ، در span که کلاس sum رو برایش در نظر گرفتیم ، متن « شما برنده شدید » رو نمایش بده ، برای این منظور استایل زیر رو در نظر میگیریم :

```
#a:checked ~ #b:checked ~ #c:not(:checked) ~ #d:not(:checked) ~ #e:not(:checked) ~ #f:checked ~ .sum::after {
    content: '( شما برنده شدید )';
}
```

در اینجا ما متن رو با استفاده از after بعد از کلاس sum نمایش میدیم . یعنی اول محتوای اصلی span نمایش داده میشه ، بعد عبارت درخواستی ما به نمایش درمیاد . خوب تبریک میگم ، شما تونستید با CSS3 و HTML5 یک بازی ساده طراحی کنید (امیدوارم که این مقاله براتون مفید بوده باشه

دیجیتال مارکتینگ

مسیر از ابتدا تا انتها



طراحی سایت

وب سایت هویت برند شما در آنلاین است، ساختن سایت با طراحی و کاربری مناسب برای کاربران، مرحله اول از موفقیت دیجیتال مارکتینگ است

طراحی ریسپانسیو
۶۷٪ کاربران وب سایت علاقه بیشتری به سفارش در سایت های سازگار با موبایل دارند.

وب سایت های شرکت هایی که دارای بیشتر از ۳۰ صفحه هستند ۷ برابر بازدید بیشتری نسبت به سایت هایی که ۱۰ صفحه هستند دارا می باشند

طراحی سایت

۶٪ میانگین بودجه مارکتینگ برای آنلاین دنیا مصرف می شود، به این دلیل که شما مطمئن شوید هزینه ای که کردید به صورت درست مصرف شده است

پیام کوتاه

۹۸٪

پیام های ارسالی باز می شود و ۹۰٪ استفاده کننده های موبایل پیام کوتاه خود را در ۱۵ دقیقه اول بعد ارسال باز می کند

نرم افزار موبایل

انحصاری که دارای اسفارت فون هستند و نرم افزار موبایل برند شما را دانلود کرده اند ۴۰٪ بیشتر از محصولات و سرویس های شما خریداری می نمایند

تجارت الکترونیک
اشاره دارد به تکنیک هایی که بازدید کنندگان خود را تشویق به خرید سرویس و محصولات می کند

تجارت الکترونیک

بازاریابی بیرونی

نمایش تبلیغات

۲۴.۷٪ از کاربران آنلاین آمریکا تبلیغات را مشاهده می نمایند

تبلیغات موبایلی

پیش بینی می شود در آمد تبلیغات موبایل در سال ۲۰۱۷ به میزان ۴۲ میلیارد دلار می رسد

۸۹٪ ایمیل مارکتینگ

از بازاریابان می گویند ایمیل اصلی ترین راه برای رهبری کمپین ها است



RESOURCES:

<http://maashable.com/2012/09/24/facebook-brand-page-value/>
<http://searchenginewatch.com/article/2253965/3-Reasons-Why-Responsive-Web-Design-is-the-Best-Option-For-Your-Mobile-SEO-Strategy>
<http://www.fastcompany.com/3021749/work-smart/10-surprising-social-media-statistics-that-will-make-you-rethink-your-social-str>
 Design by: Komplete



مستند به نام علمی اینفوگرافیک فارسی
www.infographics.ir

فراداده

ارائه دهنده خدمات میزبانی وب

پانصد مگابایت فضای دیسک
پنج گیگابایت پهنای باند ماهانه
دو عدد دیتابیس
بی نهایت زیر دامنه
کنترل پنل CPanel
بی نهایت حساب ایمیل
پشتیبانی ۲۴ ساعته

۱۶۰۰۰ تومان سالانه

نصب و راه اندازی اسکریپت به صورت رایگان
ثبت دامنه به صورت آنی و آنلاین
تحويل سرویس به صورت آنلاین

دیگر سرویس ها و خدمات در وب سایت فراداده

<http://www.Faradadeh.com>

با ما تماس بگیرید : ۰۵۱۴۳۲۲۱۹۸۲

مترجم مقاله: سامان وحدت

اطلاعات و مشخصات نویسنده (کلیک کنید)



آموزش فریم ورک Laravel ، یک فریم ورک PHP برای توسعه دهندگان وب

قسمت اول: آشنایی / نصب و راه اندازی

منابع: laravel.com - laravel.ir - php4you.ir

لاراول چیست؟

سلام برای این شماره تصمیم گرفتم یک مطلب فنی و کاربردی در کنار دو مطلب قبلی بنویسم. این مقاله آموزش اولیه لاراول است. در شماره های بعدی قسمت سوم و چهارم «چگونه به یک برنامه نویس حرفه ای php تبدیل شویم» را ترجمه و ارائه خواهد شد. لاراول یک ابزار برای نوشتن برنامه های php است. منظور از برنامه یک وب سایت معمولی / معرفی نیست. web application ها ابزاری هستند برای کار با داده ها بر بستر وب و با استفاده از فناوری های جدید می توانند همانند برنامه های تحت سیستم عامل تمامی به خوبی عمل کنند. گرچه از این فریم ورک می توان برای سایت های ویتترین مانند (سایت معمولی / معرفی) استفاده کرد اما به دلیل ساختار مناسب MVC و ابزارهای توسعه و کتابخانه های آن بیشتر برای نرم افزارهای اتوماسیون و مدیریتی استفاده می شود.

زمانی که شما برای یک ارگان و سازمان برنامه نویسی می کنید کار به صورت تیمی است در این حالت پروژه به صورت فاز های موازی پیاده سازی و تست می شود در این نوع کار گروهی ابزاری مانند لاراول به تیم کمک می کند تا بتوانند کار را به صورت ماژول های جدا از هم و موازی پیش ببرند. تیم طراحی بر روی قسمت view کار می کند، تیم متخصص دوم بر روی پایگاه داده و تیم سوم کد نویسی controller را انجام می دهد. انتخاب یک فریم ورک مهم ترین تصمیم برای یک برنامه نویس است. در این انتخاب به ویژگی های فریم ورک باید دقت کرد و آنها را مورد بررسی قرار داد. در ادامه به برخی از این ویژگی ها اشاره می کنیم:

بنیان اثبات شده

فریم ورک Laravel بر روی اجزای مختلف فریم ورک symfony ساخته شده است و به برنامه شما پایه ای بزرگ از کدهای قابل اعتماد و تست شده می دهد.

تجهیز شده به ابزار کامپوزر

Composer یک ابزار عالی برای مدیریت بسته های php برنامه های شماست. بسته ها را بر روی packagist بیابید و در عرض چند ثانیه از آنها استفاده نمایید.

قالب سازی زیبا

از امکانات اولیه PHP یا موتور قالب سازی lightweight blade استفاده نمایید. این موتور قالب های عالی را فراهم می کند و به سرعت به پیشرفت کد نویسی شما کمک می کند. مطمئناً شما از آن خوشتان خواهد آمد.

پیشنیاز های راه اندازی لاراول

Wamp server (راه اندازی آپاچی سرور به همراه PHP, MySQL):

WAMP مخفف کلمات PHP, MySQL, Apache, Windows می باشد و همانطور که از نامش پیداست یعنی بستری برای شما فراهم می کند که بتوانید به یکباره و بدون نیاز به انجام تنظیمات جانبی، تمامی سرویس های ذکر شده را بر روی سیستم عامل ویندوز بصورت یکجا نصب و راه اندازی کنید در عین حال که رابط کاربری ساده ای در اختیار شما قرار می گیرد. برای دانلود این برنامه به وب سایت www.wampserver.com/en مراجعه کنید.

مترجم مقاله: سامان وحدت



اطلاعات و مشخصات نویسنده (کلیک کنید)

Composer: در نسخه های جدید فریم ورک های زبان پی اچ پی برای مدیریت بسته ها از کامپوزر استفاده میشود.

اما کار کامپوزر چیست؟ composer یک فایل جیسون دارد که با استفاده از آن میتواند بسته ها و کامپوننت های قدیمی را به روز کرد و در واقع پروژه را همیشه در آخرین نسخه و آپدیت قرار داد. این سیستم در فریم ورک های معروف zend و symphony مورد استفاده قرار میگیرد. از ویژگی های composer می توان به موارد زیر اشاره کرد .

- آپدیت کردن بسته ها و کامپوننت ها

- استفاده از پروتکل SSL

- آپدین کردن پیش نیازهای کامپوننت ها

برای دریافت و نصب آخرین ورژن کامپوزر به وب سایت www.getcomposer.org مراجعه کنید .

(هر برنامه نویسی به یک ادیتور خوب برای کد نویسی نیاز دارد پیشنهاد من PhpStorm هست .)

PhpStorm: این IDE یک محیط برنامه نویسی PHP ساده و هوشمند را که به هدف افزایش بهره وری توسعه دهنده ها تمرکز یافته و عمیقاً کدهای شما را درک می کند ایجاد کرده و امکان تکمیل کدها را به صورت هوشمندانه فراهم می کند، مراجعه سریع و بررسی خطاها به صورت بی درنگ از ویژگی های این نرم افزار است که همیشه برای کمک به شما در شکل دهی کدها، اجرای واحد تست و یا اشکال زدایی شهودی آماده است. این نرم افزار حاوی تمامی توابع WebStorm HTML/CSS Editor, javascript Editor بوده و پشتیبانی همه جانبه را برای PHP اضافه می کند. نسخه نامحدود این نرم افزار را می توانید از وب سایت های ایرانی دانلود ، دانلود نمایید.

نصب لارا اول

خیلی خب بعد از نصب پیش نیازها اکنون زمان نصب فریم ورک شده است . برای اینکار باید ابتدا یک نسخه خام از سورس برنامه را از GITHUB دانلود کنید .

<https://github.com/laravel/laravel/archive/master.zip>

```

C:\Windows\system32\cmd.exe
C:\wamp\www\laravel>composer install
Loading composer repositories with package information
Installing dependencies (including require-dev)
- Installing symfony/translation (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/security-core (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/routing (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/process (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing psr/log (1.0.0)
  Loading from cache
- Installing symfony/debug (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/http-foundation (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/event-dispatcher (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/http-kernel (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/finder (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/dom-crawler (v2.5.6)
  Loading from cache
- Installing symfony/css-selector (v2.5.6)
  
```

سپس محتویات master.zip را در یک پوشه در محل نصب WAMP

C:\wamp\www\laravel

قرار دهید . از طریق خط فرمان به پوشه laravel بروید و دستور composer install را اجرا کنید .

برای دانلود بسته های لارا اول باید به اینترنت متصل باشید .

مترجم مقاله: سامان وحدت



اطلاعات و مشخصات نویسنده (کلیک کنید)

بعد از اتمام نصب COMPOSER به شما اعلام می‌کند که لاراوول به خوبی نصب شده است. سپس با مراجعه به آدرس laravel در localhost می‌توانید نتیجه کار را ببینید.

<http://localhost/laravel/public/>



You have arrived.

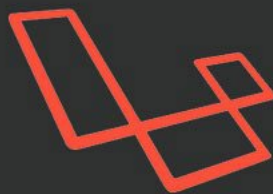


معرفی ساختار Laravel

حال که با این فریم ورک محبوب کار می‌کنیم باید با ساختار آن نیز آشنا باشیم. در این پست قصد داریم تا ساختار و پوشه‌ها و فایل‌های موجود در این فریم ورک بررسی کنیم. بعد از نصب لاراوول با این دایرکتوری‌ها طبق عکس روبرو هستیم:

خب حالا می‌خواهم راجع به این دایرکتوری‌ها توضیحاتی بهتر بدم:

۱. پوشه app شامل کنترلرها، مدل‌ها و صفحات قابل نمایش به کاربر viewها هست. بیشتر کدهای پروژه تون اینجا قرار داره و شما بیشتر وقت خودتون رو داخل این پوشه سپری می‌کنید!
۲. پوشه public محلی برای ذخیره نگهداری فایل‌های image, js, css های پروژه تون هست و تمام درخواست‌ها در ابتدا به این پوشه ارسال میشه و فایل index.php درون این پوشه وظیفه راه‌اندازی هسته لاراوول رو از طریق پوشه bootstrap داره.
۳. پوشه vendor چارچوب اصلی لاراوول رو تشکیل می‌دهد و محلی برای نگهداری وابستگی‌ها لاراوول می‌باشد. با این تعاریف شما با محتویات پوشه‌های vendor و bootstrap کار خاصی نخواهید داشت و بیشتر وقت شما در پوشه app خواهد گذشت!



laravel

مترجم مقاله: سامان وحدت

اطلاعات و مشخصات نویسنده (کلیک کنید)



معرفی ساختار پوشه app

همان طور که می بینید این پوشه دایرکتوری های بیشتری را شامل می شود که به بررسی آن می پردازیم:

- پوشه **config**: پوشه ای برای پیکره بندی تنظیمات پایگاه داده سشن و... که در برنامه شام در حال اجرا هستند. این پوشه شامل فایل های پیکربندی برای تغییر چارچوب لاراول محسوب می شود. بیشتر فایل های پیکربندی آرایه ای انجمنی را برمی گردانند.
- پوشه **controller**: پوشه ای برای ایجاد کنترلر ها می باشد که برای ارتباط مدل ها و لود view ها در نرم افزار شما استفاده می شود.
- پوشه **lang**: فایل های ایجاد شده در این پوشه قادرند نرم افزار و سایت شما رو محلی کنند و زبان پیشفرض لاراول را تغییر دهند که شامل فایل های اعتبارسنجی فرم ها به زبان انگلیسی است که شما می توانید آن ها را به زبان دلخواه خود تغییر دهید یا مثلا اگر قصد راه اندازی یک سایت چند زبانه رو دارید حتما باید به این پوشه و فایل هاش سر بزنید!
- پوشه **model**: محل ذخیره سازی مدل های نرم افزار شما خواهند بود. مدل ها کلاس هایی برای ارتباط با دیتابیس را دارند و مدل ها اکثرا با جداول شان در دیتابیس هم نام هستند یعنی هر جدول در دیتابیس با یک مدل در برنامه شما مطابقت خواهد داشت.
- پوشه **start**: پوشه تنظیمات خاص لاراول
- پوشه **storage**: محل ذخیره سازی موقت چارچوب هایی برای لاراول مانند سشن، کش و... که توسط وب سرور قابل ویرایش خواهند بود و وب سرور آنها را ویرایش می کند و توسط لاراول حفظ می شود و شما نیاز به تغییرات در آن نخواهی داشت.
- پوشه **tests**: شاخه ای برای ذخیره سازی تست های نرم افزار شما. لاراول این امکان را با phpunit به شما داده است که بتوانید برای رفتار های سایت خود تست بنویسید.
- پوشه **view**: محلی برای ایجاد و فایل های html که کاربران سایت آنها را می بینند که در کنترلر ها و یا یک روت می توانند رندر شوند. و باید توجه کنید این پوشه فقط محل ذخیره سازی view ها است و بقیه فایل ها از جمله عکس و CSS و JS در پوشه public ذخیره می شوند.

• فایل **filters.php**: فایلی برای تعیین چارچوب دسترسی های لاراول

• فایل **routes.php**: فایلی برای تعریف مسیریابی و تعیین مسیر برای پاسخ به درخواست ها در نرم افزار شما

پایان قسمت اول: خسته نباشید تا اینجا با این فریم ورک محبوب آشنا شدید و ساختار آنرا متوجه شدید. در مورد درک دقیق ساختار نگران نباشید بیشتر و در ادامه در زمان کد نویسی با جزئیات دقیق آن آشنا می شوید. در شماره بعد کد نویسی کار را آغاز می کنیم.

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



آموزش پارالاکس به صورت جامع (قسمت آخر)

سلام خدمت همراهان همیشگی ماهنامه طراحی وب با ادامه ی مقاله ی آموزش طراحی وب با تکنولوژی پارالاکس و قسمت آخر این آموزش در خدمتون هستم. تو نسخه های قبلی ماهنامه با نحوه ی پیاده سازی قالب های One Page آشنا شدید و بعد در رابطه با اینکه اصلا پارالاکس چی هست صحبت کردیم و پلاگین های پارالاکسی رو معرفی کردیم. همونطور که میدونید با پلاگین های متفاوتی میتونید پارالاکس رو روی صفحه وبتون پیاده کنید.

تو این مقاله ی آموزشی با استفاده از Skrollr.js و دستورات جی کوئری پارالاکس رو اجرا می کنیم. قبل از شروع آموزش دموی پروژه رو دانلود و مشاهده کنید:

<http://goo.gl/ZqyO3C>

حالا فایل های پروژه رو در اختیار دارید. در بخش CSS دو فایل normalize.css و main.css داریم که در main استایل کلی قالب رو تعریف کردیم، normalize هم برای فیکس کردن استایل ها در تمامی مرورگرها استفاده میشه. در بخش JS چند فایل JS داریم که به ترتیب: imagesloaded برای بارگزاری تصاویر و لود اونها استفاده میشه، jquery کتابخانه اصلی ماست، در فایل main دستورات جی کوئری پروژه مناسب با پلاگین skrollr تعریف شده، modernizr برای شبیه سازی عناصر جدید html5 برای مرورگرهای قدیمی به کار میره، skrollr هم پلاگینی هست که برای ایجاد افکت عناصر در زمان اسکرول صفحه از اون استفاده می کنیم که شامل صفات مخصوص به خودش هست.

پلاگین skrollr رو با دستورات زیر در فایل main.js فراخوانی کردیم:

```
(function ($) {
  // Init Skrollr
  var s = skrollr.init({
    render: function(data) {
      //Debugging - Log the current scroll position.
      //console.log(data.curTop);
    }
  });
})(jQuery);
```

نکته قابل توجه و مهم:

در طراحی پارالاکسی ما سه حالت داریم:

- ۱- زمانی که محتوا در بالای صفحه قرار میگیره یعنی top.
 - ۲- زمانی که محتوا در مرکز صفحه قرار میگیره یعنی center.
 - ۳- زمانی که محتوا در انتهای صفحه قرار میگیره یعنی bottom.
- که با اسکرول به سمت بالا و پایین این سه حالت اتفاق میوفته. پلاگین skrollr یکسری صفات داره که تو هر موقعیت یکی از این صفات رو استفاده می کنید و افکت مورد نظر تون رو اعمال می کنید.

خوب قبل از شروع پروژه برای درک بهتر از صفات پلاگین skrollr به تصویر صفحه بعدی دقت کنید:

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



Viewport صفحه ای هست که در میدان دید ما قرار داره و ما میبینیم.

Document کل صفحه با کلیه ی جزئیات اون صفحه هست که با اسکرول صفحه ، تمامی این جزئیات قابل دیدن هست . آدمکی که در مثال ها نمایش داده شده محل قرارگیری محتوای صفحه هست . به عبارتی زمانی افکت انجام میشه که محتوا در اون ناحیه قرار بگیره .

تمامی عباراتی که در تصویر مشاهده می کنید صفاتی هستند که مربوط میشه به پلاگین Skrollr که هر کدوم معنی خاصی داره که چند موردشو براتون توضیح میدم .

data-start : این صفت موقعیت ابتدایی صفحه رو مشخص میکنه یعنی زمانی که شما در ابتدای سند و صفحه ی وبتون قرار دارید که اسکرول به سمت پایین طی میشه .

data-100-start : عدد 100 که تو این صفت ملاحظه می کنید منظور 100px+ هست یعنی زمانی که اسکرول 100 پیکسل به سمت پایین طی شد افکت مورد نظر اعمال بشه .

data--100-start : باز در این قسمت ما از 100px استفاده کردیم اما تفاوتی که با صفت قبلی داره منفی بودن عدد هست یعنی زمانی که شما ۱۰۰ پیکسل به سمت بالا حرکت کردید ، اگر دقت کرده باشید این صفت ابتدای صفحه رو مشخص می کنه و اسکرول به سمت پایین طی میشه پس 100px- یعنی 100 پیکسل به سمت بالا .

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



data-end: این صفت موقعیت انتهایی سند و صفحه ی وب شمارو مشخص میکنه که اسکرول به سمت بالا طی میشه. زمانی که شما به انتهای صفحه برسید خوب مشخصه که برای دیدن مجدد صفحه به سمت بالا حرکت می کنید و همینطور اعداد مثبت و منفی در این صفت از پایین به بالا محاسبه می شوند.

data-100-end: این صفت میگه زمانی که اسکرول ۱۰۰ پیکسل به سمت بالا طی شد افکت مورد نظر رو اعمال کن.

data--100-end: این صفت میگه زمانی که اسکرول ۱۰۰ پیکسل به سمت پایین طی شد افکت مورد نظر رو اعمال کن.

فکر می کنم با توجه به توضیحاتی که دادم متوجه شده باشید جریان از چه قراره (: با مشاهده ی دقیق تصویر میتونید معنی تمامی صفات رو متوجه بشید.

نیازی نیست تمامی این صفات رو حفظ کنید، کافیه برای انجام پروژه تصویر همراhton باشه.

برای استفاده از این صفات هم کافیه این صفات رو به عنصر مورد نظر تون اختصاص بدید و افکت دلخواهتون رو روی اون عنصر تعریف کنید.

حالا بیاین ببینیم چطور این پروژه پیاده سازی شده : در ابتدای کار که باید یه صفحه html داشته باشیم :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <meta charset="UTF-8">
  <title>parallax - www.IranWebLearn.com</title>
</head>
<body>
</body>
</html>
```

خوب حالا باید پلاگین ها و استایل هامون رو به صفحه اضافه کنیم :

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <meta charset="UTF-8">
  <title>parallax - www.IranWebLearn.com</title>
  <link rel="stylesheet" href="css/normalize.css">
  <link rel="stylesheet" href="css/main.css">
  <script src="js/modernizr.js"></script>
</head>
<body>
  <script src="js/jquery-1.9.1.min.js"></script>
  <script src="js/imagesloaded.js"></script>
  <script src="js/skrollr.js"></script>
  <script src="js/main.js"></script>
</body>
</html>
```

```
.loading {
  background: url('../img/ico_loading.gif') no-repeat center center;
}
```

چون میخوایم قبل از ظاهر شدن تمامی عناصر صفحه یه لودینگ هم داشته باشیم به **body** یه کلاس بنام **loading** میدیم و استایل زیر رو براش در نظر میگیریم :

در این حالت تا قبل از ظاهر شدن تمامی عناصر پس زمینه ی **body** نمایش داده میشه. بعد از ظاهر شدن تمامی عناصر این پس زمینه پوشیده و پنهان میشه.

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



ایجاد اسلاید اول Slide-1

خوب حالا اسلاید اول رو ایجاد می کنیم در این اسلاید افکت Fade Out اعمال شده ، از html اسلاید اول شروع می کنیم :

```
<section id="slide-1" class="homeSlide">
  <div class="bcg"
    data-center="background-position: 50% 0px;"
    data-top-bottom="background-position: 50% -100px;"
    data-anchor-target="#slide-1">
    <div class="hsContainer">
      <div class="hsContent"
        data-center="opacity: 1"
        data-106-top="opacity: 0"
        data-anchor-target="#slide-1 h2">
        <h2>Fade out elements before <br /> they leave viewport </h2>
        <p>This slide moves background image at a slower speed then the page scroll. Text is fading out to opacity 0
at 106 pixels from the top.</p>
      </div>
    </div>
  </div>
</section>
```

در این مثال برای هر اسلاید دو لایه داریم ، لایه ی `bcg` که پس زمینه ی ما هست و لایه ی `hsContent` که محتوای ما هست .

صفات لایه ی `bcg` در اسلاید اول

`data-center` در این لایه با `background-position: 50% 0px` مقداردهی شده که در اصل چون منظور از این صفت موقعیت مرکزی محتوا هست پس همیشه وضعیت اولیه ی محتوای ما چون در ابتدا محتوای ما در مرکز قرار داره؛ اگر دقت کنید ما یه صفت دیگه بنام `data-top-bottom` داریم که با `background-position: 50% -100px` مقداردهی شده ، این دو صفت باهم در ارتباط هستند .

در این تعریف ما میگیریم موقعیت اولیه ی تصویر پس زمینه `background-position: 50% 0px` باشه و زمانی که صفحه از بالا به سمت پایین اسکرول میخوره موقعیت تصویر پس زمینه به `background-position: 50% -100px` تغییر پیداکنه یعنی تصویر پس زمینه ۱۰۰ پیکسل به سمت بالا حرکت کنه ؛ ۵۰ درصد در `background-position` به معنی `center` هست یعنی مرکز تصویر پس زمینه رو نمایش بده و `0px` یا `100px` موقعیت `top` تصویر رو مشخص میکنه که با تعریف `100px` میگیریم تصویر ۱۰۰ پیکسل به سمت بالا حرکت کنه .

پس تا اینجا و در این اسلاید `data-center` زمانیه که محتوا در مرکز قرار گرفته ، `data-top-bottom` زمانیه که محتوا در بالا قرار میگیره و `data-anchor-target` به هدف مورد نظر مون اشاره میکنه .

صفات لایه ی `hsContent` در اسلاید اول

صفات این لایه هم به همین صورت هست :

`data-center` موقعیت مرکزی محتواست . به زمانی اشاره میکنه که محتوا در مرکز قرار میگیرند .
`data-106-top` زمانیه که محتوا در فاصله ۱۰۶ پیکسل به ابتدای صفحه قرار میگیره .
`data-anchor-target` هم میگه این افکت ها و استایل ها روی چه عنصری اعمال بشه .

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



استایل اسلاید اول Slide-1

```
.hsContainer {
  display: table;
  table-layout: fixed;
  width: 100%;
  height: 100%;
  overflow: hidden;
  position: relative;
}
.hsContent {
  max-width: 450px;
  margin: -150px auto 0 auto;
  display: table-cell;
  vertical-align: middle;
  color: #ebebeb;
  padding: 0 8%;
  text-align: center;
}
.bcg {
  background-position: center center;
  background-repeat: no-repeat;
  background-attachment: fixed;
  background-size: cover;
  height: 100%;
  width: 100%;
}
/* Slide 1 */
#slide-1 .bcg {background-image:url('../img/bcg_slide-1.jpg')}
```

فکر میکنم استایل ها واضح باشه چون خصیصه ی خاصی استفاده نکردیم فقط دو مورد رو خدمتون توضیح میدم:

در .hsContainer از `display: table` و `table-layout: fixed` استفاده کردیم تا محتوای داخل این لایه خاصیت جدولی به خودشون بگیرند و وسط قرار بگیرند.

در .hsContent از `display: table-cell` تا محتوا همانند یک سلول جدول استایل به خودشون بگیرن.

در .bcg از `background-size: cover` استفاده کردیم تا تصویر پس زمینه به اندازه ی section و لایه ی اصلی کشیده بشه و تغییر اندازه پیداکنه و از `background-position: center center` استفاده کردیم تا تصویر پس زمینه رواز مرکز تصویر در عرض و ارتفاع لایه ی اصلی بزرگ کنه.

شما میتونید هر محتوایی که میخواین رو در این section قرار بدید و هر استایلی که میخواین به محتوا بدید ، مهم افکت هایی بود که باهاشون آشنا شدید.

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



ایجاد اسلاید دوم Slide-2

خوب حالا اسلاید اول رو ایجاد می کنیم در این اسلاید افکت Fade Out اعمال شده ، از html اسلاید اول شروع می کنیم :

```
<section id="slide-2">
  <div class="bcg"
    data-0="background-color:rgb(1,27,59);"
    data-top="background-color:(0,0,0);"
    data-anchor-target="#slide-2">
    <div class="hsContainer">
      <div class="hsContent">
        <h2 data-center="opacity: 1"
          data--200-bottom="opacity: 0"
          data-206-top="opacity: 1"
          data-106-top="opacity: 0"
          data-anchor-target="#slide-2 h2">Fade me in and out</h2>
        <p data-center="opacity: 1"
          data--200-bottom="opacity: 0"
          data-206-top="opacity: 1"
          data-106-top="opacity: 0"
          data-anchor-target="#slide-2 h2">Here we are changing the background color from blue to black. Text is fading in
          at 206 pixels from the bottom and fading out 106 pixels from the top.</p>
      </div>
    </div>
  </div>
</section>
```

صفات لایه ی bcg اسلاید دوم

با صفت data-0 میگیریم در ابتدا و شروع ، رنگ پس زمینه لایه چه رنگی باشه .
با صفت data-top میگیریم زمانی که محتوا در بالا و ابتدای سند قرار گرفت چه افکتی داشته باشه .
با صفت data-anchor-target به هدف مورد نظر اشاره می کنیم .

صفات لایه hsContent و عنصر H2

در این لایه به سه حالت پارالاکس دقت کنید . ۱- موقعیت ابتدایی ۲- موقعیت مرکزی ۳- موقعیت انتهایی
با صفت data-center میگیریم محتوا که در مرکز قرار گرفت استایل opacity:1 به خودشون بگیره .

با صفت data-106-top میگیریم زمانی که محتوا در موقعیتی قرار گرفت که ۱۰۶ پیکسل از بالا فاصله داشت استایل opacity: 0 داشته باشه .
زمانی که با اسکرول پایین میایم با صفت data-206-top میگیریم زمانی که محتوا در موقعیتی قرار گرفت که ۲۰۶ پیکسل از بالا فاصله داشت استایل opacity: 1 داشته باشه .

با صفت data--200-bottom میگیریم زمانی که محتوا به انتهای صفحه نزدیک شد و ۲۰۰ پیکسل مونده به انتهای صفحه برسه استایل opacity:0 به خودش بگیره .

صفات لایه hsContent و عنصر p هم به همین صورت تعریف شده .

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



استایل های اسلاید دوم Slide-2

```
#slide-2 .bcg {background: none; background-color: #010101; height: 310px; text-align: center}
```

در این اسلاید تصویری نداریم و فقط رنگ اولیه پس زمینه رو مشخص می کنیم و ارتفاع دلخواهمون رو تعیین می کنیم.

ایجاد اسلاید سوم Slide-3

خوب در اسلاید آخر ما سه پس زمینه داریم که با اسکرول صفحه هر کدوم پس از دیگری با افکت ظاهر می شوند.

```
<section id="slide-3" class="homeSlide homeSlideTall2">
  <div class="bcg">
    &nbsp;
  </div>
  <div class="bcg bcg2" data-bottom-top="opacity: 0;" data--33p-top="opacity: 0;" data--66p-top="opacity: 1;" data-anchor-target="#slide-3">
    <div class="hsContainer">
      <div class="hsContent" data-bottom-top="opacity: 0;" data-center="opacity: 1;" data-anchor-target="#slide-3">
        <h2>Fixed element fading in and out</h2>
        <p>Showcase your beautiful images before blurring the scene and fading in your headline.</p>
      </div>
    </div>
  </div>
  <div class="bcg bcg3" data-300-bottom="opacity: 0;" data-100-bottom="opacity: 1;" data-anchor-target="#slide-3">
    <div class="hsContainer">
      <div class="hsContent" data-100-bottom="opacity: 0;" data-bottom="opacity: 1;" data-anchor-target="#slide-3">
        <h2>The End</h2>
        <p>Learning By <a href="http://iranweblearn.com" target="_blank">Mitra Rahimi</a>.</p>
      </div>
    </div>
  </div>
</section>
```

در این اسلاید با سه لایه ی `bcg` , `bcg2` , `bcg3` سه پس زمینه متفاوت رو به کاربر نمایش میدیم.

با تمامی صفاتی که در این سه لایه استفاده شده آشنا شدید پس نیازی به توضیح نیست فقط صفات `data--66p-top` و `data--33p-top` براتون جدید که توضیح میدم.

گفتیم اعدادی که در صفات استفاده می کنیم مقیاس پیکسلی دارند و مشخص می کنه که محتوای ما در اون پیکسل تغییر حالت پیداکنه حالا با قرار دادن حرف `p` بعد از اعداد، پیکسل رو به درصد تبدیل می کنیم؛ مثلاً در `data--33p-top` میگی زمانی که صفحه رو به سمت پایین اسکرول زدیم و `document` مون ۳۳ درصد از `viewport` خارج شد و به سمت بالا طی شد این تغییر حالت اتفاق بیوفته. برای درک بهتر به تصویر زیر دقت کنید:

مدرس این میحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



در این تصویر کل صفحه ی وب ما با لایه ی آبی رنگ مشخص شده و ناحیه ی viewport هم قسمتی هست که کاربر در مانیتور میبینه و با اسکرول میتونه کل سند رو ببینه.

استایل اسلاید سوم Slide-3

```
#slide-3 {position: relative;}
#slide-3 .bcg {background-image:url('../img/bcg_slide-5.jpg')}
#slide-3 .bcg2 {background-image:url('../img/bcg_slide-5b.jpg'); position: fixed; bottom: 0; left: 0; opacity: 0; z-index: 1}
#slide-3 .bcg3 {background-image:url('../img/bcg_slide-2.jpg'); z-index: 2; position: fixed; bottom: 0; left: 0; opacity: 0; z-index: 2}
```

نتیجه ی نهایی از صفات پلاگین Skroll

صفات `data-0` , `data-start` , `data-0-start` باهم برابر هستند و زمانی اتفاق میوفته که اسکرول از بالا حرکتی نداشته باشه و در نقطه صفر قرار داشته باشه.

صفات `data-100` , `data-100-start` باهم برابر هستند و زمانی اتفاق میوفته که ۱۰۰ پیکسل اسکرول حرکت داشته باشه.

صفات `data-center-center = data-0-center-center` هم باهم برابر هستند و زمانی اتفاق میوفته که در مرکز viewport قرار گرفته باشیم.

خوب دوستان آموزشمون به اتمام رسید، امیدوارم که مورد پسندتون قرار گرفته و براتون مفید بوده باشه. موفق و پاینده باشید

مدرس این مبحث آموزشی: میترا رحیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



ایجاد پس زمینه های پارالاکسی به راحتی نوشیدن آب

سلام خدمت دوستان و همراهان همیشگی ماهنامه طراحی وب در مقاله ی آموزش جامع طراحی قالب پارالاکس در همین شماره از ماهنامه نحوه ی ایجاد سایت های پارالاکسی با پلاگین skroll رو خدمتون بصورت کامل آموزش دادم؛ اما ممکنه نحوه ی پیاده سازی سایت های کاملاً پارالاکسی براتون سخت و دشوار باشه و تمایل داشته باشید بخش کوچکی از سایتتون مثل Background هارو بصورت پارالاکس پیاده کنید تا جذابیت بیشتری به سایتتون بده و اون رو از سادگی دربیاره. برای این منظور یک پلاگین ساده رو بهتون معرفی میکنم.

خوب این کار بسیار بسیار سادست فقط کافیه پلاگین مربوطه رو دانلود و در پروژه تون اضافه کنید.

لطفاً دموی این پروژه رو دانلود کنید و نتیجه رو ملاحظه کنید تا نحوه ی استفاده از این پلاگین رو که شاید چند خط هم نشه بهتون آموزش بدم.

<http://goo.gl/plF3A6>

حالا پروژه رو دانلود کنید و پوشه رو از حالت فشرده خارج و فایل هارو مشاهده کنید.

از بین تمامی فایل ها تنها چیزی که شما نیاز دارید که همیشه در پروژه تون استفاده کنید فایل plugin.js هست که باید به صفحه تون اضافه کنید تا صفات تعریف شده رو شناسایی کنه و قابلیت پارالاکس رو روی پس زمینه های صفحه اعمال کنه.

با استفاده از آموزش پارالاکس را قورت بدهید (قسمت اول) در شماره اول ماهنامه، میتونید نحوه ی ایجاد سایت های One Page یا Single Page رو آموزش ببینید و بعد هر استایلی که خواستید به صفحه تون بدید.

بعد از اینکه سایتتون رو طراحی و پیاده سازی کردید فقط کافیه با دو attribute پس زمینه های صفحه تون رو پارالاکسی کنید.

همونطور که در فایل دانلود شده ملاحظه می کنید کافیه از صفات زیر استفاده کنید و به هر لایه که برایش پس زمینه تعریف کردید این صفات رو اختصاص بدید:

```
<section id="home" data-type="background" data-speed="10">
</section>

<section id="about" data-type="background" data-speed="10">
</section>
```

صفت data-type با مقدار background و صفت data-speed که مقدارش به خودتون بستگی داره. هر چقدر که مقدار این صفت بیشتر باشه تصویر کشیده تر میشه و با سرعت کمتر حرکت میکنه و هر چقدر که این عدد کمتر باشه تصویر فشرده تر و کوچکتر میشه و با سرعت بیشتری با اسکرول صفحه حرکت میکنه.

خوب دوستان امیدوارم که معرفی این پلاگین بتونه بهتون تو طراحی های پارالاکسی کمک کنه.
موفق و پاینده باشید



پرسش و پاسخ

مدرسین ما آماده پاسخ گویی به شما هستند

<http://ask.IranWebLearn.com>

دانشجوی عزیز ، در بخش پرسش و پاسخ مدرسه مجازی ایرانیان ، کلیه سوالات شما در زمینه های مختلف در محوریت موضوعی طراحی وب اعم از گرافیک ، کدنویسی jQuery , CSS , HTML و ... پاسخ داده خواهد شد . کفایت در کمتر از ۱۰ ثانیه ثبت نام کرده و سوال خود را بپرسید !

سوالی دارید ؟

بعضی از اصول طراحی هیچ وقت تغییر نمی‌کنن

شما می‌تونید ببینید که وب‌داره با سرعت خیلی بالایی تغییر می‌کنه. اما خوشبختانه آدم‌ها با این سرعت تغییر نمی‌کنن. بنابراین چون این آدم‌ها هستن که دارن از وب‌سایت‌های ما استفاده می‌کنن، بعضی از اصول ثابت هم موندن.

وب تغییر می‌کنه، اما آدم‌ها نه. چون ما برای آدم‌ها طراحی می‌کنیم، پس بعضی اصول هم بدون تغییر می‌مونن.

توی این مطلب من می‌می‌خوام بعضی از اصولی رو که زمان روی اون‌ها اثر نداره رو با شما به اشتراک بگذارم. اصولی که نقطه قوت هر وب‌سایت خوبی هستن.

طرح باید سریع باشه

سرعت همیشه مهمه. فرقی نمی‌کنه که سایت رو توی دوره Dial up طراحی باشید (دهه هفتاد) یا برای اینترنت پرسرعت امروز. آدم‌ها انتظاراتشون بر اساس تجربه‌های قبلی‌شونه. مثلاً وقتی گوگل تو کسری از ثانیه لود می‌شه، انتظار دارن که وب‌سایت شما همینطور باشه.



افراد اونقدر صبور نیستن که سرعت پایین وب‌سایت شما رو تحمل کنن. اون‌ها اصلاً دوست ندارن که بشینن و منتظر بمونن تا قسمت‌های مختلف وب‌سایت شما رو ببینن.

نویسنده مقاله: امید امرایی
وب‌سایت نویسنده (کلیک کنید)



طراحی یعنی درگیر بودن با محدودیت‌ها و سرعت یکی از اون محدودیت‌هاست. روز به روز تمایل گوگل به وب‌سایت‌هایی که سرعت بالاتری دارن بیشتر می‌شه. اما متأسفانه سرعت اینترنت اغلب کار برای شما با همون سرعت بالا نمی‌ره.

طرح باید محتوا رو حمایت کنه

یه طرح خوب باید از چشم خودآگاه ما مخفی باشه. بله، می‌دونم که طرح یک وب‌سایت احساس ما رو نسبت بهش رقم می‌زنه، اما خودآگاه ما باید درگیر محتوا باشه. باید درگیر پیامی باشه که قراره منتقل بشه.

به عنوان مالک وب‌سایت، ما همیشه می‌خواهیم که یه رابط کاربری فوق‌العاده داشته باشیم. یه چیزی که کاربرا رو شگفت زده کنه. اما یه طرح خیلی جذاب می‌تونه باعث بشه که تمرکز کاربرا از پیام اصلی شما دور بشه.

طرح نباید سرپوشی روی محتوای ضعیف باشه. بلکه باید محتوا رو تقویت کنه و باعث بشه که کاربر نسبت بهش واکنش‌های احساسی درستی رو نشون بده.

طرح باید وب‌سایت رو به اهدافش نزدیک کنه

طراحی یه جور هنر نیست چون هنر در خدمت یه هدف خارجی نیست. اما طراحی یه نقش مشخص به عهده داره. توی طراحی وب‌سایت نقش طراحی اینه که وب‌سایت رو به اهدافش نزدیک‌تر کنه.

طرح وب‌سایت شما می‌تونه زیبا باشه، همه هم تاییدش کنن و حتی برنده جایزه فلان جشنواره هم بشه، اما بازم شکست بخوره.

اگر طراحی روی اندازه‌گیری میزان دستیابی به اهداف تمرکز نداشته باشه، در اون صورت طرح شکست می‌خوره. یه طرح می‌تونه از نظر دیداری خیلی برجسته باشه، همه همکارن تون هم تاییدش کنن و حتی برنده جایزه فلان جشنواره هم بشه، اما بازم شکست بخوره.

نویسنده مقاله: امید امرایی

وبسایت نویسنده (کلیک کنید)



آگه یه محصول جدید اضافه شد، چه اثری ممکنه روی سایت بزاره؟ چه اتفاقی می افته آگه کسب و کار شما تصمیم گرفت توی سایت از ویدئوهای بیشتری استفاده کنه؟ و یک سری سوالات دیگه ...

طرح باید کار کاربر رو ساده کنه

توی قسمت قبلی گفتیم که طرح باید پاسخگوی نیازهای فیزیکی کاربر باشه. اما کار به همینجا تموم نمی شه. موضوع دیگه اینه که طرح باید به کاربر کمک کنه به اهدافش برسه.

بیشتر مواقع یه وبسایت به خاطر تفکرات سازمانی از ریل اصلی خارج می شه. یعنی سایت به جای اینکه حول نیازهای کاربر بسته بشه، بر اساس چهارچوبهای سازمانی شکل می گیره.

البته به عنوان یه طراح ما باید مواظب تفکرات خودمون هم باشیم. ما خیلی علاقه داریم بریم سراغ یک سری الگوهای طراحی، بدون اینکه از خودمون پرسیم آیا برای کاربر ما (و توی این موقعیت) مناسب هستن یا نه. مختصراً یه طرح زمانی خوبه که در موردش از کاربر نظرخواهی شده باشه. تست کاربرد پذیری یه چیز دل بخواهی نیست، بلکه قلب تپنده یه طراحی خوبه.

طرح باید بتونه تکامل پیدا کنه

نهایتاً، طرح باید تکامل پیدا کنه. طراحی هیچ وقت به آخر نمی رسه. طراحی وبسایت مثل باغبونی می مونه که با یه روند تست، اصلاح و تکرار ادامه دار همراهه.

وقتی یه وبسایتی توی دنیای آنلاین ظاهر می شه، کاربر میان که باهاش تعامل برقرار کنن. این همون چیزیه که به شما می گه چه کاری رو باید انجام بدید، کدوم استراتژی تون موفق تر عمل کرده و از چه ابزاری باید بیشتر استفاده کنید. نهایتاً با داده‌هایی که بدست میارید می تونید قسمت‌های مختلف رو تغییراتی بدید. مثلاً سایز بنر تبلیغاتی رو بزرگ تر یا کوچیک تر کنید و یا محلش رو تغییر بدید.



سبک و ترندهای طراحی میان و میرن. ما به این سبک‌ها علاقه نشون می‌دیم چون مد روز هستن و باعث می‌شن رقبای ما تحت تاثیر قرار بگیرن. اما آگه این طرح‌ها نتونن سایت رو به اهدافش برسونن هیچ ارزش ندارن.

طرح باید انعطاف‌پذیر باشه

طرح باید به سه شکل انعطاف پذیر باشه:

اول، وب ذاتاً یه رسانه سیاله. سایز صفحات نمایش فرق می کنه و معنی‌ش اینه که وبسایت‌ها باید خودشون رو با ابزارهای مختلف تطبیق بدن. ما برای مدتی از این مسئله غافل بودیم، اما حالا باید حواسمون رو جمع کنیم و یادمون باشه که خودمون رو برای شرایط متغیر آماده کنیم.

دوم، نیازهای کاربر زیادن و وبسایت باید طوری انعطاف داشته باشه که اونها رو توی خودش جا بده. بعضی از کاربرای ما کورنگی دارن. بعضی‌ها از ناتوانی شناختی رنج می‌برن. یک سری از اونها به دلیل کهولت سن عوارض مچ دست رو دارن. سایت باید بتونه در خدمت همه اونها باشه و با اونها منطبق بشه.

سوم، طرح ما باید بتونه با تغییراتی که توی نیازهای کسب و کار (بیزینس) پیش میاد منطبق بشه. مثلاً آگه تغییری توی برند دادید، آیا وبسایت می‌تونه خودش رو سازگار کنه؟



مصاحبه با بزرگان وب

گفتگو با طراحان ، برنامه نویسان و کارآفرینان



در شماره بعدی میخوانید :

گفتگوی ویژه با **سالار کابلی** ، توسعه‌دهنده نرم‌افزار وب و طراح رابط کاربری

پی نوشت : متأسفانه به دلیل کسالت مادر محترم جناب آقای کابلی ، طی زمان گذشته موفق به مصاحبه با ایشان نشدیم . انشالله با رفع کسالت مادر گرامیشان ، با مصاحبه ای خواندنی در خدمتتان هستیم

التماس دعا

جذابیت فوق العاده در بازار هنر

یادداشتی از: حمید رضا خاتونی



مدیر هنری نشریات مختلف وزارت ارشاد و کشور

به رشته های میان رشته ای در حوزه کاری خود بیشتر نگاه کنید ببینید که طراح های روز با ترکیب هنر مصنوعی (دیجیتال) و واقعی، باعث چه عجایبی شده اند چندی پیش مراسمی دیدم که به همراه موسیقی تصاویری ساخته شده و با همزمان کردن این ۲ و اجرای آن بر روی ساختمان بزرگ، هنرمند کاری محصور کننده و پیچیده ای ارائه کرده بود.

هنرمندان عرصه دیجیتال

برای گرافیک محیطی و چند رسانه ای و حتی وب نیز کارهای بسیاری توسط هنرمندان دنیا انجام شده و حتی بسیاری از هنرمندان داخلی اثرات خاصی را ارائه کرده اند ولی متأسفانه در دنیای وب هنوز به جایگاه خاصی نرسیده ایم با اینکه طراحان با استعداد و هنرمندان طراحی های را ارائه و اجرا کرده اند ولی متأسفانه بومی سازی و هنری سازی عناصر هنوز تلفیقی از عناصر معادل و خارجی است که به نوعی هنر ارائه شده ی ما بینشی کامپیوتری دارد و نه هنری.

از این رو به دوستان عزیز در این عرصه پیشنهاد می کنم نگاهی بیشتر به آثار دیگر رشته های هنری و گرافیکی داشته باشند و با تلفیقی از هنر گذشته ی اصیل ایران و صنعت و هنر امروز به عرصه ظهور بگذارند

حتما در آینده نزدیک و در شماره های بعدی ماهنامه طراحی وب ، آثاری را خدمتتان معرفی خواهیم کرد و درباره هنر نو، طوری بحث خواهیم کرد که برای اولین بار گشتی هر چند گذرا به میان سبک های نوین هنر داشته باشیم

حمید رضا خاتونی

مدیر هنری نشریات مختلف وزارت ارشاد و کشور

دارنده مقام های کشوری و خاورمیانه

این روزها با روی کار آمدن صنعت دیجیتال که به حق، تاثیر فراوانی به هنر کرده است که گویی با زرق و برق جذابش، گویی میدان را از هنرمندان قدیمی گرفته است ولی آثار هنری و دید کلی و نگاه هنرمندان پر از پیچیدگی های صفر و یک کامپیوتری تلفیق شده است که گاهی هنر روان آدمی که ابریشم روح را نوازش می دهد فقط تکه ای از حقیقت را نشان می دهد نه هنر واقعی که مملو از روح و احساس و جریان چشمه های عمق وجود انسان است

یک نگاه جدید

این مقدمه شاید برای ما آدم های عصر دیجیتال کمی ذوق آور یا خواب آور است ولی من با تجربه ای که در سفرهای مختلف و حدود سیصد و چند نشریه مختلف از استان ها و شهرهای این مرز و بوم گرفته تا نمایشگاه های معتبر خارجی داشته ام به این نتیجه رسیدم که برای رسیدن به هنری که تاثیر گذار است و بتواند جذابیت فوق العاده ای برای مخاطبان داشته باشد باید از نگاه دیگر به ماجرا نگاه کرد.

مخاطب امروز حوصله ندارد / مخاطب امروز وقت ندارد / طراحان چندین پروژه را برعهده دارند و وقتی برای طراحی خارق العاده نیست / کار خیلی بی کیفیت است و حوصله دیدن آن را ندارم . . .

این کلمات شاید زیاد به گوش شما خورده باشد و شاید در این گفتمان ها شما نیز دخیل بوده باشید. همه همکاران من و شما دوست عزیزی که استعدادهای فراوانی در حل کارهای جدید دارید و از هر لحاظ به سوژه خود نگاه کرده اید ولی چرا رشد نداشته اید.

هنوز به جواب پرسش های خود نرسیده اید که چه کنیم تا راه حل خوبی داشته باشیم و چه کنیم که کار ارزشمندان خوب جلوه کند ولی جای هیچ قصه ای نیست من به شما پیشنهادات جدیدی دارم

مدرس این مبحث آموزشی : حسین همت یار
مشخصات و اطلاعات مدرس (کلیک کنید)



فیلم آموزش طراحی بنرهای متحرک GIF

با توجه به درخواست های فراوان از سمت شما مخاطبین عزیز ، نحوه ساخت و انیمیشن سازی و طراحی بنرهای متحرک GIF در قالب یک فیلم آموزشی در زیر برای مشاهده و استفاده شما قرار گرفته .

در این فیلم آموزشی ما ابتدا با معرفی بخش انیمیشن سازی و یا در حقیقت متحرک سازی در نرم افزار قدرتمند فتوشاپ شما را آشنا خواهیم کرد و سپس مراحل ساخت یک بنر متحرک رو به شما آموزش میدیم .

همانطور که در فیلم نیز ذکر شده ، نرم افزارهای مختلفی جهت انجام این مهم وجود داره ولی ما بنا به نیاز از نرم افزار فتوشاپ نسخه CC استفاده کردیم ولی مسلما برای انیمیشن سازی های بسیار حرفه ای تر نیازمند نرم افزارهای دیگری هستیم .

در نهایت شما رو به دیدن این فیلم آموزشی دعوت میکنم . با کلیک بر روی تصویر زیر فیلم در قالب فایل PDF برای شما قابل مشاهده هست .



نویسنده این مقاله آموزشی : مرتضی گرانسایه
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



این سیستم برای سایتهای خبری، آموزشی، مقاله و بطور کلی محتوایی مناسب می باشد و برای این موارد ابزارها و قابلیت های این سیستم بصورت مناسب بهینه و چیده است و کار را برای مدیر و نویسندگان سایت بسیار ساده و کاربر پسند کرده است.

vivo Commercial Open Source
Content Management System

What is VIVVO? ▾

Pricing and order ▾

WEB PUBLIS

VIVVO is news Content Management
of industry leading online



این سیستم خبری به بیش از ۲۰ زبان ترجمه شده است و دارای تعداد زیادی افزونه، ابزارک و پوسته است. البته باید توجه کرد که در مقایسه با سیستمی مانند وردپرس تعداد این موارد زیاد به چشم نخواهد آمد!

قابلیت ارتباط با سیستم های انجمن ساز معروف مانند vBulletin و IPB را نیز دارد. امکانات کلی این سیستم این موارد هستند: هدر معلق، فید خبری، نظر سنجی، خبرنامه اشتراکی، بخش نظرات، سیستم سئوی قدرتمند... هزینه خرید این سیستم (بسته به امکانات انتخابی و مدت زمان پشتیبانی) از ۲۹۵ تا ۹۹۹ دلار می باشد که برای کارهای بزرگتر و گسترده و کارهایی که نیازمند به پشتیبانی مستمر و زیاد است این هزینه بیشتر است و نیاز به ارتباط با شرکت فروشنده می باشد.

<http://www.vivvo.net>

پنت هاوس نشین های دنیای سیستم های مدیریت محتوا

همیشه وقتی صحبت از سیستم های مدیریت محتوا می شود بی شک نام هایی مانند وردپرس، جوملا و دروپال در او در سرتاسر جهان مزیت بسیار بزرگ دیگری نیز دارند، رایگان و کدباز هستند! با مخزن هایی غنی از افزونه ها و پوسته های رنگارنگ که تقریباً نیاز هر نوع سلیقه و هر سطح از کاربر را برآورده می کنند. اما بجز این سیستم های رایگان و کدباز سیستم های دیگری نیز وجود دارند که در سایه کدبازها همچنان در حال توسعه و حرکت رو به جلو هستند. سیستم هایی قدرتمند که نه ۱۰۰٪ کدباز هستند و نه رایگان! با قدمتی چندین ساله، نوآور در وب و دارای مشتریانی جالب. با ما همراه باشید.

Vivvo - News Content Management



این سیستم خبری تحت کپی رایت شرکت Spoonlabs ارائه می شود که در سال ۲۰۰۵ در صربستان تاسیس شده است و کمتر از ۱۰ کارمند دارد. نکته جالب در مورد استفاده کنندگان این سیستم این است که سایتهای خبری عربی زبان زیادی از این سیستم استفاده می کنند اما نکته شاید منفی این است که سایتهای معتبر زیادی با این سیستم برپا نشده است و اکثراً سایتهای خبری متوسط و کوچک هستند.

سیستم مدیریت محتوای Vivvo که در شعارهای تبلیغاتی خود را سیستمی خبری معرفی می کند که با کمترین دردسر برای شما یک سایت خبری و یا مالتی مدیا راه اندازی می کند و به شما سائیتی با مدیریت ساده ارائه می کند. محیط مدیریت این سیستم کاملاً ایچاکسی و کاربر پسند است و بسادگی قابلیت تغییر در ترتیب ها و جایجایی، درگ دراپ (کشیدن و رها کردن) بخشها و آیتم ها و ماژول ها را خواهید داشت.

نویسنده این مقاله آموزشی : مرتضی گرانسایه
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



سیستم LightCMS در حقیقت یک پلتفرم مدیریت محتوای سبک و دارای امکانات زیاد است که به کاربر امکاناتی برای ایجاد صفحات و مدیریت ساده آنها می دهد. این سیستم خود را بهترین پلتفرم وب سایت ساز برای طراحان می داند! زیرا آنچه می خواهید می سازید و اگر کمکی نیاز داشته باشید دریافت می کنید! در این سیستم محتواها در مازول های سیستم نگهداری می شوند و قابلیت درگ دراپ (کشیدن و رها کردن) دارند و این کار را برای کاربر بسیار ساده کرده است. این سیستم نیز به شما نوید ایجاد یک سایت بدون دردسر و نگرانی را می دهد...

علاوه بر موارد بالا این سیستم قابلیت های کلی مانند ایجاد گالری عکس، فرم ساز، قابلیت بلاگ، تقویم و بخش آمار را نیز دارد. برای کاربر سطح بالاتر نیز این امکان وجود دارد که کدهای تولید شده HTML – JS – CSS از سمت سیستم را بر راحتی تغییر و باکدهای خود جایگزین کنند. بخش فروشگاه ایجاد شده با این سیستم بصورت پیش فرض با درگاه های پی پال، authorize، net و stripe را نیز دارد. همچنین این سیستم بر روی سرورهای کلود راه اندازی می شود. استفاده تریال سیستم LightCMS رایگان است و شما در کمتر از ۶۰ ثانیه می توانید ثبت نام کنید. اما بسته به امکاناتی مانند تعداد صفحات و فضا و محصول از ۱۹ تا ۹۹ دلار در ماه هزینه خواهد داشت. برای بسته ۹۹ دلاری همه چیز بصورت نامحدود خواهد بود.

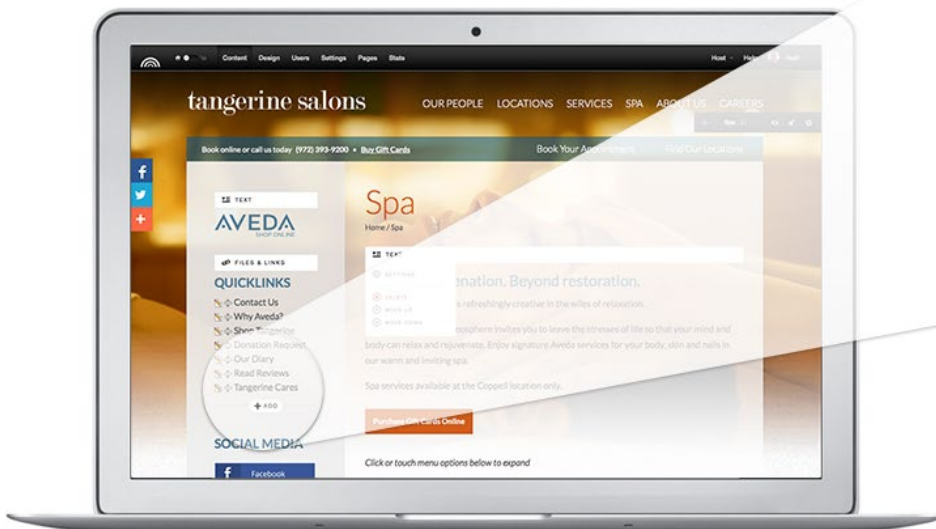
<http://www.lightcms.com>

LightCMS



LightCMS

این سیستم/پلتفرم محصولی از شرکت NetSuite می باشد که در اکلهاما آمریکا و در سال ۱۹۹۸ تاسیس شده است. این شرکت که در جهت تولید سیستم های مدیریت محتوای وب فعالیت می کند به سرتاسر جهان خدمات می دهد و بیشتر از ۳۰۰۰ کارمند دارد. این سیستم به علت کاربر پسند بودن و کاربرد بسیار ساده دارای بیشتر از ۲۷۵,۰۰۰ کاربر در سرتاسر جهان است اما نکته شاید منفی این سیستم هم این است که اکثر این کاربران افراد عادی و شرکت های کوچک هستند و در لیست مشتریان این سیستم نیز مشتری سرشناسی دیده نمی شود.



نویسنده این مقاله آموزشی : مرتضی گرانسایه
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



سیستم قالب بسیار کارآمد و قوی، سیستم مدیریت کاربر، سیستم مدیریت خبرنامه، سیستم نظرات، سیستم کشینگ، سیستم ترکیب بسیار کامل. با توجه به هسته بسیار قوی، سیستم امنیتی ExpressionEngine نیز به نسبت سیستم های مشابه بسیار بالاتر و کامل تر است. هزینه لایسنس این سیستم ۲۹۹ دلار است که با احتساب دو ماژول انجمن ساز و مدیریت چندسایته ۵۹۷ دلار می شود. هزینه پلن های پشتیبانی نیز از ۴۹ تا ۱,۹۹۹ دلار می باشد.

<https://ellislab.com/expressionengine>

در این مقاله نگاهی کوتاه بر سه پنت هاوس نشین دنیای سیستم های مدیریت محتوا داشتیم. سیستم هایی که همچنان در پس سایه های کدبازها به راه خود ادامه می دهند و هر روز قابلیت های حرفه ای خود را برای مشتریان بالقوه خود گسترش می دهند.

ExpressionEngine



سیستم مدیریت محتوای ExpressionEngine محصولی از شرکت EllisLab می باشد که در سال ۲۰۰۱ در لس آنجلس تاسیس شده است. شرکت EllisLab بسیار نوآور و پیشرو در وب می باشد. از جمله مهمترین خروجی های این شرکت فریمورک CodeIgniter می باشد. برخلاف دو سیستم قبل، این سیستم مشتریان شناخته شده و بزرگی دارد. برخی از این مشتریان عبارتند از: شرکت ادوبی، شرکت اپل، بنگاه خبری بی بی سی، شرکت سیسکو، دیسنی، شرکت فورد، سایت IGN، شرکت نایک، شرکت نوکیا، شرکت سونی و برادران وارنر و ...

سیستم مدیریت محتوای ExpressionEngine یک سیستم ماژولار است و از CodeIgniter برای هسته استفاده می کند. بدین معنی که هسته این سیستم کاملاً رایگان و کدباز است اما فراموش نکنید که لایسنس سیستم و بحث پشتیبانی آن رایگان نیست و نیاز به خرید این سیستم دارید. همچنین مانند وردپرس چندسایته، در این سیستم نیز با یک بار نصب می تواند چندین سایت را راه اندازی و مدیریت کنید.

بخش مدیریت محتوای این سیستم بسیار کامل است و امکانات و دسترسی های بسیار زیادی را برای کاربر فراهم کرده است که می توان به این موارد اشاره کرد:



منابع وردپرس خود را کنترل و تامین کنید

مدرس این مبحث آموزشی: سعید فرد
 مشخصات و اطلاعات مدرس (کلیک کنید)



وردپرس یکی از محبوبترین و پر طرفدارترین سیستم های مدیریت محتوا در جهان می باشد که بسیاری از وبسایت های پر بازدید در دنیا از این سیستم مدیریت محتوا استفاده می کنند ، اگر شما هم یکی از کاربران وردپرس هستید آیا تا به حال با مشکل مصرف بالای منابع سرور توسط وردپرس مواجه شدید ؟ و اگر بله چه چاره و راه حلی برای این مورد پیدا کردید ؟

معمولا در هاست های اشتراکی که منابع سرور به اشتراک گذاشته میشه شما در مرحله اول استفاده از وبسایتتون به مشکل خاصی نخواهید خورد و موردی وجود نداره ، ولی مسئله از جایی شروع خواهد شد که آمار بازدید وبسایت شما بالا بره و تعداد آی پی های ورودی به سایتتون افزایش پیدا کنه ، در اینجا ست که شما شاهد پیام هایی مبتنی بر اینکه «سایت شما منابع زیادی از سرور رو مصرف می کنه» از طرف پشتیبانی میزبان سایتتون خواهید بود که شمارو مجبور به ارتقای پلن یا تهیه سرویس هایی با قیمت های بالاتر می کنه .

مصرف منابع سرور توسط سیستم مدیریت محتوا هیچ گاه یک ایراد نیست و امری طبیعی هست ، ولی ممکن است شما با رعایت نکردن یک سری مسائل و موارد این مصرف رو از حد انتظار بالاتر ببرید و دچار مشکل بشید .

برای اینکه از شر این مشکل در امان باشید مواردی که گفته می شه رو انجام بدید و فراموش نکنید .

۱ - فضای میزبان سایت

انتخاب هاست یا میزبان وب برای یک سایت وردپرسی از مسائل مهم محسوب می شه به صورتی که خود وردپرس در صفحه ی دابلود این مورد رو متذکر میشه و منابعی رو معرفی می کنه ، پس اولین مسئله در این مورد هاست یا سرور میزبانی شده سایت وردپرسی شما هستش که نقش بسیار مهمی داره و شما باید در انتخابش دقت کنید .

از شرکت های معتبر که مطمئنید کارمندانش تخصص و تسلط کامل بر وردپرس دارند خرید کنید و سرویس مورد نیاز وبسایتتون رو تهیه کنید .

مدرس این مبحث آموزشی: سعید فرد
مشخصات و اطلاعات مدرس (کلیک کنید)



۲ - کمتر از افزونه استفاده کنیم

اگر پیگیر سایت هایی که با مشکل مصرف بالای منابع مواجه شدند باشیم در انتها به لیست بلندی در قسمت افزونه ها بر میخوریم ، افزونه ها امکانات وبسایت مارو افزایش می دهند و طبیعتا به همون مقدار از منابع سرور استفاده می کنند ، تا حد امکان فقط از افزونه های ضروری در وردپرس استفاده کنیم و یاد داشته باشیم که برای انجام کارهامون ما مجبور به استفاده از افزونه نیستیم که گاهی چند خط کد کار یک افزونه رو برای ما انجام میده .

۳ - استفاده از افزونه های شمس ساز تاریخ وردپرس

این افزونه به دلیل اینکه احتیاج هست در هر جای وردپرس که تاریخ وجود داره تغییر ایجاد کنه معمولا مصرف بالایی دارند و در گذشته کاربران با استفاده از افزونه های جلالی بعد از مدتی به این مشکل خورده و در نهایت مجبور به حذف کردن اون می شدند ، اگر در وبسایتتون احتیاج به تاریخ شمسی دارید توصیه می شه از افزونه های WP-Parsidate که در حال حاضر بهینه ترین و کم مصرف ترین افزونه در این مورد هست استفاده کنید .

۴ - از افزونه های کش استفاده کنید

افزونه های کش مصرف منابع سایت شما رو به صورت قابل توجهی پایین میارند ، به این صورت که با ذخیره فایل ها در مرورگر شخص بازدید کننده و سرور از فراخوانی دوباره ی اون ها در سرور جلوگیری می کنند ، از بهترین افزونه های کش موجود میشه به W3 Total Cache اشاره کرد که با تنظیم صحیح اون در سایتتون میتونید تاثیر مثبتش رو ببینید .

۵ - همیشه بروز باشید

از آخرین نسخه ی وردپرس و آخرین نسخه های افزونه های مورد نظرتون استفاده کنید چرا که معمولا در نسخه های جدید با حل مشکلات نسخه های قبل به افزایش کارایی افزونه و وردپرس کمک می کنند .

۶ - یک پوسته ی ساده و استاندارد انتخاب کنید

استفاده از یک پوسته ی مناسب و بدون مشکل علاوه بر پردازش کمتر در سرور سرعت لود سایت شما رو هم افزایش خواهد داد که می تونه برای وبسایت بسیار مفید باشه .

۷ - بهینه سازی دیتابیس وردپرس

دیتابیس سایت وردپرسی شما از مهمترین عوامل و تعیین کننده مصرف منابع سرور تون هستش ، این دیتابیس ممکنه در طول مدتی با نصب و حذف افزونه های متفاوت سنگین بشه که نتیجه مشخص هست ، حالا بهینه سازی و تعمیر کردن دیتابیس می تونه شما رو در مصرف کمتر منابع سرور یاری کنه ، برای بهینه سازی دیتابیس می تونید از افزونه هایی نظیر WP-Optimize و WP-DBManager که از خود وردپرس توصیه شده هست استفاده کنید .

۸ - استفاده از سرویس های فشرده ساز و GZIP

فشرده کردن و minify کردن کد های CSS و JS نیز همانند دیتابیس می تونه نقش مهمی رو در سرعت و مصرف منابع سرور داشته باشه ، همین طور فعال کردن قابلیت Gzip رو هم فراموش نکنید .

مدرس این مبحث آموزشی: سعید فرد
مشخصات و اطلاعات مدرس (کلیک کنید)



۹ - بهینه سازی تصاویر وردپرس

تصاویری که در وبسایتتون استفاده می کنید رو حتما بهینه سازی کنید به صورتی که داری کمترین حجم و بیشترین کیفیت باشند ، در غیر این صورت با هر بار لود شدن این تصاویر پردازش زیادی در سرور شما اتفاق خواهد افتاد ، برای بهینه سازی تصاویر هم می تونید از نرم افزارهایی مانند فتوشاپ کمک بگیرید ، همین طور افزونه ی wp-smushit وردپرس می تونه براتون اینکار رو انجام بده .

۱۰ - بهینه سازی تنظیمات وردپرس

تغییر کمی در تنظیمات و نوع استفاده از وردپرس می تواند تاثیر مناسبی در مصرف منابع وبسایت شما داشته باشد مانند :

- کاهش تعداد مطالب در صفحه اصلی سایت و سایر قسمت ها
- استفاده به جا و مناسب از برچسب ها در وردپرس
- حذف کردن قسمت زباله دان و جفنگ در قسمت های مختلف (نظرات ، برگه ها ، پست ها و ...)
- خاموش کردن بازتاب ها و پینگ ها در وردپرس

۱۱ - انتقال تصاویر وبسایت بر روی CDN یا فضاهای ابری

اگر در وبسایتتون از تعداد تصاویر بالایی استفاده می کنید و در هر بار لود وبسایت تصاویر زیادی بارگزاری می شه اینکار می تونه هم برای سرعت لود سایتتون هم برای کمتر شدن مصرف منابع اون بسیار مفید واقع بشه .

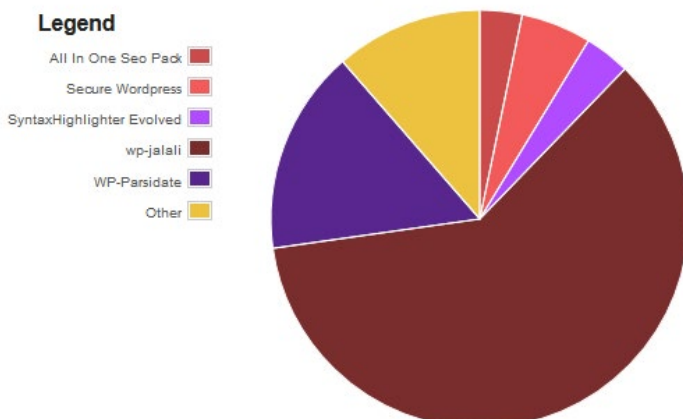
۱۲ - در استفاده از سرویس های آمارگیر دقت کنید

افزونه های آمارگیر وردپرس به دلیل ذخیره کردن اطلاعات بازدید در دیتابیس وردپرس بعد از مدتی سبب حجیم شدن دیتابیس میشند که نتیجه ی این بالا رفتن مصرف منابع سرور میشه پس تا حد امکان از افزونه های آمارگیر داخلی وردپرس استفاده نکنید و از سرویس های آمارگیری مانند گوگل آنالیز و ... بهره بگیرید ، در انتها برای آمارگیر وردپرس هم افزونه ی آماره (wp-statistics) بهترین گزینه می باشد .

۱۳ - چک کردن خطاهای سایت

بهتر است هر از چندگاهی با بررسی فایل ارور که روی سرور شما به وجود می آید یا با فعال کردن دیباگ در وردپرس خطاهای احتمالی سایتتون رو بررسی و حل کنید چراکه ممکن است یک اختلال یا خطای کوچک دلیل مصرف بیش از حد منابع سرور شما شود .

Runtime by Plugin



۱۴ - مصرف منابع رو خودتون چک کنید

شما با نصب افزونه ی p3-profiler روی سایتتون میتونید مقدار مصرف منابع سایت توسط افزونه ها پوسته ها و خود وردپرس رو در حالت های مختلف و با نمودارهای مختلف چک کنید و ببیند .

همینطور افزونه ی memory-viewer این امکان رو به شما برای مصرف رم سرور می ده .

مدرس این مبحث آموزشی : سعید فرد



مشخصات و اطلاعات مدرس (کلیک کنید)



خیلی از جاها در وبسایت‌ها پیش میاد که میتوان از کد استاتیک و کامپایل شده‌ی PHP استفاده کرد یا آدرس استاتیک رو جایگزین توابع وردپرس کرد ، که بهتر است اینکار انجام شود و دیگر لازم نخواهد بود با هر لود وبسایت این کدها توسط سرور اجرا بشن .

در پایان

* تمامی افزونه‌هایی که معرفی شد لزومی ندارند حتما بر روی سایت شما نصب باشند و شما می‌توانید بعد از استفاده از اون‌ها حذفشون کنید .

* در برخی از موارد ممکن است استثناءهایی برای مصرف منابع بالای سایت وجود داشته باشد که بهتر است از طریق پشتیبان میزبان سایت پیگیری شود .

* با رعایت این مسائل اگر باز هم این مشکل وجود داشت مطمئن باشید در انتخاب سرویس مورد نیاز برای سایتتون یا انتخاب هاست دقت کافی نداشتید .

جوملا از سال ۲۰۰۵ تا کنون

مدرس این مبحث آموزشی: احمد رضا شمیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)

Joomla!™

...because open source matters

جوملا

جوملا (Joomla) یک سیستم مدیریت محتوا (CMS) به صورت متن باز و نرم افزار آزاد بر طبق قانون GNU/GPL می باشد که امکانات زیادی برای ایجاد و مدیریت وبسایت های چند منظوره با یک رابط کاربری ساده فراهم می کند که با حتی نداشتن اطلاعات فنی بتوانید وب سایت شخصی خود را با کاملترین امکانات راه اندازی کنید. سایت اصلی و مرجع اصلی مدیریت محتوا جوملا با ادرس Joomla.org در دسترس می باشد. نام جوملا گرفته شده از واژه ای در زبان سواحیلی است که به معنی (همه با هم) یا (همگی) می باشد و رنگ های موجود در لوگو نیز به قاره ها مرتبط می شود.

تاریخ شروع به کار جوملا به سال ۲۰۰۵ و اولین نسخه از این سیستم بر میگردد که از پشتیبانی مامبو که در سال ۲۰۰۱ شروع به کار کرده بود استفاده می کرد. در سال ۲۰۰۵ اختلافی بین برنامه نویسان مامبو و جوملا پیش آمد که منجر به ایجاد جوملا ۱ شد و این نسخه بعد از مدتی که منتشر شد مانند مامبو پدر بود! جوملا پس از انتشار و بعد از مدت زمان ۱ ساله بیش از ۲.۵ میلیون مرتبه دانلود شده بود. جالب اینجاست بیش از ۶۵۰۰۰ برنامه نویس عضو جوملا شدند و به زبان های دیگر ترجمه گردید.

جوملا علاوه بر اینکه یک سیستم مدیریت محتوا است یک فریم ورک PHP نیز می باشد، همچنین به دلیل سازگاری با انواع پایگاه های داده مانند My SQL، Oracle و SQL server یک پلت فرم نیز محسوب می شود. اما تکنولوژی های اصلی بکار رفته در آن شامل PHP و MySQL می باشد.

معماری نرم افزاری جوملا بر اساس مدل MVC - Model-View-Controller می باشد. در این مدل نرم افزاری، از مدل به عنوان تامین کننده منابع، از نمایش به عنوان لایه نمایشی و از کنترلر به عنوان هسته و پردازشگر برنامه استفاده می کنند. به دلیل استفاده از این مدل نرم افزاری قابلیت گسترش جوملا افزایش یافته است و منطق نرم افزاری مناسبی را مهیا کرده است. جوملا به زبان PHP نوشته است و از پایگاه داده MySQL، MYSQI پشتیبانی می کند.

مدرس این مبحث آموزشی : احمد رضا شمیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



جوملا در حال حاضر با نسخ زیر موجود است:

جوملا ۱.۵ (ارشیو شده و توقف پشتیبانی از سمت سایت جوملا)

جوملا ۲.۵ (انقلابی در جوملا پدید آورد مانند چند زبانگی که در سورس برنامه قرار داده شده بود)

جوملا ۳.۳ (که با نسل جدید از وب ما را آشنا کرد و بوت استرپ را در خود جای داد البته هنوز نسخه پایدار آن عرضه نشده است)

در حال حاضر سیستم مدیریت محتوای جوملا در دو نسخه ۲.۵ و ۳.۳ دارای بیش از ۶۰ ترجمه در زبان های مختلف و نیز دارای ۸۵۶۰ افزونه می باشد و پشتیبانی ایران هم از سوی سایت جوملا فارسی با آدرس (Joomlafarsi.com و سایت <http://www.joomla.org/3/fa>) است.

جوملا سالانه در تمامی کشورها دارای فستیوال های فعالی می باشد که به اشاعه ی این سیستم در کشورها می پردازند.

برخی سایت هایی که در خارج بر روی بستر جوملا می باشد :



BARNES & NOBLE



IKEA

<http://community.joomla.org/labels/joomla-portfolio.html>

برای مشاهده بیشتر این لیست می توانید به ادرس رو به رو مراجعه کنید.

و بیش از ۲۹۰۰ سایت دولتی با این نرم افزار پیاده سازی شده اند و آخرین تحقیقات اینفو تک تایید مینماید که بیش از ۱.۵ میلیون وب سایت با این نرم افزار طراحی و اجرا شده اند.

افتخارات و جوایز بین المللی تیم و پروژه جوملا

سال ۲۰۰۵ : بیش از ۲.۵ میلیون بار دریافت در اولین سال انتشار

سال ۲۰۰۵ : Best Linux / Open Source Project

سال ۲۰۰۵ : کسب جایزه UK Individual Contribution to Open Source از UK Linux World

سال ۲۰۰۶ : کسب جایزه UK Individual Contribution to Open Source از UK Linux World

سال ۲۰۰۶ : Best Linux / Open Source Project

سال ۲۰۰۶ : کسب عنوان بهترین سیستم مدیریت محتوای متن باز از مؤسسه Packt

سال ۲۰۰۷ : کسب عنوان بهترین سیستم مدیریت محتوای متن باز از مؤسسه Packt

سال ۲۰۰۸ : کسب عنوان MVP (Most Valued Person) توسط Johan Janssens بخاطر کار روی فریمورک و معماری جوملا

سال ۲۰۰۹ : دریافت جایزه MVP (Most Valued Person) توسط Louis Landry بخاطر نقش وی در معماری جوملا

سال ۲۰۱۱ : کسب عنوان بهترین سیستم مدیریت محتوای متن باز از مؤسسه Packt

مدرس این مبحث آموزشی : احمد رضا شمیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



Do more things with
JOOMLA SECURITY



Do more with
jQuery



Do more with
MICRODATA



Do more with
CLOUD STORAGE API



Do more from the
FRONT END



webhostface
Service always comes with a smiling face

DO MORE



حتما به این فکر کرده اید که با جوملا چه سایت هایی می توانید راه اندازی کنید؟! من به شما کمک می کنم! می تونم بگم تقریبا هرچی که در ذهن شماست مانند :

- ۱- پرتال ها و یا وب سایت های شرکت های عظیم
- ۲- تجارت آنلاین (فروشگاهی)
- ۳- وب سایت های تجاری در مقیاس کوچک
- ۴- وب سایت های سازمانی و رایگان
- ۵- کاربردهای دولتی
- ۶- اینترنت و اینترنت های شرکت های عظیم
- ۷- صفحات شخصی و خانوادگی
- ۸- پورتال های مبتنی بر گروه ها و اصناف
- ۹- مجلات و روزنامه ها
- ۱۰- سایتهای خبری
- ۱۱- دانلود سنتر
- ۱۲- مراکز آزمون گیری
- ۱۳- سامانه های پشتیبانی
- ۱۴- دایرکتوری ها
- ۱۵- وبسایتهای نگهداری مستندات
- ۱۶- جوامع مجازی و ...

از امکانات جوملا می توان به موارد زیر اشاره کرد :

مدرس این مبحث آموزشی : احمدرضا شمیمی
مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



- ۱- مدیریت مطالب
- ۲- مدیریت رسانه ها (فایلها)
- ۳- مدیریت وب لینک ها
- ۴- مدیریت مجموعه های مطالب
- ۵- مدیریت تبلیغات
- ۶- تنظیم پیکربندی
- ۷- مدیریت کاربران و سطح دسترسی
- ۸- نظرسنجی
- ۹- گروه کاربران مهمان بطور پیش فرض وجود دارند
- ۱۰- اجازه ذخیره کردن مطلب خالی داده شده است
- ۱۱- مازول آمار جدید در مدیریت جوملا
- ۱۲- بروز رسانی ویرایشگر TinyMCE به نسخه ۳,۵,۶
- ۱۳- پاک کردن خودکار کدهای قدیمی استفاده نشده، فایل ها و فیلدهای پایگاه داده و جداول و استاندارد سازی بهتر جداول
- ۱۴- ارتقا جستجوی هوشمند
- ۱۵- واحد تست در CMS
- ۱۶- بروز رسانی سیستم تست ها در CMS
- ۱۷- کار گسترده روی استاندارد سازی و ثبات بیشتر کدها
- ۱۸- ادغام Bootstrap با پکیج رسانه ای JUI در یک بسته
- ۱۹- یک قالب جدید با نام Isis در بخش مدیریت جوملا
- ۲۰- یک قالب جدید برای سایت با نام Protostar که با استفاده از Bootstrap ساخته شده است و همچنین قالب Beez3 نیز بروز رسانی گردیده است
- ۲۱- از راه انداز PostgreSQL استفاده شده است. شما قادر هستید که سایت جوملا ۳ را با بانک اطلاعاتی PostgreSQL راه اندازی کنید
- ۲۲- استفاده از JFeed برای مدیریت خوراک به جای SimplePie
- ۲۳- نصب و راه اندازی بسته های زبان به طور مستقیم از مدیریت جوملا
- ۲۴- استفاده از راه انداز PHP Memcached
- ۲۵- استفاده از Mootools/LESS CSS/jQuery/Bootstrap
- ۲۶- استفاده از کتابخانه فونت Icomoon

در صورتی که قالب فوق العاده با گرافیک عالی و واکنش گرا و افزونه های استاندارد می خواهید می توانید از سایت های معرفی شده استفاده کنید البته ولی قالب ها و افزونه های معرفی شده رایگان نمی باشد.

www.rockettheme.com - www.gavick.com - www.yootheme.com

www.zootemplate.com - www.smartaddons.com - www.joomshaper.com

مدرس این مبحث آموزشی : احمد رضا شمیمی
 مشخصات و اطلاعات نویسنده (کلیک کنید)



Joomla!

و شما می توانید با جستجو در اینترنت با شرکت های بیشتری آشنا شوید.

برای دسترسی به قسمت افزونه ها در سایت جوملا می توانید به آدرس : <http://extensions.joomla.org> مراجعه کنید.

برای مشاهده زبان های ترجمه شده نسبت به ورژن جوملا می توانید از لینک های زیر استفاده کنید.

جوملا ۳ :

<http://community.joomla.org/translations/joomla-3-translations.html>

جوملا ۲.۵ :

<http://community.joomla.org/translations/joomla-16-translations.html>

جوملا ۱.۵ :

<http://community.joomla.org/translations/joomla-translations.html>

در شماره های بعدی با نصب و راه اندازی و کاربر های بیشتری از جوملا آشنا خواهیم شد.

احمد رضا شمیمی
 کارشناس الکترونیک



شبکه کاریابی وردپرس

اطلاعات شغلی جامع و ارتباطی مطمئن

متخصصین رزومه های خود را ثبت میکنند
کارفرما ها شغل های خود را ثبت میکنند
متخصصین و کارفرما ها با هم ارتباط برقرار میکنند
پروژه ها سریعتر انجام و شغل ها به بهترین نحو ممکن انتخاب میشود

هم اکنون شما هم به جمع ما بپیوندید

WPJOB.IR

نویسنده مقاله: سهیل عباسی
مشخصات و اطلاعات نویسنده



برای ساختن محصولات یا خدماتی که خریدار داشته باشد، چکار باید کرد؟

اگر قرار است شما به عنوان یک استارتاپ در جلوگیری از هدر رفتن پول و سرمایه به موفقیت برسید، باید:

یاد بگیرید که از ساختن محصول پیش از آنکه واقعا نیاز و گرفتاری مشتری را درک کرده باشید، بپرهیزید

یک برنامه‌ی مشخص برای تعامل با مشتریان و توسعه‌ی مشتریان داشته باشید

بدانید که چه زمانی به اندازه‌ی کافی اطلاعات درباره‌ی گرفتاری مشتری کسب کرده‌اید تا شروع به ارائه راه حل کنید

توانایی انتقال سریع و آسان این اطلاعات را در تیم تان بدست آورده باشید

در واقع اشتباهی که بیشتر ما به عنوان توسعه دهنده، برنامه نویس یا طراح محصولات و خدمات می‌کنیم از آن جا ناشی می‌شود که به شدت در دنیای حرفه‌ای خود غرق شده ایم. پس از مدتی خروج از دنیاهایی که در ذهنمان یا اطراف خود می‌سازیم بسیار دشوار می‌شود و در کاری که انجام می‌دهیم فکر می‌کنیم از همه بیشتر می‌دانیم، به همین دلیل است که این نتیجه می‌رسیم که همین چیزی که ما فکر می‌کنیم درست است، از نظر مشتری هم درست است و همین ویژگی‌هایی که ما فکر می‌کنیم مردم می‌خواهند، آن‌ها هم در واقعیت می‌خواهند.

بنابراین شروع می‌کنیم به توسعه یا طراحی محصول یا سرویس مد نظرمان آن طور که خودمان فکر می‌کنیم درست است.

پس از آنکه زمان و هزینه‌ی زیادی را صرف آن کردیم، وقتی آن را به مشتریان واقعی (بازار) ارائه می‌کنیم آن انتظاری که داشتیم را برآورده نمی‌کند، و هزینه و زمان و زحماتمان هدر می‌رود. تازه می‌فهمیم یک جای کار می‌لنگد.

یکی از بهترین چیزهایی که متد لین استارتاپ به پیروان و استفاده‌کنندگان می‌آموزد این است که در تولید یک محصول یا سرویس جدید، هیچ چیز مهم تر و با ارزش تر از تماس و گفتگوی مستقیم با مشتریان احتمالی نیست.

هر چه بر اهمیت این موضوع تاکید کنیم کم است اما البته در اینجا خلاء‌هایی هم وجود دارد که موجب شده است استارتاپ‌هایی که به این موضوع اعتقاد دارند نتوانند به درستی آن را بکار بگیرند. در تعامل با دوستانی که می‌خواهند نیاز مشتریان را کشف کنید و وجود مساله‌ای که فکر می‌کنند برای آن راه حلی دارند را در میان مردم، اعتبارسنجی Validate کنید، همواره با سوالاتی از این قبیل مواجه بوده‌ام:

- برای کشف نیاز و مشکل مشتری، از کجا شروع کنیم؟
- در برخورد با مشتریان دنبال چه چیزی باید بگردیم؟
- در زمان مصاحبه با مشتریان احتمالی، درباره‌ی چه چیزهایی حرف بزنیم، چه پاسخ‌هایی را باید از زیر زبان مشتری بیرون بکشیم؟

همانطور که می‌دانید، بوم لین (Lean Canvas) یک ابزار مورد استفاده در متد لین استارتاپ است، که با مجموعه‌ای از پنداشت‌ها و حدس و گمان‌ها، تکمیل می‌شود. حالا سوال اینجاست که چگونه این پنداشت‌ها و حدسیات مجهول را به بهترین شکل ممکن بررسی کنیم تا بتوانیم آن‌ها را رد یا تایید کنیم؟

از کجا بدانیم که به اندازه‌ی کافی اطلاعات برای شروع توسعه محصول بدست آورده ایم؟

بدون دانستن روش‌های درست تعامل با مشتری و زیر نظر گرفتن رفتار آن‌ها، چگونگی مصاحبه با مشتریان، تحلیل اوضاع و کشف «کاری که باید انجام شود» و «نیازی که باید رفع شود»، تیم استارتاپی در خلاء‌هایی که توسعه مشتریان را دشوار می‌کند، گیر خواهد کرد. هنگامی که چنین اتفاقی بیفتد، تیم توسعه محصول با یک ریسک بزرگ (هدر رفتن پول و فرصت - حتی بدون اینکه خودش هم بداند) مواجه خواهد شد.

چکار باید کرد؟

نویسنده مقاله: سهیل عباسی

مشخصات و اطلاعات نویسنده



این متدلوژی به اختصار JTBD یا Jobs to be Done نامیده می شود. حرف J اشاره به آن نیاز، گرفتاری یا کار مردم، یا اصطلاحاً JOB است. خوشبختانه این چارچوب، تکنیک ها و ابزار کاربردی و مشخصی را برای هدایت افراد به سمت کشف نیاز واقعی مردم، تحلیل و تبدیل آن به یک محصول یا خدمت در اختیار قرار داده است.

باید UNLearn کنید:

نکته مهم آن است که از نقطه نظر مردم به موضوع و مشکل نگاه کنیم. و البته برای مایی که در جزئیات تخصصی ایده و راه حل غرق می شویم و کلی پیش داوری فکری در ذهنمان بوجود آمده است، این کار دشوار است.

چراکه باید در دیدگاه هایمان تجدید نظر کنیم، آنچه را که تا حالا فکر می کردیم درست بوده است را دوباره در مقایسه با دیدگاه مشتریان به محک بگذاریم و به احتمال زیاد تعداد زیادی از آنچه که فکر می کنیم بلدیم را از یاد ببریم (یا در اصطلاح انگلیسی Unlearn کنیم).



در تاریخ، توپوتا یکی از پیشروترین و موفقترین خودروسازهای جهان، جزو شرکت هایی بوده که محصولاتی که تولید می کرده است را مردم واقعا خواسته اند. متد لین در مفهوم کلی آن در تولید صنعتی، در واقع، بر اساس فعالیت ها و روش مدیریتی آن شرکت مدون شده است و در چند سال اخیر با تغییراتی وارد دنیای استارتاپ ها شده است.

در این شرکت، یک مفهوم مدیریتی مهم وجود داشته و دارد که به آن در زبان ژاپنی Genchi Genbutsu می گویند. ترجمه آن می شود: «رفتن به محل و دیدن برای خود» این مفهوم کلیدی می گوید، برای درک واقعی و درست یک وضعیت (نیاز مشتری) فرد باید خودش به gemba یعنی محل واقعی برود، جایی که اتفاقات آن جا روی می دهند.

در واقع، هیچ کاری بهتر از توجه دقیق و عمیق به مشتری و درک گرفتاری و نیاز او نیست.

چیزی که موجب می شود کسی محصول یا خدمتی را استفاده کند، کاری ایست که آن محصول یا خدمت برای او انجام می دهد، نیازی است که برای آن فرد رفع می کند. حتی اگر این نیاز، یک نیاز احساسی مانند پز دادن و احساس برتری داشتن نسبت به اطرافیان باشد.

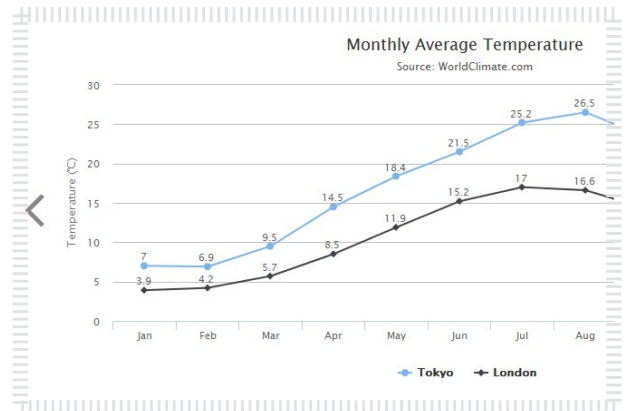
کاری که باید انجام دهید این است که توجه کنید ببینید مردم واقعا چه مشکل یا نیازی دارند. وقتی آن مشکل، نیاز یا کاری که باید انجام دهند را کشف کردید، و در جهت ارائه راه حل برای آن گام بردارید، می توانید یقین داشته باشید که هزینه، زمان و انرژی تان در مسیر درست دارد صرف می شود.

شرکت های معتبر دنیا مانند گوگل، اپل، جنرال موتورز، پراکتر اند گمبل و ... از یک چارچوب انقلابی در تولید محصولات و خدماتشان استفاده می شود که بر چنین طرز فکری بنیان نهاده شده است.

ساخت نمودارها و چارت های حرفه ای

گاهی اوقات نیاز دارید در صفحه ی وبتون از چارت ها و نمودارهای متفاوت استفاده کنید، سایت highcharts نمودارهای مختلف با استایل ها و افکت های متفاوتی رو در اختیار شما قرار میده.

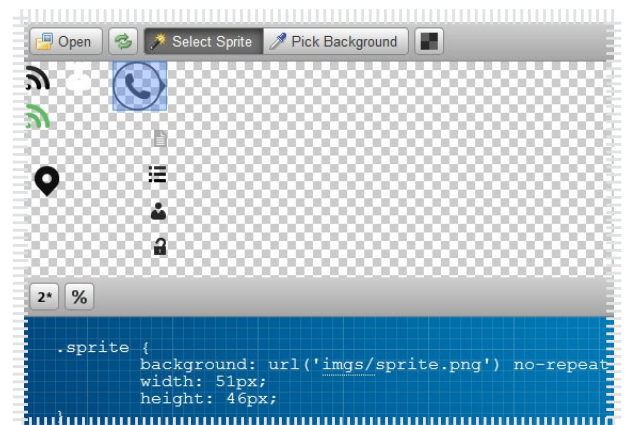
ورود به این سایت



مختصات یابی آسان در تصاویر Sprite شده

همیشه پیدا کردن مختصات تصاویر sprite شده برای طراحان سخت و آزاردهنده بوده و هست؛ با استفاده از سایت spritecow خیلی راحت میتونید مختصات تصاویر sprite شده رو در بیارید و استفاده کنید. فقط کافیه روی تصویر مورد نظر تون کلیک کنید.

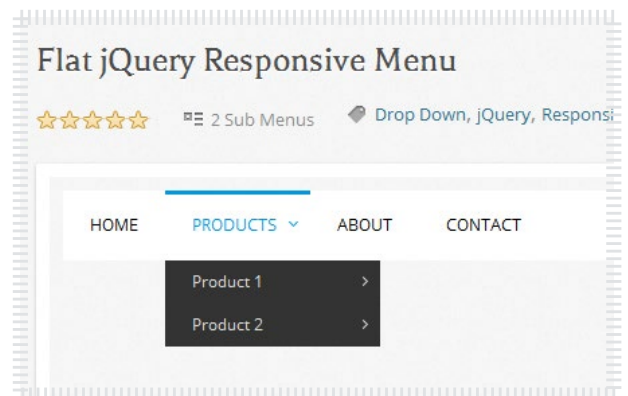
ورود به این سایت



ایجاد منوی های آبشاری برای سایت های وردپرسی

ایجاد منو برای سایت های وردپرسی گاهی کار دشواریه، سایت cssmenuaker این کار رو برای شما راحت کرده و شما میتونید به راحتی منوهای کشویی مخصوص به وردپرس ایجاد کنید.

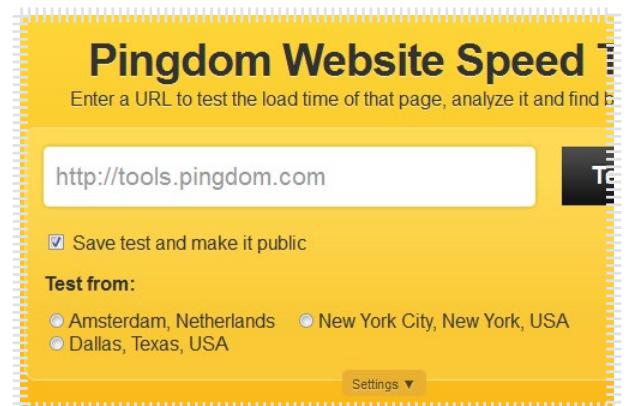
ورود به این سایت



سرعت بارگزاری سایت خود را بسنجید

سرعت لود و یا بارگزاری سایت یکی از عوامل امتیازدهی در سئو هست. زمانی که سایت شما با سرعت بالا و با زمان کمتری بارگزاری بشه امتیاز مثبت برای سایت شما به همراه داره. با سایت pingdom میتونید سرعت لود صفحه ی وبتون و استانداردهارو ارزیابی کنید.

ورود به این سایت



سرعت عمل خود را در انتخاب رنگ بسنجید

توسط وب سایت color.method.ac میتونید با توجه به زمانی که تعیین شده و طیف رنگی که پیشنهاد شده، سرعت انتخاب رنگ رو بسنجید و طی مراحل مختلف با طیف های مختلف رنگی و اصطلاحات گرافیکی آشنا بشید.

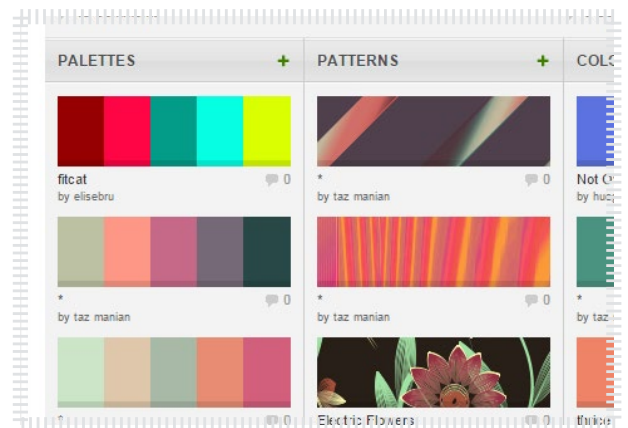
ورود به این سایت 



ایده هایی برای انتخاب رنگ های مناسب

همیشه یکی از مشکلات طراحان، انتخاب رنگ صحیح و مناسب بوده که با وجود وب سایت colourlovers.com میتونید بهترین پیشنهادهای رنگی رو مشاهده و انتخاب کنید.

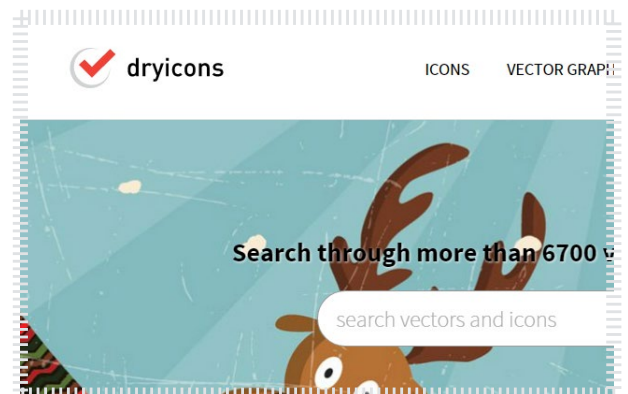
ورود به این سایت 



دانلود و خرید سورس های گرافیکی

در وب سایت dryicons.com میتونید سورس های وکتوری رو به صورت رایگان دانلود کنید و یا با لایسنس و کیفیت مناسب اون رو خرید کنید. پیشنهاد میکنم همیشه باکپی رایت دوست باشید

ورود به این سایت 



جامعه مجازی طراحان گرافیک ایران

وب سایت graphicnet.ir یک جامعه مجازی برای طراحان گرافیک در ایران هست که شما میتونید آثار گرافیکی خودتون رو در این وب سایت با سایر طراحان گرافیک ایرانی به اشتراک بگذارید.

ورود به این سایت 



ایران در جایگاه ۹۵ توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات

منبع خبر: زومیت

به گزارش خبرگزاری مهر، سازمان فناوری اطلاعات ایران رتبه بندی جهانی کشور در سال ۲۰۱۴ را براساس شاخص توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و براساس اعلام اتحادیه جهانی مخابرات منتشر کرد؛ این اطلاعات در سمپوزیوم بین المللی نشانگرهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با حضور دبیرکل جدید (WTIS2014) اتحادیه جهانی مخابرات و سانو رئیس ITU-D و مجری پروژه نظام پایش شاخص های ICT کشور به نمایندگی از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات کشورمان و نمایندگان ۱۶۶ کشور جهان اعلام شد.



مشاهده کامل خبر

تغییر لوگوی اپل به مناسبت روز جهانی مبارزه با ایدز

منبع خبر: پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام

شرکت اپل به مناسبت روز جهانی مبارزه از ایدز در کشور استرالیا اقدام به تغییر رنگ لوگوی فروشگاه خود در شهر سیدنی به رنگ قرمز کرد.

به گزارش پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام، این اقدام شرکت اپل برای حمایت از این رویداد که هر ساله برای آگاهی مردم از خطرات این بیماری و توجه بیشتر نهاد و افراد برای رفع مشکلات این بیماری در سراسر دنیا برگزار می شود، صورت گرفته است.

لوگوی معرف شرکت اپل با رنگ همیشگی خود مورد توجه بوده است و به همین تغییر رنگ آن به این صورت توجه بسیاری را به خود جلب می کند و به همین دلیل شرکت اپل هر ساله این کار را در روز مبارزه با ایدز انجام می دهد.



مشاهده کامل خبر

انتخاب برترین‌های بازی موبایل جهان

منبع خبر: پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام

به گزارش پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام و به نقل از بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، برگزارکنندگان رویداد جوایز بهترین‌های بازی موبایل جهان با اعلام این خبر در گیم کانکشن ۲۰۱۴ اروپا از استودیوها، گروه‌های مستقل، تولیدکنندگان فردی و ناشران سراسر دنیا دعوت کرده‌اند تا در بزرگترین رقابت بین‌المللی بازی‌های موبایل دنیا شرکت کنند. تولیدکنندگان بازی‌های موبایل از سراسر دنیا می‌توانند بازی‌های خود را حداکثر تا تاریخ ۲۱ دسامبر ۲۰۱۴ (۱۰ دی ۹۳) در وبسایت www.imgawards.com ثبت و بارگذاری کنند.

مشاهده کامل خبر



نسخه جدید فایرفاکس با جستوجوگر یاهو

منبع خبر: پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام

به گزارش پایگاه خبری فناوری اطلاعات برسام و به نقل از آی تی ایران، مهم‌ترین تغییر اعمال شده این است که برای اولین بار از یاهو به عنوان موتور جستجوی پیش فرض استفاده شده است. این تغییر محدود به کاربرانی است که در آمریکای شمالی از فایرفاکس ۳۴ استفاده می‌کنند.

البته کاربران به راحتی می‌توانند جستجوگر پیش فرض خود را در فایرفاکس تغییر دهند و احتمالاً بسیاری از کاربران از یاهو به گوگل مهاجرت کنند.

مشاهده کامل خبر



حامیان ماهنامه طراحی وب از شما متشکریم

پرسی
دانلود
p30download.com

گوآرتی
متفاوت ترین مجله اینترنتی

گروه وردپرس پارسی
WP-PARSI.COM

وبنا پارک خبری
وبسایت های ایرانی

پونیشا
ponisha.ir

سافت گذر
اولین دانشنامه نرم افزار ایران

ستافت ۹۸
یکی از بروزترین مراجع نرم افزاری

میهن دانلود
MihanDownload

پرشین اسکریپت
پایگاه تخصصی اسکریپت پارسی زبانان

ماندگار وب

کتابسبز

برسام
پایگاه خبری فناوری اطلاعات

وردپرس نوٹ

Newbie
تمام دنیای یک تازه وارد

وانت اسکریپت

اگر شما هم تمایل دارید یکی از حامیان ماهنامه طراحی وب باشید،
درنگ نکنید!

info@iranweblearn.com

۰۲۱۷۷۶۰۱۸۹۵



این بسته ها بیشتر جنبه آموزشی داشته و قرار نیست به چشم بخش دانلود به این بخش نگاه کنیم ، پس هر بسته ای هر چند کوچک هم فواید تجربی و آموزشی داره و نباید ازش ساده رد بشیم . ما در هر شماره از ماهنامه یک بسته خوشمزه به عنوان هدیه و به جهت حسن انتخاب شما براتون آماده کرده و در اختیارتون قرار میدیم . در انتخاب هدیه ها سعی میکنیم عموم مخاطبین عزیز رو مد نظر قرار بدیم و برای هر تخصصی ، بسته ای کاربردی ارائه کنیم . حالا با خوشمزه های این شماره آشنا بشید :

- اجرای هاور چرخشی با CSS3
- ۱۶ ربان وکتوری زیبا
- progressbar های حرفه ای طراحی کنید
- ۵ تصویر HD با موضوع تجارت الکترونیک
- هاور های زیبا با SVG طراحی کنید
- ۵ وکتور حاوی بیش از ۵۰ گرافی و نمودار
- طراحی News Ticker های حرفه ای
- ۵ وکتور انتزاعی و زیبا
- اسلایدر تمام صفحه ای پارالاکسی
- ۵ وکتور اینفوگرافیک حرفه ای

دانلود خوشمزه گرافیک

دانلود خوشمزه کدنویسی