

انتقال پیام با يك تغيير ساده

این روزها گوگل به صفحه خانگی اغلب کاربران اینترنت تبدیل شده است...



این روزها گوگل به صفحه خانگی اغلب کاربران اینترنت تبدیل شده است.

این ابزار جست‌وجو به دلیل امکانات ویژه، سرعت بالا و... به‌عنوان کاربردی‌ترین موتور جست‌وجو در سراسر جهان شناخته شده و روزانه میلیون‌ها نفر برای یافتن اطلاعات به آن مراجعه می‌کنند.

همه کاربران اینترنت اهمیت گوگل را می‌دانند و نیاز به توضیح ندارد. اما یکی از اقدامات جالب موتور جست‌وجوی گوگل، تغییر لوگو یا آرم این سایت در مناسبت‌های مختلف، گرامی‌داشت رویدادها و جشن‌های مختلف یا سالروز تولد مشاهیر جهانی است که باعث می‌شود کاربران گوگل که تعدادشان کم نیست، در یک روز همگی به یک موضوع بیندیشند.

البته ممکن است تعدادی از کاربران نیز فارغ از تغییر شکل ظاهری لوگو، تنها به استفاده از قابلیت‌های این موتور جست‌وجو اهمیت دهند اما به هر حال تغییر لوگو به مناسبت‌های مختلف می‌تواند یک حس مشترک درباره موضوعی خاص را در بین تعداد زیادی از مردم جهان برانگیزد.

آخرین تغییر لوگوی گوگل مربوط به 17 ژوئن است. در این روز، گوگل به مناسبت سالروز تولد ایگور استراوینسکی موسیقی‌دان شهیر روسی لوگوی خود را تغییر داد تا به‌نوعی نسبت به این آهنگساز بزرگ که برخی او را تاثیرگذارترین آهنگساز قرن بیستم می‌دانند، ادای احترام کرده باشد.

ایگور استراوینسکی در 17 ماه ژوئن سال 1882 متولد و در ششم ماه آوریل 1971 از دنیا رفت. او از جمله آهنگسازانی بود که موسیقی را خیلی دیر جدی گرفت اما توانست آثاری بسازد که نام او را به‌عنوان یک آهنگساز بزرگ ثبت کند.

مهم‌ترین اسناد او ریمسکی کورساکف- آهنگساز شهیر روسی- بود که علم هارمونی و کنترپوان را به او آموخت. از مهم‌ترین آثار استراوینسکی می‌توان به بالتهای روس، پتروشکا پرند آتشین، پرستش بهار، آواز عزا و... اشاره کرد.

گوگل برای ادای احترام، شکل حروف لوگو یا شناسه سایت خود را براساس مشهورترین آهنگ استراوینسکی که پرند آتشین نام دارد، تغییر داد. در این لوگو یک پرند آتشین میان حروف گوگل در حال پرواز است و در اطراف سایر حروف نیز نت‌های موسیقی دیده می‌شود.

همچنین در پس زمینه مجموعه حروف نیز نشانه‌هایی از فصل بهار و گل دیده می‌شود که نشان‌دهنده خلاقیت مدیران هنری گوگل است. نکته جالب در مورد لوگوی یک روزه گوگل این بود که با یک کلیک روی خود لوگو، تعدادی سایت و وبلاگ به کاربر معرفی می‌شد که همگی درباره استراوینسکی بود.

البته این امکان در همه مناسبت‌ها برای کاربر فراهم می‌شود و گوگل ضمن تغییر لوگو،

مطالب به روز درباره یک موضوع خاص را با یک کلیک در اختیار کاربر قرار می‌دهد.

این اقدام گوگل آثار مثبت زیادی را در بردارد.

یکی از مهم‌ترین نتایج این حرکت گوگل جلب توجه کاربران نسبت به موضوعی خاص است. با این اقدام ممکن است در یک روز کاربران گوگل که تعدادشان بسیار بیشتر از کاربران سایر سایت‌هاست، همگی به یک موضوع فکر کنند.

کاربرانی که به دیدن لوگوی خاص و قدیمی عادت کرده‌اند با مراجعه به این موتور جست‌وجو، تغییر محسوس را مشاهده می‌کنند و به‌طور قطع از خود می‌پرسند که این تغییر به چه مناسبت رخ داده است؟ ممکن است تعداد کمی از این کاربران بخواهند متوجه علت تغییر شوند اما همین تعداد نیز در مقایسه با پیام‌های مستقیم سایر رسانه‌ها بسیار مؤثر است. چرا که مخاطب یا کاربر خودخواسته علت تغییر را پیگیری می‌کند.

البته گاه تغییر لوگوی گوگل چنان مشهود است که با دیدن آن مخاطب علت تغییر یا موضوعی که باعث این تغییر شده است را در می‌یابد.

به هر حال موتور جست‌وجوی گوگل برای جلب توجه مخاطبان خود بهترین گزینه را انتخاب کرده و به جای قرار دادن لینک‌های خاص در گوشه و کنار صفحه اصلی، آرم و شناسه خود را تغییر می‌دهد تا حتی کسانی که با موضوع ارتباط خاصی ندارند هم در یک لحظه به آن بیندیشند.

مدیران گوگل می‌توانستند هر روز به مناسبت‌های مختلف لینک صفحه خاصی را معرفی کنند تا هر کاربر در صورت تمایل آن را ببیند اما برای اینکه حتی ذهن افراد غیرعلاقه‌مند را نیز در یک لحظه درگیر کنند تصمیم گرفته‌اند که در مناسبت‌های خاص، شناسه خود را تغییر دهند.

این حرکت نوعی حس مشترک در تعداد زیادی از کاربران ایجاد می‌کند که از دیدگاه رسانه‌ای تأثیر بسیار زیادی می‌تواند داشته باشد.

گوگل در مواقعی که موضوعات و روزهای خاص را ملاک تغییر لوگوی خود قرار می‌دهد، در حقیقت نوعی همبستگی اجتماعی برون مرزی را برای کاربران سراسر جهان ایجاد می‌کند که یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ای است و تا به حال از سوی نظریه‌پردازان علوم ارتباطات مورد تأکید قرار گرفته است.

به‌عنوان نمونه زمانی که گوگل در روز جهانی صلح، لوگوی خود را تغییر داد؛ در حقیقت به کاربران خود یادآوری کرد که بد نیست امروز همراه با مردم سراسر جهان لحظه‌ای به صلح و دوستی فکر کنند.

این در حالی است که به‌طور معمول در این روز خاص برنامه‌های رادیو و تلویزیون سراسر جهان، روزنامه‌ها، سایت‌ها، خبرگزاری‌ها و رسانه‌های آنلاین، همگی به موضوع صلح می‌پردازند اما به‌طور قطع تأثیر تغییر شناسه گوگل بسیار بیشتر است چون سایر رسانه‌ها با پخش برنامه‌های ویژه و گاه جانبدارانه ممکن است احساسات گوناگون را در بین مخاطبان ایجاد کنند یا با پخش برنامه‌های طولانی یا کوتاه موجب دلزدگی مخاطب شوند و در نهایت اینکه هیچ‌کدام نمی‌توانند تا این اندازه موجز و مختصر پیام مورد نظر را منتقل کنند.

اما گوگل تنها با تغییر لوگوی خود و بدون اظهار نظر مثبت و منفی درباره يك موضوع، اهمیت پیام خاصی را گوشزد کرد و قضاوت و موضع‌گیری را به‌عهده سایت‌ها و وبلاگ‌هایی می‌گذارد که با کلیک روی لوگوی يك روزه سایت گوگل، امکان دسترسی به آنها فراهم می‌شود.

گوگل تا به حال در روزهای مختلف و به مناسبت‌های خاص از جمله روز تولد مشاهیری چون ساموئل مورس، مخترع تلگراف، روزهای مهم مانند روز جهانی صلح یا آغاز سال خورشیدی(عید نوروز)، لوگوی خود را تغییر داده. همچنین در تولد 10سالگی تاسیس خود نیز آرمی را برای این روز خاص تهیه کرد.

نگار پدram
همشهری آنلاین