



مرسدس EQA؛
ارزان ترین خودرو برقی بنز

داستان مرموز دنیایی تاریک

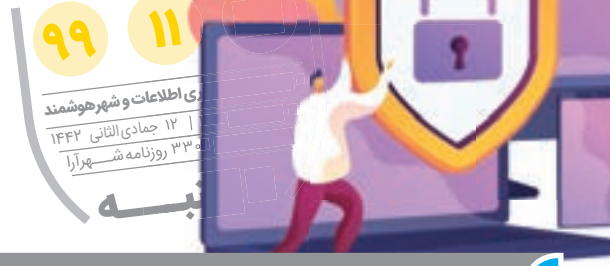
نگاهی به «Inmost»؛ تجربه یک بازی پیکسلی جذاب در دنیایی تیره و تاریک

معمولاً زمانی که حرف از ویژگی های یک بازی جذاب می شود، ذهن ما خیلی سریع به سراغ طراحی گرافیکی چشمگیر می رود. اما همیشه برای جذب کاربر و ارائه یک تجربه دل نشین، نیازی نیست که سازنده ها به سراغ بازی هایی با...



۴۰

هزاره لیکنک



تناقض حریم خصوصی

جهان شبکه ای شده ما در حال فرورفتن در سایه ای بزرگ و فراگیر است، سایه «تناقض حریم خصوصی». یکی از اصلی ترین محرکه های اقتصادی جهان امروز، با سوخت حریم خصوصی ما به...

چگونه می توانیم از اطلاعات شخصی خود در اینترنت و شبکه های اجتماعی محافظت کنیم؟

راهکارهایی برای پنهان شدن



وقایع نیا (تریبون)



آقای جهرمی! مسؤل فیلترینگ هستی یا نه؟

در هفته ای که گذشت، بحث شکایت از وزیر ارتباطات درباره اجرانکردن دستور فیلترکردن اینستاگرام به یکی از خبرهای داغ فضای مجازی تبدیل شد. گویا در این ماجرا از وزیر ارتباطات به دلیل اجرانکردن فیلترینگ اینستاگرام با وجود دستور قانونی شکایت شده و آذری جهرمی برای پاسخ به این مسئله به دادسرای فرهنگ و رسانه احضار شده است. آن طور که تصاویر منتشرشده از متن شکایت از جهرمی نشان می دهد، تا امروز ۲ بار دستور فیلترکردن اینستاگرام به وزارت ارتباطات داده شده اما این وزارتخانه تا امروز توانسته است از فیلترکردن این شبکه اجتماعی جلوگیری نکند.

اما نکته عجیب در این ماجرا به صحبت های قبلی آذری جهرمی درباره رفع فیلترکردن از برنامه هایی مانند توییتر یا تلگرام برمی گردد. در ماه های گذشته کاربران بارها در شبکه های اجتماعی از وزیر ارتباطات درخواست رفع فیلتر این شبکه اجتماعی را داشتند و همیشه جهرمی در پاسخ اعلام کرده بود که وزارت ارتباطات نقشی در فیلترکردن فیلترکردن برنامه ها ندارد و این موضوع خارج از وظایف این مجموعه است. حالا این سؤال پیش می آید که اگر واقعا وزارت ارتباطات نقشی در فیلترکردن شبکه های اجتماعی ندارد، چطور در برابر دستور قضایی مبنی بر فیلترکردن اینستاگرام ایستادگی کرده و از بستن این شبکه اجتماعی جلوگیری کرده است؟ اگر وزارت ارتباطات نقشی در فیلترکردن شبکه های اجتماعی ندارد، پس داستان جلوگیری از بستن اینستاگرام چیست و اگر چنین قدرتی را دارد، چرا در برابر درخواست برخی کاربران برای رفع فیلتر از شبکه های اجتماعی فیلترشده، نوب را به زمین سازمان های دیگر می اندازد و از زیر بار مسئولیت این کار شانه خالی می کند؟

و نه سود. برای مثال در شرکت های B2C خدماتی ۲۰ درصد بودجه صرف بازاریابی می شود، اما این مقدار ۱۱/۹ درصد سود این شرکت هاست.

+ بودجه شما اختصاصی است مخاطب، فعالیت و ویژگی های شما ممکن است با نزدیک ترین رقیب شما هم متفاوت باشد. برای هیچ مجموعه ای اینجاست که تجربه های به دست آمده از گذشته به شدت تعیین کننده می شود، به همین دلیل باید به جزئی ترین شکل ممکن صرف می کنید، ضبط کنید و در سال های بعد براساس همین اطلاعات و شرایط وقت تصمیم بگیرید. دقت کنید در این مستندسازی آماری، نیروی انسانی، درآمد کسب شده از فضای مجازی به صورت مستقیم و غیرمستقیم، هزینه های توسعه زیرساخت، بودجه هر یک از روش ها و قالب های ارائه شده، خرید رسانه و ارزش واقعی برند خود را رصد کنید.

+ بودجه حرفه ای ببندید چیزی که در اختیار شماست، درآمد، سود و کل بودجه است. بهتر است کارشناسی با تجربه، محاسبه دقیق بودجه مناسب بازاریابی و بازاریابی دیجیتال را اندازه گیری کند. بسیاری از عده هایی که در این یادداشت مطرح شده اند، مربوط به کل جهان یا ایالات متحده است که آمار دقیق تری در این حوزه منتشر می کنند. شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هر کشور ممکن است این عده ها را به اندازه چشمگیری جابه جا کند.

+ نکته بسیار مهم تر در بودجه بندی بازاریابی بودجه بندی های حرفه ای، مجموعه ای از فرمول ها و نمودارهای مختلف هستند که متخصص حرفه ای از پس آن برمی آید. این یادداشت مختصر و خلاصه فقط می تواند یک تخمین کلی برای برنامه ریزی های شما فراهم کند.

+ علاوه بر پاسخ به این سؤالات، محاسبه و بودجه ریزی های حرفه ای، مجموعه ای از فرمول ها و نمودارهای مختلف هستند که متخصص حرفه ای از پس آن برمی آید. این یادداشت مختصر و خلاصه فقط می تواند یک تخمین کلی برای برنامه ریزی های شما فراهم کند.

چقدر در بازاریابی دیجیتال هزینه کنیم؟

پاسخ کوتاه به یک پرسش اساسی



کمتر کسی است که اهمیت و جایگاه بازاریابی دیجیتال و حضور در فضای مجازی را دست کم بگیرد. با افول تأثیرگذاری تبلیغات سنتی مانند تلویزیون و تبلیغات محیطی، بیشتر شرکت ها و برندهای تجاری فعالیت های خود را در شبکه های اجتماعی دیجیتال البته کاملاً متفاوت است. برخی شرکت ها به ویژه کسب و کارهای کوچک تر، همه هزینه های تبلیغاتی را معطوف به این حوزه می کنند و برخی فقط کوچک ترین سهم را برای حضور دیجیتال خود صرف می کنند. اگر به شرکت های تبلیغاتی سری بزنید و بسته های خدمات آن ها را جویا شوید، قیمت های متفاوتی در یافت خواهید کرد که از چند صد هزار تومان تا چند میلیارد تومان متفاوت است. اما دقیقاً چقدر باید در این بخش هزینه کرد تا بهترین نتیجه ممکن را به دست آورد؟ برای پاسخ به این سؤال کلیدی و بسیار مهم عوامل مختلفی را باید در نظر گرفت.

+ سهم دیجیتال از کل بودجه بازاریابی اگر بخواهیم نسبت بودجه بازاریابی دیجیتال به کسب و کارهای دیگر را مد نظر قرار دهیم. این عده ها خیلی به کسب و کارها و شرایط وابسته هستند. برای مثال در یک سال گذشته به دلیل شیوع بیماری کرونا در جهان، تخصیص بودجه ها در حوزه بازاریابی به شدت تغییر کرد و آموزش های آنلاین، رشد تجربه نشده ای را پشت سر گذاشتند.

+ نوع کسب و کار مخاطبان و نوع فعالیت های برند شما در تعیین و تخمین بودجه نقش کلیدی دارند. طبیعی است که برنامه بازاریابی یک شرکت B2B مثلاً حمل و نقل بار دریایی، با یک شرکت B2C برای مثال برند چیپس یا کفش، کاملاً متفاوت باشد. براساس آمار وب سایت Web Strategy در سال ۲۰۲۰ شرکت های ارائه دهنده خدمات مستقیم به مشتری بیشترین میزان بودجه (۱۸/۹ درصد برای مجموع امور بازاریابی و نه صرفاً بازاریابی دیجیتال) را در این بخش هزینه کرده اند. حوزه آموزش با ۱۲ درصد دوم است و مؤسسات مالی، بیمه، رسانه ها، بهداشت، فناوری، حمل و نقل و انرژی حدود ۹ درصد را صرف بازاریابی کرده اند. در انتهای جدول هم مشاوره، خرده فروشی، معدن و ساخت وساز قرار دارند.

+ کسب و کارهای صفرکیلومتر اگر بخواهیم میزان سرمایه گذاری در حوزه بازاریابی دیجیتال را به سود معطوف کنیم، تکلیف برندی که هنوز وارد بازار نشده است چه می شود؟ اگر در این وضعیت هستید و می خواهید کار جدیدی را راه بیندازید، باید هدف گذاری های خود را مد نظر بگیرید. تفاوت دیگر اینکه ممکن است برنامه ریزی شما برای سال های نخست به سود چشمگیری برسد، بنابراین باید درصد تعیین شده را براساس بودجه لحاظ کرد.

اگر عمر برند شما کمتر از ۵ سال است، بد نیست بودجه بازاریابی دیجیتال خود را تا ۲۰ درصد افزایش دهید. بخش عمده ای از این ۲۰ درصد سهم را برای تبلیغات دیجیتال اختصاص دهید. پس از این مدت می توانید همان پیشنهاد های پاراگراف های قبیل را اجرا کنید.

+ بزرگی کسب و کار نخستین عامل تأثیرگذار در بودجه بندی، اندازه و بزرگی کسب و کار است. طبیعی است که هر اندازه مجموعه بزرگ تر باشد، بودجه بازاریابی دیجیتال هم بیشتر خواهد شد. اما از آنجایی که کوچک و بزرگ بودن یک مفهوم نسبی است، بهتر است معیارهای خود را براساس درصد در نظر بگیریم. اگر قصد دارید جایگاه خود را در بازار حفظ کنید و دچار کاهش فروش نشوید، پیشنهاد می شود ۷ تا ۱۵ درصد سود شرکت در این حوزه سرمایه گذاری شود. اما اگر قصد توسعه دارید و سهم بیشتری از بازار می خواهید، باید این عدد را بین ۷ تا ۱۵ درصد در نظر بگیرید.

+ عمر کسب و کار از عوامل دیگری که باید در برنامه ریزی مالی خود به آن توجه کنید، عمر کسب و کار است. هر اندازه تعداد سال های فعالیت شما کمتر باشد، نیازمند هزینه کردن مبلغ بیشتری هستید.

مهدی انجیدینی مدیر پیام رسان کب (وردی)

قوانین جامع حریم خصوصی در پیام رسان های بومی

بحث حمایت از حریم خصوصی و اطلاعات شخصی کاربران موضوع جدیدی نیست و از گذشته در قوانین کشور چهارچوب های مشخصی برای آن تدوین شده است. در واقع برخلاف چیزی که با شکل گیری پیام رسان های بومی در برخی رسانه ها مطرح شد و هدفی به جز آسیب رساندن به این برنامه ها نداشت، قوانین حریم خصوصی در کشور ما از جمله جامع ترین قوانین این حوزه در دنیا است. به طور کلی درباره انتشار اطلاعات خصوصی کاربران چه در پیام رسان ها و چه در اپراتورهای تلفن همراه، سخت گیری های زیادی در کشور وجود دارد و حتی رهبر انقلاب هم در حکمی قهقی، ورود به حریم خصوصی افراد را حرام اعلام کرده اند. در واقع برخلاف چیزی که در برخی رسانه ها القا شده است، حتی پلیس هم اگر بخواهد اطلاعات یک مجرم را به دست بیاورد، نمی تواند با اپراتورهای پیام رسان ها تماس بگیرد و اطلاعات را دریافت کند. این اطلاعات فقط با حکم شعبه تخصصی دادگاهی که به همین دلیل ایجاد شده است، در دسترس است. در این شعبه دادگاه نیز قضات به طور تخصصی بررسی می کنند که آیا واقعا به ارائه این اطلاعات نیاز است یا نه. ۹۹ درصد مواقع فقط اطلاعاتی که دادگاه اجازه ارائه آن را می دهد، در حد شماره تلفن همراه و نشانی IP است و فراتر از آن، اطلاعات کاربران در اختیار مجموعه ای قرار نمی گیرد. در خارج از این چهارچوب هم هیچ راه دیگری برای اینکه مجموعه ای مانند پلیس به اطلاعات کاربران دسترسی پیدا کند، وجود ندارد و حتی اگر اپراتور پیام رسانی بدون حکم قاضی مسئول، در مرتکب جرم شده و حتی ممکن است این کار به باطل شدن پروانه فعالیتشان هم منجر شود. از نظر فنی هم اطلاعات و پیام های کاربران در پیام رسان های بومی مثل نمونه های خارجی، در چند لایه رمزگذاری می شود و اطلاعات کاربران از امنیت کافی برخوردار است. گواه این موضوع هم این است که در این چند سال هیچ وقت شنیدید هرکجا بتوانند اطلاعات پیام رسان های بومی را هک کنند.

داستان مرموز یک دنیای تاریک

گاهی به «Inmost»؛ تجربه یک بازی پیکسلی جذاب در دنیای تیره و تاریک



علی رضایی

معمولاً زمانی که حرف از ویژگی های یک بازی جذاب می شود، ذهن ما خیلی سریع به سراغ طراحی گرافیکی چشمگیر می رود. اما همیشه برای جذب کاربر و ارائه یک تجربه دل نشین، نیازی نیست که سازنده ها به سراغ بازی هایی با گرافیک پیشرفته و ارائه جهانی بازی با مراحل متعدد بروند. بعضی وقت ها می توان با ساده ترین المان ها هم مخاطب را سرگرم کرد. اینکه بتوانید از منابع خود بهترین استفاده را بکنید، موضوعی است که در توسعه یک بازی اهمیت زیادی دارد. از بهترین نمونه های این نوع بازی ها، عنوان Inmost است که در فضایی با گرافیک پیکسلی جریان دارد. چشم ما در سال های گذشته آن قدر به بازی های با گرافیک خوب عادت کرده است که شاید وقتی اول کار وارد بازی می شوید، کمی توی ذوقتان بخورد. اما Inmost فقط به چند دقیقه زمان احتیاج دارد که تجربه بی نظیر و دوست داشتنی خود را نشان بدهد و شما را در تجربه لذت بخشش غرق کند.

روایتی از غم و امید

داستان بازی در جهانی می گذرد که غم و شادی در آن مرده است. مدت ها است که مردم در دنیای تاریک خود با درد و رنج زندگی می کنند و نمی خواهند اتفاقات گذشته را فراموش کنند. فراموش نکردن گذشته سبب می شود مدام خود را سرزنش کنند. از طرفی جهان دیگری هم وجود دارد که در آن تاریکی و غم در ظاهر موجوداتی پلید نمایش داده می شود. استودیو هیدن لیر گیمز ۳ شخصیت داستانی را طراحی کرده است که بازیکنان در جریان ۲۹ مرحله مجزا در نقش این شخصیت ها قرار می گیرند تا داستان بازی را در ۲ جهان مختلف پیش ببرند و در انتها، به یک نقطه مشترک برسند. بازی در بخش روایت داستانی و نمایش یک جهان غم انگیز و فرورفته در درد و تاریکی، به بهترین شکل ممکن عمل کرده است و داستانی درگیرکننده را روایت می کند. در Inmost بازیکن در نقش یک شوالیه، مرد و دختری تنها قرار می گیرد. شوالیه داستان با کشتن نیروهای تاریک و جمع آوری آیتم هایی نورانی، هیولای تاریک بازی را از خود راضی نگه می دارد. این درحالی است که دخترک داستان، مدام با عروسک خود صحبت می کند و در خانه ای زندگی می کند که اصلاً مهر و محبت در آن معنی ندارد و ترس و رنج، چیزی است که دخترک در گوشه و کنار خانه آن را تجربه می کند. سومین شخصیت هم یک مرد تنهاست که سعی می کند در جهان بازی زنده بماند و راهی برای رهایی از شرایطی که در آن قرار گرفته است، پیدا کند. بهترین روایت داستان مربوط به مرد و دختر است و شوالیه، شخصیتی است که گروه سازنده خوب روی آن مانور نداده است. در حالت کلی، ایده داستان Inmost به گونه ای است که می تواند شما را نزدیک به ۳ ساعت سرگرم کند و وجود یک روایت برای داستان سرایی شوالیه و مرحله انتهایی داستان، موضوعی است که بیش از پیش داستان کلی بازی را جذاب جلوه می دهد.

Inmost با گرافیک پیکسلی خود فقط به چند دقیقه زمان احتیاج دارد که تجربه بی نظیر و دوست داشتنی خود را نشان بدهد و شما را در تجربه لذت بخشش غرق کند



مرسدس EQA؛ ارزان ترین خودرو برقی بنز

مرسدس بنز با رونمایی از EQA، عضو جدیدی را به خانواده خودروهای برقی خود اضافه کرد. این خودرو در کلاس کراس اوورهای این شرکت طبقه بندی شده و همان گونه که از نامش پیداست، نسخه برقی GLA به حساب می آید.



اسکن کنید

از لحاظ پیکره و طراحی کلی بدنه، EQA شباهت زیادی به همتای بنزینی خود یعنی GLA دارد. البته برای اینکه EQA ایرودینامیک بهتری داشته باشد، برخی تغییرات جزئی در قسمت های مختلف آن اعمال شده است. بسته بودن جلو پنجره، قاب متفاوت چراغ های LED جلو، چراغ های عقب سرتاسری، طراحی متفاوت سپر و رینگ و همچنین بهره گیری از رنگ آبی در تزئین بدنه از جمله بخش های متفاوت این خودرو با GLA است.

کراس اوور سبز EQA در حالت استاندارد با تجهیزاتی مثل چراغ های LED مجهز به دستیار نورسالا، در صندوق عقب برقی، رینگ های هجده اینچی آلایژی، نورپردازی داخلی با ۶۴ رنگ متنوع، دوربین پارک و فرمان چرمی راهی بازار خواهد شد.

مدل رونمایی شده از مرسدس بنز EQA نیروی خود را از یک موتور برقی با ۱۸۸ اسب بخار قدرت و ۲۷۵ نیوتن متر گشتاور دریافت می کند. وظیفه تغذیه این موتور برعهده باتری لیتیوم یونی ۶۶/۵ کیلووات ساعتی گذاشته شده است و با تکیه بر آن می توان تا ۴۸۶ کیلومتر بدون نیاز به شارژ دوباره طی کرد.

خریداران مرسدس بنز EQA به شبکه ای متشکل از ۴۵۰ هزار ایستگاه شارژ در ۳۱ کشور جهان دسترسی خواهند داشت. این خودرو به طور استاندارد با شارژر ۱۱ کیلوواتی عرضه می شود، اما امکان بهره گیری از شارژرهای پرسرعت تا نهایت ۱۰۰ کیلووات وجود دارد. در صورت اتصال به چنین پورتهای، میزان شارژ باتری EQA در نیم ساعت از ۱۰ به ۸۰ درصد می رسد.

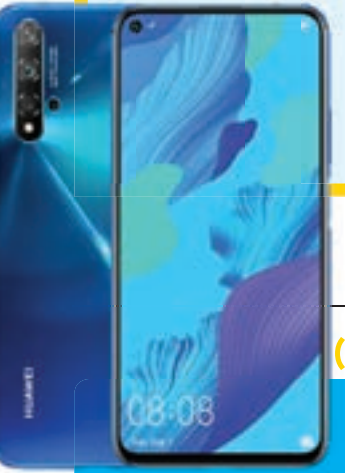
آن طور که مرسدس بنز وعده داده است، در آینده نزدیک نسخه های دیگری از EQA با پیشرانه و باتری قوی تر معرفی خواهد کرد. به گفته بنز، پرچم دار این مدل، از پیشرانه ای دموتوره با خروجی ۲۶۸ اسب بخار قدرت سود برده است و توانایی پیمایش مسافت ۵۰۰ کیلومتر را خواهد داشت.

کراس اوور برقی مرسدس بنز EQA در هر ۱۰۰ کیلومتر ۱۵/۷ کیلووات ساعت انرژی مصرف می کند. از عواملی که باعث شده است این خودرو چنین کارکرد مناسبی داشته باشد، طراحی ایرودینامیک بدنه و ضریب درگ ۰/۲۸ است. نکته جالب اینکه مرسدس بنز همه مراحل توسعه ایرودینامیک EQA را با نرم افزارهای شبیه ساز رایانه ای انجام داده و برای مطمئن شدن از عملکرد اجزا در دنیای واقعی، برخی از آن ها را در تونل باد آزمایش کرده است.

مرسدس بنز EQA در حالت استاندارد به یک پمپ پیشرفته گرما مجهز است. این پمپ وظیفه دارد حرارت پیشرانه را به کابین منتقل کند. وجود این پمپ در روزهای سرد سال می تواند بسیار مفید و کاربردی باشد، زیرا راننده را قادر می کند قبل از ورود به کابین از طریق اپلیکیشن اختصاصی Mercedes Me یا سامانه اینفو تینمنت MBUX دمای کابین را به میزان دل خواه برساند.

تازه ترین محصول برقی مرسدس بنز، ارزان ترین مدل برقی شده این شرکت به شمار می رود و برای آن قیمت پایه ۳۸ هزار و ۵۰۰ یورو (۴۶ هزار و ۷۰۰ دلار) تعیین شده است.

منبع: Motor1.com



قیمت برخی گوشی های هوشمند

- Huawei nova 5T** قیمت: ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان
- Huawei Y9a** قیمت: ۷,۴۳۰,۰۰۰ تومان
- Huawei nova 7i** قیمت: ۶,۶۵۰,۰۰۰ تومان
- Huawei Y8s** قیمت: ۵,۱۰۰,۰۰۰ تومان
- Huawei Y7p** قیمت: ۴,۱۹۹,۰۰۰ تومان
- Huawei Y6p** قیمت: ۳,۵۶۰,۰۰۰ تومان

(۴)



لینک

ضمیمه روزنامه شهرآرا صاحب امتیاز شهرداری مشهد مدیرمسئول و سردبیر سید هادی فیاضی مسئول ضمیمه علیرضا وفائی نیا

یک تجربه متفاوت

بازی Inmost داستانی بسیار غمگین درباره غم از دست دادن، ندامت و امید را بیان می کند. داستان به صورت استعاری بیان می شود و در پایان بدون تلاش برای مبهم ماندن، جواب همه سؤال های شما را می دهد تا هیچ نقطه ابهامی در داستان بازی باقی نماند. با وجود اینکه تأکید اصلی سازندگان بر داستان بوده، قسمت گیم پلی هم کاملاً مقبول و سرگرم کننده است که دلیلی می شود تا با کمال میل بازی را به پایان برسانید. علاوه بر این، طراحی گرافیکی خیره کننده را که در عین سادگی ظاهری به بهترین شکل ممکن انجام شده است نیز به توصیفات قبلی اضافه کنید تا با عنوانی روبه رو شوید که ارزش تجربه را دارد و تا مدت ها در ذهن باقی می ماند.

۲۹ مرحله

- بازیکنان در جریان
- ۲۹ مرحله مجزا
- در نقش
- ۳ شخصیت
- قرار می گیرند
- تا داستان بازی را
- در جهان مختلف
- پیش ببرند

معجزه با پیکسل ها

صداگذاری و گرافیک بازی Inmost ۲ ستون اساسی در روایت این بازی به شمار می آید. پیکسل آرت بازی در قاب تصویر، چیزی فراتر از چیدمان چند پیکسل در کنار همدیگر است. بعضی انیمیشن های بازی به حدی جزئیات دارد که مدام از خود سؤال می کنید که چطور چنین تصویری در قالب پیکسل آرت به نمایش درآمده است. برای مثال در صحنه ای از بازی که شوالیه به گوشه ای پرتاب می شود و روی زمین غلت می خورد، شاهد جزئیات گرافیکی چشمگیری هستیم و همین مسئله باعث شده است که تصویر، هنگام با موسیقی بازی به قصه گویی بپردازد. در القای فضای ترس در محیط هم می توان گرافیک پیکسل آرت بازی را یکی از دلایل ایجاد این فضا دانست. موجودات ترسناک دنیای بازی Inmost چه در نحوه حرکت کردن و چه از لحاظ شمایل ظاهری، با جزئیات خاصی طراحی شده اند و حتی محیط بازی نیز از این قاعده مستثنا نیست. کافی است در راهرو نمناک و پر از تارهای عنکبوت درحال قرار با شید تا سنگینی شخصیت خود را در هنگام دویدن احساس کنید و این حس فقط به وسیله پیکسل آرت و به سادگی به شما القا می شود.

صداگذاری بازی در برخی قسمت ها فراتر از یک اثر مستقل به نظر می آید، به عنوان مثال در صحنه ای که دختر بچه داخل پیانو پنهان شده است، شما با یک موسیقی پیانو در پس زمینه مواجه خواهید بود که محیطی آرام را برای شما به تصویر می کشد، اما به محض اینکه از پیانو خارج می شوید و روی کلایه های پیانو می افتید، افکت صدای پرت شدن شما روی پیانو باعث می شود در جایتان میخ کوب شوید. در ابتدای بازی اشاره می شود برای درک بهتر دنیای Inmost از هدست استفاده کنید. این حس را زمانی بیشتر درک می کنید که درحال کندوکاو محیط زیر باران باشید. صداگذاری فطرت باران طوری است که به خوبی نمناک بودن محیط را به شما القا می کند.