

الگوریتم ایکس، از روی کد خودش

ده درس، با مثال، از پایه. اینکه ایکس واقعاً چطور تصمیم می‌گیره کی پست رو ببینه – و بر اساس همون، دقیقاً چیکار بکنی و چیکار نکنی.

۰۱ هیچ «پست خوبی» وجود نداره

۰۲ قیمت‌ها – و بزرگ‌ترین سوءبرداشت

۰۳ سیگنال‌های منفی تله‌ان، نه جریمه

۰۴ مسیر پست و بلاک خاموش

۰۵ بودجه ۴۸ ساعته

۰۶ چرا پست اصلی تنها فرصت تمام‌قدرته

۰۷ boost فالوو متقابل، بزرگ‌ترین اهرم

۰۸ افسانه‌هایی که باید پاک کنی

۰۹ جمع‌بندی

۱۰ برنامه تو – باید‌ها و نبایدها

این راهنما چیه و چطور بخونیش

ایکس تو ژانویه ۲۰۲۶ الگوریتم فید For You رو به صورت متن باز منتشر کرد و از اون موقع تقریباً هر چهار هفته به بار به روزش می‌کنه. آگوست ۲۰۲۶ هم وزن‌های واقعی رتبه‌بندی رو اضافه کرد. یعنی برای اولین بار می‌شه به جای حدس زدن، رفت و کدش رو خونند.

هرچی اینجا می‌خونی مستقیم از همون کد بیرون اومده و دو بار هم به صورت مستقل ممیزی شده. هیچ عددی از وبلاگ‌های رشد و توییت‌های «راز الگوریتم» نیومده – چون تقریباً همه اون‌ها دارن نسخه ۲۰۲۳ رو توصیف می‌کنن که دو بار جایگزین شده.

یه هشدار. اگه جایی خوندی «یه ریپلای برابر ۲۷ تا لایکه» یا «یه ریپورت ۴۶۸ تا لایک رو خنثی می‌کنه»، اون منبع داره کد مرده رو می‌خونه. درس ۲ توضیح می‌ده چرا این جمله‌ها اصلاً از پایه غلطن.

چطور بخونیش: نه تا درس، به ترتیب. هر کدوم روی قبلی سواره. آخرش یه فصل هست به اسم «برنامه تو» که همه اینا رو تبدیل می‌کنه به یه لیست باید‌ها و نباید‌ها. اگه عجله داری، از فصل ۱۰ شروع کن – ولی بعدش برگرد، چون بدون درس‌ها اون لیست فقط یه سری قانون بی‌دلیله که یادت می‌ره.

هیچ «پست خوبی» وجود ندارد

بیا از پایه‌ترین چیز شروع کنیم، چون بقیه نه درس همه نتیجه همینیه.

هر بار که یه نفر ایکس رو باز می‌کنه، سیستم به هر پست کاندید نگاه می‌کنه و برای همون یک نفر پیش‌بینی می‌کنه که چقدر احتمال داره هر کدوم از حدود ۲۴ تا کار رو انجام بده: ریپلای بده، ریپست کنه، برای یه دوستش بفرسته، فالوت کنه، میوتت کنه، ریپورتت کنه.

بعد هر کدوم از این احتمال‌ها ضرب می‌شه در یه قیمتی که ایکس گذاشته، و همه با هم جمع می‌شن. اون جمع، امتیاز پست توئه – برای همون یک نفر، تو همون یک لحظه.

امتیاز = مجموع (قیمت هر کار × احتمال اینکه این بیننده اون کار رو بکنه)

یعنی چی؟ یعنی پست تو یه امتیاز جهانی نداره، چون بیننده جهانی وجود نداره.

مثال

یه رشته‌توییت می‌نویسی درباره اینکه چطور یه محصول رو پوزیشن کنی.

برای مریم که هر روز زیر پست‌های استارت‌آپی ریپلای می‌ده: سیستم پیش‌بینی می‌کنه احتمال ریپلای دادنش بالاست، پس امتیاز بالایی می‌گیره و بهش نشون داده می‌شه.

برای سام که فقط با محتوای ورزشی درگیر می‌شه: همون پست، پیش‌بینی می‌شه که فقط اسکرول می‌کنه. امتیاز پایین. اصلاً نشونش داده نمی‌شه.

هیچ‌کدوم از این دوتا «اشتباه» نیست. سیستم داره درست کار می‌کنه.

اون پیش‌بینی از کجا میاد؟ از چیزی که اون آدم قبلاً باهاش درگیر شده. پس تو در واقع هیچ‌وقت «برای ایکس» نمی‌نویسی. برای یه نوع مشخصی از آدم می‌نویسی، و کل کار ماشین اینه که تصمیم بگیره تو اون آدم رو پیدا کردی یا نه.

این رو یادت باشه. کارت این نیست که الگوریتم رو راضی کنی. کارت اینه که یه نوع مشخصی از آدم رو وادار کنی یه کار مشخص بکنه.

یه نکته فنی که مهمه: تعداد لایک و ریپلای و ویو فعلی پستت هم به عنوان ورودی به مدل داده می‌شه. یعنی engagement اولیه پیش‌بینی بعدی رو مطمئن‌تر می‌کنه. مومنتوم واقعیه – ولی یه قانون سفت و سخت «یه ساعت اول» جایی تو کد نیست. این چیزیه که مدل خودش یاد گرفته.

همه کارها به ارزش ندارند

حالا که می‌دونی امتیاز چطور ساخته می‌شه، بریم سراغ قیمت‌ها. ایکس اینا رو رسماً منتشر کرده:

۲۰	یکی لینک پست رو کپی کنه و بفرسته
۲۰	ریپلای، وقتی تو و اون طرف همدیگه رو فالو می‌کنین
۵	ریپلای
۵	کوت پست
۵	فرستادن توی دایرکت
۴	فالو کردن، مستقیم از خود پست
۱	ریپست
۰.۵	لایک
۰.۲	باز کردن لینک
۰	باز کردن پروفایل

سه تا چیز رو از این جدول بردار:

لایک ارزشون ترین چیز روی تخته‌ست. ریپلای ده برابرشه. ریپلای از کسی که با هم mutual هستین چهل برابرشه.

باز کردن پروفایل دقیقاً هیچی نمی‌ارزه. این عدد صفره. یعنی هر «فالو کن برای بیشتر» که تا حالا نوشتی، عیناً صفر امتیاز گرفته.

فرستادن خصوصی بالاترین چیزه. پستی که یکی کپی می‌کنه و برای یه نفر خاص می‌فرسته، از همه چی بالاتره.

و حالا مهم‌ترین نکته کل این راهنما

اینجا نرخ تبدیل نیستن. ریپلای «برابر ده تا لایک» نیست.

هر قیمت ضرب می‌شه در **احتمال** اینکه اون بیننده خاص اون کار رو بکنه. و این احتمال‌ها زمین تا آسمون با هم فرق دارن. لایک زیاد اتفاق می‌افته. اینکه یکی لینک رو کپی کنه و بفرسته خیلی نادره. **قیمت دقیقاً به این دلیل بالاست که نادره** – وگرنه اون پیش‌بینی اصلاً نمی‌تونست روی رتبه‌بندی اثر بذاره.

خود ایکس آگوست ۲۰۲۶ به کامنت توی کد اضافه کرد که دقیقاً همین سوءبرداشت رو رد کنه، چون یه روز بعد از انتشار اعداد، همه نوشتن «یه ریپورت ۴۶۸ تا لایک رو خنثی می‌کنه».

جدول رو به عنوان «ایکس بیشتر چی می‌خواد» بخون. هیچ‌وقت به عنوان حساب و کتاب.

مثال عملی

نسخه لایک‌گیر: «بیشتر فاندرها دست‌کم می‌گیرن که distribution چقدر طول می‌کشه.»

درسته، همه موافقن، هیچی برای گفتن نمی‌ذاره. یکی سر تگون می‌ده، لایک می‌زنه، رد می‌شه. ۰.۵ گرفتی.

نسخه ریپلای‌گیر: «distribution الان از ساختن بیشتر طول می‌کشه. اکثر فاندراهایی که باهاشون حرف می‌زنم هنوز برعکسش رو بودجه‌بندی می‌کنن – شش ماه بساز، لانچ کن، بعد فکر distribution باش. این ترتیب غلطه و فکر می‌کنم دلیل اینه که این‌همه محصول خوب بی‌صدا می‌میره.»

همون ایده. ولی حالا یه ادعا هست که می‌شه بهش گیر داد، یه عدد هست که می‌شه مخالفش بود، و یه «تجربه تو هم همینه؟» توش مستتره. شانس گرفتن ۵ رو داری.

فرقش طول یا زرنگی نیست. اینه که یه چیزی برای خواننده گذاشتی که انجام بده.

سیگنال‌های منفی تله‌ان، نه جریمه

همون جدول، اون سرش:

ریپورت	-۲۳۴
میوت	-۵۸.۸
«کمتر نشونم بده»	-۴۳.۲
بلاک	-۳۱.۲

این اعداد کنار ۰.۵ لایک ترسناک به نظر می‌رسن، و همین باعث می‌شه غلط خونده بشن.

مکانیزم واقعی اینه: به محض اینکه پیش‌بینی‌های منفی برای یه بیننده از مثبت‌ها بیشتر بشه – حتی به اندازه یه ذره – امتیاز پست برای اون آدم عملاً به صفر سقوط می‌کنه. پایین‌تر از هر پستی که امتیاز مثبت داره. اندازه این سقوط اصلاً مهم نیست. -۲۳۴ و -۳۱ هر دو دقیقاً یه جا فرود میان.

یعنی تله‌ست، نه جریمه. جریمه رو می‌دی و راحت رو ادامه می‌دی. تله، می‌افتی توش.

و از همین یه قانون غیرشهودی درمیاد که شاید مهم‌ترین چیز کل سیستم باشه:

نشون دادن پستت به آدم‌های اشتباه، به شکلی هزینه داره که نشون دادن به آدم‌های کم هیچ‌وقت نداره.

پستی که ۵۰۰ نفر درست ببینن، هیچ هزینه‌ای برات نداره. پستی که وایرال می‌شه جلوی جماعت اشتباه، داره به ماشین یاد می‌ده کی میوتت می‌کنه – و اون درس می‌مونه.

مثال

فرض کن اکانتت دربارهٔ market design ه. یه روز یه توییت سیاسی تند می‌زنی که ۵۰ هزار ویو می‌خوره.

چیزی که فکر می‌کنی اتفاق افتاد: رشد.

چیزی که واقعاً افتاد: پستت جلوی هزاران نفری قرار گرفت که هیچ علاقه‌ای به market design ندارن. یه بخشیشون «کمتر نشونم بده» زدن یا میوتت کردن. مدل حالا یاد گرفته این دسته آدم‌ها تو رو نمی‌خوان – و فالوورهای جدیدی هم که گرفتی از همون دسته اشتباهن، که دفعه بعد که برگردی سر کار اصلیت، میوتت می‌کنن.

یه خبر خوب هم توی همین قسمت هست: چون پیش‌بینی‌ها شخصی‌سازی شده‌ان، حمله‌های گروهی و رپورت‌بازی عمدتاً روی توصیه‌ها به آدم‌هایی شبیه خود اون حمله‌کننده‌ها اثر می‌ذاره، نه روی همه. و engagement فقط وقتی حساب می‌شه که پست توی Home feed یه نفر سرو شده باشه – پس هجوم از توی گروه تلگرام اصلاً ثبت نمی‌شه.

بیشتر این مسیر اصلاً امتیازدهی نیست

تا اینجا فقط از امتیاز حرف زدیم. ولی امتیازدهی فقط یه مرحله از یه مسیر چندمرحله‌ایه:



۱. **استخر کاندیدها.** فالورهای پست رو از حافظه in-network می‌گیرن (سریع، ساده). ولی غریبه‌ها فقط از دو راه بهت می‌رسن: سیستم ML که پست‌ها رو با سلیقه match می‌کنه، یا خوشه‌های علاقه. حدود ۳۰۰۰ کاندید برای هر نفر در هر refresh.

۲. **فیلترهای سخت.** هر چیزی قدیمی‌تر از ۴۸ ساعت حذف می‌شه. دیده‌شده‌ها، کلمات میوت‌شده، اکانت‌های بلاک‌شده – همه حذف. همه اینا قبل از اینکه امتیازی حساب بشه.

۳. **امتیازدهی.** درس‌های ۱ تا ۳.

۴. **۵۰ تای بالا نگه داشته می‌شه، حدود ۳۵ تا نشون داده می‌شه.** کل فید همینه. نه هزارتا جا – سی‌وپنج تا. رقابت خیلی تنگ‌تر از چیزیه که فکر می‌کنی.

۵. **عبور از safety و بعد جابه‌جایی برای تبلیغات.**

مهم‌ترین نامتقارنی کل پلتفرم

مرحله ۵ یه چیزی داره که کمتر جایی گفته می‌شه: **حدود ۲۶ قانون safety فقط وقتی اعمال می‌شن که بخوان پست رو به غریبه‌ها نشون بدن.**

کلاسیفایر اسپم، لیبل NSFW، فلگ لینک مشکوک، مارکر «amplify نکن». نتیجه‌ش اینه:

فالورهای

غریبه‌ها

دقیقاً مثل همیشه پست رو می‌بینن. هیچ فرقی حس نمی‌کنن. قطع می‌شن. بدون نوتیفیکیشن، بدون هشدار، بدون هیچ نشونه‌ی ظاهری.

این حالت یه امضای مشخص داره که باید حفظش کنی:

impressions می‌ریزه، ولی engagement rate ثابت می‌مونه. خواننده‌های قدیمیت با همون نرخ همیشگی ریپلای و لایک می‌کنن. فقط آدم جدید نمیاره. اگه هر دو عدد با هم بریزن، مشکل از محتواست. اگه فقط reach بریزه، مشکل از delivery ه و راه‌حلش کاملاً فرق می‌کنه.

خود ایکس برای همین به ابزار داده: x.com/i/under_the_hood که لیبل‌های safety روی اکانت خودت رو نشون میده. شرطش اینه که اکانتت به سال سن داشته باشه و ماه قبل حداقل ۱۰ تا پست زده باشی. تنها راه دیدن این ماجرا از بیرونه.

تویه بودجه ۴۸ ساعته داری، نه یه برنامه زمانی

دوتا مکانیزم که با هم بیشتر توصیه‌های رایج درباره تعداد پست رو باطل می‌کنن.

دیوار ۴۸ ساعته

هر پست بعد از دو روز برای فید مرده‌ست. نه محو شدن تدریجی، نه منحنی افت — دیوار. نه احیا می‌شه، نه دنباله بلند داره، نه چیزی به اسم evergreen توی فید وجود داره. پستی که تو ۴۸ ساعت جواب نداد، تمومه.

افت تنوع نویسنده

توی استخر کاندید هر بیننده، پست‌های خودت با خودت رقابت می‌کنن. هر کدوم بعد از بهترینت تخفیف می‌خوره:

بهترین پستت	۱۰۰٪
دومی	۶۲٪
سومی	۴۴٪
چهارمی	به ← ۳۴٪ ۲۵٪ سمت

و حالا اون تکه‌ای که تقریباً همه اشتباه می‌کنن: اون استخر همه چیزیه که تو ۴۸ ساعت گذشته پست کردی.

مثال

ساعت ۹ صبح یه پست خوب می‌ذاری. ساعت ۱۲ ظهر یه پست معمولی می‌ذاری، چون «باید فاصله بدم».

فکر می‌کنی: سه ساعت فاصله دادم، پس با هم رقابت نمی‌کنن.

واقعیت: تا دو روز آینده، هر بار که هر کسی فیدش رو باز می‌کنه، هر دو پست توی همون یه استخر هستن. پست معمولی با ۶۲٪ قدرت می‌جنگه — و همزمان داره جایگاه پست خوبت رو هم پایین می‌کشه.

فاصله دادن هیچ چیزی رو عوض نمی‌کنه. فقط تعداد کلت توی اون پنجره ۴۸ ساعته مهمه.

«روزی ۵ تا ۱۰ پست بذار» به عنوان استراتژی همین‌جا می‌میره. چهارمین پستت توی دو روز با حدود یک‌سوم قدرت می‌جنگه. «کمتر ولی قوی‌تر» اینجا سلیقه نیست — حسابه.

پست اصلی تنها فرمت تمام قدرته

سه تا مکانیزم جدا همه به یه سمت اشاره می‌کنن، و همین نشون می‌ده عمدیه.

یک. ریپلای و ریپست با ضریب ۰.۷۵ امتیاز می‌گیرن – حتی برای فالوورهای خودت. یه تخفیفی که برای محتوای out-of-network گذاشته شده، ولی روی ریپلای و ریپست تو هم می‌افته، فرقی نمی‌کنه کی داره می‌بینه.

دو. ریپلای و ریپست برای غریبه‌ها **کلاً حذف می‌شه**، قبل از امتیازدهی. نه تخفیف – drop. ریپلایی که می‌نویسی عملاً به هیچ‌کسی که از قبل فالوت نمی‌کنه نمی‌رسه.

سه. هر دوتا boost موجود توی سیستم (فالوو متقابل، و اکانت جدید) اول چک می‌کنن که پست ریپلای و ریپست نباشه. اگه باشه، اصلاً فعال نمی‌شن.

اون توصیه معروف – «با ریپلای رشد کن، ریپلای تو رو جلوی مخاطبِ اکانت‌های بزرگ می‌ذاره» – داره چیزی رو توصیف می‌کنه که سیستم صراحتاً جلوش رو گرفته.

مثال

زیر یه اکانت ۵۰۰ هزارتایی توی لین خودت یه ریپلای عالی می‌نویسی.

کی می‌بیندش؟ خود اون اکانت. کسانی که تو رو فالو می‌کنن. کسانی که خودشون thread رو باز می‌کنن.

کی نمی‌بیندش؟ ۵۰۰ هزار فالوور اون. اصلاً بینشون پخش نمی‌شه.

این یعنی ریپلای بی‌ارزشه؟ اصلاً. ریپلای راه ساختن رابطه‌ست، و رتبه‌بندی ریپلای‌ها یه سطح کاملاً جداس‌ت با قوانین خودش (تنها جاییه که Premium واقعاً یه اثر ثبت‌شده داره). ولی باید با خودت صادق باشی که هر فرمت چه کاری می‌کنه:

ریپلای

برای رابطه. سرمایه‌گذاری روی گراف، نه روی reach.

پست اصلی

برای کشف شدن. تنها ابزار تمام‌قدرت تو.

قاطی کردن این دوتا دلیل اینه که یکی روزی ۵۰ تا ریپلای می‌ذاره و سرجاش می‌مونه.

boost فالو متقابل

این مهم‌ترین چیز برای اکانتیه که از صفر رد شده و داره جدی می‌شه.

وقتی تو و یه نفر دیگه همدیگه رو فالو می‌کنین، و تو یه پست اصلی می‌ذاری، قیمت ریپلای از طرف اون آدم از ۵ می‌پره به ۲۰.

چهار برابر وزن عادی ریپلای. چهل برابر یه لایک. **بزرگ‌ترین عدد کل فایل**. ایکس جولای ۲۰۲۶ اضافه‌ش کرد، عمداً، تا فید کمتر شبیه میدون جنگ باشه و بیشتر شبیه اتاقی که آدم‌های آشنا توش هستن.

جزئیاتی که باید دقیق بدونی:

- **متقابل یعنی واقعاً متقابل.** تو اون رو فالو کنی، اون هم تو رو. یک‌طرفه هیچی نیست.
- **فقط روی پست اصلی.** روی ریپلای و ریپست تو اعمال نمی‌شه.
- **دوطرفه‌ست.** پست‌های اصلی اون هم توی فید تو همین رفتار رو می‌گیرن. پس یه حلقهٔ mutual فعال برای همهٔ اعضا با هم رشد می‌کنه.

دارایی تو تعداد فالوورت نیست. **گراف mutual توئه.** هزارتا فالوور که هیچ‌وقت engage نمی‌کنن و تو رو فالو نکردن، از هشتاد تا هم‌تراز تو یه لین خودت که به کار همدیگه ریپلای می‌دن کم‌ارزش‌ترن.

و تکلیف pod چی می‌شه؟

جالبه. ایکس نسخهٔ ارزشش رو گشت: engagement فقط وقتی حساب می‌شه که پست تو یه Home feed واقعی یه نفر سرو شده باشه، پس هماهنگی تو یه گروه و فرستادن لینک دقیقاً **صفر** ثبت می‌شه.

ولی بعدش یه boost چهاربرابری گذاشتن دقیقاً روی همون ساختاری که یه pod واقعی داره: آدم‌هایی که همدیگه رو فالو می‌کنن و تو یه فید به هم engage می‌دن.

اکسپلویتِ ارزشون مُرد. نسخهٔ **گرون‌ش پاداش گرفت.** لازم نیست چیزی سازماندهی کنی – فقط کسانی که تو یه لین تو مرتب حاضر می‌شن رو فالوبک کن و واقعاً به کارشون ریپلای بده.

افسانه‌هایی که باید از ذهنت پاک کنی

هر کدام از اینا یا حذف شده، یا اصلاً هیچ‌وقت وجود نداشته، یا الان برعکس عمل می‌کنه.

× «بهترین ساعت پست گذاشتن»

هیچ فاکتور زمانی جایی توی کد نیست. مطالعه‌های شرکت‌های مختلف هم کاملاً همدیگه رو نقض می‌کنن (ظهر، ۹ شب، ۹ صبح). وقتی پست بذار که بتونی بمونی و به ریپلای‌ها جواب بدی.

× «هشتگ بذار»

هیچ فاکتور هشتگی توی رتبه‌بندی نیست. یکی برای context واقعی اشکال نداره؛ سه تا «برای الگوریتم» کار بی‌هوده‌ست.

× «لینک رو توی ریپلای اول بذار»

این یکی برعکس شده. هیچ جریمه‌ای برای لینک وجود نداره (وزنش +۰.۲هـ)، و ریپلای برای همه‌ی غریبه‌ها drop می‌شه. یعنی داری لینکت رو از دید دقیقاً همون‌هایی که می‌خواستی ببیننش قایم می‌کنی.

× «نسبت فالوور به فالووینگ مهمه»

اون سیستم اعتبارسنجی (TweepCred) کلاً حذف شده. توی کد ۲۰۲۶ اثری ازش نیست.

× «Premium بخر تا رتبه‌ت بره بالا»

هیچ ضریب Premium یا verified جایی توی رتبه‌بندی For You نیست. اثر واقعی Premium روی رتبه‌ی ریپلای‌هاته (توی conversation‌ها بالاتر دیده می‌شن)، به‌علاوه‌ی پست بلندتر و محدودیت کمتر. ارزشش رو داره اگه بازی تو ریپلایه — ولی بدون داری چی می‌خوری.

× «pod و گروه engagement»

engagement فقط روی پستی حساب می‌شه که توی Home feed سرو شده باشه. رفتن مستقیم سراغ لینک، صفر اثر داره.

× «thread بذار تا reach بیشتری بگیری»

از هر conversation فقط یک پست وارد فید هر بیننده می‌شه — اون که بالاترین امتیاز رو داره، نه لزوماً اولی. thread برای عمق دادن به خواننده‌ی فعلی خوبه، برای کشف شدن هیچ اضافه‌ای نداره.

× «بوکمارک سیگنال مخفیه»

هیچ وزنی برای بوکمارک وجود نداره. (روی retrieval و feature‌ها اثر داره، ولی مستقیم امتیاز نمی‌ده).

× «کلیک روی پروفایل مهمه»

وزنش صفره. خاموش.

دیوار ۴۸ ساعته. هیچی قدیمی‌تر از اون وارد فید نمی‌شه، هیچ‌وقت.

قانون کلی: اگه یه تاکتیک شکل «یه ترفند یک‌باره» داره، به احتمال زیاد داره مکانیزمی رو توصیف می‌کنه که دیگه وجود نداره. سیستم برای رفتار تکرارشونده پول می‌ده.

پنج ایده، فشرده

قبل از رفتن سراغ برنامه، همه چیز رو تو پنج خط:

۱ امتیاز برای هر بیننده جداگانه حساب می‌شه. پست خوب جهانی وجود نداره.

۲ قیمت‌ها خیلی نابرابرن. ریپلای ده برابر لایک. فرستادن خصوصی بالاتر از همه. پروفایل صفر.

۳ منفی‌ها تله‌ان نه جریمه. مخاطب اشتباه گرون‌تر از مخاطب کمه.

۴ بودجه ۴۸ ساعته داری، نه برنامه زمانی. فاصله دادن کاری نمی‌کنه، تعداد می‌کنه.

۵ پست اصلی تنها فرمت تمام‌قدرته. ریپلای برای رابطه‌ست، نه برای کشف شدن.

و یه چیز که هیچ‌کدوم از این‌ها بهت نمی‌گه، ولی باید بدونی:

وزن‌های منتشرشده می‌گن ایکس دنبال چیه – نمی‌گن تو باید چی بنویسی. مدل آموزش‌دیده منتشر نشده. یعنی نگاشت بین «چی نوشتی» و «احتمال پیش‌بینی‌شده» از روی کد قابل استخراج نیست. کد بهت می‌گه سیستم چی رو پاداش می‌ده؛ فقط **آزمایش روی اکانت خودت** بهت می‌گه چی بنویسی. فصل بعد هر دوتا رو دارد.

بایدها و نبایدها

این فصل برای اکانتیه که بین ۱ تا ۱۰ هزار فالوور داره و یه لین مشخص داره – یعنی سخت‌ترین بخش کار (پیدا کردن موضوع) رو انجام داده و حالا مسئله‌ش اهرمه.

قبل از هر پست: دروازه ۶۰ ثانیه‌ای

هر پست اصلی رو از این هفت سؤال رد کن. دو تا «نه» یا بیشتر → نذارش. چون بودجه ۴۸ ساعتهت رو خرج می‌کنه.

۱ کی به این ریپلای می‌ده، و چی می‌گه؟

اگه نمی‌تونی اولین ریپلای رو تو ذهنت بشنوی، کسی نمی‌نویستش.

۲ کی این رو برای یکی می‌فرسته – و برای کی؟

عمل ۲۰ امتیازی. یه جفت فرستنده/گیرنده مشخص تو ذهنت = قبول.

۳ توی لین منه؟

غریبه‌ای که پنج پست قبلم رو دوست داشت، این یکی رو هم می‌خواد؟ اگه نه، طعمه تله‌ست.

۴ این همون چیزیه که الان همه دارن می‌گن؟

پست‌های شبیه هم همدیگه رو سرکوب می‌کنن. زاویه‌ای که کسی نداره رو پیدا کن.

۵ مستقل می‌ایسته؟

بدون وابستگی به بایو، پست قبلی یا thread. غریبه تنها قضاوتش می‌کنه.

۶ پست اصلیه؟

ریپلای و ریپست کشف نمی‌کنن. اگه ایده ارزش reach داره، ارزش فرمت درست رو هم داره.

۷ دو ساعت آینده هستم؟

ریپلای‌های جواب‌داده‌شده حلقه مومنتوم رو دوباره راه می‌ندازن. اگه نیستی، نگهش دار.

چک‌های فرمت: لینک توی خود پست، نه توی ریپلای · ویدیو ۱۰ ثانیه یا بیشتر وگرنه سیگنال‌های کیفیت ویدیو صفر می‌شن · حداکثر یه هشتگ، فقط اگه واقعاً context اضافه می‌کنه · هیچ «فالو کن برای بیشتر».

دو ساعت اول: روی پست کار کن

مدل مدام دوباره امتیاز می‌ده، و تعداد engagement فعلی پستت ورودیشه. موج اول اهرمه.

● به هر ریپلای جواب بده، سریع و با محتوا.

- **اول به mutualها.** engagement اون‌ها روی پست اصلی تو رویداد ۲۰ امتیازیه.
- **هیچ چیز دیگه‌ای پست نکن.** پست دوم الان توی هر استخر با پست زنده‌ت رقابت می‌کنه.
- **برای تصحیح تایپی پاک‌وبازنشر نکن** مگه پست در حال مردن باشه – شمارنده‌هایی که مدل داره می‌خونه رو ریست می‌کنی.

حلقهٔ روزانه (۳۰ تا ۴۵ دقیقه)

یک پست اصلی که از دروازه رد شده	تنها ابزار کشف تمام‌قدرت
یک تا دو ساعت روش کار کن	حلقهٔ مومنتوم
۵ تا ۱۰ ریپلای جدی زیر mutualها و هم‌ترازها	سرمایهٔ رابطه – با رابطه سنجیده می‌شه، نه با reach
فالوبک کردن هر کسی که دو بار جدی engage کرده	ساختن گراف ۲۰ امتیازی
تسویهٔ ریپلای‌های دیروز	ریپلای بی‌جواب یعنی مومنتوم ازدست‌رفته
قانون بی‌فیلر: حرفی نداری → پست اصلی رو رد کن	جای خالی هیچی هزینه نداره؛ پست ضعیف بودجه می‌خوره

بازبینی هفتگی (۲۰ دقیقه)

۱. پست‌های هفته رو فقط با کارهای امتیازدار رتبه‌بندی کن: ریپلای + کوت + فرستادن + فالو از پست. لایک و impression رو نادیده بگیر. ۲. بهترین پست: چی باعث شد جواب‌دانی یا فرستادنی باشه؟ دوتا پست دیگه با همون مکانیزم برنامه‌ریزی کن – نه همون موضوع. ۳. بدترین پست: کدوم سؤال دروازه می‌تونست بگیرتش؟ اون سؤال رو سفت‌تر کن. ۴. چک reach: impression پایین ولی نرخ engagement ثابت → مشکل delivery، برو سراغ under_the_hood. هر دو پایین → مشکل محتوا. ۵. چک گراف: این هفته چندتا mutual جدید؟ اگه صفره، داری خیلی بزرگ نشونه می‌گیری. هم‌تراز هدف بگیر. ۶. چک لین: پستی از لین بیرون زد؟ اگه فالوور آورد، به عنوان آلودگی باهاش رفتار کن.

همیشه به آزمایش در جریان

وزن‌ها می‌گن ایکس چی می‌خوره؛ فقط تست می‌گه چی مخاطب تو رو وادار به اون کار می‌کنه.

یه متغیر در هر زمان (شکل قلاب، تیزی ادعا، فرمت، بستن با سؤال یا با جمله). هر دو نسخه رو از قبل بنویس – سه چهار پست برای هر کدوم، روزهای متناوب، همون لین، همون انرژی. با کار امتیازدار به ازای هر impression قضاوت کن، نه با لایک. حداقل یک هفته کامل. برنده می‌شه پیش‌فرض؛ بازنده یه بازنویسی می‌گیره یا می‌میره.

وقتی به چیزی خراب می‌شه

reach سقوط کرد، نرخ engagement ثابت موند. بلاک خاموش out-of-network مظنون اصلیه. به ترتیب: رو برای لیبل‌ها چک کن ← دو هفته اخیر رو بگرد دنبال چیزی که کلاسیفایر اسپم/NSFW لینک مشکوک گرفته باشه (لینک کوتاه‌شده، الگوی تکراری، مدیای مرزی) ← اون الگو رو قطع کن و تمیز و توی لین پست بذار. لیبل‌ها با تغییر رفتار مرور زمان پاک می‌شن. **پست‌ها رو دسته‌جمعی پاک نکن** – تغییر رفتار، نه از بین بردن شواهد.

هر دو با هم می‌ریزن. مشکل محتوا یا drift مخاطبه. بازبینی هفتگی رو سفت اجرا کن: کدوم پست‌ها مخاطب اشتباه کشیدن؟ کدوم فرمت خسته شده؟

یه پست داره تو یه ساعت اول می‌میره. بذار بمیره. کوت خودت نکن، دوباره پست نکن، با ریپلای بالا نیارش – همه‌شون فرمت‌های ضعیف‌ترن که بودجه خرج می‌کنن. یادداشت کن کدوم سؤال دروازه شکست خورد و برو جلو.

یه پست داره می‌ترکه. برنامه‌ت رو خالی کن و تا وقتی ادامه داره به ریپلای‌ها جواب بده – این تنها لحظه‌ایه که حجم ریپلای‌های خودت خالص سوده. ولی وسط موج پست اصلی بعدی رو نذار («اگه این رو دوست داشتی...») – به عنوان پست دوم با ۶۲٪ وارد هر استخر می‌شه و مومنتومت رو نصف می‌کنه. پست بعدی فردا.

ریشو شدی / هجوم از بیرون مخاطبت. ترافیک کوت خصمانه یعنی بیننده خارج از لین – میوت و ریپورتشون عمدتاً توصیه‌ها رو برای آدم‌های شبیه خودشون خراب می‌کنه. پاک نکن، توی ریپلای‌ها نجنگ (به موج غذا می‌دی)، فقط به ریپلای‌کننده‌های داخل لینت جواب بده، و بذار دیوار ۴۸ ساعته کارش رو بکنه.

یه صفحه، همه چی

قیمت‌ها

کپی لینک و فرستادن	۲۰	جکپات. نادر، و دقیقاً برای همین گرون.
ریپلای از mutual، روی پست اصلی	۲۰	سود رابطه.
ریپلای	۵	اهرم روزمره‌ت.
کوت	۵	ریپلایی که سفر می‌کنه.
دایرکت	۵	فرستادن خصوصی.
فالو از خود پست	۴	پست کارش رو کرد.
ریپست	۱	خوبه. خاص نیست.
لایک	۰.۵	تشویق. ارزون.
باز کردن لینک	۰.۲	لینک آزاده، ولی سوخت نیست.
پرو فایل · بوکمارک	۰ · —	خاموش · بدون پرداخت مستقیم.
اسکرول سریع	-۰.۰۲	حوصله‌سربر بودن قیمت داره.
بلاک · کمتر نشونم بده	-۳۱۰ -۴۳	تله.
میوت · ریپورت	-۵۹۰ -۲۳۴	تله.

وزن‌ها در احتمال پیش‌بینی‌شده ضرب می‌شن، نه در تعداد. هیچ‌وقت به شکل «ریپلای = ۱۰ لایک» نخونشون.

حقایق ساختاری

● فید = ۳۵ تای بالا از حدود ۳۰۰۰ کاندید، برای هر نفر، هر refresh.

● دیوار ۴۸ ساعته. هیچی قدیمی‌تر وارد نمی‌شه.

● افت نویسنده: ۶۲٪ / ۴۴٪ / ← ۲۵٪.

- تخفیف ۰.۷۵ out-of-network؛ ریپلای و ریپست برای غریبه‌ها کلاً drop.
- حدود ۲۶ قانون safety مخصوص غریبه‌ها می‌تونه بی‌صدا reach سردت رو صفر کنه.
- از هر thread فقط یک پست وارد فید غریبه می‌شه.
- پست‌های شبیه هم همدیگه رو سرکوب می‌کنن.
- هیچ فاکتوری برای: زمان، هشتگ، Premium، نسبت فالوور، جریمه لینک.

حلقه

- یک پست اصلی که از دروازه رد شده – یا هیچی.
- یک تا دو ساعت روش کار، اول mutualها.
- ۵ تا ۱۰ ریپلای واقعی زیر هم‌ترازها.
- فالوبک به engageکننده‌های تکراری.
- تسویه backlog دیروز.
- هفتگی: رتبه‌بندی با ریپلای + فرستادن + فالو.
- همیشه یه آزمایش در جریان.