برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني

دليل منظمات المجتمع المدني

لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

تنويه

يتبنى برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني سياسة تحريرية تساوي ما بين الجنسين وفق أصول النحو والصرف والبيان للغة العربية، لذا نرجو الأخذ بعين الاعتبار بأن أي استخدام لألفاظ مذكرة تذكيرا لغويا مثل (مشارك، متدرب، مسؤول..) سواء بصيغة المفرد أو المثنى أو الجمع وما يرتبط بها من حروف وضمائر متصلة و/ أو منفصلة، فهي جميعها أسماء (نوع) وليست أسماء (علم) أو (ذات)، وهي تدل على من ينطبق/ تنطبق عليه/ عليها الصفة المقصودة من كلا الجنسين، دون تفضيل جنس على آخر، أو تقديم جنس على آخر.

هذا الدليل الذي تم إعداده من قبل مستشار الاتصال عبد المنعم الملكاوي ومدربة الإعلام الاجتماعي ديانا الملاحي لصالح برنامج تعزيز وتطويرالمجتمع المدني الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) والمنفذ من قبل FHI360، يساعد منظمات المجتمع المدني على إنشاء وجود للمنظمات على مواقع التواصل الاجتماعي. يتم استخدام الدليل من خلال اتباع خطوات إنشاء الحسابات خطوة بخطوة، بمساعدة الصور والأسهم الموجودة داخل الصور.

لقد تم إصدار هذا الدليل بدعم من الشعب الأمريكي من خلال الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID).
إن محتويات هذا الدليل هي مسؤولية FHI360، ولا تعبر بالضرورة عن آراء الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) أو حكومة الولايات المتحدة الأمريكية.

المتدربون

المشاركون في هذا البرنامج التدريبي (يفضل ان يكون العدد 8 - 10 مشارك/ مشاركة) يمثلون منظمات المجتمع المدني المحلية والذين يتولون في مؤسساتهم مسؤولية ادارة عمليات الاتصال و/أو العلاقات العامة و/أو شبكات التواصل الاجتماعي و/أو التعامل مع الجهات الاعلامية والشركاء الاستراتيجيين من القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني والذين تم تدريبهم سابقا على مهارات الاتصال الاستراتيجي والعلاقات الاعلامية من خلال برنامج تعزيز وتطوير المجتمع المدني.

المشاركون لديهم الرغبة في تعلم مهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لمؤسساتهم، وبرامجهم، والممارسات الفضلى، وقصص النجاح المؤسسية والمحلية ونشر المعلومات المتعلقة بقضايا كسب التأييد وحشد الرأي العام من خلال وسائل الاعلام الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي.

لماذا

المشاركون في البرنامج التدريبي حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعملون في مجال الاتصال حيث ترتكز مهامهم ومسؤولياتهم الوظيفية على تعزيز الاتصال على المستوى المؤسسي وعلى مستوى الشركاء الاستراتيجيين أهمهم الجهات الاعلامية، لذلك فهم بحاجة الى نشر المحتوى المتعلق بمنظماتهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي اهمها الفيس بوك (Facebook) وتويتر (Twitter) واليوتيوب (YouTube) بالاضافة الى استخدام المدونات بما يخدم اهداف المنظمة الإستراتيجية والاعلامية والتوعوية والاجتماعية. من هنا، هم بحاجة الى التعرف على مبادئ عمل الشبكات الاجتماعية وإعداد وتطوير ونشر المحتوى من خلال هذه الشبكات.

متى

تم تصميم البرنامج التدريبي ليشمل الجوانب النظرية والعملية في مجال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولمدة يومي عمل يتبعها مهمة يقوم المتدرب/ المتدربة بتنفيذها بالتنسيق والتعاون مع المنظمة التي يعمل بها لقياس الأثر ومناقشة الدروس المستفادة في الجلسات اللاحقة.

اين

سيتم عقد التدريب في القاعة التدريبية لبرنامج تطوير وتعزيز المجتمع المدني وسيتم توفير:

- جهاز كمبيوتر لكل متدرب موصول على شبكة الانترنت
- جهاز عرض
- كاميرا رقمية
- لوح ابيض ولوح قلاب عدد 2
- جدران مجهزة لالصاق وعرض اوراق اللوح القلاب
- قرطاسية واوراق ملونة

ماذا

- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وانواعها
- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي وحرية استخدامها
- طريقة عمل الفيس بوك واليوتيوب ومواقع التدوين
- تصميم صفحة على الفيس بوك
- انشاء حساب على موقع اليوتيوب
- التعرف على طربقة عمل مواقع التدوين
- مهارات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر
- استراتيجيات جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف والترويج للمنظمة

من اجل ماذا

في نهاية هذا البرنامج التدريبي سيتمكن المشاركون من:

1. التمييز بين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة
2. إنشاء وإدارة صفحة على الفيس بوك (Facebook)
3. التدرب على معالجة الصور قبل رفعها على مواقع التواصل الاجتماعي
4. انشاء حساب على اليوتيوب
5. التدرب على التصوير باستخدام الكاميرات الرقمية
6. التعرف على موقع بلوغر (Blogger) وطريقة عمله
7. التعرف على استراتيجيات جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف
8. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مؤثر

الكيفية : ملخص المهام التعليمية

اليوم الاول :

المهمة # 1 : الشبكة (تعارف)
المهمة # 2 : التمييز بين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وطريقة عملها
المهمة # 3 : التدرب على انشاء حساب على الفيس بوك (Facebook) واستخدامه
المهمة # 4 : التدرب على تحرير الصور الرقمية قبل رفعها على مواقع التواصل الاجتماعي
المهمة # 5 : التعرف على طرق جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف على الفيس بوك

اليوم الثاني :

المهمة # 6 : كيف ننشئ حساب على اليوتيوب (YouTube)
المهمة # 7 : التدرب على تصوير الفيديو ورفعه على اليوتيوب (YouTube)
المهمة # 8 : التعرف على طريقة جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف على اليوتيوب
المهمة # 9: كيف ننشيء مدونة
المهمة # 10: استخدام شبكات التواصل بشكل مؤثر للتواصل حول برامج منظمات المجتمع المدني

أجندة الجلسة التدريبية

اليوم الاول	
	تسجيل
	افتتاح الورشة والترحيب بالمشاركين
	نشاط (تعارف)
	التمييز بين شبكات التواصل الاجتماعي وطرق عملها
	التدرب على انشاء حساب على الفيس بوك واستخدامه
	استراحة
	التدرب على انشاء صفحة للمؤسسة على الفيس بوك واستخدامها
	غداء
	التدرب على انشاء صفحة للمؤسسة على الفيس بوك واستخدامها - تابع
	التدرب على تحرير الصور الرقمية قبل رفعها على مواقع التواصل الاجتماعي
	التعرف على طرق جذب المهتمين /الجمهور المستهدف لشبكات التواصل الاجتماعي
اليوم الثاني	
	كيف ننشئ حساب على اليوتيوب
	التدرب على تصوير الفيديو ورفعه على اليوتيوب
	استراحة
	كيف ننشيء مدونة
	غداء
	كيف ننشيء مدونة - تابع
	استخدام شبكات التواصل بشكل مؤثر للتواصل حول برامج منظمات المجتمع المدني

الارشادات العامة وقواعد الجلسة

1. اغلاق الهواتف المحمولة او وضعها في حالة الصامت
2. احترام اراء الاخرين والرأي والرأي الآخر
3. طرح الأسئلة مباشرة أو كاتبتها على الأوراق الملونة وتثبيتها على لوحة الأسئلة الملحة

اليوم الاول:

الترحيب بالمشاركين ومقدمة عن الدورة التدريبية العملية

المهمة # 1 : الشبكة (تعارف)

1 أ : تقوم المجموعة الكاملة بالوقوف بشكل دائري او بشكل عشوائي ثم يبدا احد افراد المجموعة بالتعريف بنفسه ثم يقوم برمي لفة خيط الصوف الى احد المشاركين مع الاحتفاظ بنهاية الخيط بيده باحكام ثم يرمي اللفة الى مشارك اخر وهكذا يستمر التمرين حتى يعرف الجميع بأنفسهم بحيث يشكلون شبكة من الخيوط. والان اصبحنا مترابطين بهذه الشبكة وهكذا تعمل شبكات التواصل الاجتماعي!



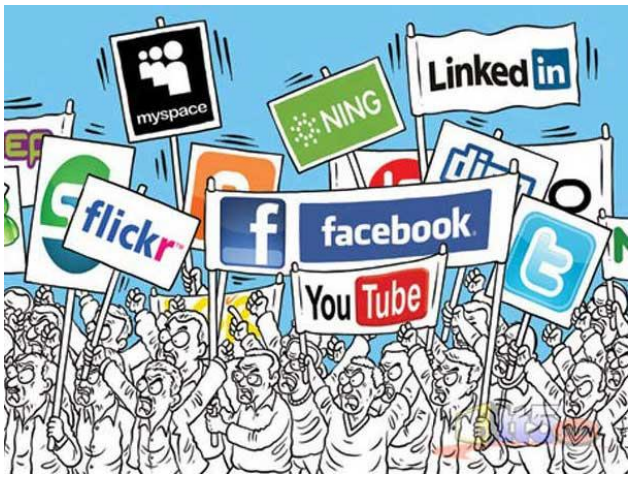
المهمة # 2 : التمييز بين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة

نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001 .و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 800 مليون مستخدم على مستوى العالم.

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.

2 أ : اختر زميل من المتدربين وناقش معه ما هي شبكات التواصل الاجتماعي ومن هم الذين يستخدمونها ولماذا. سوف نستمع لعدد من الاراء.



2ب: اقرا النص التالي حول مفهوم الشبكات الاجتماعية

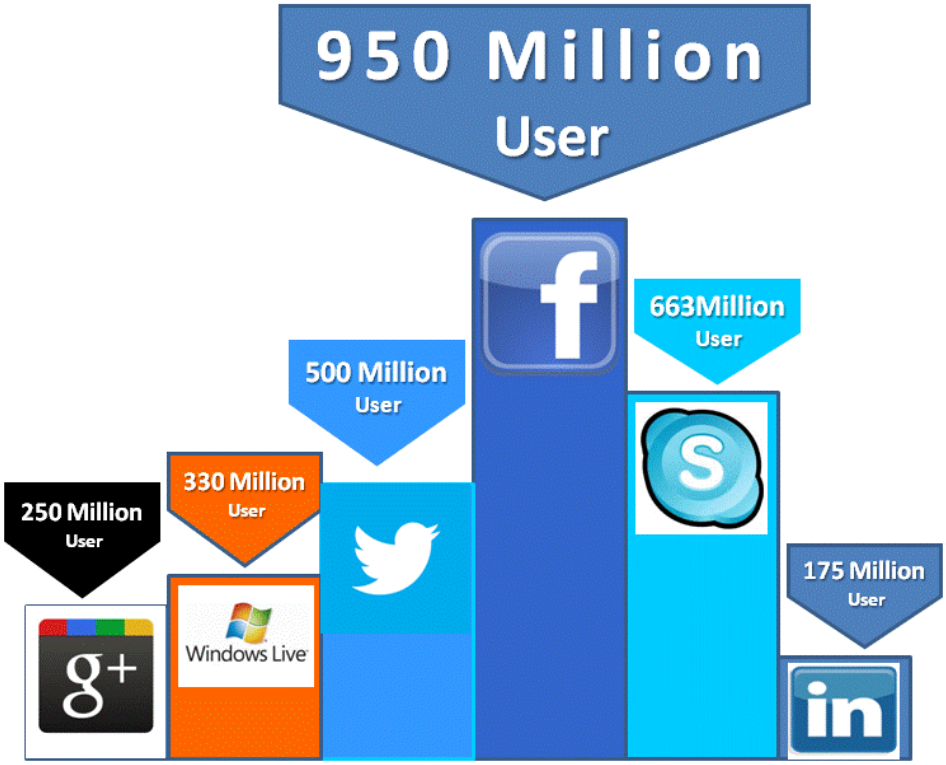
الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب* تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة ، مدرسة ، شركة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها. كما تتنوّع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس
ويبلغ عدد المشتركين في الفيس بوك اكثر من 950 مليون مشترك، بينما ياتي في المرتبة الثانية في عدد المشتركين موقع سكايب ويبلغ اكثر من 660 مليون مشترك، اما موقع توتر فيبلغ عدد المشتركين حوالي 500 مليون مشترك.

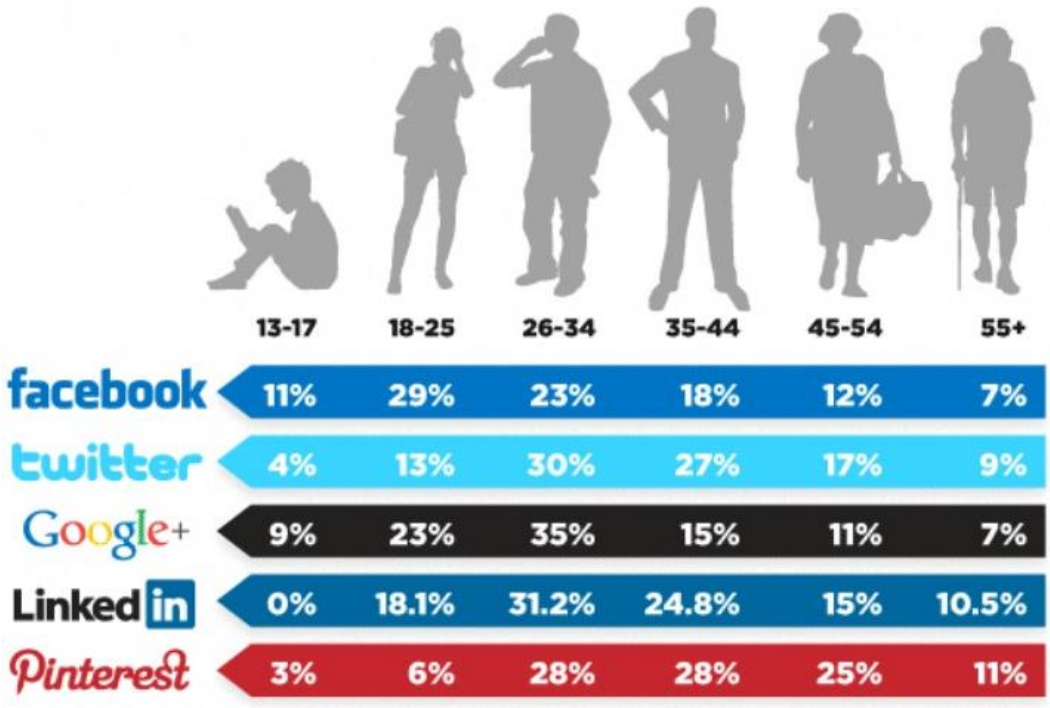
*تغيرت مواقع الإنترنت كثيراً بعد ظهور تقنيات وميزات ويب ٢ ما أسهم بفوارق كثيرة بين ما كان من ويب ١ وما أصبح من ويب ٢، يقدم الجدول التالي تلخيصاً لكيفية تغير مواقع الإنترنت بعد ويب 2.0.

ويب 1.0	ويب 2.0
مواقع شخصية، عبارة عن مواقع تقدم من خلال صاحبها ما يريده هو ويمكن للزوار الاطلاع على محتوياتها.	مدونات، مواقع بسيطة ذات تصميم احترافي تمكن صاحبها من إضافة المقالات بشكل متقدم، ويمكن للزوار الإطلاع على المقالات والتعليق عليها وحتى تقييمها.
مواقع جماعية، مواقع لا تختلف كثيراً عن المواقع الشخصية إلا أنها تتحدث عن مجموعة من الناس هم غالباً أعضاء في جماعة معينة.	شبكات اجتماعية، تمكن مستخدميها من عمل الملفات الشخصية وتبادل التعليقات والتعرف على الأصدقاء وتكوين الجماعات الافتراضية.
مواقع محتويات، مواقع تقدم لزوارها عن طريق صاحبها ملفات مختارة عبره، حيث يستطيع الجميع تنزيلها والإطلاع عليه.	مواقع استضافة ومشاركة ملفات، تقدم لمستخدميها خدمة استضافة الملفات ومشاركتها في الإنترنت مع جميع الناس أو مع مجموعة معينة منهم، كما تقدم في بعض الأحيان خدمة النسخ الاحتياطي.
صفحات الأسئلة المتكررة، غالباً ما تكون جامدة ولا تتغير وتكون مقدمة عبر إدارة الموقع.	الويكي، مواقع تقدم المعلومات بطريقة تشاركية حيث يستطيع الأعضاء كتابة المقالات والتعديل عليها.
برمجيات بسيطة، تقدم بعض الإمكانات البسيطة لمستخدم ويب.	تطبيقات ويب، برمجيات احترافية مقدمة عبر تقنيات ولغات برمجة ويب ٢.
خدمات أخرى لم تكن موجودة.	خدمة الآر إس إس بالإنجليزية (RSS)،خدمة لتبادل الأخبار المجلوبية من منتدى أو مدونة أو أي موقع آخر دون الحاجة للوصول إليه كما أنها جيدة في حالة التجوال.
تحرير وتعديل المحتوي يكون عن طريق مدير النظام.	تحرير وتعديل المحتوي يكون عن طريق المستخدمين.

أعداد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي حسب اخر الاحصائيات لعام 2012 - عن موقع ويكيبيديا



تقدير أعمار مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي:



2 ج : اقرأ المعلومات التالية حول شبكات التواصل الاجتماعي، ثم ناقش زميلك في أولويات الجمعية.



الفيس بوك (Facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" (Facebook) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وجاءت تسمية الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي والطلبة في مختلف المراحل كوسيلة للتعرف إليهم.

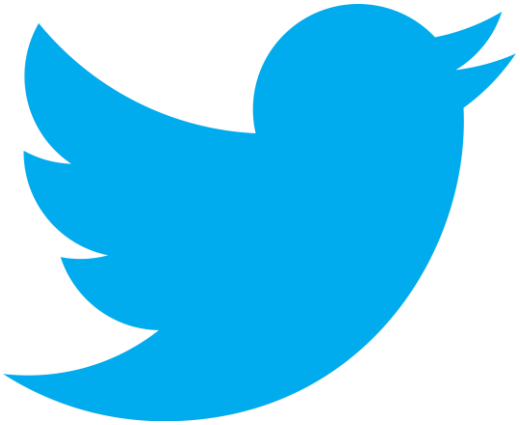


يوتيوب (YouTube) هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

تأسس سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال ، الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة.

محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، التلفزيون،والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها.

تـويتر (Twitter) هـو موقـع شـبكات اجتماعيـة يقـدم خدمـة تـدوين مصـغر والتـي تسـمح لمسـتخدميه بإرسـال تحـديثات Tweets عن حـالتهم بحد أقصـى 140 حـرف للرسالة الواحدة.



وذلـك مباشـرة عـن طريـق موقـع تـويتر Twitter أو عـن طريـق إرسـال رسـالة نصـية قصـيرة SMS أو بـرامج المحادثـة الفوريـة أو التطبيقـات التـي يقـدمها المطـورون مثـل الفيس بـوك و TwitBird و Twitterrific و Twhirlو.twitterfox .

وتظهـر تلـك التحـديثات فـي صـفحة المسـتخدم ويمكـن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملـف المسـتخدم الشخصـي، وكـذلك يمكـن اسـتقبال الـردود والتحـديثات عـن طريـق البريـد الإلكترونـي، وخلاصـة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرةSMS وذلـك باسـتخدام أربعـة أرقـام خدميـة تعمـل فـي الولايـات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميـع المسـتخدمين حـول العـالم الإرسـال إليـه فـي المملكـة المتحدة.

مدوَّنـة (Blog) والتـي تتركـب من كلمتـي "**web log**" بمعنى **سجل الشبكة** .كما تستخدم أحيانا الكلمة المستعارة من الإنجليزية ويستخدمها المستخدمون العرب وينطقونها كما هـي بالإنجليزيـة ولـو أنهـا تكتـب بطـرق مختلفـة لكـون الحـرف الأخيـر منهـا غيـر موجـود فـي اللغـة العربيـة، كمـا يطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم **تدوينة**.



المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة وب على شبكة الأنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكِّن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.

2د: استعرض مع زملائك على نفس الطاولة انواع شبكات التواصل الاجتماعي وناقش اهمية هذه المواقع **ورتبها حسب اهميتها بالنسبة لمنظمتك**.



http://latinlink.usmediaconsulting.com/2012/12/8-of-the-latest-social-media-trends-in-brazil

المهمة # 3 التدرب على انشاء حساب على Facebook واستخدامه

أولا: الفرق بين صفحة الفيسبوك وحساب الفيسبوك الشخصي

- الحساب الشخصي في الفيسبوك مخصص للأفراد وهو يعبر عن انسان فعلي وليس جهة معينة أو مادة افتراضية ، أما صفحة الفيسبوك فهي تعبر عن الجهات والهيئات والجماعات وكل ما ليس بإنسان (باستثناء استخدام صفحات الفيسبوك لتمثيل الشخصيات المشهورة).
- الحساب الشخصي يحتوي على أيقونة (طلب الصداقة) أما صفحة الفيسبوك فتحتوي على أيقونة (أعجبني)
- العلاقة بين حساب شخصي وحساب شخصي آخر هي (صداقه) أما العلاقة بين حساب شخصي وصفحة فيسبوك هي (إعجاب)
- في الحساب الشخصي ؛ يمكن إضافة عدد اصدقاء محدد لا يزيد عن **5 ألف صديق** ، أما في الصفحة فيمكن كسب عدد معجبين **لا نهائي**.

ثانيا: الفرق بين صفحة الفيسبوك ومجموعة الفيسبوك

- صفحة الفيسبوك يمكن انشائها **لتمثيل جهة معينة** أو علامة تجارية أو شخصية مشهورة أما مجموعة الفيسبوك فيمكن انشائها **للنقاش حول قضية** معينة أو قضايا عديدة.
- في صفحة الفيسبوك يتم إضافة المنشورات الجديدة فيها من قبل إدارة الصفحة، أما المجموعة فهي مفتوحة لكل المنضمين إليها يكتب فيها كل فرد في المجموعة ، ومهمة إدارة المجموعة هي الاشراف والرقابة على المجموعة وحذف المنشورات الغير مرغوبة.
- صفحة الفيسبوك يكون الانضمام إليها بالنقر على أيقونة (أعجبني) أما مجموعة الفيسبوك فيكون الانضمام إليها بالنقر على أيقونة (طلب الانضمام إلى المجموعة)
- في صفحة الفيسبوك ، ترتيب المنشورات يكون حسب تاريخ الإضافة (*المنشور الذي أضيف مؤخراً يظهر في المقدمة*) ، أما في مجموعة الفيسبوك فيكون الترتيب حسب تاريخ آخر تعليق (*المنشور الذي تم التعليق عليه مؤخراً يظهر في المقدمة*).

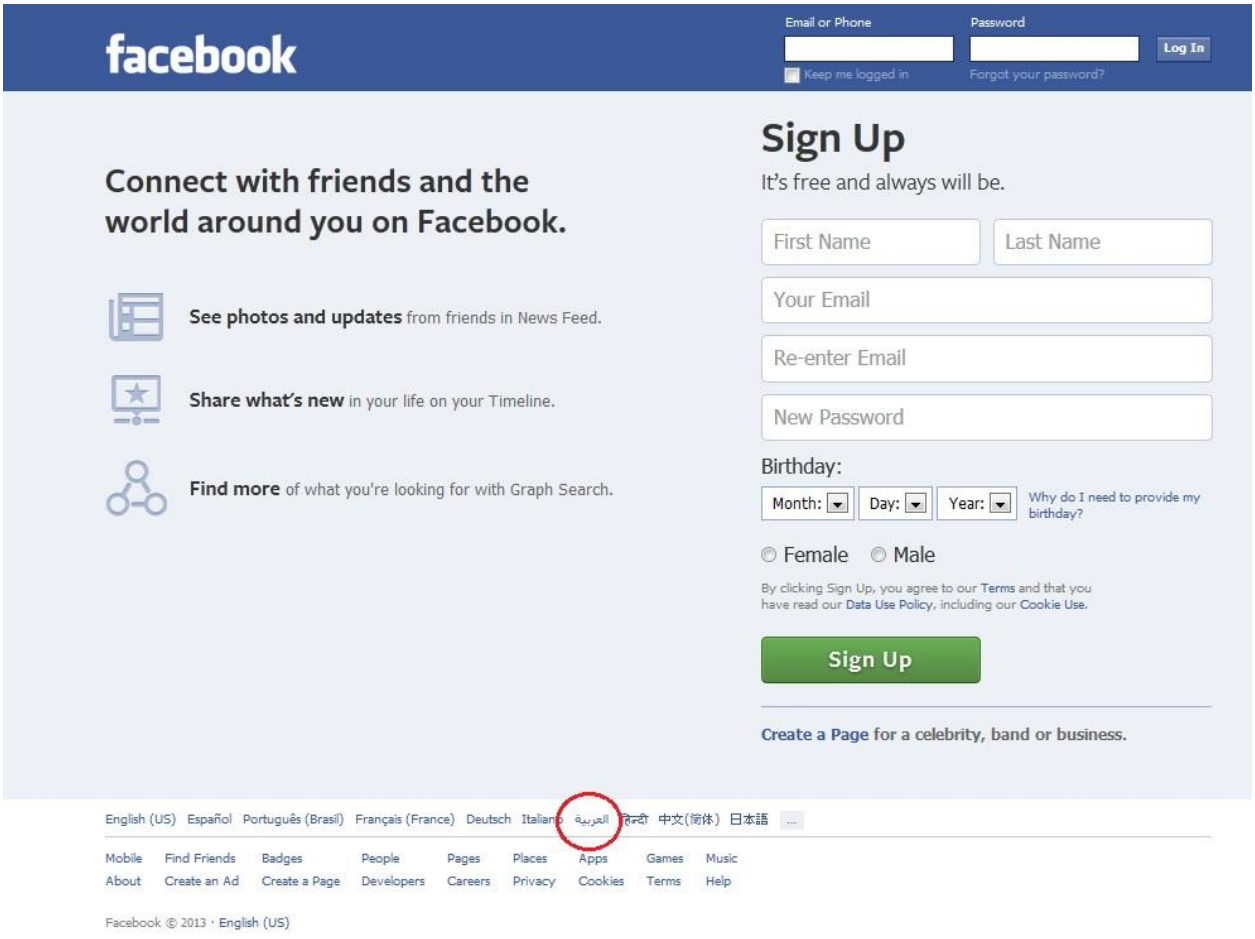
فوائد إنشاء واستخدام صفحات الفيسبوك

- زيادة التواصل الفاعل بين الجهة صاحبة الصفحة (المؤسسة) والمتعاملين معها والمعجبين بها النشطين على الفيس بوك من خلال ايصال اخبار تلك الجهة وابلاغهم بالجديد.
- طريقة فعالة للتسويق ، سواءً تسويق المنتجات أو تسويق الأفكار.
- صفحات الفيسبوك مفيدة لأصحاب المواقع الالكترونية ، حيث يمكنهم أن يستخدموا الصفحة كحلقة وصل بين الموقع وبين متابعيه وزواره ، لأن الكثير من المستخدمين يتواجدون في الفيسبوك أكثر من تواجدهم في أي موقع آخر ، وبواسطة صفحة الفيسبوك يمكن اعلام المتابعين والزوار بكل جديد ينزل في الموقع وتنبيههم بذلك.
- الشخصيات المشهورة التي يصعب عليها التواصل الفعال مع الناس والمعجبين والمتابعين بسبب كثرة المشاغل، يمكن بواسطة صفحة الفيسبوك أن يبقوا مع معجبيهم على اتصال ، ويمكنهم نشر اخبارهم وكتابة ملاحظاتهم ونثر ابداع عقولهم في تلك الصفحات لتصل ببساطه لكل مشترك فيها.

3أ: هل لديك حساب عل Facebook ؟ اذا لم يكن لديك اذا لنبدأ بانشاء حساب جديد

للاشتراك فى Facebook يجب ان يكون لديك ايميل وأن تقوم بالدخول الى موقع الفيس بوك www.facebook.com

اتبع التعليمات التالية:
بشكل افتراضي اللغة المستخدمة في واجهة الفيس بوك هي الانجليزية، لتعديلها للغة العربية وانشاء حساب باللغة العربية، اختر اللغة العربية كما هو موضح حسب الصورة **أدناه:**



كما يمكنك تعديل اللغة لاحقا من إعدادات الحساب.

للاشتراك يجب عليك ملئ البيانات الخاصة بك وهي:

- الاسم المراد استخدامه في في Facebook
- الإيميل علي الياهو و أو الهوت ميل او غيرهما
- كلمة السر المراد استخدامها للدخول على حساب Facebook (ينصح باستخدام أرقام ورموز وحروف في كلمة السر لحماية حسابك من الاختراق)
- النوع الاجتماعي (ذكر/ أنثى)
- تاريخ الميلاد

ثم نضغط كلمة "التسجيل"



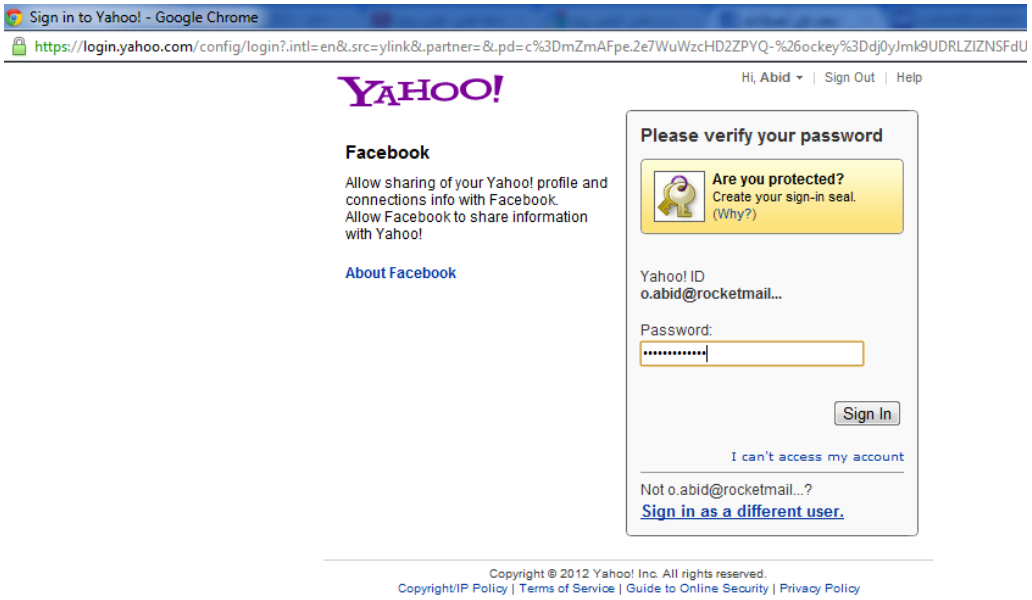
ستظهر الشاشة التالية



تظهر شاشة فيها خطوات ثلاث لاتمام حسابك، هذه الخطوات يمكنك تخطيها واتمامها لاحقا لكنه من المفضل انهاؤها في هذه المرحلة.

الخطوة الأولى هي البحث عن أصدقاء من خلال قائمة اصدقائك في بريدك الالكتروني.

للبحث عن أصدقائك في بريدك الالكتروني وايجادهم على الفيس بوك، اختر مزود خدمة البريد الالكتروني، سيقوم بالاتصال ببريدك الالكتروني مباشرة وطلب بريدك الالكتروني وكلمة السر كما هو موضح أدناه،



يمكن تخطي هذه الخطوة والذهاب الى المعلومات الشخصية بالضغط على كلمة **تخطي** باسفل الصفحة على الجهة اليسرى.

الخطوة الثانية ملء المعلومات الشخصية المتعلقة بمدرستك، جامعتك، جهة عملك.



ثم حفظ ومتابعة أو تخطي ذلك

الخطوة الثالثة اضافة صورة شخصية لحسابك، يمكنك تحميل صورة مخزنة مسبقا على جهازك او التقاط صورة اذا كان جهازك مزود بكاميرا ويب.



ثم حفظ ومتابعة.

الان اصبح لديك حساب على Facebook ! ولكن يجب تأكيد الحساب من خلال الضغط على الرابط الذي سوف ياتيك من Facebook على بريدك الالكتروني الخاص بك. يقوم الفيس بوك بهذه الخطوة لحماية الأشخاص من قيام أي شخص بانشاء حساب على الفيس بوك باستخدام بريد الكتروني غير البريد الخاص به.

الان يمكنك البدء باستخدام حسابك على الفيس بوك ومشاركة أصدقائك صورك ومعلومات ورسائل!



يمكنك القيام بالبحث في صندوق البحث المخصص في الشريط الأزرق في أعلى الصفحة عن أشخاص وأماكن وأغراض.

ابدأ بالبحث عن الجمهور المستهدف على المستوى الشخصي والعملي:

- الاصدقاء و/ او زملاء العمل
- منظمات مجتمع مدني في منطقتك أو في محافظات أخرى
- وزارات ومؤسسات حكومية
- مؤسسات وطنية، اقليمية، دولية
- جهات مانحة

ماذا تريد ان تخبر جمهورك المستهدف؟ ماهي الرسالة التي تريد أن تنشرها؟

3ب: تعديل إعدادات الحساب

لتعديل إعدادات حسابك على الفيس بوك يمكنك ذلك من خلال الضغط على المسنن الموجود في الشريط الازرق اعلى الصفحة كما هو موضح بالصورة أدناه



من صفحة إعدادات الحساب الموضحة أدناه يمكنك تعديل:

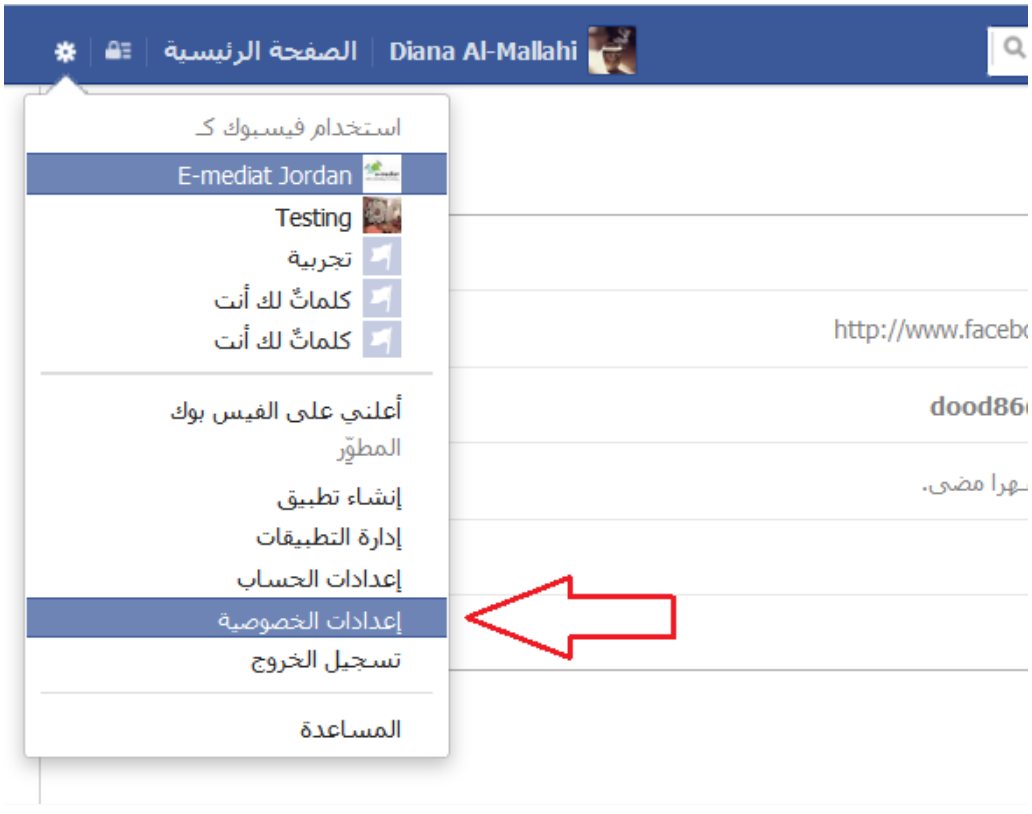
- الاسم الذي تريد أن يظهر به حسابك
- الرابط الذي يؤدي مباشرة إلى حسابك (URL)
- البريد الالكتروني (يمكنك تعيين أكثر من بريد الكتروني لأغراض حماية حسابك)
- كلمة السر (ينصح بتغيير كلمة السر دوريا لحماية حسابك من الاختراق)
- الشبكات التي تود أن تشترك بها
- اللغة (تغيير لغة الواجهة من حسابك الشخصي يؤثر على لغة العرض على شاشتك للصفحات التي تكون فيها مدير صفحة)

لتعديل أي من الاعدادات السابق ذكرها، اضغط على كلمة التعديل المجاورة للاعداد، بعد الانتهاء من التعديل اضغط على حفظ التغييرات



3ج: إعدادات الخصوصية

تحكم بمن يستطيع رؤية المعلومات الموجودة في في صفحتك الشخصية!
للتحكم بإعدادات الخصوصية من نفس القائمة المنسدلة من المسنن الموجود في الشريط الأزرق العلوي، اختر إعدادات الخصوصية:



من صفحة إعدادات الخصوصية وأدواتها يمكنك التحكم في كل ما يتعلق بخصوصية صفحتك الشخصية فيما يتعلق بمن يستطيع رؤية محتوى صفحتك الشخصية أو من يستطيع البحث عنك.



يمكنك أيضا التنقل بين صفحة الاعدادات و صفحة الخصوصية من خلال القائمة الموجودة في يمين الشاشة كما هو مبين في الصورة أعلاه. هذه القائمة تسمح لك بالتحكم في إعدادات الحساب بأكمله (اعدادات عامه، اعدادات الأمان، قائمة الأشخاص المحظورين والذين لايمكنهم الوصول الى حسابك، التطبيقات .. وغيرها من الاعدادات).

يمكنك تصفح هذه الاعدادات والتعرف على خصائصها وكيف يمكن الاستفادة منها! هذه الاعدادات تتغير وتتحدث بشكل دوري حيث أن موقع الفيس بوك يتغير بشكل متكرر بسبب التطوير المستمر على التطبيقات والاضافات التي تخدم المستخدم بشكل أوسع.

مصطلحات فيسبوكية!

- الجدار :جدار الفيس بوك هو مساحة على كل صفحة تسمح للمشجعين ولأعضاء المجموعة بنشر رسائل للآخرين لرؤيتها، كذلك يتم عرض وقت وتاريخ كتابة الرسائل. سوف تظهر الرسائل في قسم تغذية أخبار الفرد.
- تحديثات الحالة :لدى الفيس بوك ميزة تسمى "تحديثات الحالة " (يشار إليها أيضا اختصارا باسم الحالة) "status" الأمر الذي يتيح للمستخدمين نشر رسائل لجميع المشجعين والأعضاء لقراءتها. هذه التحديثات تظهر على الحائط. في المقابل، يمكن للمشجعين والأصدقاء الاستجابة عن طريق تعليقاتهم الخاصة كما يمكنهم أيضا الضغط على زر "إعجاب" "like" ليظهروا إعجابهم بما قرؤوا.
- إشعارات: هذه هي الأنشطة الأكثر أهمية، على سبيل المثال، يتقاسم شخص رابطا على جدار المستخدم أو يعلق على رسالة نُشرت كان قد علق عليها المستخدم بوقت سابق. الإشعارات تظهر بشكل مختصر ولبضع ثوان في أسفل الرسالة على الجهة اليسرى كرسالة منبثقة (إذا كان المستخدم على الانترنت)، وتظهر علامة باللون الأحمر على شريط الأدوات في أعلى الصفحة، مما يسمح للمستخدم بتعقب جميع الإشعارات الأخيرة.
- الأحداث: أحداث الفيس بوك هي وسيلة لإعلام المشجعين والجماهير بالأحداث القادمة في مجتمعهم، وتنظيم اللقاءات الاجتماعية. إن تنظيم الحدث يتطلب وجود اسم للحدث، وشبكة، واسم المضيف، ونوع الحدث، ووقت البدء، والموقع، وقائمة بالضيوف المدعوين. يمكن للأحداث أن تكون عامة أو خاصة. لا يمكن العثور على الأحداث الخاصة في عمليات البحث حيث تتم عن طريق الدعوة فقط.

3د: التدرب على انشاء صفحة خاصة بمؤسستك .

حدد الغرض من صفحتك على الفيس بوك

- الحفاظ على الجماهير الحالية المشاركة في النشاطات
- تنمية الوعي بالنشاط الذي تقوم به
- تحديد وتجنيد جماهير جديدة للمشاركة في الأحداث، أو البرامج، أو الحفلات الموسيقية، أو المعارض.
- إثارة الاهتمام حول محادثة عبر الإنترنت / أو خارجه لدعم تنمية الجمهور.
- الحصول على أفكار وردود فعل جديدة على البرامج والخدمات
- إجراء بحث عن ما يقوله الناس عن عملك
- توجيه الرسائل باتجاه موقع الويب أو المدونة
- توليد المحتوى الاجتماعي
- تحديد وبناء علاقات مع مؤثرين وحلفاء ومؤيدين

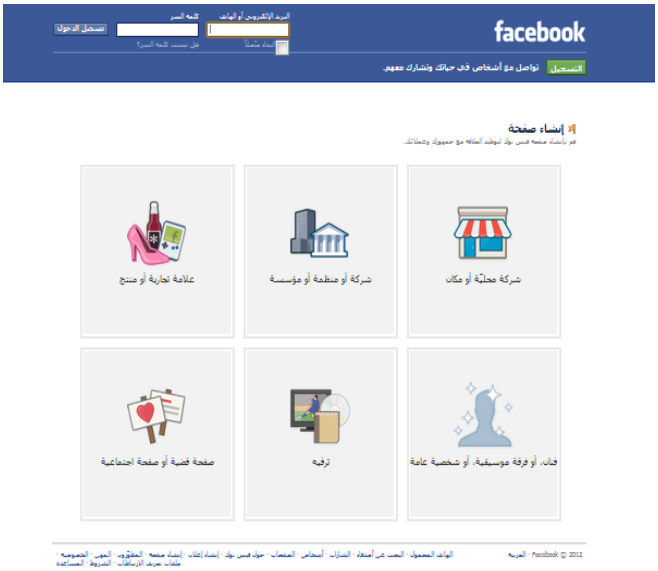
الخطوة الأولى: يمكنك انشاء صفحة فيسبوك جديدة من خلال ثلاث طرق:

1. الطريقة الأولى: من داخل حسابك الشخصي عبر أيقونة (**انشاء صفحة**) الموجودة في زاوية كل صفحات الفيسبوك الحالية.
2. الطريقة الثانية: من خلال هذا الرابط: http://www.facebook.com/pages/create.php
3. الطريقة الثالثة: يمكنك أن تنشئ صفحة على موقع الفيس بوك من الصفحة الرئيسية لموقع الفيس بوك كما في الصورة أدناه:



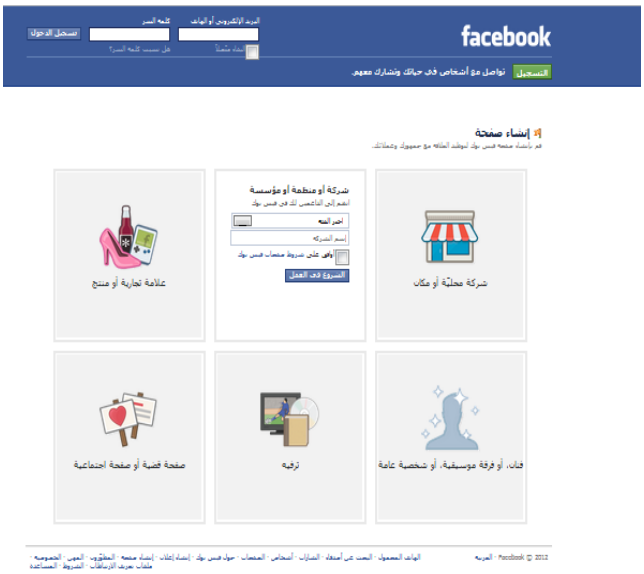
الخطوة الثانية : تُقسّم صفحات الفيس بوك الى ستّ فئات مختلفة حيث يمكنك الاختيار ما بين:

1. شركة محلية او مكان
2. الشركة ، المنظمة ، او المؤسسة
3. علامة تجارية او منتج
4. فنان، او فرقة موسيقية ، او شخصية عامة
5. ترفيه
6. صفحة قضية او صفحة اجتماعية



لأغراض انشاء صفحة خاصة بالجمعية اختر مربع (شركة او منظمة او مؤسسة).

ثم اختر الفئة المناسبة (ممكن منظمة غير حكومية او منظمة غير ربحية) حسب نوع منظمتك، اكتب اسم



جمعيتك كما تريد ان يظهر في صفحة المؤسسة واضغط مربع الموافقة على شروط فيسبوك، واخيرا اضغط مربع الشروع بالعمل... في حال أنك استخدمت الطريقة الثالثة لانشاء صفحة الفيس بوك ستظهر لك الصفحة التالية:



حيث يجب الاختيار ما بين:

الخيار الاول: لدى حساب على الفيس بوك (الحساب الشخصي الذي تم انشائه في المرة السابقة).

الخيار الثاني: انشاء حساب جديد بحيث نحتاج الى بريد الكتروني جديد ومن ثم ادخال رمز التحقق في المربع كما في الصورة ادناه (*من المفضل أن تنشئ صفحة المؤسسة من خلال حسابك الشخصي، هذا يسهل عليك لاحقا عملية إدارة الصفحة ونشر المحتوى بشكل دوري دون الحاجة إلى التنقل بين أكثر من حساب على الفيس بوك*).



في حال أنك اخترت انشاء حساب جديد، بعد تسجيل البريد الكتروني نضغط مربع سجل الان وسيتم انشاء الصفحة الخاصة بمنظمتكم كما في الصورة التالية، ولكن لا يتم تفعيل الصفحة حتى تقوم بتأكيد الحساب من خلال اتباع الرابط الذي تم ارساله الى بريدك الالكتروني من الفيس بوك!



الخطوة التالية هي تثبيت صورة او شعار للجمعية كصورة شخصية للصفحة!



بعد ذلك تحتاج الى كتابة وصف عام للمؤسسة وموقع المؤسسة على الانترنت اذا توفر الموقع الكتروني الجمعية في المستطيل الخاص بذلك. هذه المعلومات أساسية وضرورية في صفحات الفيس بوك، حيث أنها ستحسن من ترتيب المؤسسة في عمليات البحث على الانترنت. كما يجب تحديد فيما اذا الجمعية حقيقة وليست وهمية وذلك بالضغط على المربع المقابل للإجابة بنعم ثم حفظ البيانات وبهذا تكون قد انشأت صفحة لمؤسستك على الفيس بوك.



الشكل الاخير لصفحة مؤسستك هو كالتالي:

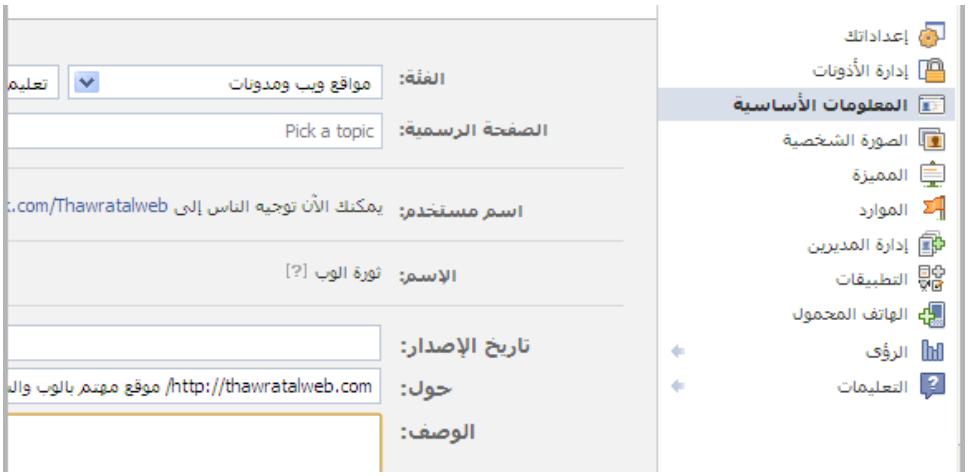


تعرض الشاشة أعلاه مايراه مدير الصفحة، حيث أن شكل صفحة الفيس بوك يختلف بين مدير الصفحة ومعجب بالصفحة! تتوفر للمدير عدة لوحات للتحكم في صفحته وتقييم أداء الصفحة واستقبال الرسائل من معجبي الصفحة وغيرها!

الان يبدا العمل... فكر ما هو شكل صفحة مؤسستك على موقع Facebook ؟

التحكم في صفحات الفيسبوك

المدير الأساسي لصفحة الفيسبوك هو الذي قام بانشائها في البداية ، ثم بإمكان المدير الأساسي إضافة مدراء للصفحة من اصدقائه ليساعدوه في النشر في الصفحة وتحديثها، يستطيع مدير الصفحة التحكم في خيارات واعدادات الصفحة ، ستظهر لمدير الصفحة لوحة للتحكم في الصفحة هذه اللوحة لا تظهر إلا للمدراء فقط ، في الشريط العلوي من اللوحة تظهر أيقونة (تعديل الصفحة)، حين النقر عليها ستفتح صفحة خاصة بإعدادات الصفحة ، على الجانب قائمة تظم تقسيمات الاعدادات ، فهنالك قسم لتعديل معلومات الصفحة مثل النبذة التعريفية والموقع الالكتروني ، وهنالك قسم لتغيير الصورة وغيرها من الاعدادات كما يوجد قسم خاص بإدارة المديرين !



إدارة المديرين في الصفحة

ما يميز صفحة الفيسبوك أنه يمكن اضافة أشخاص اخرين ليكونوا مدراء للصفحة بجانب المدير الأصلي الذي أنشأها ، يمكن إضافة مدير أو أكثر من مدير في نفس الصفحة، هؤلاء المدراء سيمكنهم اضافة المنشورات الجديدة لتظهر في واجهة الصفحة وفي صفحات المعجبين، ولن يظهر للمعجبين من هو كاتب تلك المنشورات لأن كل المدراء يكتبون باسم الصفحة داخل صفحة الفيسبوك وليس بأسمائهم الشخصية (إلا إن تم تغيير ذلك من الاعدادات). إضافة المدراء قد يضفي على الصفحة قدرة تفاعلية أكبر مع المعجبين حيث أن أوقات اتصال المدراء ومتابعة تعليقات معجبي الصفحة قد تكون مختلفة وبالتالي تواصل أكبر مع الجمهور المستهدف. إضافة أو إلغاء المدراء يتم من خلال صفحة إعدادات الصفحة ثم من القسم (إدارة المديرين) ، حيث سيظهر مستطيل ابيض لكتابة اسم الشخص المراد إضافته إلى طاقم الإدارة ، ويمكن إضافة أكثر من شخص عبر النقر على أمر (إضافة مسؤول آخر) وحين اكتمال كتابة الاسماء يتم النقر على أيقونة (حفظ التغييرات) لتتم عملية الإضافة.

إستخدام فيسبوك كصفحة

يفيد بأن يجعل الشخص صاحب الصفحة كل نشاطه وتعليقاته في الفيسبوك باسم الصفحة الرسمية وليس باسم حسابه الشخصي. يمكن تعديل هذا الخيار من خلال التنقل بين الخيارات من القائمة المنسدلة من الشريط العلوي للصفحة كما هو موضح أدناه



تغيير عنوان (رابط) الصفحة

ستلاحظ بعد أن تقوم بانشاء الصفحة الجديدة أن عنوان الصفحة (الرابط الخاص بالمتصفح) هو عنوان طويل يحتوي على أرقام وعلى جزء من اسم الصفحة الفعلي ، فما هي الطريقة لتغيير عنوان الصفحة وتحويله إلى اسم مختصر يسهل تذكره وحفظه وجعله بهذا الشكل :

http://www.facebook.com/PageName

يمكن تعديل العنوان من لوحة الاعدادات في قسم (المعلومات العامة) حيث يتم التعبير عن الرابط في لوحة الاعدادات بـ **(اسم المستخدم)** لكن النظام يشترط أن يصل عدد معجبي الصفحة لأكثر من 25 معجب لتتمكن من تعديل عنوان الصفحة (قد يتغير هذا الرقم مع الوقت مع تحديثات فيس بوك) ، كما يمكن أيضاً تعديل عنوان الصفحة من خلال هذا الرابط المباشر :

http://www.facebook.com/username

يقود هذا الرابط إلى صفحة مخصصة لتعديل اسم المستخدم لكل من الحساب الشخصي والصفحات التي يديرها ، لكن تنبه إلى أن التعديل وتحديد العنوان مسموح لمرة واحدة فقط وإذا تم تحديده فلا يمكن تغييره بعد ذلك.

من المهم جدا تعديل رابط الصفحة بما يتناسب مع اسم صفحة المؤسسة، هذا يسهل على الجمعية نشر صفحة الفيس بوك!

تعديل اسم الصفحة

إلى زمن قريب كان من المستحيل تعديل اسم الصفحة وذلك أن إدارة الفيسبوك تخشى أن يتم بيع وشراء الصفحات الكبرى التي تحتوي على عشرات الآلاف او ملايين المعجبين، أو أن يتم الترويج الصفحات بأسماء جاذبة حتى يتم كسب الكثير من المعجبين ثم يتم تغيير الاسم والتخصص إلى شيء آخر أو تحويلها إلى وسيلة للترويج والتسويق ، لكن مؤخراً قامت إدارة الفيسبوك بتمكين خاصية تعديل إسم الصفحة لكن بشرط واحد ، هو أن لا يكون عدد المعجبين في الصفحة قد تجاوز 200 معجب، وذلك لتعديل الأسماء التي تحتوي على أخطاء إملائية إذا تم التنبه لها في بداية انتشار الصفحة ، لتعديل اسم الصفحة ، اتبع الخطوات التالية: من واجهة الصفحة انقر على (تعديل الصفحة) ثم (المعلومات الأساسية) ثم غير الاسم في حقل (الإسم) .

عرض الرؤى/ المقاييس (Insights)

الرؤى هي الاحصائيات الخاصة بالصفحة، حيث يعرض لك رسم بياني يوضح عدد المعجبين وعدد التعليقات في فترة زمنية تحددها أنت، ليس هذا فقط، وإنما يوفر احصائيات تفصيلية حول المعجبين بالصفحة ، فيعرض احصائيات البلدان (كم معجب من كل بلد) ونسبة الذكور إلى الإناث وأعمار المستخدمين المعجبين بالصفحة ، ويعرض المواقع الخارجية التي أرشدت المعجبين إلى عنوان الصفحة وغيرها من الاحصائيات التفصيلية التي تفيد مدراء الصفحة في تقييم الجهد وبناء الخطط وتعديل خطة الانتشار بحسب الجمهور المستهدف!



تمكنك هذه الرؤى من قياس **ردود الفعل على الرسائل المنشورة:** ستجد هذه البيانات تحت عنوان "منشورات التفاعل" في قسم نظرة عامة" الذي يحصي عدد الذين أعجبوا بالرسائل المنشورة "Likes" والتعليقات على تلك الرسائل في قسم تغذية الأخبار الخاص بك "News Feed". **ماذا تفعل بهذه البيانات.** انك تبحث هنا حقا عن الزيادة المئوية من شهر إلى آخر! ما هو أكثر من ذلك، احرص على أن تتحقق من عدد المعجبين "Likes " والتعليقات "Comments "طوال الشهر. أين كانت القمة الخاصة بك "spikes"؟

زيارة صفحتك: يمثل هذا الرقم كل الزيارات لصفحتك على الفيس بوك، يمكنك متابعة هذه الأرقام ضمن تبويب (الوصول) - ويتضمن المشجعين وغير المشجعين (بمن فيهم أولئك الذين لم يتم تسجيلهم على صفحتك على الفيس بوك). **ماذا تفعل بهذه البيانات.** هنا يمكنك أن تعرف ايام الأسبوع التي يقوم بها الناس بزيارة صفحتك على الفيس بوك وكيف تتجاوب السبايكس "spikes" مع المحتوى الخاص بك. قد يكون من المنطقي أن تواكب مخطط الأيام التي تقوم بنشر الرسائل فيها. إنها وسيلة رائعة لتحديد ما هي الرسائل التي يمكن أن تحث المشجعين على النقر عليها على صفحتك (تذكر، لا علاقة لذلك بالزيارات التي تغذي الأخبار – إنها تتعلق بالزيارات لصفحة الفيس بوك).

الرصد الأسبوعي للمقاييس:

خصص ساعة في الأسبوع للاستفادة من البيانات التي لديك وكيفية استعمالها للتقدم!

المهمة # 4: التدرب على تحرير الصور الرقمية قبل رفعها مواقع التواصل الاجتماعي

4 أ : اقرا النص التالي ثم استمع للعرض التالي حول انواع واشكال الصور الرقمية

أنواع ملفات الصور الرقمية:

JPG, GIF, TIFF, PNG, BMP لماذا كل هذه الصيغ لملفات الصور؟ وما الفرق بينها؟ وكيف نختار أياً منها؟

هذه الأنواع من الملفات وغيرها تستخدم في ترميز الصور الرقمية، والاختيار بينها سهل جداً، وربما أسهل مما تعتقد. أسباب كثرة أنواع الملفات، هو الحاجة للضغط، فملفات الصور يمكن أن تكون كبيرة جداً !! وزيادة حجم الملف يعني استخدام مساحة أكبر من قرص التخزين و بطء في التحميل أو الرفع علي الإنترنت.

ومصطلح ضغط هنا المقصود به تخفيض حجم الملف. ولكن المشكلة إن عملية الضغط تؤدي إلي فقدان أو خسارة في جودة الصور.

وسبب أخر لكثرة أنواع الملفات، هو اختلاف الصور من حيث عدد الألوان التي تحتويها، فإذا كانت الصور تحتوي علي ألوان أقل فيمكن استغلال هذه الخاصية في تقليل حجم الملف.

أنواع الملفات:

TIFF - Tagged Image File Format
هو التنسيق الأكثر مرونة، ويمكن ضبطه كضغط فقد أو بدون فقد، فتفاصيل خوارزمية حفظ الصورة ضمن الملف، وغالباً ما تكون غير مضغوطة ونتيجة لذلك حجم الملف يكون كبير جداً، بل الأكبر في جميع أنواع ملفات الصور، وأحياناً تستخدم خوارزمية ضغط بدون فقد تدعى LZW ، لكنها غير مدعومة عالمياً بشكل واسع.

PNG - Portable Network Graphics
هو أيضاً يحفظ الصور بدون فقد، وعلى عكس TIFF يبحث عن أنماط من الصورة التي يمكن أن تستخدم في ضغط الملف، كما إن الضغط قابل للعكس أي استرجاع الأصل.

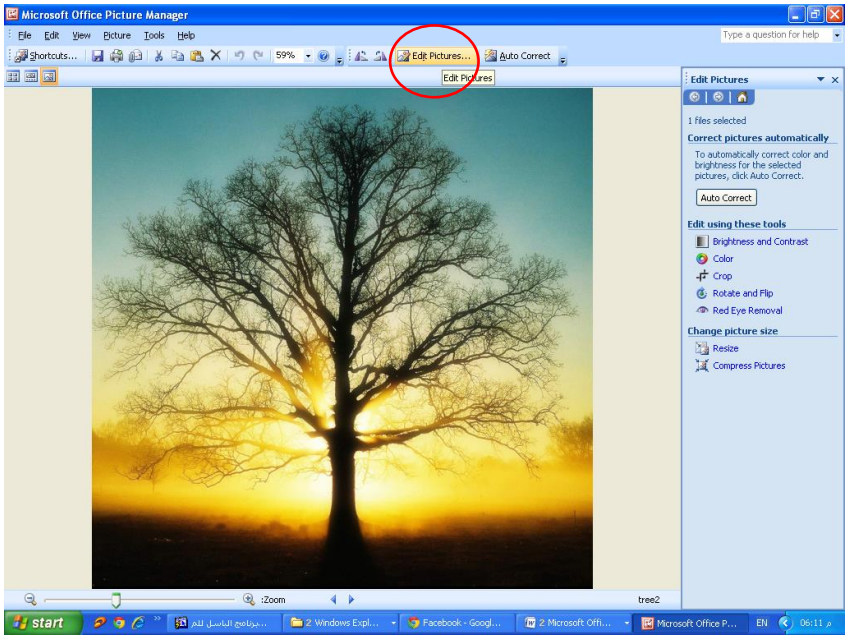
GIF - Graphics Interchange Format
هذا التنسيق ينشئ لوحة ألوان من 256 لون من أصل 16 مليون لون، فإذا احتوت الصورة على أقل من 256 لون فتبقى الصورة كما هي، ولو احتوت الصورة على ألوان أكثر تنشي الخوارزمية لوحة من الألوان المتاحة 256 لون، وتحقق هذه الصيغة الضغط بطريقتين، الأولى : تقليل عدد الالوان في الصورة مما يقلل " البت (Bit) في كل بيكسل (Pixel)"، والثانية : إستبدال الأنماط الشائعة مثلاً بدل من حفظ "red, red, red, red, red" فإنه يحفظ"5 red" ، وفي حالة الألوان الحقيقية قد تفقد هذه الصيغة "99.998%" من الألوان.

JPG - joint Photographic Group
هي الصيغة الأمثل للصور الفوتغرافية، والصور التي تحتوي على الوان عديدة، تحقق نسب ضغط مذهلة مع الحفاظ على جودة الصور، كما يسمح بضبط مستوى الضغط، فبإمكانك إختيار الضغط وحجم الملف المناسبين، في هذه الخوارزمية يتم تحليل الصورة وتجاهل المعلومات التي لا تلحظها العين البشرية.

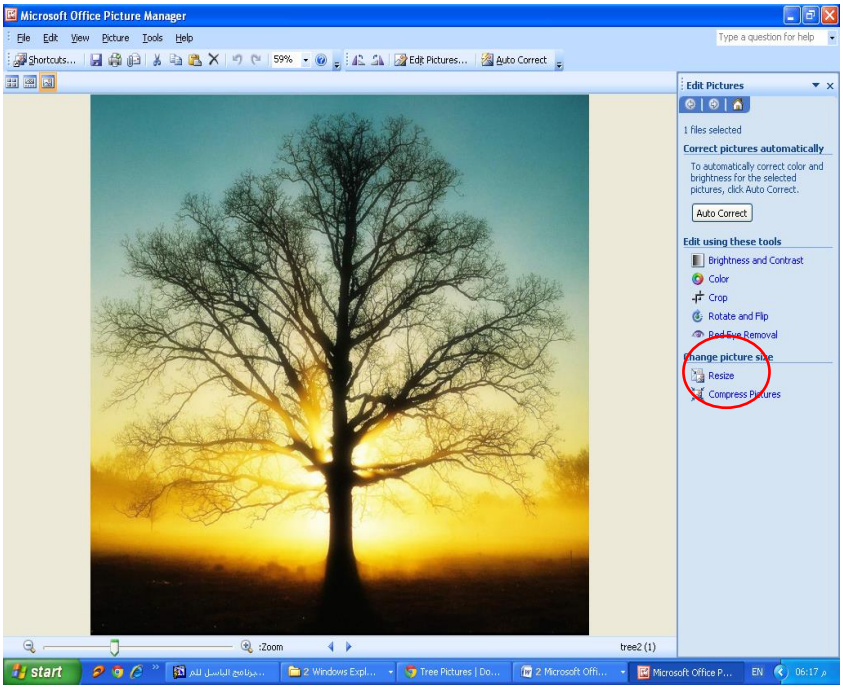
BMP
تأكد دائماً من حفظ عملك بصيغة TIFF أو JPG لأن هذه الصيغ ثابتة، بعكس صيغ البرامج التى لها حقوق وقد تتغير.
صيغتي JPG و GIF المستخدمة في معظم صفحات الويب والمدعومة من جميع المتصفحات، عكس TIFF الغير معتمدة على نطاق واسع في الويب و صيغPNG و GIF تسخدم لحذف خلفية الصورة، وصيغة GIF تستخدم في صنع صور متحركة لمجموعة من الاطارات، وتبقي JPG المفضلة نظراً للحجم المناسب والجودة العالية.

4ب: التقط صورة بواسطة الكاميرا الرقمية المتوفرة بالقاعة ، وقم بتنزيلها على جهاز الكمبيوتر الخاص بك (معظم الكميرات الرقمية تخزن الصور بصيغة jpg تلقائيا) ثم:

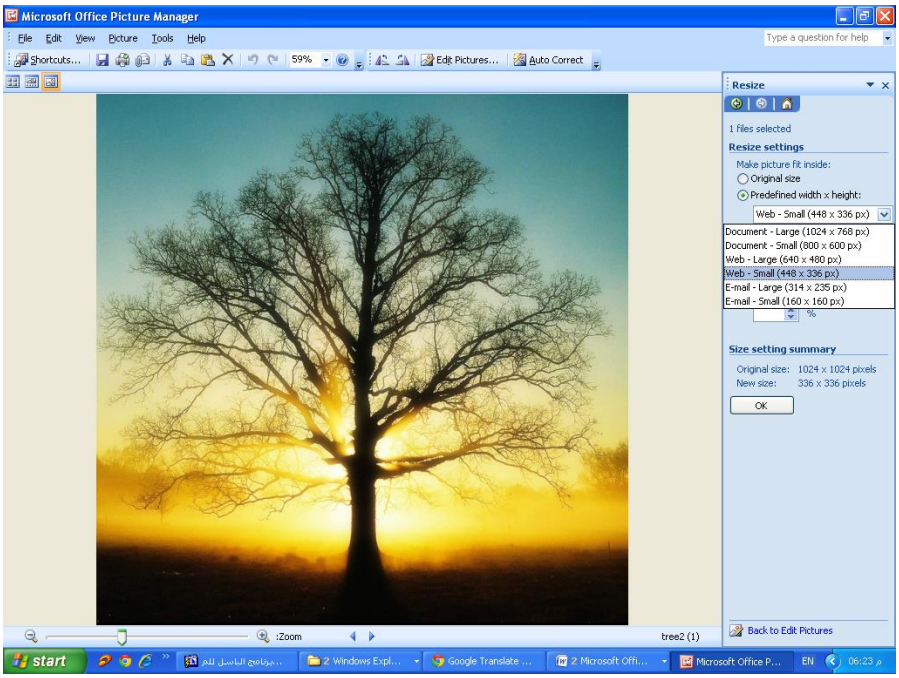
- افتح الصورة بواسطة لرنامج معالجة الصور (Microsoft Office Picture Manager).
- ثم اضغط على مستطيل تحرير الصور (Edit Picture)



- ثم اختار تغيير الحجم (Resize)



- يمكنك اختيار الحجم (Web – Small 448 x 336 pix) ولكن يفضل دائما ان يكون الحجم (650×850) ثم (OK) بعد ذلك اضغط على زر التخزين (save)



بهذه الطريقة يكون حجم الصورة مناسب لرفعه على صفحة مؤسستك على الفيس بوك. ناقش مع زملائك من نفس المؤسسة ما هي الصور التي تريد أن ترفعها على صفحة المؤسسة ؟ وهل هذه الصور بحاجة الى تحرير ام لا؟

يمكن استخدام محرر صور عن طريق الانترنت دون الحاجة الى تنزيل البرامج على الجهاز، مثل موقع http://pixlr.com/ والذي يوفر جميع الأدوات الأساسية لتحرير الصور إضافة إلى العديد من الأدوات الاحترافية الأخرى

مهمة # 5 : التعرف على طرق جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف على Facebook

5أ : بعد ان تعرفت على كيفية انشاء حساب على الفيس بوك وخصائص وميزات هذه الاداة، لماذا باعتقادك تحتاج مؤسسات المجتمع المدني التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي؟ فكر وناقش مع المجموعة حاجة مؤسستك لشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك ؟ وسوف نستمع لرأيك ونسجل اجاباتكم على اللوح القلاب.

5ب : كيف نزيد عدد المتابعين (المهتمين/ الجمهور المستهدف) لصفحة المؤسسة على Facebook ، اقرأ النص التالي وسوف نستمع لرأيك حول اهم الاسباب التي تدفع المتابعين للاعجاب بصفحة مؤسستك او القضية التي تعمل مؤسستك عليها

تقدم وسائل الاعلام الاجتماعية طرق مباشرة لمساعدة مؤسسات المجتمع المدني في توجيه رسائلها لاستقطاب الجمهور المستهدف المحتمل لبرامجها وأنشطتها بسهولة بدون تكاليف، حيث يساعد تواجد المؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي الترويج لنشاطاتها وزيادة الوعي وتثقيف حول العديد من القضايا الهامة وتسويق منتوجاتها وحشد التاييد للقضايا العامة، وليس فقط في الحصول على التبرعات او الدعم والتأييد.

عندما تُطلق صفحتك، ابدأ بطلب الإعجابات (Likes.) إن الحصول على الإعجابات هو الخطوة الأولى لبدء التفاعل مع صفحتك، وهو أهم دور لمدير الصفحة .إبدأ بعائلتك وأصدقائك، بأعضاء مجلس الإدارة، وبالمنظمات الحليفة .من المفيد أن تفكّر لماذا يقوم معجب بالإعجاب (Like) بصفحتك:

- لإظهار الدعم لحملتك، منظمتك، أو قضيّتك.
- للحصول على المعلومات أولاً.
- لمعرفة كيفية التفاعل مع حملتك.
- لإقامة شبكة علاقات مع الذين يشاركونه الإهتمامات.
- ليشعر بأنه جزء من إحداث التغيير.

في كل مرة يقوم أحد بالإعجاب (Like) بشيء على صفحتك، سوف يظهر حديث عن ذلك في شريط أخباره لكي يتمكن أصدقائه من رؤية ذلك .ويقوم هذا بجذب الإنتباه الى صفحتك لدائرة أوسع من الأشخاص. للحفاظ على تقدم صفحتك بشكل منتظم، اتبع خطوات سلسلة **اجذب -ارتبط -ادعو للتحرّك لعمل نشاط أو اتخاذ موقف (تعليق، اعادة توجيه، المشاركة،...الخ).**

يمكنك إنشاء شبكتك من خلال البحث وتفضيل صفحات مجموعات/ منظمات التي تعمل من أجل قضايا مماثلة في بلدك وعلى الصعيد العالمي أيضا.

الخطأ الكبير الذي تقوم به العديد من المنظمات هو أنها لا تولي اهتماما لما يمكن ان يحدث بعد أن يقوم الآخرين بالنقر على زر "Like". انك تريد العمل على إنشاء جيش من "المشجعين المتميزين"، أو سفراء لأعمالك ورسائلك ينشرونها عبر الفيس بوك إلى جيرانهم. إن دفع المعجبين بك إلى درجة أعلى على سلم الحب - إلى الولاء، والقيادة، والتبشير - يتطلب انخراط كامل وبناء علاقة.
سر النجاح في ذلك هو إشراك الناس عن طريق نشر أسئلة جيدة.
"علق دائما" على صفحتك على الفيس بوك. انت بحاجة إلى التعليق السريع والمتكرر والرد على الجميع.
لست بحاجة الى أن تعيش على الفيس بوك لتكون فعالا! نصيحة أخرى نقدمها لك هي تكرار الأشياء التي أثبتت جدواها. إن المشجعين لا يقومون بقراءة كل ما تنشره لذلك إذا كنت تتعقب كل أمر تنشره، سيكون لديك شعور بما كانت نتيجته مميزة، ببساطة قم بتكريره.
وأخيرا، تشير البحوث إلى أن نشر مشاركات أقصر، ومشاركات مع صور، والنشر بعد ساعات العمل يؤدي على زيادة المشاركة.

5ج: اقرأ النص التالي والذي يبين الخطوة الاولى من سلسلة **اجذب -ارتبط -ادعو للتحرّك لعمل نشاط أو اتخاذ موقف (تعليق، اعادة توجيه، المشاركة،...الخ)**، ثم قم بفتح صفحة مؤسستك التي تم انشائها في المهمة رقم (3) ثم ابدأ بدعوة جميع معارفك/ شبكتك من خلال ارسال رسالة الالكترونية لدعوتهم للمشاركة.

اجذب من خلال التركيز على الأشخاص الذين تعرفهم. قم بإخبار أصدقائك، عائلتك، وداعميك المقربين عن الصفحة عبر القنوات التي تتشاركونها. ويشمل داعموك المقربون الأشخاص الذين يعرفون مسبقاً منظمتك، قضيّتك ، أو حملتك بمن فيهم المتطوعين، الموظفين، والمتعاونين. بعد أن تكون قد جذبت مجموعتك الداخلية للصفحة، قم بتطوير إستراتيجية لجذب أصدقاء معجبيك، أو حتى الأشخاص الذين لا تعرفهم .وإحدى الطرق للقيام بهذا هي ان تطلب من معجبيك ببساطة مشاركة صفحتك مع أصدقائهم.

ترويج صفحتك على الفيس بوك خارج نطاق الانترنت تتساوي في الاهمية. أضف كلمة "اعجاب" على بطاقات الأعمال الخاصة بالمنظمة أو استخدم لافتات كتب عليها "اعجاب" في الانشاطات أو المناسبات العامة التوعية.



5د : بناء على الخطوة الثانية والثالثة من سلسلة **اجذب -ارتبط -ادعو** للتحرّك لعمل نشاط أو اتخاذ موقف (تعليق، اعادة توجيه، المشاركة،...الخ) والموضحة في النص التالي، ما هي خطة العمل التي ستنفذها عندما تعود الى مؤسستك لجذب المزيد من المعجبين؟ اكتب مسودة خطة العمل وفي المجموعة الكبيرة سوف نستمع الى خطتك

إرتبط : بعد أن يصبح لديك عدداً لا بأس به، قم ببدء التفاعل عبر نشر المحتوى الذي يريد الآخرين مشاركته، الإعجاب بروابطه، صوره، الفيديوهات وإستطلاعات الرأي، إلخ.. قم بالرد على التعليقات والإجابة على الأسئلة بأسرع ما يكون. تذكر ان تبقي محتواك مرتبطاً بمهمتك وأهدافك.
إدعو للتحرك :عندما تصبح جاهزاً، ادخل الدعوة الى التحرك في محتواك ووفّر مجموعة من الطرق التي يستطيع معجبوك من خلالها الإشتراك في مساعدتك على تحقيق أهدافك، إما على الإنترنت او خارج نطاق ذلك .بعض الدعوات للتحرك قد تشمل:

- التسجيل والإنضمام الى نشرتنا الإلكترونية
- الإنضمام الى إعتصامنا أو حملتنا (والإرتباط بالحدث)
- توقيع عريضة أو التصويت أو عرض المعلومات ذات العلاقة

يمكنك الرجوع الى مصادر اضافية متخصصة حول إنشاء صفحات فيسبوك ذات تأثير:
https://docs.google.com/a/smex.org/file/d/0B3WbR3Dqb8t3dEVnZEhEYzRTSTZscDktWGxZLUpRQQ/edit?pli=1

اليوم الثاني:

مهمة # 6 : انشاء حساب على YouTube

6أ : ناقش مع زملائك في نفس المجموعة أهمية توثيق الأحداث والبرامج والأنشطة عن طريق الفيديو التي تنفذها مؤسسات المجتمع المدني في مناطق عملها والتي عادة ما تكون غير مغطاة من قبل وسائل الاعلام المختلفة؟ وكيف نستفيد من موقع YouTube للترويج لمنظمات المجتمع المدني؟ وسوف نستمع لرأيك ضمن المجموعة الكبيرة.

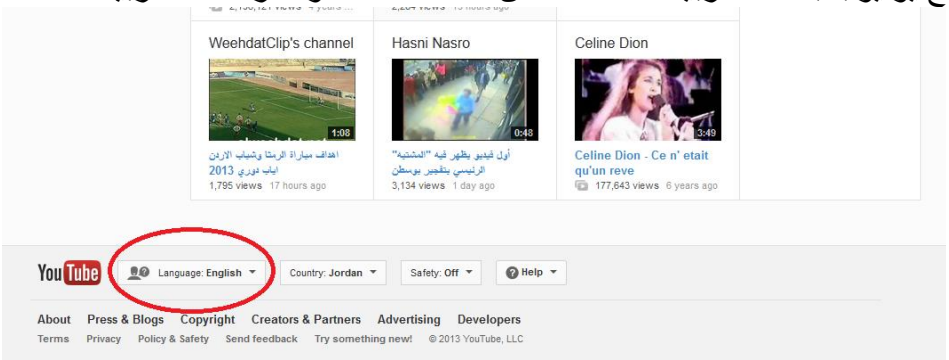
لماذا يوتيوب؟

يمكن لمنظمات المجتمع المدني استخدام مواقع مشاركة الفيديوهات كأداة لكسب التأييد لقضية معينة والتواصل حول نشاط معين أو حتى لغايات التدريب. هناك العديد من الأسباب المهمة التي تدعو منظمات المجتمع المدني لاستخدام هذه المواقع ومن هذه الاسباب ما يلي:

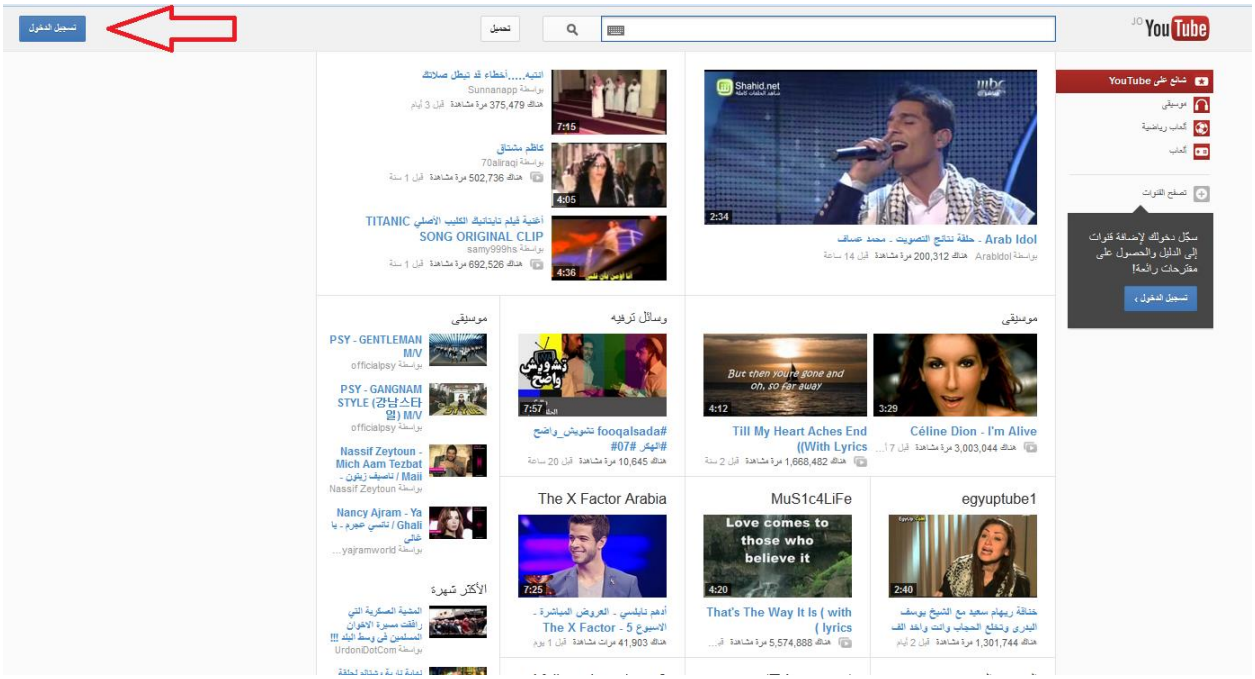
1. الانتشار والتواصل: فمن خلال نشر الفيديوهات خصوصاً القصيرة يجعل زوار هذه المواقع يتحدثون عنها ويبقون على تشارك فيما بينهم من خلال التعليقات والردود، كما يبقيهم مطلعين على كل ما هو جديد فيما يخص نطاق عمل المنظمة.
2. إيصال رسالة المنظمة: من خلال نشر هذه الفيديوهات وضمها إلى الموقع الإلكتروني أو المدونة أو Facebook و Tiwtter يزيد من عدد مستقبلي الرسالة وعدد الداعمين لتحقيق أهداف المنظمة.
3. إيصال الحقيقة: التعبير من خلال الفيديو يكون واقعي أكثر وذو مصداقية أكبر من الكتابة فقط، كما أن موقع يوتيوب ينشر جميع الفيديوهات (ضمن سياسة واحدة وواضحة) على عكس وسائل الإعلام التي يمكن أن ترفض نشر فيديوهات معينة بسبب سياسة الدولة الموجودة فيها.

6 ب : كيف تنشا حسابا على موقع YouTube؟ افتح جهاز الكمبيوتر على موقع YouTube (www.YouTube.com) وابدا خطوات انشاء حسابك:

لاستخدام موقع يوتيوب باللغة العربية، حدد اللغة من أسفل الصفحة واختر اللغة العربية:



2 – انقر على تسجيل الدخول في يسار الصفحة كما هو موضح أدناه

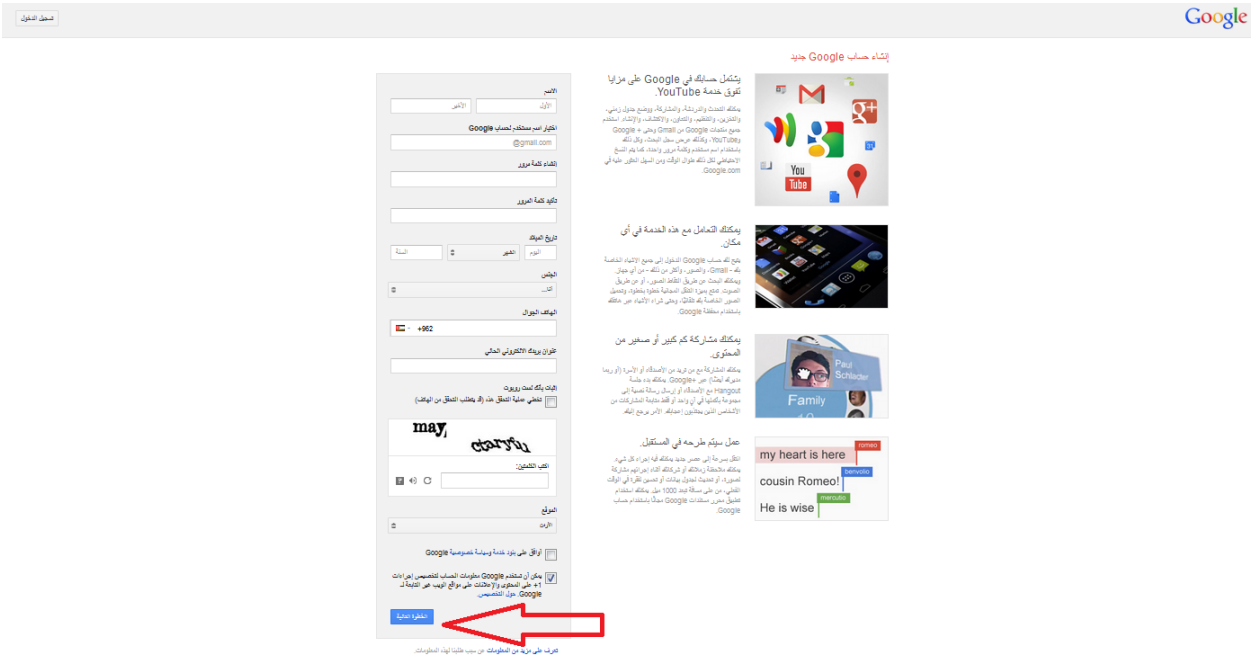


سيتم تحويلك مباشرة الى صفحة الدخول الى حساب جوجل، حيث ان موقع جوجل ويوتيوب هما لشركة واحدة حاليا، إذا كان لديك حساب جوجل مسبقا يمكنك تسجيل الدخول مباشرة.

في حال لم يكن لديك حساب جوجل قم بانشاء واحد جديد باتباع الخطوات التالية:
اضغط على زر (انشاء حساب) والموجود في يسار الصفحة:



قم بتعبئة المعلومات الشخصية ثم نضغط على زر الخطوة التالية:



الخطوة التالية تتطلب وضع صورة او شعار للمؤسسة وذلك بالضغط على المستطيل الاحمر (إضافة صورة الملف الشخصي)، يمكن اضافة الصورة او الشعار لاحقا وفي اي وقت اخر.
ثم نضغط مربع التالي (الخطوة التالية).



بهذه الخطوة نكون قد انشئنا حسابا على موقع المؤسسة على يوتيوب! تظهر رسالة ترحيبية من موقع يوتيوب كالمعروضة أدناه



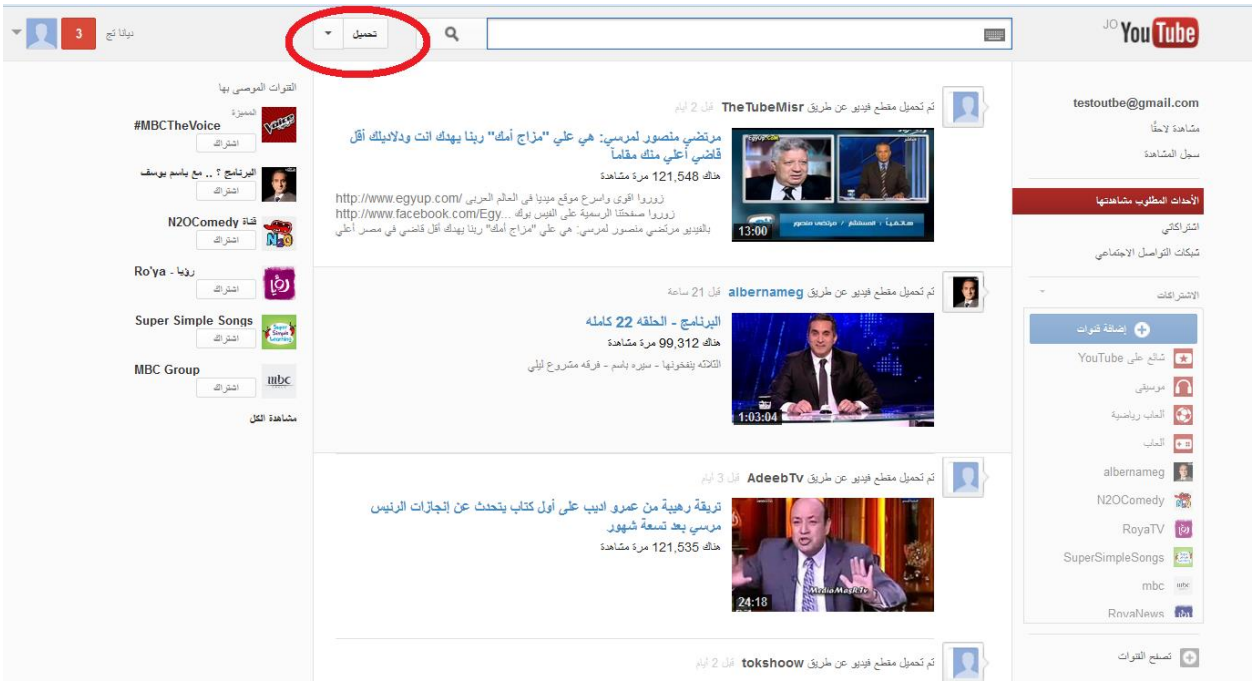
لاستكمال العمل على حساب اليوتيوب استمر واضغط على المستطيل الازرق (**رجوع إلى YouTube**). يمكنك التسجيل في عدد من القنوات المتوفرة امامك على الشاشة او البحث عن قنوات ذات علاقة بمؤسستك... الان تستطيع البدء بتحميل لقطات الفيديو الخاصة بمؤسستك على يوتيوب ومشاركتها مع الاخرين والمهتمين ببرامجكم ونشاطاتكم.

لتحميل الفيديو على حسابك، تأكد من أنك تستخدم أحد التنسيقات التالية للفيديو:

- .MOV
- .MPEG4
- .AVI
- .WMV
- .MPEGPS
- .FLV
- 3GPP
- WebM

إذا كنت تستخدم تنسيق ملف بخلاف التنسيقات المدرجة أعلاه، فاستخدم أداة لتحويل الفيديوهات إلى احد الصيغ السابقة. يمكنك استخدام برامج مجانية لهذا الغرض مثل: Video To Video Converter

6ج : باستخدام الكاميرات الرقمية المتوفرة بالقاعة او بواسطة كاميرا هاتفك المحمول قم بتصوير لقطة فيديو لمدة دقيقة واحد، خارج المبنى الذي يتم التدريب فيه ثم عد الى القاعة وقم بتوصيل الكاميرا مع جهاز الحاسوب ثم حملها على حساب مؤسستكم على يوتيوب من خلال الضغط على زر التحميل (كما هو موضح أدناه) واختيار الملف المراد تحميله.



6د: فكر ماهي الانشطة القادمة التي سوف تنفذها مؤسستكم وتحتاج الى نشر عن طريق YouTube!

مهمة # 7 : التدرب على تصوير الفيديو ورفعه على اليوتيوب

7 أ : شاهد العرض الرقمي التالي حول اهم النصائح حول تصوير لقطات فيديو ناجحة. وهل قمت بتطبيق أي من هذه النصائح عند تصوير لقطة الفيديو في النشاط السابق؟

نصائح سريعة لتصوير مقاطع فيديو ناجحة

تتيح التكنولوجيا الحديثة لمنظمات المجتمع المدني فرص لا تقدر بثمن لتوثيق الأحداث والبرامج والأنشطة التي ينفذونها والتي تجري بعيداً عن كاميرات المراسلين والصحفيين، حتى أصبحت المقاطع غير الاحترافية مادة إعلامية مقبولة على نطاق واسع، وربما أكثر صدقاً وتأثيراً مما تلتقطه كاميرات المراسلين المحترفين. لكن الكثير من هذه المقاطع يعاني من مشكلات تقنية قد تجعلها غير قابلة للعرض، مع أن الأمر لن يتطلب أكثر من التعرف على بعض المبادئ الأساسية والتي بدورها ستسهل عملية التصوير وتعطي لمقاطع الفيديو الخاصة بك طابع احترافي:

1. حاول التصوير بأفضل كاميرا متوفرة لديك فبعض كاميرات الهاتف النقال وكاميرات الفيديو المحمولة أصبحت قابلة لالتقاط الأفلام بدقة عالية، وهي قريبة جداً من الكاميرات التي تستخدم للتصوير التلفزيوني، لذا يمكنك بهذه الكاميرات الصغيرة والرخيصة الثمن توثيق الأحداث بدقة عالية قد تصلح للاستخدام في أفلام وثائقية احترافية تبقى للأبد.

2. أكثر الأخطاء شيوعاً هو الاهتزاز، حاول قدر المستطاع تثبيت يدك التي تحمل الكاميرا باليد الأخرى، وإذا لم تكن مضطرا للتحرك من مكانك فأسند يدك إلى شيء ثابت كالجدار، أو استخدم الحامل ثلاثي الأرجل (Tripod) ما أمكن، أما إذا كنت تلتقط صوراً فوتوغرافية ثابتة بكاميرا رقمية (مثل الهاتف المحمول) فتذكر أن سرعة الغالق (Shutter Speed) بطيئة نسبياً، وعليك تثبيت يدك لأكثر من ثانية بعد التقاط الصورة دون أي اهتزاز.

3. تجنب الحركة السريعة قدر المستطاع، فالبعض يحرك يده بالكاميرا جيئةً وذهاباً لتصوير أكبر مساحة ممكنة من الحدث. الحركة السريعة مقبولة فقط عندما تضطر للحاق بحدث سريع ومفاجئ، اسعى لجعل حركة الكاميرا بطيئة عندما تريد إعطاء المشاهد فكرة عامة عن المكان.

4. حاول أن تتخذ وضعية تكون فيها الشمس خلف ظهرك عندما تصور، بحيث تسقط الإضاءة على ما تصوره وليس على الكاميرا.

5. حاول عدم توجيه الكاميرا من مكان يحظى بإضاءة عالية إلى مكان معتم (أو العكس) وبسرعة كبيرة. اجعل الحركة سلسة ما أمكن كي تتمكن العدسة من تعديل قياس فتحتها تلقائياً دون أن يفوتها تصوير أي شيء.

6. عندما تستخدم كاميرا رقمية (بما فيها كاميرات المحمول) فلا تستخدم التقريب (Zoom In) إطلاقا لأنه سيستهلك دقة الصورة كثيراً.

7. احذر من احتكاك أو اصطدام أي شيء بالكاميرا أثناء التصوير حتى لو كانت أصابعك، فهي تصدر صوتاً يلتقطه الميكروفون بحساسية عالية.

8. إذا أردت تسجيل مقابلة مع شخص ما فانتبه للضجيج العام من حولك كي لا يكون طاغياً على صوته.

9. أبرز هوية المكان بالتقاط لقطة عامة للشارع الذي تتواجد فيه، فهذا يزيد من مصداقية عملك ويدفع عنك اتهامات الفبركة والتزوير.

10. إذا كان من المهم توثيق مكان وزمان الحدث؛ قم بتوجيه الكاميرا إلى الصفحة الأولى من جريدة اليوم مع التركيز على التاريخ، كما يمكنك تصوير لافتة تدل على اسم الحي أو الشارع، ولكن يجب أن تكون هذه اللقطات متصلة مع الفيلم نفسه في لقطة واحدة ومستمرة كي تكتسب مصداقيتها.

11. احذف الصور والأفلام القديمة من الكاميرا بعد تحميلها على جهاز الكمبيوتر كي تترك مساحة أكبر في ذاكرة الكاميرا واحتفظ في جيبك ببطارية وبطاقة ذاكرة (Memory Card) إضافيتين للحالات الطارئة.

12. احتفظ بنسخ احتياطية لما تلتقطه عدستك، وإذا تمكنت من التقاط صور أو فيديو بكاميرا هاتفك المحمول، قم بإرسال الملفات عبر البلوتوث إلى أجهزة الجمهور المستهدف او قم بتخزينها على جهاز الحاسوب..

7 ب : بواسطة الكاميرات الرقمية المتوفرة بالقاعة او بواسطة كاميرا هاتفك المحمول قم باعادة المشهد الذي صورته في مقطع الفيديو السابق ولمدة دقيقة واحدة ايضا مراعيا النصائح السابقة. قارن مقطع الفيديو هذا بالمقطع الذي صورته مسبقا. سوف نأخذ مثال او مثالين من عمل المشاركين ونعرضه امام الجميع. وسوف نستمع لرأيك امام المجموعة.

7 ج: ما هي نشاطات منظمتك القادمه؟ وما هي خطتك لتوثيق تلك النشاطات؟ في المجموعة الكبيرة سوف نستعرض الخطط الخاصة بمنظمتك وسوف نقدم الاقتراحات لبعضنا البعض.

المهمة #8: التعرف على طريقة جذب المهتمين/ الجمهور المستهدف على YouTube

8أ: ما هي مواصفات واهتمامات الجمهور المستهدف والذي سوف يتابع القناة الخاصة بمنظمتكم على YouTube؟ بمشاركة زملائك من نفس المؤسسة ناقش مواصفات واهتمامات جمهورك المستهدف. اكتبها على اللوح القلاب وسوف نستمع لرايك.

حدد جمهوك المستهدف

دوماً يجب المعرفة بوضوح خصائص الجمهور المستهدف والتأكد من أن مقاطع الفيديو تحتوي على مادة قيمة ومثيرة لاهتمام هذا الجمهور. مثلا موظفي الحكومة وطلاب الجامعات ورجال الأعمال وربات البيوت لديهم اهتمامات ومصالح مختلفة فالتواصل معهم يتم بأساليب مختلفة. كما ويجب جعل الجمهور محدد بطريقة هادفة فمن غير المنطقي أن تكون الفئة المستهدفة هي العالم بأكمله لأن الرسالة التي يتم إيصالها لن تكون ذات أثر قياسي لها. وكلما كان الجمهور المستهدف محدد وواضح أكثر تكون عملية الوصول اليه أكثر فعالية ضمن منهجية واضحة.

8ب : كيف نجذب الجمهور المستهدف لمتابعة حساب المنظمة على YouTube؟ اقرا النقاط التالية حول طرق زيادة عدد المشاهدات لمقاطع الفيديو الخاص بالمنظمة. ناقش مع زملائك طرق اخرى يمكن توظيفها لجذب المشاهدين. وسوف نتبادل الاراء مع المجموعة الكبيرة.

- اختر الاسم المناسب الذي يلخص للناس ما تعمله منظمتك وما تتحدث عنه مقاطع الفيديو الخاص بها.
- أضف الكلمات الرئيسية (Keywords) للعنوان ووصف الفيديو لمساعدة محركات البحث (Search Engine) في الوصول إليه.
- شارك الفيديو الخاص بك على مواقع التواصل الاخرى كالفيس بوك والتوتير واطلب من اصدقاءك التصويت لصالحه لأن هذا سيضيف المزيد من القيمة للفيديو في يوتيوب.

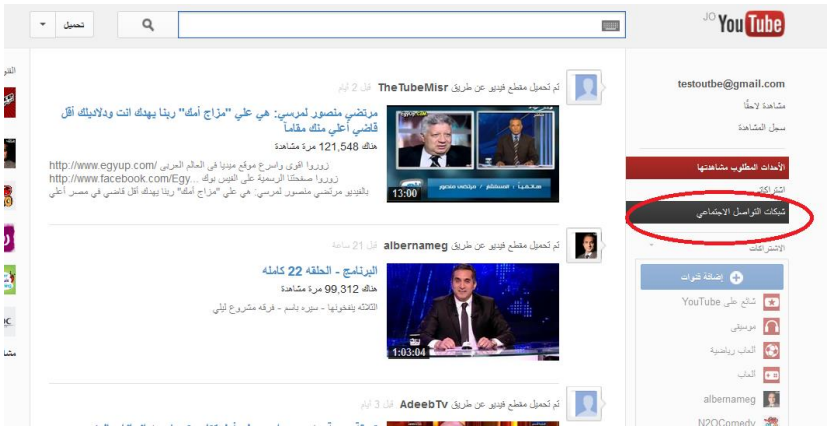
نصائح حول انتاج فيديو خاص بالمؤسسة:
قبل إنتاج أي شيء، قرر ما هي روايتك. ما هي الرسالة التي تحاول تقديمها؟

1. الفيديو المؤثر غالبا لا يتجاوز دقيقتين وفي معظم الأحوال لا يتجاوز ثلاث دقائق.
2. الأمر ليس مجرد إنشاء فيديو بل أيضا بدء محادثة.
3. الصوت يضيف مشاعر
4. عليك الالتزام بالقضايا القانونية والحصول على إذن كتابي لالتقاط صورة أو فيديو لشخص آخر ونشرها على الإنترنت.

5. إذا كنت تستخدم صورة أو مورد تم إنشاءه من قبل شخص آخر، اذكر اسم المبدع الأصلي المقتبس عنه وضع رابط له.

8ج : كيف نربط بين اليوتيوب والفيس بوك

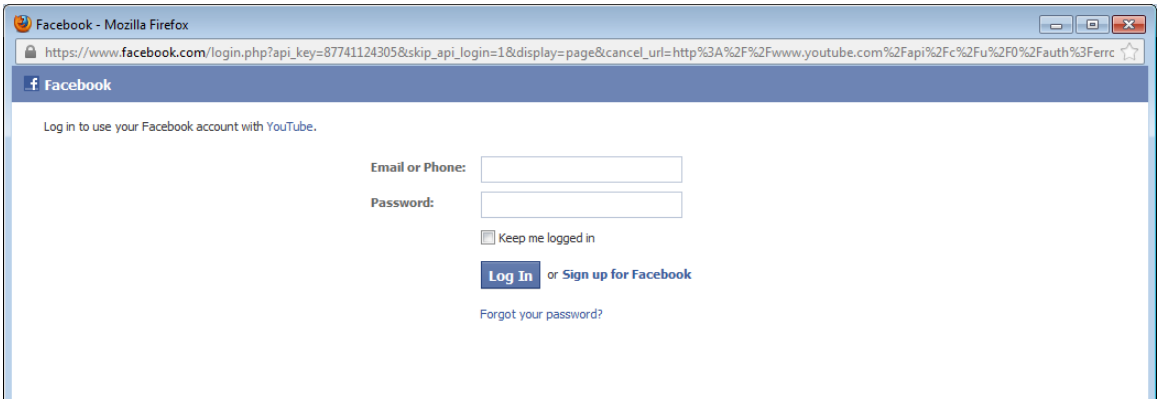
لزيادة فعالية استخدام مواقع التواصل الجتماعي بشكل اكبر يمكن ربط حساب منظمتك على الفيس بوك والتويتر مع قناة المنظمة على يوتيوب ولعمل ذلك اضغط على زر شبكات التواصل الاجتماعي الموجود في القائمة في يمين الشاشة:



تظهر شاشة ربط حساب اليوتيوب بحسابات فيس بوك وتويتر:



عند الضغط على زر (ربط) الموجود بجوار شعار الفيس بوك تظهر شاشة الدخول الى الفيس بوك:



هنا يتطلب منك ادخال معلومات حساب الفيس بوك للتمكن من الاستفادة من خدمة المشاركة التلقائية (Auto Share) والتي تمكنك من مشاركة لقطات الفيديو الخاصة بمنظمتك على حسابك على الفيس بوك وتويتر و + Google. عند تنفيذ إجراءات معينة على موقع يوتيوب، يرسل المشاركة التلقائية تحديثا لأصدقائك/ جمهورك المستهدف في الفيس بوك، وعلى تويتير.

المهمة #9: كيف ننشىء مدونة

9أ: انشاء المدونات عملية بسيطة وغير معقدة ولا تحتاج الى الكثير من الوقت والجهد.

بلوقر أو وورد برس؟!

نقاط حول بلوقر:

- من السهل العمل عليه، كل ما يحتاجه الممارسة!
- يوفر موقع البلوقر مجموعة أدوات لأداء مهمات مختلفة.
- يوفر قوالب متنوعة وواجهات تفاعليه، يمكنك الحصول على قوالب عديدة للبلوقر من مواقع مختلفة.
- العمل على موقع البلوقر لا يتطلب سرعة عالية للانترنت.
- لا يتطلب مهارة تقنية ومعرفة عالية.
- مجاني، لا يتطلب منك دفع اشتراك! إلا ان أردت تغيير رابط المدونة فيمكنك شراء عنوان للمدونة من مواقع مثل GoDaddy، بحيث تدفع قيمة لاتذكر سنويا!
- إذا أردت تطبيق قالب جديد لمدونتك، فان كل التخصيصات والبرمجة السابقة سيتم حذفها تلقائيا!
- البلوقر موقع امن، فالمدونات المنشأة عليه من النادر أن يتم اختراقها!

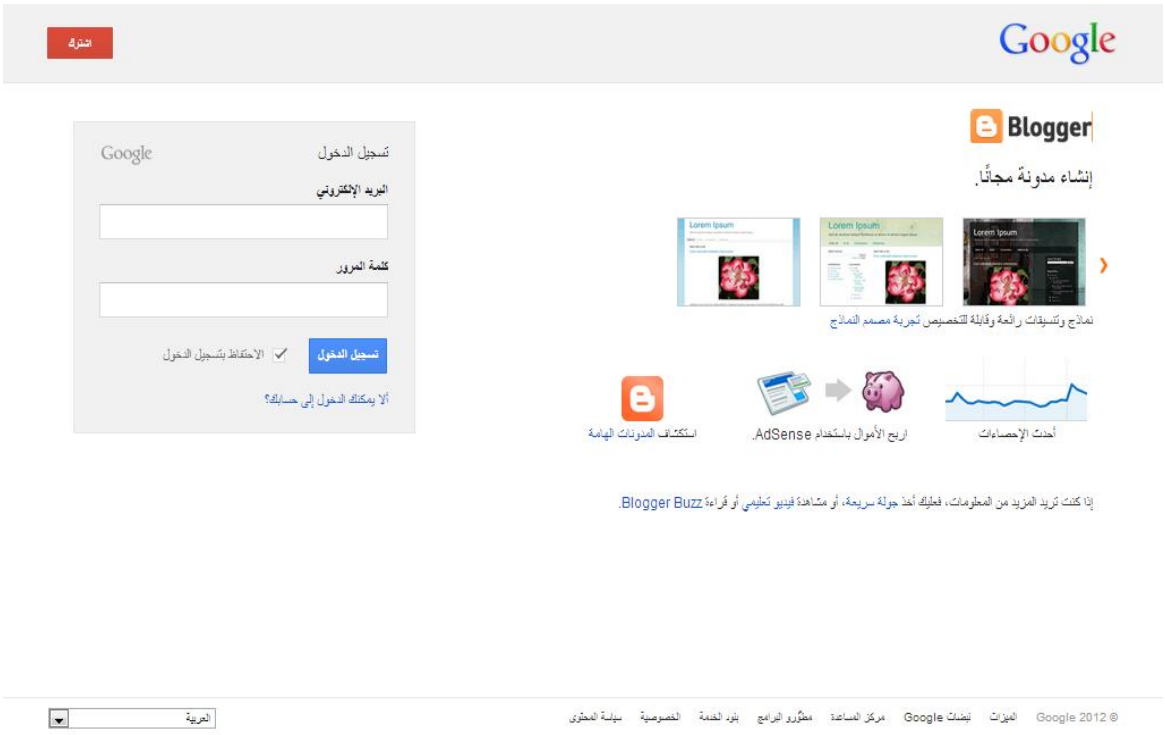
نقاط حول وورد برس:

- يحتاج الوورد برس قليلا من الوقت للتأقلم مع واجهته.
- يوفر الوورد برس مجموعة هائلة من الأدوات لأداء مهمات مختلفة، عليك البحث عمّا تريد!
- العمل على وورد برس يتطلب سرعة انترنت معينة.
- مدونات وورد برس تتطلب جهود تقنية واستثمارية!
- يمكنك أخذ نسخ احتياطية عن القوالب المعدلة والبرمجة الخاصة بمدونتك، بحيث أنه لايتطلب منك إعادة العمل عند تطبيق قالب جديد لمدونتك.
- الوورد برس موقع امن أيضا! لكن التقارير حول عدد المدونات المخترقة يشير إلى أن مدونات وورد برس يتم اختراقها بشكل أكبر. عليك متابعة إعداداتك لحماية مدونتك من الاختراق!

تذكر! النجاح لا يعتمد على منصة المدونة وإنما على محتواها!

لنبدأ بانشاء المدونة!

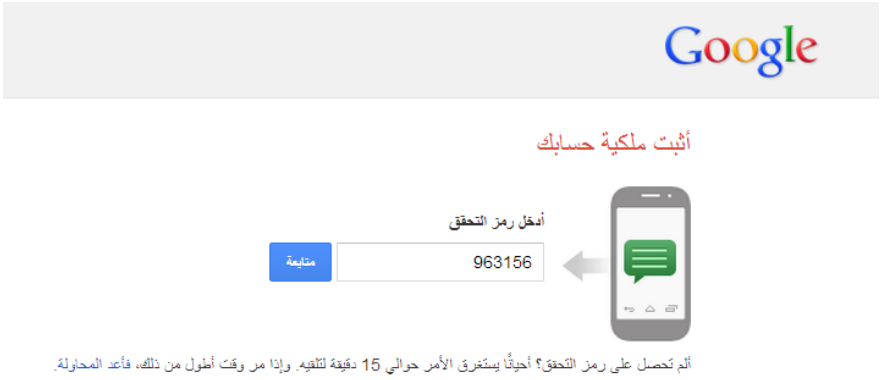
1. اختار احد المواقع المجانية مثل وردبرس (Word Press) او بلوقر(Blogger) او دفتري. ولاغراض التدريب سوف نختار موقع بلوقر(Blogger) ثم نضغط اشترك لانشاء مدونة جديدة



في حال توفر لديك حساب (google) كالذي سبق أن أنشأناه لحساب اليوتيوب، يمكنك استخدام نفس البريد الالكتروني وكلمة المرور لتستطيع انشاء مدونة على blogger.

أدخل معلومات حسابك، قد تظهر صفحة اثبات ملكية الحساب ولعمل ذلك يجب ادخال رقم هاتفك الخلوي وسوف يصلك رسالة نصية تحتوي الى على رقم سري يجب ادخاله في المكان المخصص ثم نضغط متابعة.





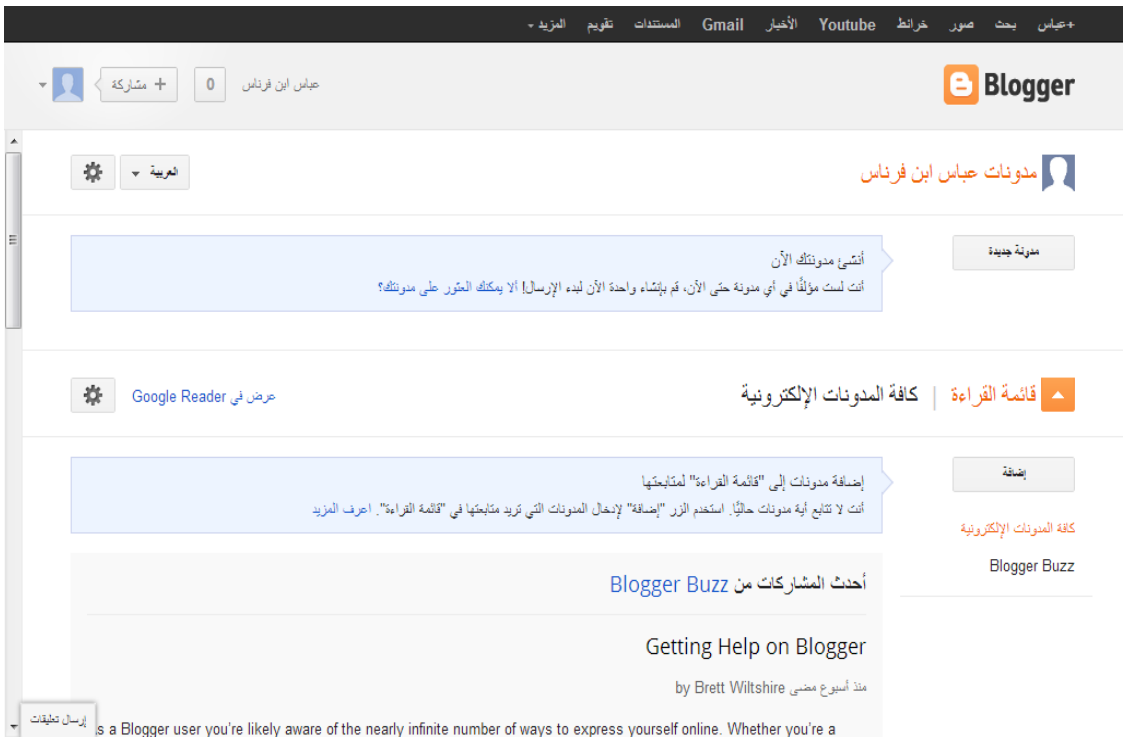
عند تحقيق ملكيتك لحساب جوجل تكون قد أتممت عملية الدخول الى البلوقر!



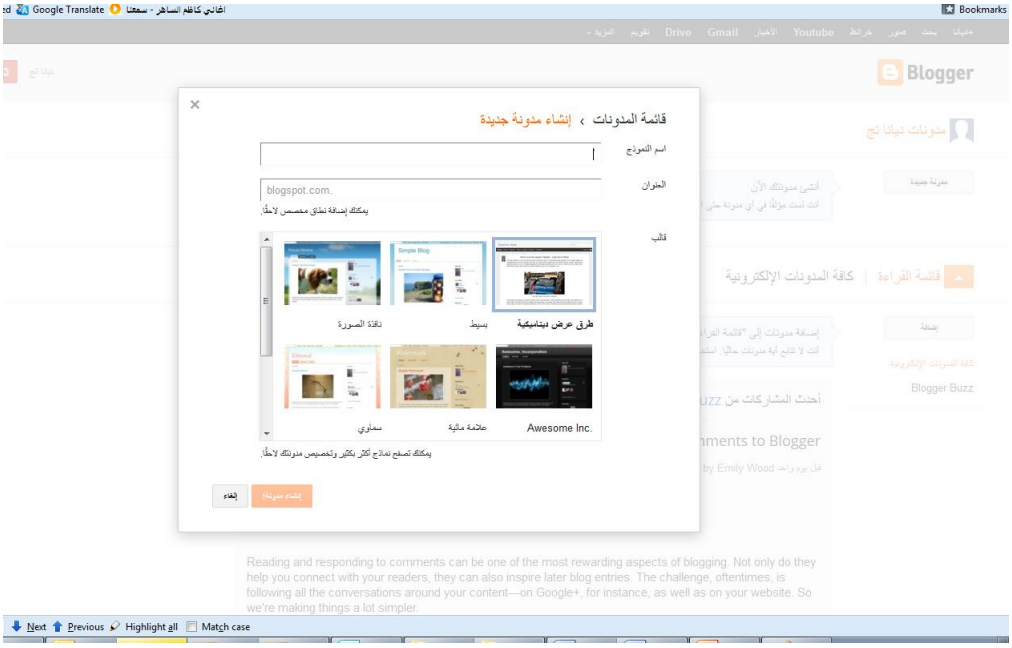
نبدأ بإنشاء الملف الشخصي للمنظمة اما باضافة اللوغو الخاص (Logo) بالمنظمة او باضافة صور تمثل المنظمة ويمكن تخطي هذه الخطوة حاليا. ثم نضغط التالي (الخطوة التالية).



ويمكن تخطي الصفحات التالية والخاصة بتعديل الملف الشخصي والذهاب الى البلوقر(Blogger) حيث يمكنك البدء باستخدام مدونتك الخاصة بمنظمتك وكما هو موضح تاليا، اختر الأمر مدونة جديدة الموجود في يمين الصفحة:

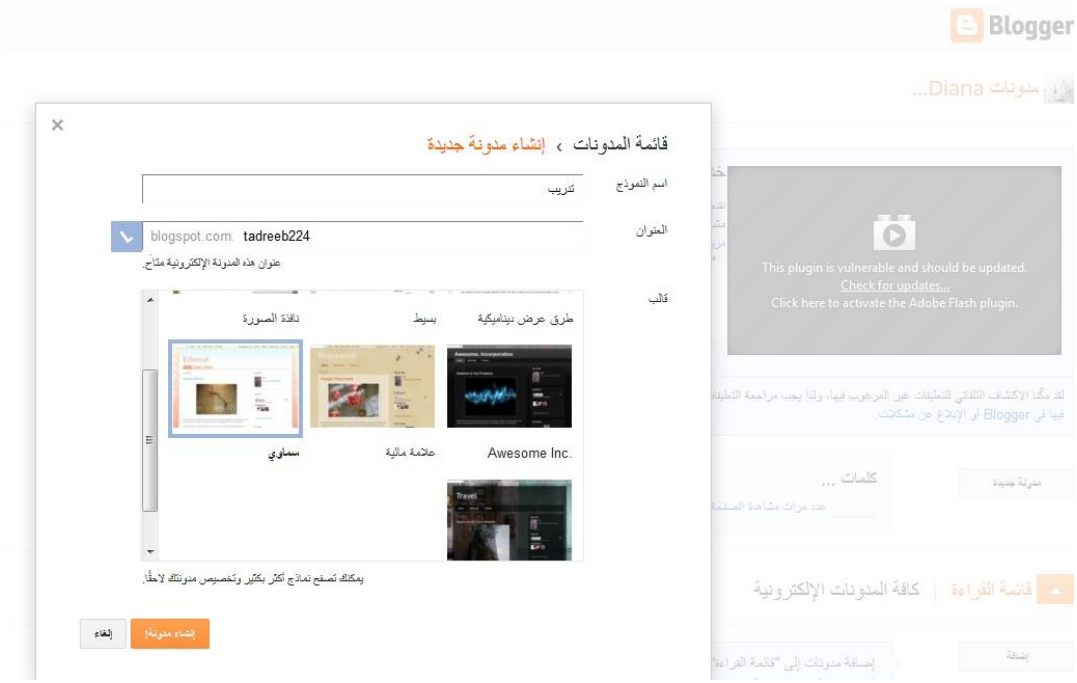


اختر اسم المدونة، عنوانا لمدونتك (URL) واختر القالب الذي تريد أن تظهر به مدونتك، يمكنك تغيير القالب لاحقا:

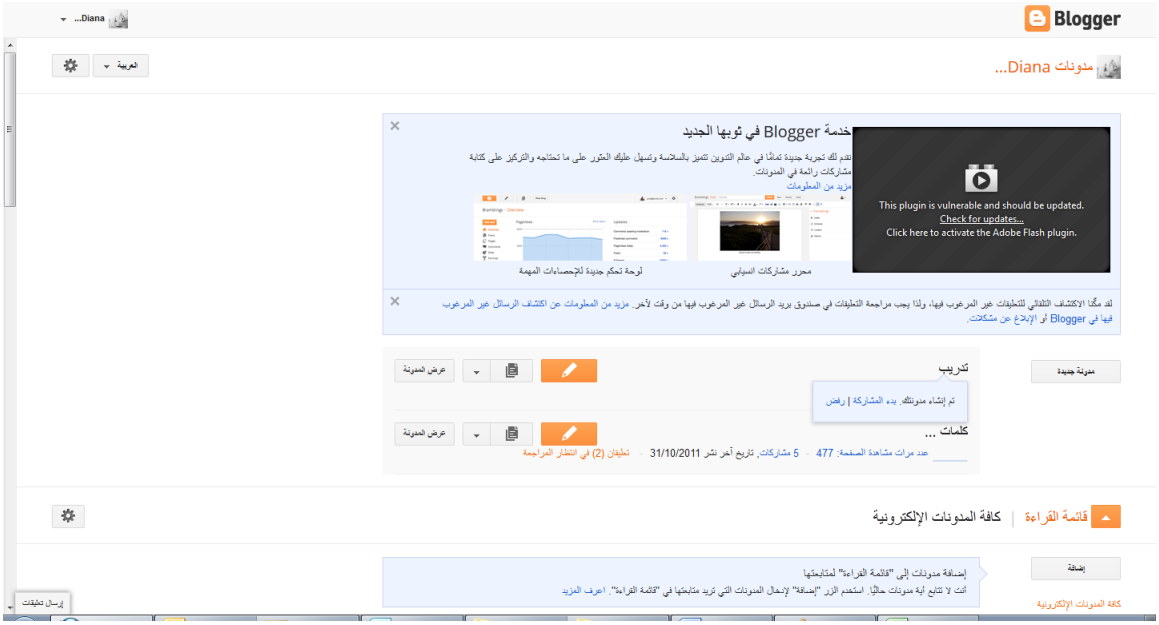


يقوم البلوقر بالتحقق من العنوان (URL) الذي قمت بادخاله، حيث أن العنوان يجب أن يكون فريد لكل مدونة، يطلب البلوقر في حال لم يكن العنوان متوفر أن تختار عنوانا جديدا. يظهر العنوان بالشكل التالي:

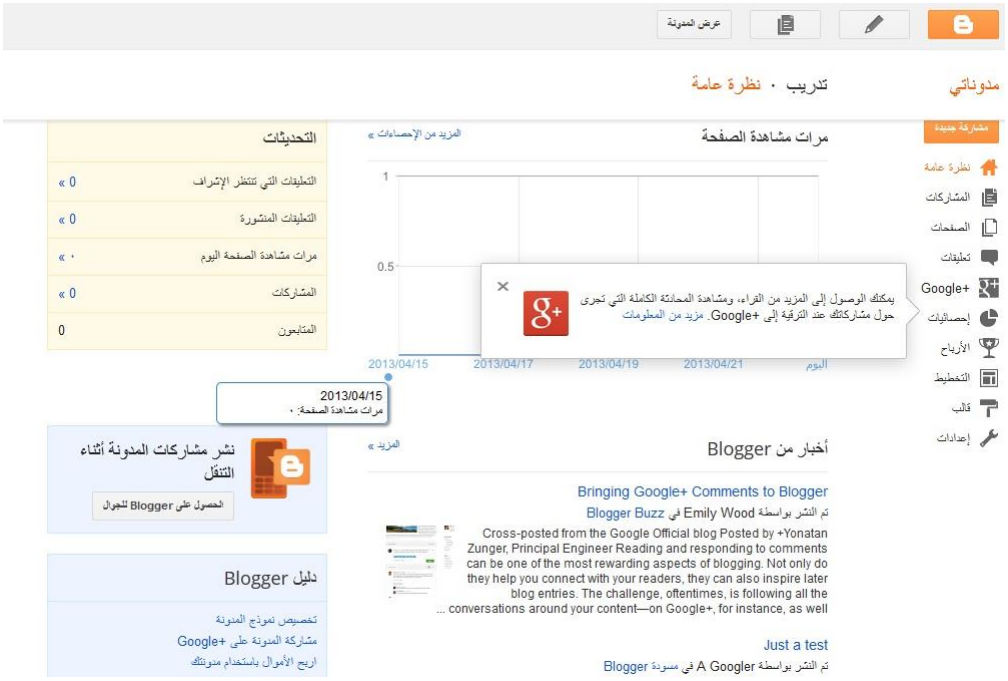
NAME.blogspot.com



اضغط على زر انشاء المدونة، ينتقل البلوغر بك إلى لوحة التحكم الخاصة بك، في هذه اللوحة تترتب المدونات الخاصة بحسابك.



انقر على اسم المدونة لينتقل بك البلوقر الى الصفحة الخاصة بهذه المدونة:



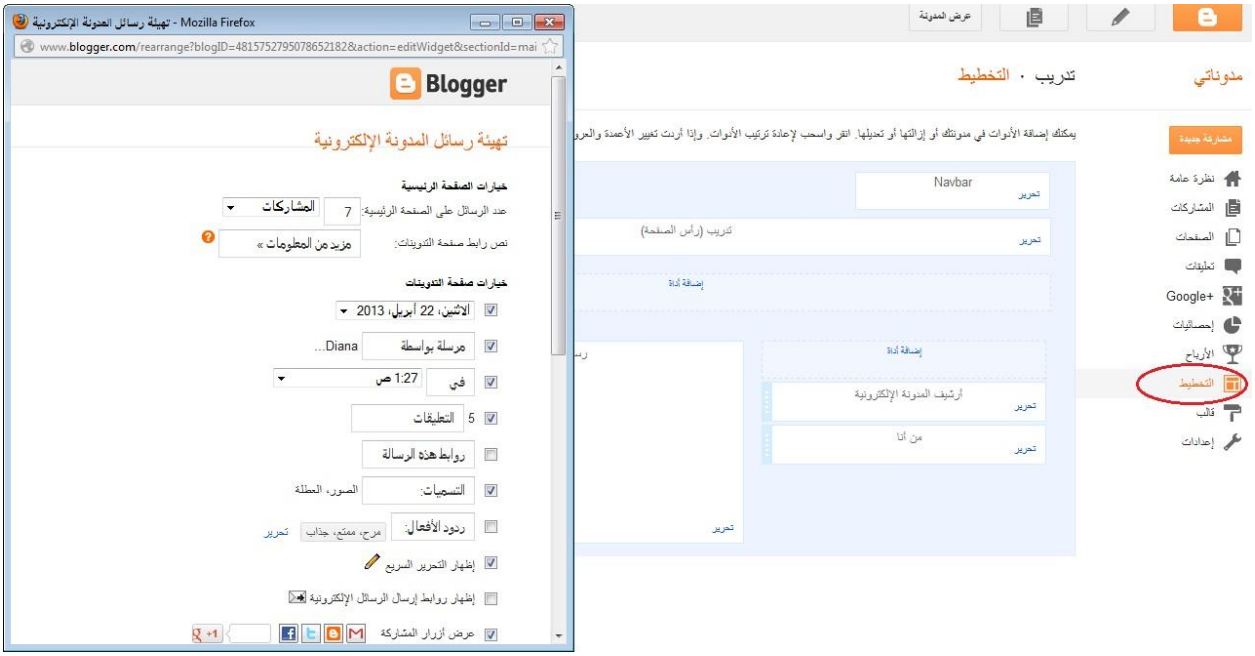
من خلال هذه الصفحة يمكن تتبع عدد مرات مشاهدة صفحتك حسب التاريخ، تعديل اعدادات المدونة، البحث في دليل blogger وغيرها من الأدوات.

للبدء في تصميم شكل مدونتك، اختر التخطيط من القائمة الموجودة في يمين الصفحة:



هذا الخيار يفتح المجال أمامك بتحديد شكل الصفحة، إضافة أدوات أو حذفها كما ترغب!

عند النقر على تحرير بجانب أحد الأدوات، تظهر شاشة تحرير هذه الأدوات مع الخيارات المتاحة لهذه الأداة كما هو موضح أدناه، لكل أداة خيارات مختلفة متعلقة بها.

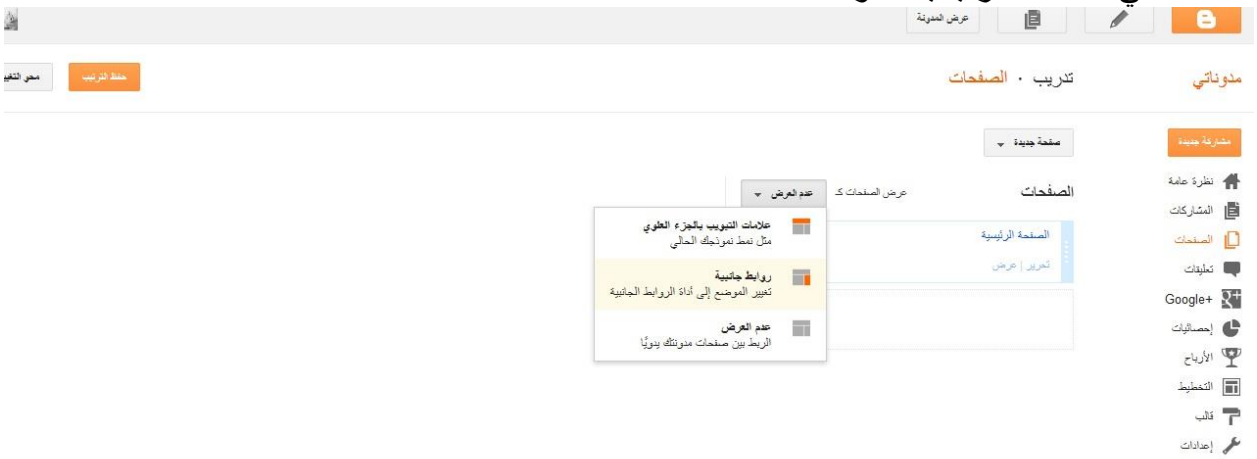


صمم صفحتك كما تريد وعدل الخيارات بما يتناسب وخطتك!
يمكنك معاينة صفحتك في أي وقت بالضغط على زر المعاينة الموجود في زاوية الصفحة. تفتح صفحة المعاينة بشكل منفصل.

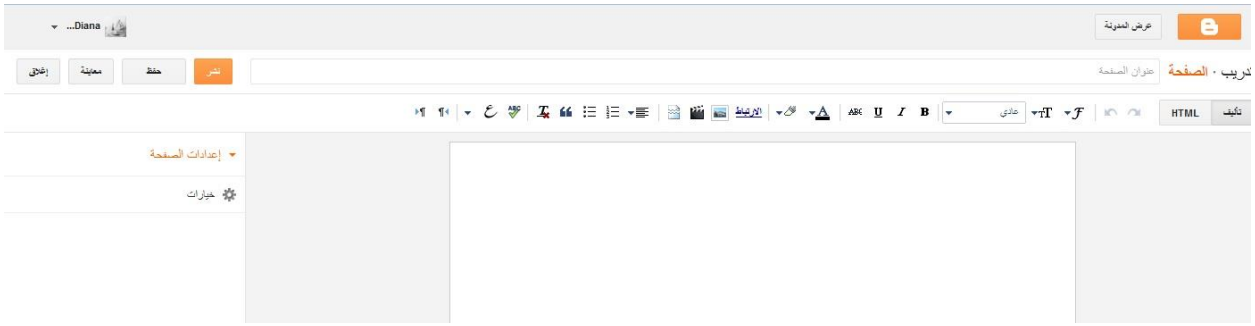
انتبه! لحفظ التغييرات عليك الضغط على زر حفظ الترتيب الموجود بجانب زر المعاينة.



يمكنك البلوغر من إنشاء صفحات متعددة لغايات ترتيب مدونتك، لانشاء صفحات متعددة اختر (الصفحات) من القائمة الموجودة على يمين الصفحة، تظهر لك شاشة انشاء الصفحات. يمكنك تحديد مكان عرض الصفحات في الصفحة الرئيسية لمدونتك.



عند اختيار صفحة جديدة، ثم تحديد صفحة فارغة، تظهر شاشة انشاء صفحة جديدة:

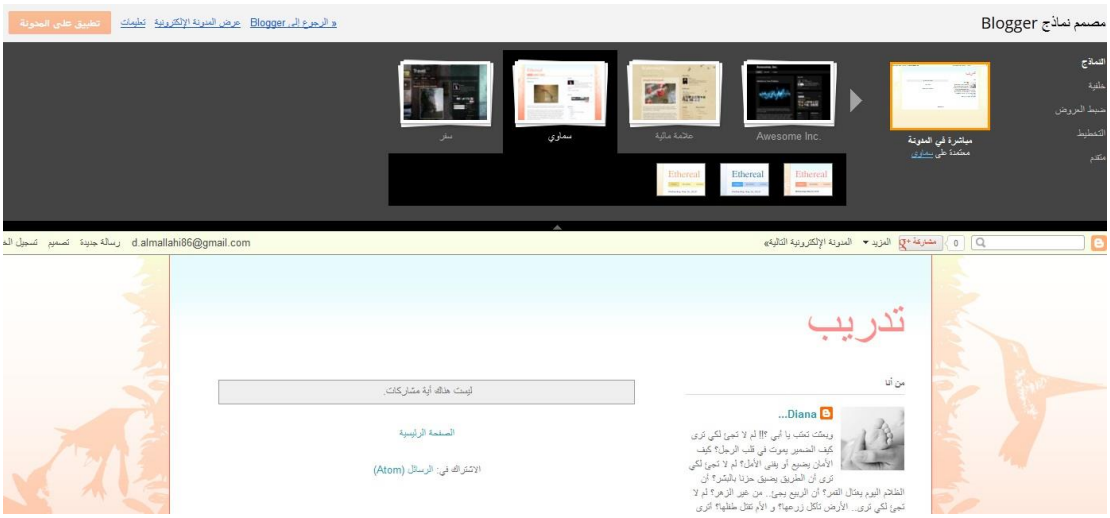


هذه الشاشة تسمح لك بادخال عنوان الصفحة، المعلومات التي تريد اضافتها للصفحة، تنسيق هذه المعلومات بحسب رغبتك. يمكنك انشاء صفحة لاضافة عناوين الاتصال بك مثلا!
بعد الانتهاء من محتوى الصفحة، تذكر أن عليك الضغط على زر حفظ الموجود في زاوية الصفحة.
سيتم عرض رابط للصفحة التي قمت انشائها في المكان الذي حددته مسبقا.

يمكنك استخدام مصمم النماذج لتصميم الصفحة كما تريد، يمكنك الانتقال إلى مصمم النماذج بالضغط على (مصمم النماذج) كما هو موضح أدناه



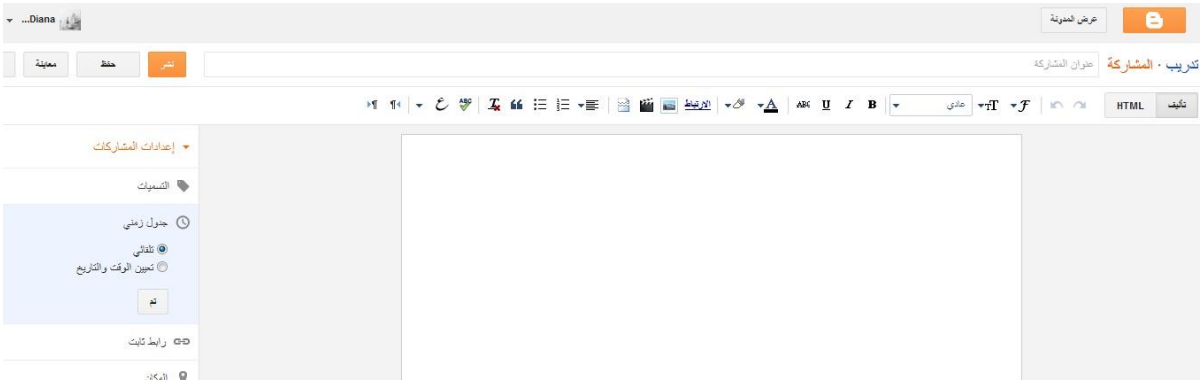
توفر شاشة مصمم نماذج Blogger العديد من الخيارات، كما تسمح لك بمعاينة ماتقوم من إجراءات مباشرة على المدونة في الجزء السفلي من الشاشة.



تنقل بين خيارات المصمم، اختر التصميم المناسب لك، ثم اضغط على زر (تعديل على المدونة) الموجود في زاوية النافذة لحفظ التغييرات التي قمت بها.

فلنبدأ التدوين!

في الشاشة الرئيسية لمدونتك اضغط عل الزر البرتقالي (مشاركة جديدة)، سينتقل بك البلوقر إلى صفحة المشاركة الجديدة:



تتضمن هذه الصفحة مكان لادخال المشاركة، عنوان المشاركة، شريط التنسيق، أزرار النشر والحفظ والمعاينة والاغلاق، إعدادات المشاركة.

قم بتصميم مشاركتك وتأكد من الاعدادات ثم اضغط على زر النشر.

ينتقل بك البلوقر إلى صفحة مشاركتك:



في هذه الصفحة يقوم البلوقر بترتيب مشاركاتك حسب التاريخ، بحيث يسمح لك بتعديلها، حذف المشاركة تعديك الكلمات المفتاحية للمشاركة وغيرها.

يمكنك مشاهدة المشاركة على مدونتك من خلال الضغط على زر (عرض المدونة) والموجود في الشريط العلوي للشاشة.

إدارة التعليقات على المدونات:

تذكر أنه بإمكانك فتح المجال أمام المتصفحين أن يتركوا تعليقاتهم على مشاركاتك في المدونة، هذا يتطلب منك تفاعل أكبر ومتابعة أدق للتعليقات.

مهمة # 11 : استخدام شبكات التواصل بشكل مؤثر للترويج لنشاطات منظمات المجتمع المدني

11أ : فكر لماذا يستخدم الناس مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هي الفائدة التي تعود على الفرد من خلال مشاركته في مواقع التواصل الاجتماعي؟ سوف نستمع لرأيك ضمن المجموعة الكبيرة

11ب : كيف نختار المنصة (Social Media Platform) المناسبة لمنظمتنا؟ ومن هو جمهورنا المستهدف وكيف ندفعه للمشاركة والمتابعة اقرأ النص التالي، ما هو تعليقك؟

حدد شبكة التواصل الاجتماعي (المنصة) الخاصة بمنظمتك :
قبل كل شيء تحتاج أن تقرر أي منصة الاجتماعية التي تعمل بشكل افضل في مؤسستك والمنطقة التي تعيش فيها خصوصا فيما يتعلق بسرعة الانترنت، وبما يتناسب وفقا لطبيعة عمل المنظمة ووفقا لطبيعة الجمهور المستهدف واين يتواجد. هل هو الفيس بوك أم يوتيوب.

2 - الجمهور المستهدف:
يجب أن يكون لدينا معرفة وفهم حقيقي ودقيق عن الجمهور الذي نستهدفه. وتشمل هذه المعرفة جميع العوامل الديموغرافية (مثل الجنس والعمر والتعليم). لذا نحتاج إلى دراسة المزيد من المعلومات الاجتماعية بالاضافة الى معرفة الكيفية التي يتفاعل بها الجمهور المستهدف مع وسائل الإعلام الاجتماعي. كما يمكن أن تشمل معلومات حول المواقع التي يزورونها بانتظام، وما هي المواضيع التي تثير اهتماماتهم.
بالإضافة إلى هذه المعلومات، يجب التركيز على المنافع التي لها قيمة لدى الجمهور المستهدف وسوف تعود عليه.

3 – التنفيذ:
بعد اختيار المنصة المناسبة يجب أن البدء بالتنفيذ وتصميم الصفحة بشكل جذاب ووضع عدد من الصور الجميلة التي تجذب المستخدمين إلى الملف الخاص بالمنظمة. كيفية عرض الصفحة والمحتوى هما شيئين يؤثران في انطباعات المستخدمين بشكل قوي. ضع بعض المعلومات الخلفية عن منظمك بالإضافة الى وصف للخدمات التي تقدمها منظمتك.

4 – جذب و إشراك جمهورك:
في شبكات التواصل الاجتماعي من السهل جذب المتابعين للانضمام الى الشبكة ومثال على ذلك جذب المهتمين على الفيس بوك أو المتابعين على تويتير. ولكن من الصعب جدا دفع المهتمين للمشاركة الفعلية وإبقائهم على تواصل.

يحتاج المتابع أن يرى أن هنالك قيمة او فائدة سوف يحصل عليها نتيجة مشاركته والمواصلة على المتابعة. لذا يجب ان تختار المحتوى الذى تنشره على صفحتك بحكمة حتى لا تأتي بنتائج عكسية على سمعة منظمتك.

حاول دائما نشر المحتوى الذي من شأنه أن يثير اهتمام المتابع ويدفعه للمشاركة والمناقشة.

11ج: مع زميلك من نفس المنظمة ناقش من هو جمهورك المستهدف وما هي مواصفاته واين يتواجد على مواقع الشبكات الاجتماعية؟ وما هي اهتمامته؟ وما هو المحتوى المناسب له؟ اكتب نتائج النقاش على اوراق ملونة لاصقة وضعها تحت اسم منظمتكم وسوف تستمع لاراء المجموعة في نتائج عملك مع زميلك

11 د: ناقش مع زميلك من نفس المنظمة ما هي خطتكم الاستراتيجية لتعزيز التواصل على شبكات التواصل الاجتماعي بعد عودتكم لمنظمتكم ؟ وسوف نناقش خططكم بهدف التحسين المستمر.

اسم المنظمة:
الجمهور المستهدف: 1. .... 2. .... 3. ....
خطتي، سنقوم بالتالي :
التاريخ:
سنشارك بها :

المصادر:

- موقع الاتحاد العربي للصحافة الالكترونية
- تدوين – بقلم جينا ترابانى
- موقع الاتحاد العربي للصحافة الالكترونية
http://www.arabuem.com/sys.asp?browser=view_article&ID=831&loac=0
(&section=6&supsection=&file=0)
- انشاء صفحات فيسبوك ذات تأثير، دليل لمنظمات المجتمع المدني العربي، منظمة تبادل الاعلام الاجتماعي، 2012
- en.wikipedia.org
- http://thawratalweb.com/facebook/facebook-pages
- anadigital.org
- emediat.org
- Socialmediatoday.com
- www.wikipedia.org
- /http://skyhitblog.com/blogger-or-wordpress-debate
- www.socialmediatoday.com