

دليلك

لاستخدام الموقع الإلكتروني والوردبريس كمنصة تعليم وعمل وتواصل



د. عماد عمر سرحان

الإصدار الأول

جميع الحقوق محفوظة 2015

تقديم

لا ينظر هذا الكتيب الإلكتروني الى الموقع الإلكتروني على أنه مجرد صفحات إلكترونية للتسويق أو نشر محتوى أو مجرد التواجد على شبكة الإنترنت. بل ينظر اليه على أنه أداة هامة لأداء المهام في العمل وفي التعليم وللتواصل. يتعامل معه كجزء من بيئة معرفية متكاملة نحتاج لها في عصر تدفقت علينا فيه المعلومات من كل حذب وصوب وتطورت فيه وسائل الاتصال والتواصل.

سيتم في البداية تعريف البيئة المعرفية والموقع الإلكتروني كجزء أساسي منها، وأهمية وجود موقع إلكتروني لأي فرد أو منشأه ثم سيتم التطرق إلى مفهوم نظم إدارة المحتوى بشكل عام ونظام الوردبريس بشكل خاص حيث سيتم شرح مكونات النظام وخطوات بناء موقع إلكتروني عليه والأدوات المعرفية التي يمكن ربطها به ليؤدي الموقع الإلكتروني وظيفته.

محتويات الكتاب

المقدمة	3
1- الموقع المعرفي الإلكتروني	5
2- إدارة المحتوى والموقع الإلكتروني	11
3- استخدام الوردبريس لبناء الموقع الإلكتروني	19
4- الأدوات المعرفية	33
5- التدوين	41
ختاماً	46

المقدمة



الانسان لا يعيش وحده ولا يمكنه أي يفعل أي شيء بمفرده فهو مخلوق اجتماعي بطبعه، ولا يمكن أن يتم انجاز عمل ما الا باجتماع مجموعة من الأفراد يملك كل واحد منهم شيئاً يمكن أن يقدمه في انجاز ذلك العمل يختلف عن الآخرين لكنه يتكامل معهم. وبالتالي فأى فرد فينا بحاجة لأن يكون مع الآخرين ضمن مجموعة عمل حتى يستطيع أن يمارس حياته في البيت والعمل والمدرسة، ستجد ذلك في مؤسسات الأعمال وفي الشركات وفي التعليم وحتى في الحياة الشخصية.

لا يوجد انسان بلا قيمة أو غير قادر على تقديم شيء مميز لا يستطيع اخرون تقديمه، كما لا يوجد انسان خارق يمكنه أن يفعل كل شيء مهما بلغ من الإبداع او القوة.

وحتى تتجح أي مجموعة عمل في تأدية المهام التي أنشئت من أجلها وتحقيق الأهداف التي تسعى لها فلا بد أن تعتمد بشكل رئيسي على المعرفة فهي القلب النابض والمحرك الأساسي للمنتسبين لأي مجموعة عمل حتى ينجحوا في القيام بالمهام المطلوبة سويًا بشكل متكامل ومتناسق، فتستفيد مجموعة العمل من مهارة كل فرد والمعرفة التي يملك في تحقيق أقصى نتيجة ممكنة. إن أساس أي عمل هو المعرفة تلك التي تدمج بين ما يكتسبه الفرد أو المنشأة من معلومات والخبرة والمهارة التي تم تحصيلها.

وبما أننا نعيش في ظل العصر الرقمي الذي تحيط أدواته بنا من كل جانب فقد أصبح لزاماً أن تتكون مجموعة العمل تلك ضمن بيئة رقمية تختلف تماماً عن تلك البيئة التقليدية التي سادت في مؤسسات الأعمال وفي التعليم وفي الحياة الاجتماعية على مر العقود الماضية. بيئة تختلط فيها وسائل التواصل الاجتماعي والأجهزة المتنقلة وأدوات التراسل المباشر والسحابة الإلكترونية مع الخبرة والمعرفة والمهارة التي يملكها كل فرد منا.



إن الدمج والتكامل الذي نراه اليوم بين التطبيقات السحابية Cloud Computing والأجهزة المتنقلة Mobiles والشبكات الاجتماعية وتقنيات البيانات الضخمة Big Data خلق بيئة تقنية مختلفة تماما عن تلك التي تعاملت معها الأجيال السابقة. فهي بيئة **مفتوحة وغير محتكرة وغير مركزية ومتاحة** في أي وقت وفي أي مكان ومن أي جهاز **وبتكلفة منخفضة**. بيئة يتسارع فيها

التطور بشكل كبير وتوفر حرية في العمل لم تكن متاحة للأجيال السابقة. وبالتالي فلا يمكن اليوم لأنظمة تقنية جامدة أن تحد من تلك الحرية وأن تتجح في خلق بيئة تعلم حقيقي كما كان الحال سابقا.

لذلك كان لابد من وجود **البيئة المعرفية الرقمية** باعتبارها ضرورة وليس ترفا حتى ننجح من خلالها في التأقلم مع أدوات المعرفة وقنواتها التي نملكها بين أيدينا اليوم أثناء انجاز أعمالنا. بيئة متكاملة تشجع على الابداع والتميز والتطور بعيدا عن الملل والروتين والبيروقراطية. بيئة خلاقية لا يحدها المكان ولا الزمان ولا تقف عن النمو بشكل مستمر. بيئة يكون فيها العمل والتعليم متعة وتؤدي لتحقيق قيمة حقيقية للمجتمع ولل فرد على حد سواء.

البيئة المعرفية الرقمية هي بيئة عمل تعتمد على التعلم المستمر يجتمع فيها الأفراد والتقنيات لإنجاز مهمة معينة لها هدف محدد وتقدم منفعة حقيقية للمجتمع.

ولابد لهذه البيئة المعرفية الرقمية أن تتوفر في المنشآت التعليمية ومنشآت الأعمال لكي تتمكن من تحسين **الإنتاجية** ودعم **الابداع** لدي العاملين لديها. **فالتعلم** في الجامعة والمدرسة والمعهد بحاجة لهذه البيئة كبديل عن البيئة التعليمية التقليدية حتى يكون تعليمه أكثر امتاعا وحتى نضمن أنه سيخرج من العملية التعليمية مؤهلا يملك المهارات المطلوبة. **والموظف** بحاجة لهذه البيئة كبديل عن بيئة العمل التقليدية فيعمل بإبداع ويتقن في عمله ويستمر في التعلم واكتساب الخبرات بشكل دائم.

1- الموقع المعرفي الإلكتروني



إن أول وأهم خطوة لبناء البيئة المعرفية الرقمية هو **الموقع المعرفي الإلكتروني** الذي يجمع كل المنتسبين للمجتمع المعرفي في مكان واحد ينطلقون منه للقيام بمهامهم والتواصل فيما بينهم والتعلم. والموقع المعرفي هو موقع إلكتروني يتم تأسيسه وبنائه بغرض **العمل** أو **التواصل** أو **التعليم** والذي يمكن اعتباره مركز للعمل والمعرفة تجتمع فيه النشاطات والأدوات المعرفية المرتبطة بالمصادر الرسمية وغير الرسمية **لمهمة محددة**

والتي يتم من خلالها إيصال وتبادل المعرفة بين من لهم علاقة بتلك المهمة والتفاعل فيما بينهم وجمع التغذية الراجعة منهم.

وبالتالي فلم يعد الموقع الإلكتروني مجرد **صفحات إلكترونية** على شبكة الإنترنت بل أصبح نقطة التقاء وتواصل وعمل وتعليم. هو **مساحة عمل** يحتاجها الموظف والمدير والطالب والمعلم والعامل حتى يؤدي من خلالها عمله فيتعلم من الآخرين ويتواصل معهم. هو **القناة** التي تعبر عن كل فرد فينا أمام الآخرين وهو **الأداة** التي تستخدمه الشركات والمؤسسات لتسيير أعمالها وللتعبير عما تقدمه من خدمات ولتحقيق الربح الذي أنشئت من أجله. هو **الوسيلة** التي سيستخدمها المعلم والخبير والمتخصص ليعلم ويوصل خبرته لطلابه أينما كانوا وفي أي وقت.

لديك اليوم الفرصة لأن تستفيد ماديا ومعنويا من خبرتك والمعرفة التي تملك والمهارة التي تستطيع القيام بها عبر ايصالها للآخرين بأسلوب ممتع ومناسب ومتميز من خلال الموقع الإلكتروني.

نعم في ظل السيطرة الكاملة لوسائل التواصل الاجتماعي يبقى للموقع الإلكتروني أهميته. فالمحتوى يضيع في طيات **خط الزمن** الذي تعتمد عليه وسائل التواصل الاجتماعي لتبقى الحاجة لمكان يمكن الاعتماد عليه والانطلاق من خلاله. وسائل التواصل الاجتماعي هي للتواصل **فقط** والاعتماد عليها في التأسيس لعمل ما هو خطر كبير لأن الاستمرارية غير مضمونة وفرصة التواجد الدائم معدومة حتى أن **ملكيتك** للمحتوى عليها غير واردة.

1-1 عل تحتاج الى موقع إلكتروني؟

كنا قبل عشر سنوات من الآن نستخدم مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عن المواقع الإلكترونية باعتبارها كانت الوسيلة الإلكترونية الإعلامية الوحيدة المتاحة أمام المنشآت والأفراد في ذلك الوقت. وكان حال المواقع العربية أنداك يرثى له، فمن جهة كانت أغلب الشركات والمؤسسات والمنظمات العربية لا تملك مواقع **محترفة** على شبكة الانترنت، ومن جهة أخرى كانت تلك الدكاكين التي تقدم خدمات بناء المواقع الإلكترونية بطريقة سيئة ومتواضعة.



اليوم أصبح الوضع أسوأ لأن مصطلح الإعلام الجديد أو الاعلام الرقمي أصبح ينحصر في أذهان كثير من الناس بالإعلام الاجتماعي كـ فيسبوك وتويتر فقط متجاهلين المواقع الإلكترونية وكأنها شيء من الماضي. لقد أصبح التركيز أكبر لدى كثير من الشركات اليوم على فتح صفحة على الفيسبوك أو حساب على تويتر معتقدة أنها بذلك دخلت العصر الحديث من أوسع أبوابه دون أن تهتم بأن يكون لها موقع **رسمي** على الشبكة العنكبوتية.

هذا أدى الى تراجع كبير في مستوى المواقع الإلكترونية في عالمنا العربي وأصبح المحتوى العربي **مسجون** في صفحات فيسبوك وتغريدات تويتر دون أن يكون متاحا بشكل أفضل وأكثر احترافية عبر موقع إلكتروني مستقر وثابت قابل للبحث والوصول إليه بسهولة.

يعيش الكثيرون في وهم الشبكات الاجتماعية معتبرين اياها اساس هويتهم الافتراضية على شبكة الإنترنت وهي في الحقيقية مجرد وسائل تواصل فقط، فان وضعت هويتك الافتراضية عليها فقد تفقدها وتفقد ما استثمرته فيها من وقت وجهد ومال في أي لحظة. فكل المحتوى الي تنشره عبر تلك الوسائل هو ملك لها وليس لك ولا تملك الكثير لاستعادتها ان ضاعت أو سقرت إن لم تكن من المشهورين والمعروفين.

إن المواقع الإلكترونية **المحترفة** هي أساس العالم الرقمي ومركزه بل **وقلبه** النابض، وهي محور الهوية الرقمية الافتراضية لأي شخص أو شركة، ففيه يتم نشر المعلومات الأساسية والرسمية وتقديم

الخدمات الإلكترونية. ولتدخل العالم الرقمي عليك أولاً أن تؤسس موقعا إلكترونيا محترفا ولو بشكل مبسط يعبر عنك أو عن شركتك أو عملك يكون القناة الإعلامية التي تنطلق منها وتتحدث عبرها باسمك وتقدم خدماتك من خلالها، فليس من المقبول أن يبحث عنك الناس فلا يجدوا عنك أي معلومة إلا عبر الإبحار عبر صفحات فيسبوك أو الغرق في تغريدات عام أو عامين من الزمن إن استطاعوا إلى ذلك سبيلا.

ثم عليك وبعد أن تنشئ موقعك المحترف أن تستغل شبكات التواصل الاجتماعي وتربطها بموقعك الإلكتروني لتتشارك ولتتفاعل مع الآخرين فهذا هو **دورها الحقيقي** فهي التي ستكمل لك منظومة الإعلام الرقمي الخاصة بك وبدونها ستفشل في إيصال رسالتك الإعلامية ولن تصل إلى جمهورك المستهدف بالشكل المطلوب. يمكنك مثلا أن تعتمد على الأساليب التالية:

- أن تنشئ لموقعك **صفحة** على فيسبوك تستطيع من خلالها مشاركة الآخرين كل جديد يُنشر على موقعك فيظل المعجبون بتلك الصفحة على **اتصال** دائم بك وبموقعك حتى لو لم يزوروه. لا تنس أن هذه الصفحة ستكون متاحة لأكثر من **مليار** مشترك على فيسبوك وعلى مستوى العالم مما يعطيك الفرصة للانتشار بشكل سريع. ولا بأس من أن تنشئ **أكثر** من صفحة على فيسبوك حسب حاجتك، كأن يكون لكل منتج من منتجاتك أو خدمة من الخدمات التي تقدمها صفحة خاصة به مثلا.
- إن كنت من أصحاب الأعمال أو الخبرة أو حتى إن كنت معلما فلا بد أن تعطي صورة **احترافية** لموقعك أمام الجمهور فهذا له تأثيره على زوار موقعك. وهنا يأتي دور موقع التواصل الاجتماعي للمحترفين لينكدإن LinkedIn. فعليك أن تنشئ في هذا الموقع **صفحة** أو **مجموعة** Group أو كلاهما تعبر من خلالهما عن نشاط منشأتك أو موقعك. وهنا عليك ألا تكتفي فقط بهذه الصفحة إنما عليك أيضا أن تنشئ **صفحة شخصية** لك في هذا الموقع وتشجع جميع موظفيك على فعل ذلك، فهذا سيعطي انطباعاً جيداً عنك وعن فريق العمل لديك.
- لا تضيع فرصة تواجدك على تويتر فهو الأداة الأكثر قدرة على **نشر وتوزيع** المعلومات والمعرفة بين عدد **كبير** من الناس وبسرعة فائقة نظراً لقصر حجم الرسائل التي يتم تبادلها بين المشتركين في هذا الموقع وسهولة وصولها. فاعمد إلى فتح حساب خاص بموقعك على تويتر واجعل عنوانه يظهر في كل مطبوعاتك وعلى موقعك، واحرص أيضا على الإرسال بشكل **دوري** لعملائك أو طلابك أو أفراد مجتمعك، وأظهر من خلال رسالتك

مدى **الخبرة** التي تتمتع بها في مجال عملك أو تخصصك فقد يكون هو المفتاح الرئيسي لجذب الناس إليك.

- كن جزءاً من **الموسوعة العالمية المفتوحة** "ويكيبيديا" وأنشئ فيها صفحة عامة تتحدث عنك أو عن منشأتك أو موقعك أو منتجاتك أو خدماتك أو مقررك الإلكتروني، فهذا سيدعم بشكل كبير تعرّف الآخرين عليك بأسلوب **علمي** مدروس.

- تحتاج المواقع الإلكترونية على اختلاف أنواعها إلى **"المدونات"** لتدعم اسمها وشهرتها فهي ربما أسهل وصولاً للمتلقي وأكثر مصداقية من الموقع الإلكتروني ذاته في بعض الأحيان. فاحرص على أن يترافق مع موقعك مدونات **يخطها** موظفيك أو جمهورك أو معجبيك أو طلابك أو خليط منهم جميعاً، على أن تكون تلك المدونات **منفصلة** بشكل ما عن موقعك الرئيسي حتى تعطي إحياءً بعدم تدخلك المباشر فيها فتكون أكثر **مصداقية**.

- إذا كانت **مقاطع الفيديو** تمثل جزءاً كبيراً أو مهماً من موقعك ورسالتك الإعلامية فلا بد أن تفتح قناة خاصة بك على يوتيوب فهو المكان الأمثل لمشاهدة مقاطع الفيديو على الإنترنت. اجعل هذه **القناة** جزءاً أساسياً من موقعك وكن محترفاً فيما تعرضه عليها وشارك دائماً روابط ما تضيفه على تلك القناة مع الآخرين عبر الشبكات الأخرى وضع **وصفاً** دقيقاً لكل مقطع حتى تتيح الفرصة لمن يبحث عبر الإنترنت أو يوتيوب الوصول إلى قناتك وبالتالي موقعك.

- اعمد إلى عدم تجاهل زوار موقعك عبر **الأجهزة المتنقلة** خصوصاً الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية فنسبتهم تتزايد يوماً بعد يوم. ويتأتى ذلك من خلال بناء **تطبيقات** تصل هؤلاء المستخدمين بموقعك من خلال أجهزتهم مباشرة دون أن يضطروا لاستعراضه عبر مستعرض الإنترنت.

لاحظ أن كل تلك الأساليب تفترض وجود موقع إلكتروني محترف كنواة أساسية للعمل الإلكتروني ويكون دور الإعلام الاجتماعي تدعيم هذا الموقع وبالتالي تدعيم عملك عبر المشاركة والتفاعل والحرية التي توفرها تلك الأدوات الاجتماعية.

يمكنك الرجوع لكتاب **"التواصل الذكي"** للأستاذ عمار محمد لمعرفة المزيد حول استخدام أدوات التواصل الاجتماعي.

1-2 كيف استخدم الموقع الإلكتروني

يمكن استخدام الموقع الإلكتروني من خلال ثلاثة أشكال رئيسية:

1- **الموقع الإلكتروني كمساحة عمل:** حيث يمكن من خلال الموقع الإلكتروني بناء منظومة الشبكة الداخلية للمنشأة intranet لتجمع العاملين والموظفين في شركة ما أو مشروع معين فيملك كل موظف القدرة على أداء الاعمال اليومية من أي مكان وفي أي وقت عبر التطبيقات المكتبية وإدارة لمستندات الإلكترونية وأدوات التراسل المباشر وتطبيقات إدارة المشاريع والمهام ونحوها.

2- **الموقع الإلكتروني كمساحة تعليم:** حيث يمكن استخدام الموقع الإلكتروني كمنصة تعليمية وتدريبية للطلاب في المعاهد والجامعات ومنشآت الأعمال يتم ربطها بالأدوات التعليمية المناسبة بحيث يمكن **التدريب والتعليم** من خلالها عبر مقررات إلكترونية متكاملة. ستمنح المواقع الإلكترونية الحرية الأكبر للمعلم والمتعلم في بناء المقرر الإلكتروني والتفاعل معه بعيدا عن قيود الأنظمة التقنية الجامدة.

3- **الموقع الإلكتروني كمساحة تواصل:** حيث يمكن من خلال الموقع الإلكتروني التواصل مع الآخرين سواء موظفين أو عملاء أو أصدقاء أو خبراء أو نحوه عبر نشر المحتوى المحترف والمنظم وتشاركه والتفاعل معه وبناء وإدارة **المجتمعات** الإلكترونية.



الشكل 1 | موقع الإلكتروني كمساحة عمل وتواصل وتعليم

3-1 خطوات بناء موقع إلكتروني ناجح

لا بد لكل عمل من خطة، ولا يستثنى تأسيس الموقع الإلكتروني من ذلك. ولا يعني وجود خطة لبناء موقع إلكتروني أنها عملية معقدة بل هي مجرد خارطة طريق تساعدك على أت تسير على بصيرة أثناء بناء موقعك الإلكتروني. أهم الخطوات التي يمكن اتباعها لتأسيس موقع إلكتروني ناجح تتمثل في الآتي:

- 1- حدد **هدف** الأساسي من الموقع الإلكتروني الذي تعزم بنائه والمهمة التي سيؤديها.
- 2- تعرف على **جمهورك** الذي سيستهدفهم موقعك الإلكتروني.
- 3- ضع **استراتيجية** لموقعك عبر خطة واضحة للمراحل التي سيمر بها.

- 4- ضع **تركيبية** الموقع وترتيب المعلومات فيه وكيفية تقسيمها وظهرها.
- 5- حدد **التصميم** العام لموقعك الإلكتروني وكيف سيظهر أمام الناس.
- 6- ضع **البداية** بعناية عبر تشكيل الصفحة الرئيسية للموقع التي ستستقبل زوار موقعك.
- 7- طور **نموذجاً مصغراً** للموقع قبل الشروع بالعمل والبناء.
- 8- **ابن** موقعك على أسس سليمة عبر اختيار **نظام** مناسب لإدارته.
- 9- **اعتن** **بمحتوى** موقعك عبر الاهتمام بالجودة والشمولية.
- 10- اختر **المسكن** المناسب لموقعك عبر استضافة أمنة وسريعة.
- 11- **دشن** موقعك أمام جمهورك.
- 12- **أعمل** على **إدارة** موقعك وإدامته والتطوير فيه باستمرار.

لتفاصيل أكثر حول خطوات ومراحل بناء موقع إلكتروني ناجح يمكن الرجوع لكتابي "سر النجاح في بناء المواقع الإلكترونية".

2- إدارة المحتوى والموقع الإلكتروني



إن موقع أي شركة أو منشأة أو هيئة ما على شبكة الإنترنت يمكن أن يكون رائعا ليس في التصميم فحسب ولكن في التقنيات المستخدمة والأساليب الفنية المتبعة في بنائه حيث يمكن أن يشارك في تطويره أكثر المصممين والمبرمجين احترافا وأن يبذل في سبيل نشره الكثير من الأموال والأوقات والجهود، ولكن يبقى التساؤل قائما، هل **المحتوى** الذي يتضمنه الموقع على المستوى المطلوب الذي يلقي ترحيبا من زواره؟ وهل يتم التحديث

والتعديل في محتوى الموقع وهيكلته وتصميمه بشكل **دائم** ومستمر أم أنه موقع ساكن لا حراك فيه ولا حياة؟ وفي حال كان التعديل ممكنا فما هي **تكلفته**؟ ومن **يقوم** به؟ هل هم أصحاب الموقع والقائمين على إدارته والأدرى بما يقدمه؟ أم يتم العودة في ذلك للمصمم المحترف لتعديل صورة أو كلمة ما أو لذلك المبرمج للتعديل في مكان الخبر أو شكل الصفحة الأولى؟

إن الأساليب المستخدمة حاليا في المنطقة العربية في بناء كثير من مواقع الإنترنت لا تسمح للقائمين على إدارة أي موقع من التحكم أو التعديل فيه دون الرجوع للتقنين أو/ وللمصممين لإجراء ذلك التعديل مع ما في ذلك من تكلفة عالية. والسبب يعود الي أن العادة جرت أن يتم التعامل مع مواقع الإنترنت على أنها **صورة جميلة** يرسمها مصمم محترف وأن المحتوى جزء من تلك الصورة أو أنها أنظمة كمبيوتر وضعها مبرمج متمكن للتحكم بالمحتوى كما تتحكم نظم الحاسوب بالأعمال فتبقى في كلتا الحالتين هيكلية الموقع وتصميمه وتركيبية المحتوى تحت سيطرة التقنين دون أن يكون لأصحاب الموقع دور إلا في حدود ضيقة.

لذا أصبح من الضروري أن يتم بناء الموقع الإلكتروني باستخدام نظام لإدارة المحتوى Content Management System CMS ليساعد في التحكم فيه وبكل أجزائه ومحتواه من قبل من هم أدرى به وكذلك صيانته على المدى الطويل والتوسع مع تطوره.

تشير الإحصائيات الى أن حوالي 50% من المواقع الإلكترونية الموجودة اليوم لا تعتمد على نظام لإدارة المحتوى.

1-2 ما هي نظم إدارة محتوى الويب WCMS ؟

هي تلك الأنظمة الحاسوبية المسؤولة عن إنشاء وإدارة ونشر وتوزيع المعلومات (المحتوى) التي يملكها فرد أو مجموعة من الأفراد أو منشأة حكومية أو خاصة، بحيث تغطي بوظائفها دورة حياة المعلومة بدء من إنشائها وجلبها من مصدرها وانتهاءا بنشرها على الإنترنت أو أي وسيلة رقمية أخرى مروراً بعمليات التحرير والتدقيق والفهرسة والأرشفة والتحديث.



إن الهدف الأساسي التي تسعى له هذه الأنظمة هو إتاحة الفرصة أمام مصدر المعلومات ذاته من مؤلف ومحرر ومدقق وصاحب عمل من التحكم الكامل بالمعلومات وكيفية عرضها دون أدنى حاجة لأي خبرة تقنية لها علاقة بوسيلة النشر ذاتها كتقنيات الويب مثلاً بحيث يتم التركيز في أعمال التحرير والنشر على المحتوى ذاته وليس على التكنولوجيا المستخدمة

في نشره عدا عن توفير الوسيلة المناسبة في تحديد الشكل أو الأشكال المختلفة لعرض المعلومة وفقاً لمتلقيها ووسيلة النشر وكذا القدرة على تحديد علاقة تلك المعلومة بغيرها من المعلومات ضمن نطاق محدد وايضا تسهيل وصولها لمحركات البحث.

2-2 أين يمكن استخدام نظم إدارة المحتوى

يجمع الخبراء على أن أنظمة إدارة المحتوى ستصبح خلال السنوات القادمة أحد أهم البرامج والأنظمة في أي منشأة كبيرة كانت أو صغيرة أو حتى الأفراد مثلها كمثل أنظمة معالجة النصوص ك MS Word مثلاً باعتبار أن تلك الأنظمة تعنى بالمعلومات والتي هي العصب الأساسي والمحرك لأي منشأة حكومية أو خاصة في عصرنا الحالي وبالتالي فإن استخدام نظم إدارة المحتوى لا يقف عند حد ويشمل في الواقع كل الشركات التي لديها معلومات للنشر ولا يمكن بالتالي حصر المجالات التي يمكن أن يستخدم هذا النوع من الأنظمة سواء في العمل أو التواصل أو التعليم.

ففي التعليم مثلا تعتبر أنظمة إدارة المحتوى أساسية في بناء وتطوير وإدارة المقررات الإلكترونية والتقليدية لأنها توفر مرونة عالية للمعلم في التحكم بالمحتوى الذي ينشره عبر مقرره الإلكتروني وايضا توفر الفرصة للطلاب من المشاركة بالتعليق على ما يتم نشره.

وباعتبار أن الدول العربية في طريقها لتأسيس الحكومة الإلكترونية E-Government فإن نظم إدارة المحتوى تعتبر أساسية لوضع البنية التحتية لتلك الحكومة الإلكترونية حيث أجمعت الآراء على أن الخطوة الأساسية ونقطة الانطلاق الى حكومة الكترونية قوية هو توفير أكبر قدر من المعلومات للمواطنين والمستفيدين منها باعتبار أن دوائر وهيئات ووزارات الحكومات خصوصا العربية منها تملك **كما هائلا** من المعلومات المكدسة في ملفات وتقارير وأبحاث لا يعلم عنها أحد, وتوفير ذلك الكم الهائل من المعلومات للناس عبر الإنترنت سيساهم في خلق مجتمع معلوماتي يضع حجر أساس لخدمات الحكومة الالكترونية مستقبلا , ولا يمكن بأي حال من الأحوال ضخ تلك الكمية الهائلة من المعلومات بمرونة عالية دون إدارتها ونشرها عبر نظم إدارة المحتوى.

2-3 بناء مواقع الإنترنت وأنظمة إدارة المحتوى:



نظرا لما تتمتع به المواقع على الشبكة العنكبوتية من طبيعة خاصة تميزها عن وسائل الإعلام التقليدية من قدرتها على التعامل مع كم هائل من المعلومات ذات الطبيعة **المتغيرة** والأشكال المختلفة (من نص وصورة وصوت) ولما تهدف اليه تلك المواقع من **جذب** أكبر عدد من الزوار اليها في خضم هذا العدد الكبير من المواقع إضافة لقدرة المتلقي على **التجاوب** مع المعلومة والتفاعل معها فقد

كان لنظم إدارة المحتوى الدور الاكبر في المساهمة في بناء مواقع إنترنت ضخمة على أسس سليمة وبديلا عن الأساليب التقليدية في بناء المواقع الديناميكية Dynamic Pages sites والثابتة Static Web Sites ونجحت في تحقيق ذلك نجاحا جعلها الأساس الذي تعتمد عليه الشركات والهيئات والأفراد في بناء المواقع والبوابات الإلكترونية Portals سواء للإنترنت أو للإنترنت أو للتعليم الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية ونحوها ولعل أهم الأسباب التي أدت الي ذلك النجاح:

- تساعد تلك الأنظمة وبشكل كبير في **إثراء** البوابات الإلكترونية والمواقع بمحتوى ذو **نوعية** جيدة تم إعداده من أصحاب المحتوى أنفسهم من محررين وكتاب وإداريين وتساهم في التواصل بين مستخدمي البوابة على الإنترنت أو داخل المنشأة وكذلك وصول المعلومات الكافية بشكل محدث ومستمر إلى من يحتاجها مما يعني لفرصة أعلى في الحصول على مبيعات وزيارات أكثر.
- أن تلك الأنظمة تنطلق من مبدأ أن كل ما ينشر على مواقع الإنترنت هو في النهاية عبارة عن **“محتوى”** ولكن بأشكال مختلفة (من صورة ونص وأرقام وأصوات). وأن هذا المحتوى قابل للإدارة من قبل أصحابه وبدون معرفة تقنية مسبقة وهذا عكس ما هو عليه الحال في المواقع الديناميكية التقليدية والتي تكون السيطرة عليها محدودة بأماكن محددة من المواقع وبشكل مبرمج مسبقا باعتبار أنها تتعامل مع الموقع وكأنه نظام حاسوبي وأن المحتوى جزء من ذلك النظام الذي تم **أتمتته** مسبقا وبالتالي من الصعب والمكلف تعديله بعد ذلك.
- أن تلك النظم تتعامل مع المحتوى والمعلومات على أنها جزء من **كيان** المنشأة ومعبرا عنها وليس مجرد معلومات للنشر فقط وبالتالي فهي ليست نظم لإدارة المواقع Admin يتم برمجتها لغرض محدد كما هو الحال مع المواقع الديناميكية التقليدية وإنما تتعدى ذلك الى كونها نظم لإدارة المعلومة ونشرها بجودة عالية.
- توفر نظم إدارة المحتوى الإمكانية **للفصل** بين البيانات والمعلومات والمحتوى الذي يتضمنه الموقع من جهة وكيفية عرض ذلك المحتوى (التصميم) من جهة أخرى مما يتيح فرصة التعديل أو التغيير في أي منهما دون التأثير على الآخر وبحرية كاملة وهذا يختلف عن تلك النماذج الجاهزة المنتشرة لمواقع ديناميكية نموذجيه.
- تمنح تلك النظم القدرة لمواقع الإنترنت على التعامل مع كمية **ضخمة** من المعلومات وبسرعة وكفاءة عالية دون الاستخدام **المفرط** لقواعد البيانات Database حيث يكون المحتوى بكل تفاصيله جاهز للعرض أمام زائر الموقع عبر تقنيات الكاش (الحفظ المؤقت) دون الاضطرار لجلب المحتوى من قاعدة البيانات عند طلبها إلا عند وجود حاجة ومبرر لذلك.

2-3-1 فوائد استخدام أنظمة إدارة المحتوى:

لا يقتصر استخدام أنظمة إدارة المحتوى على فئة معينة دون الأخرى ولا على وسيلة إعلامية دون غيرها فالفوائد التي يجنيها مستخدمو تلك الأنظمة ليس لها حدود، ويمكن إجمال فوائد استخدام هذا النوع من الأنظمة فيما يلي:

- توفير **المرونة العالية في التحديث** والتعديل في كل أجزاء المحتوى دون تدخل أو معرفة تقنية ممن يقوم بالتحديث أو التحديث وبلا قيود عليه مما يضمن وصول معلومات حديثة ذات جودة عالية Up-to-date للمتلقي وبالتالي تخفيض تكلفة صيانة المحتوى وقدرته على التعامل مع عدد كبير من المتلقين له.
- تساعد تلك الأنظمة على **تعظيم** وصول الموقع من خلال محركات البحث حيث تساعد مثلا على نشر البيانات الوصفية المرفقة بالصفحات الإلكترونية والتي تتعامل معها محركات البحث كغوغل لتظهر الموقع الإلكتروني ضمن نتائج البحث عند قيام الزائر بالبحث عن كلمات لها علاقة بالموقع الإلكتروني.
- تساعد تلك الأنظمة على بناء **أجهزة استخدام سهلة** ومفهومة من قبل الزائر عبر الاعتماد على القوالب في بنائها وحفاظها على تصميم متناسق لجميع صفحات الموقع الإلكتروني.
- تحسين **جودة** المعلومات التي يتم نشرها وذلك من خلال مرور تلك المعلومات قبل نشرها بدورة عمل Workflow تضمن لأكثر من **طرف** المشاركة في التحديث والتعديل والتدقيق والمعالجة في المحتوى كل وفق دوره وصلاحياته ضمن نظام قوي لحفظ الصلاحيات وإدارتها وربطها مع المحتوى ذاته.
- دعم عمليات **التسويق** والعلاقات العامة الخاصة بالمنشأة حكومية كانت أو خاصة من خلال الحفاظ على **هوية** موحدة ومميزة للمعلومات في جميع وسائل النشر التي يتم استخدامها كما تسهل عملية وصول الرسالة التسويقية للمتلقي بشكل واضح وموحد كما تساعد غزارة المعلومات علي وصول الصورة بشكل أوضح للعميل وأيضا مجارة التوسع والنمو المتوقع في المعلومات مع التطور المستمر في حجم المنشأة.
- القدرة على **إعادة استخدام** ذات المعلومات التي يديرها النظام مرات عديدة وبأشكال مختلفة حسب متطلبات الموقع الإلكتروني وتطوره فمثلا يمكن نشر ذات الخبر على صفحة جريدة بشكل وعلى ملف PDF بشكل ثان وعلى عدة مواقع إنترنت بأشكال أخرى. وبالتالي القضاء تماما على المعلومات المكررة أو المتضاربة أو الخاطئة.
- تطوير قدرات العاملين في المنشأة من خلال **دعم** تلك الأنظمة للأعمال داخلها Business Process وتوفيرها للمعلومات لهم بشكل مستمر وفي الوقت المناسب ضمن بيئة العمل ولمن يحتاجها خارجه.

4-2 عناصر ووظائف نظم إدارة المحتوى:

يمكن تقسيم الوظائف التي تقوم بها أنظمة إدارة المحتوى بشكل عام الي أربع وظائف أساسية:



- **إنشاء وتكوين المحتوى Content Creation** : أن أول وظيفة تقوم بها أنظمة إدارة المحتوى هي تمكين المستخدم وبدون معرفة تقنية من إنشاء المحتوى الذي يريد وذلك إما من خلال إدخاله مباشرة عبر أدوات التحرير المرفقة بالنظام أو من خلال ربط النظام مع قواعد بيانات أو أي أنظمة حاسوبية أخرى عاملة لدي المنشأة لتغذيتها بالمعلومات مباشرة وبالتالي نشرها بشكل تلقائي دون تدخل المستخدم النهائي في ذلك فمثلا المعلومات عن مبيعات سلعة معينة قد تكون عبارة عن مقال حرره كاتب ما وأدخله في النظام مباشرة أو أنه عبارة عن تقرير جاء مباشرة من نظام المبيعات في المنشأة. وتعتمد أغلب نظم إدارة المحتوى في تعاملها مع المعلومات على المحتوى ذاته بأجزائه Content structure ولا تتعامل مع الصفحات التي يتضمنها المحتوى حيث أن وظيفة النظام إنتاج تلك الصفحات Page Generation وبالتالي يتيح النظام للقائمين على المنشأة تركيب المحتوى كما يشاءون ووفقا لحاجتهم فمثلا يمكن تركيب محتوى خاص بالمقالات لكي يتكون من عنوان المقال والكاتب وجسم المقالة.

- **إدارة المحتوى Content Management**: بمجرد أن يتم وضع المحتوى عبر النظام تأتي مهمة إدارة ذلك المحتوى ومن يشارك في إعداده، وتتمحور عملية الإدارة بالعناصر التالية:

- الحفاظ على كافة الإصدارات القديمة والحديثة من ذات المحتوى أو أي عنصر منه لإتاحة الفرصة العودة لأي إصدار قديم أو تتبع التعديلات التي تجري على المحتوى عند الحاجة.

- التحكم بصلاحيات المستخدمين Authorization حيث يضمن النظام أن يقوم كل طرف يشارك في إعداد المحتوى من القيام بما هو مسموح القيام به فقط سواء في الأضافة أو التعديل أو الحذف أو النشر.

- ضمان سير المحتوى ضمن دورة العمل المناسبة لمصدر المعلومات ذاته أو للمنشأة Workflow بحيث يضمن مرور المعلومة على من يجب أن تمر عليهم قبل نشرها

وفقا للصلاحيات الممنوحة لكل مستخدم بحيث يتحكم النظام بالتصرف الواجب تنفيذه والمسار الواجب السير فيه عند رفض محتوى معين أو قبوله من قبل من لهم الصلاحية بذلك من محررين ومدققين ومشرفين.

● **عرض المحتوى** Content Presentation : بمجرد مرور المحتوى في **دورة العمل** يكون من المنطقي التفكير في طريقة عرض ذلك المحتوى وبأشكال مختلفة وفقا لوسيلة النشر_ التي يتم عرض المعلومة من خلالها_ وطبيعة المتلقي, فأنظمة إدارة المحتوى تملك المرونة الكافية التي تسمح بأن يتم تحديد أشكال مختلفة وطرق متنوعة لعرض المعلومة دون الاضطرار لإدخالها الي النظام أكثر من مرة وذلك بالاعتماد على **قوالب** Content Template يتم تصميمها لكل عنصر من عناصر المحتوى يوضح مكان وكيفية عرضه دون أن يكون لذلك علاقة بالمحتوى ذاته، وهذا يسمح مثلا بظهور محتوى ما على أكثر من موقع على الإنترنت وبأكثر من شكل بمجرد دخول تلك المعلومة للنظام ودون تدخل من قبل معدي تلك المعلومة الا إذا منحوا صلاحيات لذلك.

● **نشر المحتوى** Content Publishing : وهي الخطوة الأخيرة التي تمثل **الهدف** الرئيسي لوجود المعلومة ذاتها حيث توفر أنظمة إدارة المحتوى أدوات للنشر تجعل من الممكن وضمن وقت وتكلفة منخفضة إيصال ما تم إدارته من معلومات الي هدفها بتحويلها الي **صفحات إلكترونية** ونشرها وذلك ضمن نظام لجدولة النشر يسمح بأن تتم هذه العملية بشكل ألي Publishing Schedule. وتستخدم أنظمة إدارة المحتوى طريقتين في عملية النشر حسب الحاجة:

○ النشر عبر **الدفعات** Batch Publishing: ويعتمد في أساس عمله على وجود بيئتين للعمل إحداها بيئة الإنتاج Staging Environment و التي تجري بها عمليات التحرير و التدقيق و النشر والأخرى بيئة العرض المباشر Live Environment والتي يقتصر دورها على العرض فقط أمام الزوار دون أي علاقة مباشرة بنظام الإنتاج , فمثلا في حالة بناء مواقع الإنترنت تكون كافة عمليات الإنتاج والإدارة للمحتوى وكذا بناء قوالب العرض ضمن بيئة الإنتاج القريبة من الأطراف المشاركة في إعداد المحتوى بينما عرض المحتوى هو المهمة التي يقوم بها خادم الويب Web Server على الخادم المباشر حيث يقوم نظام إدارة المحتوى بإرسال المحتوى الجاهز للنشر على هيئة صفحات HTML إليه دون أدنى علاقة لهذا المحتوى بالنظام ذاته بحيث توفر سرعة عالية وانخفاضا في التكلفة عند تصفح زائر للموقع.

○ النشر المباشر On-Line Publishing: يعتمد النظام في عمله هنا على نشر المعلومات عند طلب زائر الموقع لها On Request بعد جلبها من قاعدة البيانات مباشرة وربطها بالقالب الخاص بها وقت الطلب On the fly مما قد يسبب بطء في العمل ما لم يتوفر نظام قوي وفعال لإدارة الذاكرة المؤقتة (كاش) Cashing System،

نظرا للديناميكية العالية التي تتميز بها الإنترنت اليوم أصبحت أنظمة إدارة المحتوى التي تعتمد على النشر المباشر هي الأكثر استخداما خصوصا مع تطور أدوات إدارة الذاكرة المؤقتة.

2-5 سوق نظم إدارة المحتوى:

انتشرت في الفترة الأخيرة آلاف البرامج والأنظمة التي يمكن تصنيفها كنظم إدارة محتوى ويعتبر سوق هذا النوع من البرامج أكثر الأسواق نموا هذه الأيام، ويعتمد نجاح تلك الأنظمة على الاختيار الجيد للنظام الملائم أولا ومن ثم قدرة القائمين على تطبيقها Implementation ومدى تفهمهم للاحتياجات الحقيقية من وجود تلك الأنظمة قبل البدء بالعمل وتعتمد التكلفة الإجمالية لهذا النوع من الأنظمة على مدى قابليتها للتعديل تقنيا Customization والتكامل مع أنظمة أخرى Integration والإضافة إليها Plug-in حسب حاجات الموقع الإلكتروني ومتطلباته إضافة الي مدي سهولة استخدامها من قبل أي فرد بمجرد تدريب بسيط عليه باعتبار أن الهدف الأساسي الذي تسعى له تلك النوعية من الأنظمة هو إتاحة الفرصة للجميع بالتحكم والتعديل بالمحتوى دون تدخل تقني

وتتنوع التطبيقات ما بين التطبيقات التجارية المخصصة للمواقع الضخمة ك OpenText و SiteCore والتطبيقات المجانية مفتوحة المصدر ك WordPress و Joomla والتي بدأت تأخذ مكانا قويا في إدارة المواقع الإلكترونية حيث تشير الاحصائيات الى أن نصف المواقع في العالم مبنية على أنظمة مفتوحة المصدر.

إن المعلومات هي الركن الأساسي لأي عملية نشر على شبكة الإنترنت أو على أي وسيلة إعلامية أخرى وينصب الهدف دائما في وصول تلك المعلومات الي المتلقي في الوقت والمكان المناسبين فالمعلومات تفقد قيمتها ما لم تصل الي من يحتاجها، لذا علينا الاهتمام بالمعلومات التي تنشرها قدر اهتمامنا بتصميم رائع أو بناء متين.

3- استخدام الوردبريس لبناء الموقع الإلكتروني



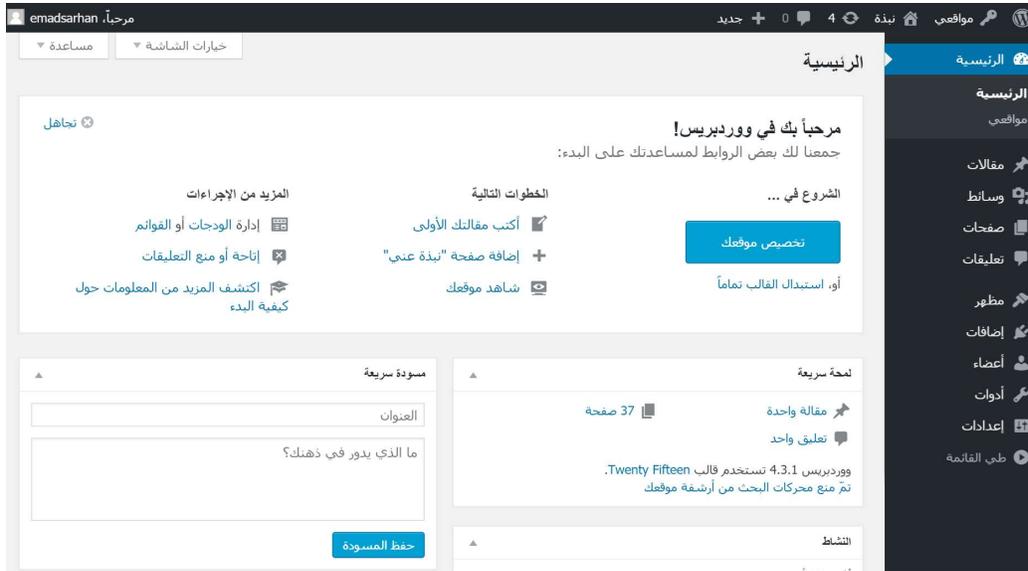
يعتبر نظام الوردبريس من أشهر أنظمة إدارة المحتوى اليوم فأكثر من ربع المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت تعتمد على ووردبريس كمصحة أساسية. يعتبر النظام سهل الاستخدام وقوى الى حد كبير وذلك بفضل قدرته على تقبل الإضافات والقوالب بمرونة عالية والتي تجعله قادرا على خدمة أي موقع إلكتروني تقريبا مهما كان حجمه وطبيعة الخدمات التي يقدمها وبتكلفة معقولة.

بدأ الوردبريس كمصحة للتدوين عام 2004 ثم تطور على مدى السنوات التالية ليصبح نظاما متكاملًا لإدارة محتوى الويب والبوابات الإلكترونية مفتوح المصدر ومجاني، وقد ضمنته شركة غارتنر للأبحاث في تقاريرها السنوية التي تصدرها عن أنظمة إدارة محتوى الويب وأيضا عن البوابات الإلكترونية.

يسيطر الوردبريس على حوالي 60% من المواقع الإلكترونية المعتمدة على نظم لإدارة المحتوى بما يعادل ربع المواقع الإلكترونية بالإجمال بعدد حوالي 66 مليون موقع إلكتروني بين مواقع صغيرة وأخرى ضخمة تخدم ملايين الصفحات الإلكترونية.

3-1 مكونات نظام إدارة المحتوى ووردبريس

يتكون نظام إدارة المحتوى ووردبريس من أربعة أجزاء رئيسية منفصلة عن بعضها لكنها متكاملة:



شكل 2 الشاشة الرئيسية لوردبريس

1- **نواة النظام:** وهي البنية الأساسية للنظام التي يعتمد عليها في عمله وتتضمن أدوات إدارة الموقع الإلكتروني والمواقع الفرعية التابعة له والمستخدمين والحماية والسرية ومحرك القوالب والاضافات ومولد **الصفحات والمقالات**. النواة مكتوبة بلغة php وهي لغة البرمجة الأسرع على شبكة الإنترنت والأكثر انتشاراً، ويعتمد على قواعد البيانات MySQL مفتوحة المصدر.

2- **قاعدة المحتوى:** وهي المكان الذي يتم فيه تجميع وتخزين محتوى الموقع الإلكتروني الذي يتم إدخاله ونشره والمتمثل بالمحتوى النصي والصور ومقاطع الفيديو وذلك عبر نظام الملفات file system وعبر قاعدة البيانات Database. يتمتع الوردبريس بقدرة على توفير الامكانية لبناء أي هيكلية لوحدة المحتوى التي قد يحتاجها الموقع الإلكتروني. تعتبر **الصفحات والمقالات** وما يرافقها من **تصنيفات وأوسمة وبيانات وصفية وتعليقات** هي أبسط هيكلية يوفرها النظام للمستخدمين لكن يمكن بناء هيكلية خاصة بحقول معرفة من قبل المستخدم حسب الحاجة وبالتالي بناء وحدة المحتوى المناسبة للموقع الإلكتروني كقوائم الموظفين أو العملاء أو الوثائق الإلكترونية أو نماذج الإدخال وغيرها.

3- **القوالب:** وهي التي تعطي الموقع الإلكتروني **شكله وتركيبه** صفحاته وكيفية **تفاعل** الزوار معها وتتوفر للنظام آلاف القوالب الجاهزة للاستخدام فوراً سواء منها المجانية أو التي تطلب مقابل ماديًا. تتوفر القوالب بشكل كبير بحيث يمكنك أن تجد القالب الذي يناسب موقعك أيًا كان مجاله وطبيعته. تحوي بعض هذه القوالب أدوات **بناء الصفحات** لتساعد على تأسيس مواقع أكثر تعقيداً دون استخدام البرمجة أو الاستعانة بالتقنيين. يتم توليد الصفحات

من قبل نواة النظام عبر دمجها بين **المحتوى** **المخزن** و**القالب** **النشط** فتظهر صفحات الموقع الإلكتروني الى زواره نتيجة لذلك.

إن عملية الفصل بين التصميم من جهة والمحتوى من جهة أخرى هي أحد عناصر القوة في النظام فيمكنك تعبير تصميم الصفحات في أي وقت دون أن يؤثر ذلك على المحتوى المخزن والعكس بالعكس.

4- **الإضافات:** وهي البرمجيات التي تساعد على إضافة وظائف إضافية للنظام أو للموقع الإلكتروني وهنا نتحدث عن مجال كبير **وواسع** يبدأ من إضافة قوائم أو نماذج إدخال للموقع الإلكتروني وتنتهي بتطبيقات كاملة للتجارة الإلكترونية أو التعليم أو بناء شبكة تواصل اجتماعي. هناك الآلاف من الإضافات المتوفرة لنظام الوردبريس تغطي كافة المجالات التي يمكن أن يحتاجها أي موقع إلكتروني كأدوات الحماية الإضافية وتعظيم الوصول لمحركات البحث والتكامل مع أنظمة وتطبيقات مختلفة وجميع هذه الإضافات قابلة للتعديل والتخصيص عند الحاجة.

تعتبر عملية اختيار الإضافات والقوالب المناسبة لأي موقع إلكتروني عملية **مجهدة** بعض الشيء (لكنها اقل تكلفة من اتباع أساليب أو استخدام أنظمة أخرى) وذلك نظرا للأسباب التالية:

1- اختيار ما **يناسب** الموقع من آلاف الإضافات والقوالب بدقة أمر بحاجة الى خبرة ليس في المواقع الإلكترونية فحسب بل في **الزائر** المستهدف من الموقع الإلكتروني.

2- تتوفر الكثير من الإضافات والقوالب التي تعاني من مشاكل في **الأمان** ومعرضة للاختراق مما قد يعرض الموقع الإلكتروني للخطر.

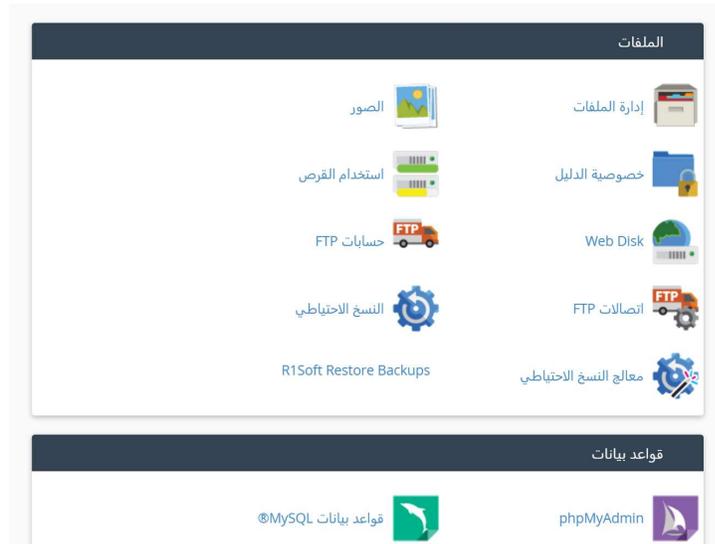
3- قد **تمنع** بعض الإضافات والقوالب عن جهل أو عدم خبرة الموقع الإلكتروني من ان يكون متاحا لمحركات البحث مما قد يؤخر وصول الزوار المستهدفين اليه.

3-2 خطوات بناء موقع إلكتروني على ووردبريس

يمكن لبناء موقع إلكتروني على ووردبريس اتباع الخطوات التالية:

1- **تركيب النظام:** حيث ينبغي أولاً تشغيل تطبيق ووردبريس ليتم العمل من خلاله ويمكن أن يتم ذلك بأحد الطرق التالية:

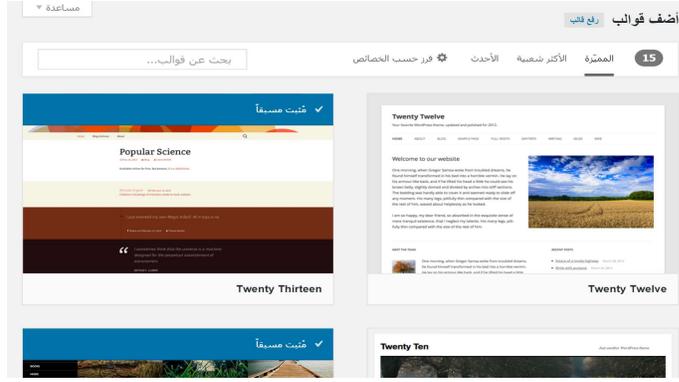
- **تنصيب** نظام ووردبريس على الخادم الخاص بمنشأتك في حال كان الهدف منه استخدامه داخل المنشأة أو الجامعة فقط ولخدمة منتسبيها.
- **حجز** مساحة تخزينية لدى احدى شركات الاستضافة والتي ستقوم بمهمة تجهيزه لك أو يمكن أن يتم ذلك تلقائيا.
- **فتح** حساب لدى احدى المنصات الداعمة للوردبريس اما بالمجان أو بمقابل مادي كمنصة wordpress.com مثلا.



شكل 3 نظام لإدارة المساحة التخزينية لدى شركات الاستضافة

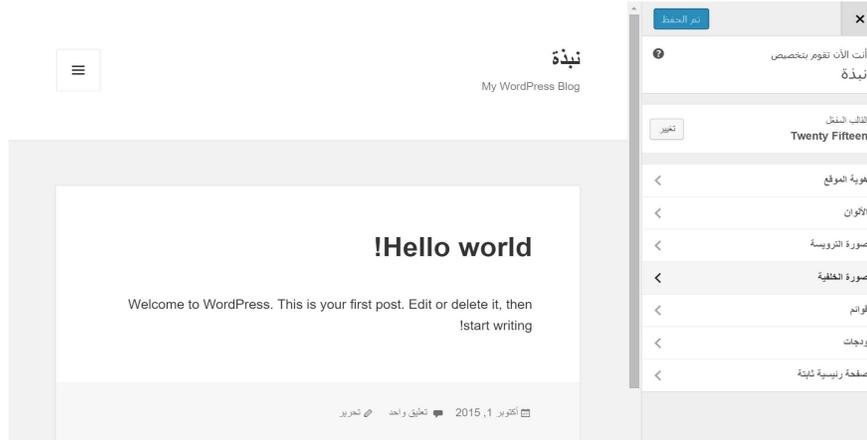
يتطلب تركيب نظام الوردبريس تحديد اسم المجال Domain Name الذي سيام تركيب النظام عليه والذي سيتم من خلاله اتاحته للزوار والذي يكون على شكل www.yourname.com. يمكن الحصول على اسم المجال من قبل شركات الاستضافة أو الشركات المزودة لأسماء المجال والتي تتطلب دفع مبلغ سنوي نظير ذلك.

2- **اختيار القالب الخاص** بموقعك وذلك من بين آلاف القوالب المتوفرة على wordpress.org أو المتوفرة عبر مواقع إلكترونية متخصصة بذلك. تتم عملية اختيار وتركيب القالب عبر أداة إدارة القوالب في نظام الوردبريس. حاول أن تبحث عن القالب المناسب لطبيعة عملك وطبيعة زوار موقعك.



شكل 4 إضافة قالب

3- العمل على تخصيص القالب الذي قمت باختياره ليتناسب معك من حيث الألوان والصور المستخدمة. كل قالب يوقر عادة شاشات لإجراء عملية التخصيص من خلال تعبئة بعض المعلومات المتعلقة بموقعك وصفحته الرئيسية ويختلف كل قالب عن آخر بما يمكن أن يتيح لك من خيارات. تمكن أداة التخصيص في الوردبريس من التغيير في مواصفات تصميم الموقع وفق القالب الذي تم اختياره وتتيح مشاهدة التغييرات مباشرة قبل تشيئها.



شكل 5 أداة تخصيص القالب

4- انشاء وتكوين الصفحات المكونة لموقعك والصفحات هي المعلومات التي عادة لا تتغير أو أن معدل تغييرها محدود كالنبرة عن الموقع أو الشركة والمنتجات والخدمات ونحو ذلك. ينبغي أن يتم تصنيف الصفحات حسب هيكلية شجرية إذا كان عددها كبيرا فيمكن تكوين صفحات رئيسية وفرعية حسب الحاجة. يتيح الوردبريس للمستخدم إضافة الصفحات التي يحتاجها لموقعه والتعديل عليها وربطها مع بعضها البعض كما قد يتيح بعض القوالب أدوات لبناء الصفحات بشكل محترف حسب حاجة الموقع الإلكتروني.

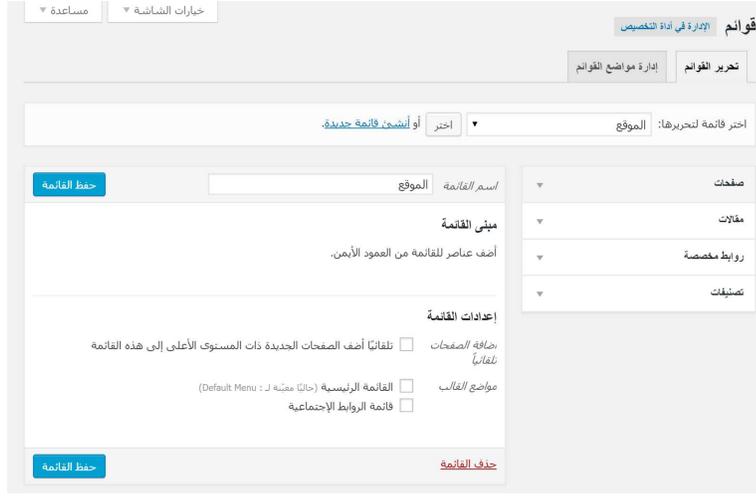
شكل 6 إضافة صفحة جديدة

5- **البدء بتحرير المقالات** في الموقع والمقالات هي المعلومات التي تتغير باستمرار كالأخبار والأحداث والمنشورات ونحوها. وهذه عملية **مستمرة** ستستمر معك طوال تعاملك مع موقعك. يتيح الوردبريس إمكانية إضافة المقالات في أي وقت من قبل المحررين الذين يتم تسجيلهم في النظام كما يتيح تصنيف كل مقالة وإضافة الكلمات المفتاحية (الوسمة Tags) إليها حسب الحاجة. ينبغي تحديد **تصنيف** خاص بكل مقالة بحيث يتم تجميع المقالات **المشابهة** في حزمة واحدة كما ينبغي إضافة أوسمة للصفحة تساعد على البحث عنها في الموقع.

شكل 7 التعامل مع المقالات

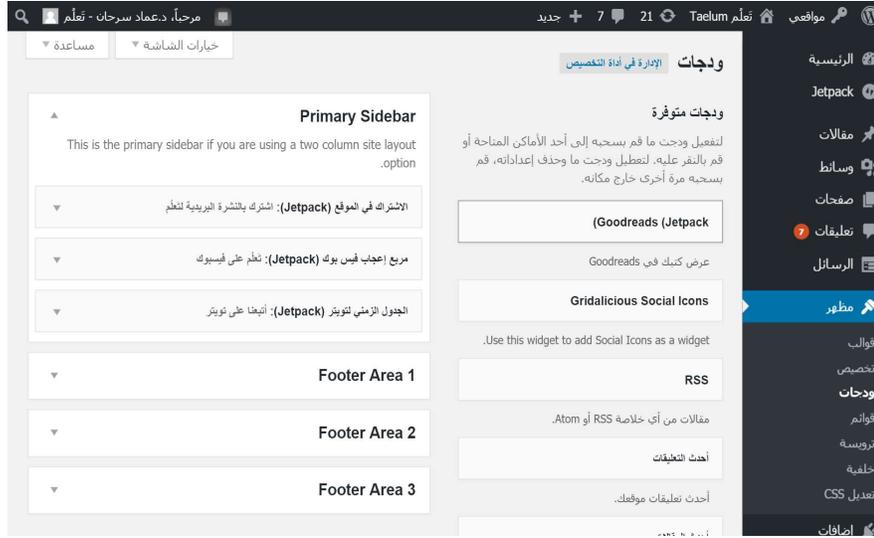
6- **بناء القوائم التي ستظهر في موقعك** والتي ستمكن الزوار من التجول فيه وزيارة صفحاته ومقالاته. يوفر نظام الوردبريس الأداة المناسبة لإضافة القوائم وتقريراتها وتحديد أماكن ظهورها في الموقع الإلكتروني وذلك وفقاً للقلب الذي يتم استخدامه. يمكنك في غالب

الأحيان تعريف قائمتين رئيسية وفرعية وتعريف الأجزاء التي تكون كل قائمة والتي يمكن أن تشير الى صفحات في موقعك أو تصنيفات لمقالات منشورة فيه.



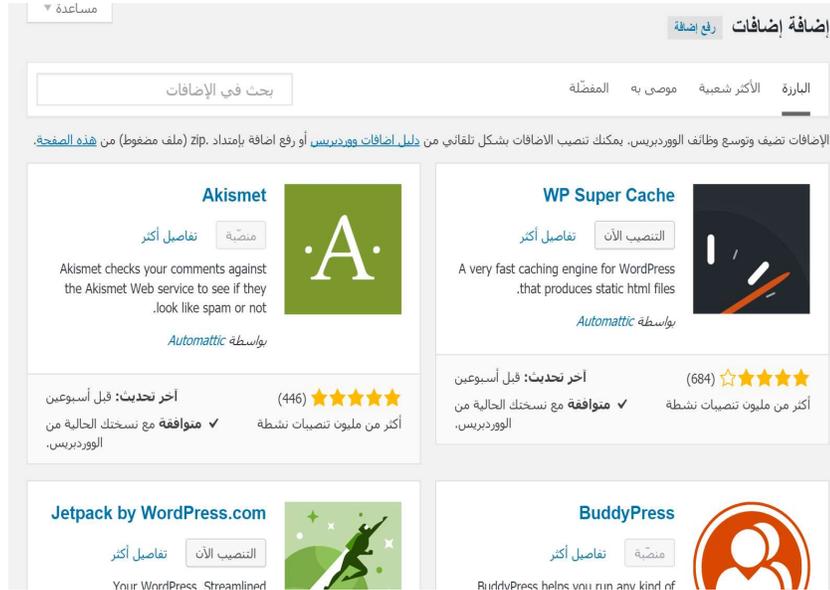
شكل 8 التعامل مع القوائم

7- إضافة الودجات المناسبة: الودجات widgets هي وحدات صغيرة تمكن من عرض محتوى إضافي على يمين أو يسار أو أسفل الصفحة الإلكترونية. يمكن أن يكون هذا المحتوى من ذات الموقع الإلكتروني كما يمكن أن يتم جلبه من مواقع وأنظمة أخرى. وتعتبر الودجات أبسط طريقة لتحقيق التكامل مع أنظمة أخرى بحيث تمكن المستخدم من الحصول على جميع المعلومات التي يحتاجها من مكان واحد أيا كان مصدر تلك المعلومات. يمكن اختيار أي الودجات تود عرضها على صفحات موقعك وبالترتيب الذي تراه مناسباً. يمكن أن تأتي هذه الودجات ضمن الوردبريس ذاته أو مرفقة بالإضافات والقوالب التي يتم تركيبها.



شكل 9 الودجات

8- إذا كان موقعك يتطلب **إضافات** معينة متعلقة بالتعامل مع الزوار أو الحماية أو نحوها. فيمكنك البحث عن الإضافة التي تحتاج وتركيبها واختبارها واستخدامها في موقعك عبر الأداة المخصصة لذلك في نظام الوردبريس. تأكد من توافق الإضافة مع الإصدار الذي تعمل عليه من ووردبريس ومن توافقها أيضا مع القالب الذي اخترته.



شكل 10 آلاف الإضافات متوفرة

9- نشر الموقع بعد التأكد بأنه يعمل بالشكل المطلوب على الخادم المباشر والاعلان عنه للزوار المحتملين.

3-3 استخدام الوردبريس كمنصة عمل

يمكن الاعتماد على ووردبريس في منشآت الأعمال والمؤسسات التعليمية والحكومية لاستخدامه من خلال التالي:

1- **بناء الموقع الإلكتروني الداخلي:** حيث يتوفر للوردبريس الامكانية لبناء موقع تفاعلي اجتماعي متكامل يربط الموظفين بعضهم ببعض ويقدم لهم المعلومات التي يحتاجونها عن الشركة أو المؤسسة التي يعملون بها. قد يكون الموقع موقع **معلوماتي** بحث وقد يكون أكثر تطوراً عبر توفير أدوات اجتماعية لتواصل الموظفين بعضهم ببعض وتبادل المعلومات والوثائق فيما بينهم. يمكن استخدام نماذج الإدخال وإدارة الوثائق الإلكترونية وأدوات الويكي والدرشة كأدوات معرفية مساعدة في هذا المجال.

2- **بناء موقع عمل للمشروع:** يمكن استخدام الموقع الإلكتروني والوردبريس لبناء **محطة عمل** لمشروع أو مهمة يعمل عليها فريق عمل مكون من مجموعة من الأفراد المتباعدين جغرافياً. تتوفر الكثير من الإضافات والأدوات التي تساعد على بناء أجنحة عمل للفريق وتوزيع المهام وتشارك المعلومات فيما بينهم والنفاس والحوار المباشر وغير المباشر.

3- **توفير مساحة عمل للموظف:** حيث يمكن عبر خاصية **تعدد المواقع** التي يتمتع بها الوردبريس من توفير **موقع خاص** لكل موظف أو معلم أو عامل سواء على الموقع الداخلي أو الموقع الخارجي ينشر فيه ما يشاء من معلومات ليشارك بها زملائه ويمارس فيها عمله من خلال ما قد يتوفر له من أدوات يتم ربطها بالموقع كالثائق الإلكترونية أو أدوات التراسل المباشر أو غيرها.

4- **بيع وتوفير المنتجات والخدمات:** البيع والتجارة والتسويق هي أحد أهم المهام التي يقوم بها الموقع الإلكتروني سواء للأفراد أو للمنشآت على اختلاف أنواعها. يمكن عبر الكثير من الإضافات بناء متجر إلكتروني متكامل عبر الوردبريس أو حتى متاجر متعددة تسمح بعرض المنتجات والخدمات وبيعها وتسويقها ومتابعتها وتقديم الدعم للمشتريين والتواصل معهم.

لقد أصبح بالإمكان اليوم الاعتماد على الموقع الإلكتروني في التجارة والبيع لأي نوع من السلع والخدمات ولأي نوع من العملاء.

4-3 استخدام الوردبريس كمنصة تعليمية

يمكن للمعلمين والخبراء والمؤسسات التعليمية استخدام نظام الوردبريس لأغراض التعليم والتعليم الإلكتروني كما يلي:

1- يوفر الوردبريس الامكانية لبناء **المقررات الإلكترونية** الموجهة للطلاب والمتعلمين وفي جميع **المستويات التعليمية**. يتميز النظام بسهولة البناء والنشر مقارنة بأنظمة إدارة التعلم التقليدية ويمنح حرية كبيرة للمعلم لبنني مقرره بالشكل الذي يراه مناسباً دون قيود. وتتم العملية في الوردبريس بأحد الطرق التالية:

- استخدام **المزايا الرئيسية** للوردبريس دون إضافات حيث يمكن بناء موقع إلكتروني للمقرر الدراسي واستخدام قالب مناسب للمادة العلمية والتعامل مع الطلاب على أنهم المستخدمين. يمكن هنا استخدام **الصفحات** لتعبئة الدروس المكونة للمقرر بحيث يكون لكل درس صفحة واحدة على الأقل مع إمكانية أن يرافقها صفحات فرعية. ويتم التفاعل مع الطلاب عبر المقالات التي ينبغي أن يضيفها المعلم لي طرح من خلالها مواضيع للنقاش ومشاكل للحل. يتوفر للمعلم العديد من الإضافات والامكانيات لربط صفحات ومقالات مقرره الإلكتروني بأي مصادر خارجية كفيديو على اليوتيوب أو واجب على edmodo كما تتوفر الكثير من القوالب التي تساعد على أن يظهر المقرر الإلكتروني بشكل يناسب الطلاب.



شكل 11 نموذج لأحد القوالب الخاصة بمقرر دراسي إلكتروني للأطفال

- استخدام **الإضافات**: حيث تتوفر عدد من الإضافات التي تساعد على بناء نظام مصغر لإدارة التعلم يمكنك من إدارة أكثر من مقرر دراسي في الموقع الإلكتروني الواحد. توفر هذه الإضافات القدرة على بناء محتوى المقرر الدراسي وتنسيب المعلمين ووضع الواجبات والتقييم الإلكتروني وغيرها من الوظائف الأساسية.

2- استخدام الوردبريس كنظام **إدارة عملية التعلم** وذلك على وجهين:

- الاعتماد على **وردبريس** فقط من خلال استخدام مزايا **تعدد المواقع والإضافات** المرتبطة بالتعليم وإدارة **المستخدمين**. حيث سيوفر ذلك بيئة **مفتوحة** أكثر وجاذبة للمتعلمين وتعطي حرية للمعلم ليصمم مقرره كما يشاء دون قيود، وحرية للمتعلم ليعلق ويشارك ويتفاعل مع المادة العلمية كأى موقع إلكتروني آخر. يمكن توفير موقع إلكتروني لكل طالب ليعبر فيها عما يريد إضافة الى امكانية توفير موقع إلكتروني لكل معلم ولكل مقرر إلكتروني بحيث يكون لكل موقع خصوصيته وفي ذات الوقت يتم إدارتها من مكان **واحد** ووفق قوانين واحدة.

- الربط مع نظام **موودل لإدارة التعلم** Moodle: حيث تتوفر الامكانية للربط مع أكثر نظم إدارة التعلم شيوعا في مجال التعلم الإلكتروني في حال كانت الحاجة لبناء مقررات إلكترونية لعدد كبير من المتعلمين وتحوي محتوى كبير حيث أن المحتوى والصفحات الإلكترونية ستكون مهمة ووردبريس باعتباره سيكون مفتوحا أكثر امام الطلاب وتبقى إدارة عملية التعلم على موودل.

ينادي الكثير من المتخصصين بالتخلي عن أنظمة التعلم الإلكترونية التقليدية لصالح أنظمة مفتوحة أكثر كأنظمة إدارة المحتوى دون قيود باعتبارها أنظمة مقيدة ولم تتطور في اغلبها لتوافق جيل اليوم.

3-5 استخدام ووردبريس كمنصة للتواصل

هي المهمة الأولى للوردبريس فهو أنشئ أساسا للتواصل حيث تتوفر العديد من الطرق والوسائل لاستخدامه في التواصل أهمها:

- 1- **بناء الموقع الإلكتروني للمنشأة**: وهو أهم وأبسط وظيفة يقوم بها الوردبريس حيث يمكن عبره نشر موقع إلكتروني عني بالمعلومات والمحتوى وقادر على التواصل مع العملاء أو المستفيدين وأيضا قادر على الترابط مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.

2- **تدشين موقع شخصي:** يمكن لأي فرد اليوم عبر ووردبريس بناء موقع إلكتروني شخصي يعبر عنه وعن خبرته ومؤهلاته وما يمكن أن يقدمه من خدمات للأخرين. لقد أصبحت هذه العملية سهلة جدا وبكسبة زر.

إن وجود مرجع شخصي لكل واحد فينا على الإنترنت أمر أصبح أكثر أهمية مما سبق فهذا المرجع سيكون الأساس الذي سيسمح للأخرين من شركات ومؤسسات وأفراد ليعرفوا عنك عندما يحتاجون لذلك.

3- **التدوين:** الوردبريس بدأ كمصحة للتدوين وما زال يستخدم كذلك من قبل الأفراد والمؤسسات الإعلامية والخاصة. التدوين هو الفرصة التي قدمتها الإنترنت للتعبير عن الخبرة والمعرفة ومشاركتها مع الآخرين والحصول على ردود الفعل من زوار الموقع عبر التعليق المباشر على ما ينشر.

4- **شبكة تواصل اجتماعي:** يمكن اليوم عبر الكثير من الإضافات المتوفرة بناء شبكة تواصل اجتماعي متكاملة عبر الوردبريس قد تكون مفتوحة أو موجه لفئة ما كالمحامين أو الفنانين أو الباحثين ونحو ذلك. قد تتوفر في هذه الشبكة بعض أو كل الأدوات التي يحتاجها أي مجتمع رقمي كالمنتديات والدرشة وخط الزمن والتدوين وانشاء الصداقات وغيرها.

3-6 أفضل الممارسات في استخدام نظام الوردبريس

لا يعني أن الوردبريس نظام جيد ومنتشر أن يتم الاعتماد عليه كما هو دون تعديل أو إضافة. فأي نظام يحتاج إلى أن يتم تطبيقه بالشكل المطلوب **والمناسب** حتى ينجح في أداء مهمته. ومن خلال التجارب الناجحة والفاشلة لتطبيق النظام على ملايين المواقع الإلكترونية خلال العشر سنوات الماضية يمكن الخروج بأهم الممارسات التي يتوجب اتباعها ليعمل النظام بالكفاءة المطلوبة:

1- **الاهتمام بشكل كبير بحماية الموقع الإلكتروني والنظام بشكل كبير** فلأن النظام منتشر ومشهور فهو مغري جدا **للمخترقين** خصوصا مع علمهم بخباياه مما يجعلهم يطورون طرقهم وأساليبهم في الاختراق عاما بعد عام. ويتم حماية النظام عبر تركيب الإضافات اللازمة التي تحمي النظام من الهجمات الخارجية وتمنع أي تغيير يحدث في ملفاته من الخارج وتتبع حيل المخترقين وتوقفها أو تكشفها وتمنع الدخول المتكرر للنظام وتسمح بالدخول المزودج عبر كلمة مرور يتم توليدها لحظيا وإرسالها عبر الرسائل القصيرة. هذا إضافة الى العناية بكلمات المرور المستخدمة وطبيعة الاستضافة التي يعمل عليها الموقع الإلكتروني.

2- عدم القيام بأي تعديل على نواة النظام والاكتفاء بأن يتم التعديل فقط عبر **الإضافات والقوالب** التي يتم اضافاتها. التعديل على نواة النظام قد تؤدي الى انهياره وستمنع أي **تحديث** تلقائي للنظام الى الإصدارات الجديدة التي تصدر له مما يفقده مزايا كثيرة قد ترتبط بعضها بالحماية. ابحث دائما عن الإضافات أو القوالب المناسبة للتعديل الذي تريد وفي حال أنك لم تجد غايتك فيمكنك طلب **بناء إضافة أو قالب** خاص بك من التقنيين يقوم بما تريد دون المساس بنواة النظام.

3- الاهتمام باستخدام أدوات **التخزين المؤقت** (الكاش) في حال كان عدد صفحات الموقع الإلكتروني كبيرا أو أن الزيارات المتوقعة ضخمة. يمكن أن يتم ذلك عبر بعض الإضافات التي تساعد على توليد **صفحات ثابتة** من الموقع يتم ارسالها مباشرة للزائر عند طلبها دون الحاجة لجلبها من قواعد البيانات. كما يمكن أن يتم ذلك أيضا عبر استشارة تقنيين لاستحداث التقنيات المناسبة لتوزيع **الحمل** على أكثر من جهاز خادم أو توزيع **صفحات** الموقع عبر شبكات متعددة أو غيره من التقنيات المتوفرة.

4- الاهتمام **بتعظيم** وصول المواقع الإلكتروني الى محركات البحث حتى يستطيع الزائر المستهدف للموقع الوصول له عندما يبحث عنه. يتأتى ذلك بالاهتمام بالمحتوى ذو **الجودة العالية** أولا لأنها الأساس الذي سيجذب محركات البحث والزوار لموقعك حيث اثبتت الدراسات الى أن **المقالات والمدونات** تحصل على ترتيب أعلى في محركات البحث من المحتوى التسويقي. ثم يأتي بعد ذلك دور **الإضافات** التي يمكن اضافتها للوردبريس والتي تساعد على توليد **الكلمات المفتاحية** keywords و**الوصف** المختصر Description لكل صفحة من صفحات الموقع الإلكتروني و**فهرستها** لدى محركات البحث وربط الموقع الإلكتروني بوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة به.

5- احرص على القيام بنسخ **احتياطي** للموقع والنظام بشكل **دوري** والاحتفاظ بالنسخة الاحتياطية في مكان آخر عدا موقع الاستضافة. لا تعتمد فقط على شركات الاستضافة في عملية النسخ الاحتياطي بل قم بها **أنت** أيضا وبشكل دوري عبر تركيب الإضافات المناسبة التي تعمل على تكوين نسخة احتياطية من موقعك وفق جدول تحدده أنت.

6- إن وجود عدد كبير من الإضافات للوردبريس يغري كثير لإضافة العديد منها لحاجة أو لغير حاجة مما يجعل النظام **ممتلي** بإضافات لا داعي لها فيصبح الموقع الإلكتروني بالتالي أكثر **بطئا**. قم بإضافة الإضافات التي **تحتاجها** فقط ويحتاجها زوار موقعك ولا تقدم لهم ما لا يحتاجونه لمجرد توافر ميزة أو وظيفة ما.

7- احرص على اختيار الإضافات والقوالب الأمنة الموثوقة المتوافقة مع الاصدار الذي تعمل عليه من الوردبريس. تجنب الإضافات مجهولة المصدر واعتمد على ما توفره مصادر معروفة واعند الى الاطلاع على تقييم المستخدمين لها قبل استخدامها في موقعك وتجربتها إن امكن.

4- الأدوات المعرفية



لا يمكن أن يعمل الموقع الإلكتروني وحده **منعزلاً** عن البيئة السحابية التي وفرتها لنا التقنية اليوم. فمهما كان الموقع الإلكتروني متطوراً فإنه لا يمكن أن يقوم وحده بالمهمة المطلوبة دون توافر أدوات المعرفة التي يمكن أن يستخدمها زوار الموقع ومستخدميه لأداء مهام لها علاقة بالوظيفية الأساسية التي يقوم بها الموقع الإلكتروني.

لقد وفرت لنا اليوم الحوسبة السحابية تلك الأدوات بشكل غزير ومتنوع وبتكلفة معقولة فيمكن الاختيار منها بما يناسب طبيعة الموقع الإلكتروني وطبيعة المجتمع المعرفي. يمكن أن ترتبط تلك الأدوات بنظام الوردبريس مباشرة عبر الإضافات والقوالب أو الودجات أو بمجرد استخدامها من قبل زوار الموقع. يمكن تصنيف تلك الأدوات السحابية إلى التصنيفات التالية:



الشكل 1 الأدوات المعرفية الرقمية للموقع الإلكتروني

- **التواصل** والتي تمكن من التواصل المتزامن وغير متزامن بين مجموعة من الأفراد اما بشكل رسمي أو غير رسمي. يعتبر التواصل هو هدف أي موقع إلكتروني وعدم توافر الأدوات التي تساعد على ذلك سيفقد الموقع الإلكتروني قيمته. يندرج ضمن هذا التصنيف:

○ **البريد الإلكتروني:** حيث ما يزال البريد الإلكتروني أفضل وسيلة للتواصل الرسمي بين أفراد المجتمع المعرفي سواء في العمل أو التعليم وهو الأكثر وصولاً للمستهدفين بخصوصية أكبر. لا بد أن يوفر كل موقع إلكتروني بريد إلكتروني لتمكين التواصل الرسمي بين زوار الموقع ومستخدميه سواء كانوا موظفين أو طلاب أو عملاء أو قراء ونحوه. يفضل أن يكون البريد الإلكتروني على اسم المجال الخاص بالمنشأة أو الفرد ك name@companyname.com ليضفي طابع الرسمية على عملية التواصل.



○ **التواصل اجتماعي:** يمكن ربط الموقع بشكل متكامل مع أدوات التواصل الاجتماعي ك Facebook و Google+ والتي تعتبر أفضل وسيلة لمشاركة المعلومات العامة غير المهنية وتساعد بشكل كبير على تأصيل العلاقات الشخصية غير الرسمية وتوفير الدعم الاجتماعي والتعليمي المناسبين وانشاء مجتمعات خاصة بفريق العمل ومنتديات النقاش وتبادل التعليقات حول المصادر المشتركة كالفديو والصور والروابط المختلفة. يمكن ربط الموقع الإلكتروني بأدوات التواصل الاجتماعي من خلال:

- **انشاء حسابات** في منصات التواصل الاجتماعي خاصة بالموقع الإلكتروني تتيح للزوار والمستخدمين متابعتها لتمكين التواصل مع الموقع ومعرفة آخر الاخبار. ينبغي توافر عناوين تلك الحسابات على الموقع **بوضوح** ليتمكن الزائر من الاشتراك والمتابعة. هذا لا يستثني أي موقع سواء موقع شخصي أو تعليمي أو مهني أو موقع أعمال. فالجميع بحاجة للربط مع تلك الأدوات التي يستخدمها ملايين البشر اليوم.
- تمكين زوار الموقع من **مشاركة محتوى** الموقع الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث تتوافر الكثير من الإضافات على الوردبريس لإضافة أزرار المشاركة للمقالات والصفحات، هذا سيساعد على انتشار الموقع بين الناس خصوصاً إذا كان المحتوى على المستوى المطلوب.

- تمكين زوار الموقع ومستخدميه من **التعليق والاعجاب** عبر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي حيث تتوافر الكثير من الإضافات لمواقع ووردبريس لتمكين زوار الموقع من ذلك.
- **التواصل المحترف:** في حال ارتبط الموقع الإلكتروني بعمل محترف فإنه من الأفضل ربطه بالشبكة الاحترافية المناسبة ك Edmodo و LinkedIn. تساعد تلك الأدوات على التواصل المهني المحترف بين زوار الموقع الإلكتروني ومستخدميه من خلال:
- منصة التوظيف والعمل **المهني** LinkedIn والذي يستخدم للتواصل في العمل عبر مشاركته المعرفة وتأسيس المجموعات المهنية والتوظيف والبحث عن المهنيين.
- منصة التواصل **التعليمي** Edmodo للتواصل في التعليم بشكل أمن أكثر من الفيسبوك للطلاب حيث تتيح تكوين الفصول الدراسية من خلال المجموعات التعليمية وبناء المهام والاختبارات ويعتبره الكثيرون نظام متكامل لإدارة التعلم معتمد على مفهوم التواصل الحديث.
- **وسائل التراسل المباشر:** عبر استخدام الأجهزة المتنقلة التي تشمل الجوال والأجهزة اللوحية والتي توفر للمستخدم قدرة على الوصول للمعلومات بل وتكوينها في أي وقت وبسهولة جدا وتمكنه من الدردشة مع الآخرين وتبادل المعلومات معهم بشكل أني. وهنا يفضل أن يتوافر للموقع تطبيق إلكتروني على أجهزة الجوال تمكن من التراسل المباشر مع المستخدمين والزوار وإرسال التنبيهات إليهم بشكل مباشر ويتوافر للوردبريس بعض التطبيقات التي تعمل على تحويل الموقع الإلكتروني الى تطبيق للأجهزة المحمولة وان كانت بتكلفة ويمكن في بعض الحالات استخدام التطبيق الذي يتم استخدامه من قبل wordpress.org لهذه الغاية.
- **التدوين والكتابة:** أصبحت تلك الأدوات البديل الأمثل عن البحوث التقليدية التي كان يستخدمها الطلاب في التعليم التقليدي أو التقارير الدورية التي يستخدمها الموظفون في منشآت الأعمال. فتلك الأدوات تساعد المشاركين على **عكس** ما يتعلمونه ويعملونه أولا



penzu

بأول وبشكل تشاركي مع الآخرين من خلال كتابة التدوينات والتغريدات حول موضوع معين له علاقة بالمهمة التي يتم العمل عليها أو من خلال المشاركة مع مجموعة من المشاركين في مشروع ما لبناء صفحات إلكترونية حول حالة معينة أو حل مشكلة ما عبر استخدام تقنيات الويكي. إن قدرة الآخرين على التعليق والمشاركة والقراءة ستجعل تلك الأدوات ناجعة في بناء معرفة جديدة وبشكل مكشوف وشفاف أمام الجميع. تندرج في ظل هذا التصنيف:

- **المدونات:** هي صفحات إلكترونية يملكها الكاتب يمكنه من خلالها التعبير عن رأيه على شكل أفكار وأبحاث ومقالات عبر التدوين في صفحات انترنت شخصية فتكون متاحة للآخرين للقراءة والتعليق ويعتبر التدوين جزء أساسي من Wordpress وبالتالي متوفر لأي موقع إلكتروني يتم بنائه به.
- **الويكي:** هي تقنية تسمح لأكثر من كاتب بالمشاركة في كتابة مقال أو بحث على صفحة إلكترونية أو أكثر من صفحة من خلال مواقع إلكترونية تشاركية مفتوحة وبسيطة تمثل مستودعا للمحتوى، وهي أداة مهمة للعمل الجماعي وبناء المقررات الإلكترونية ولمشاريع العمل الجماعية وتعتبر Wikipedia أشهر الأمثلة على ذلك. ويتوافر للوردبريس إضافات تمكن من بناء الويكي وجعله متاحا للمستخدمين والزوار كجزء من الموقع الإلكتروني.
- **التدوين المصغر:** وهي إمكانية التعبير عن الرأي بعبارات مختصرة وهو أداة مناسبة للنقاش السريع والتعليق على الأحداث ويعتبر تويتر Twitter أشهر منصات التدوين المصغر والتي يمكن ربطه بالموقع الإلكتروني عبر تمكن الزائر من التغريد مباشرة للموقع وزواره أو مشاركة أي محتوى فيه مع الآخرين.

- **إدارة الوثائق والمهام:** توفر هذه الأدوات للأفراد والمنشآت على حد سواء مساحة تخزينية تمكنها من حفظ وإدارة ومشاركة وتحرير واستعراض المستندات المكتبية الخاصة بها بشكل فردي أو جماعي وعبر الإنترنت، ويتضمن ذلك الملفات النصية والعروض التقديمية والجدول المالية وقواعد البيانات. وقد تطورت تلك الأدوات لتشمل أيضا تطبيقات المهام المكتبية كالتعامل مع النماذج الإلكترونية



eForms ومسارات العمل Workflow وتحرير مقاطع الفيديو وأدوات بناء المقررات الدراسية Syllabus والمحاضرات وإدارة المشاريع وغيرها الكثير. سيمكن هذا فريق العمل من استخدام تلك الأدوات لإدارة ملفاتهم الرقمية وتصنيفها وتنظيمها وتحريرها ومشاركتها بسهولة. ويندرج في ظل هذا التصنيف العديد من التطبيقات التي يمكن اضافتها للموقع الإلكتروني عبر روابط مباشرة أو عبر الإضافات المناسبة للوردبريس وأهمها:

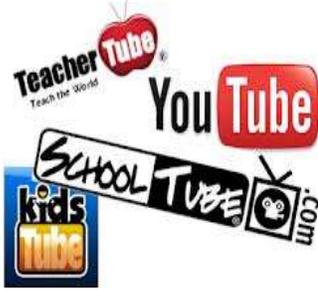
- **إدارة المستندات الإلكترونية:** والتي توفر القدرة على التحكم وإدارة الوثائق الإلكترونية سواء على مستوى فردي أو مؤسسي كما هو الحال مع الخدمات السحابية ك Box و Dropbox و Google Doc أو driveOne حيث تتضمن تلك الأنظمة أدوات إدارة المستندات والسجلات والملتيميديا وما يتعلق بذلك من سياسات وإجراءات وتشارك.
- **إدارة إجراءات العمل:** وهي الأدوات التي تساعد على أتمتة الأعمال والمهام بحيث يمكن أن تتم بعض أو كل النشاطات بشكل ألي مما يوفر في الوقت والجهد وينقل في معدل الخطاء. تساعد هذه الأدوات على أتمتة الأعمال في منشآت الأعمال وعلى بناء النشاطات التعليمية والتدريبية. تتوفر تلك الأدوات على المستوى الفردي والجماعي كما هو الحال مع بعض الخدمات السحابية ك KISSFlow أو Piplly أو Alfresco وغيرها.
- **إدارة المشاريع:** وهي الأدوات التي تساعد على إدارة المشاريع في مؤسسات الأعمال والتي تساعد على توزيع المهام والنشاطات وتسلسلها والتحكم بها والسيطرة عليها ومراقبتها واستخراج تقارير الأداء المرتبطة بها.
- **إدارة التعلم:** وهي الأنظمة التي تساعد على بناء المحاضرات الدراسية والمقررات الرسمية والدورات التدريبية ومتابعة الطلاب المنتسبين والعلامات الممنوحة لهم. ويعتبر Moodle أشهر تلك الأنظمة.

- **المصادر المفتوحة:** يستطيع الفرد اليوم الحصول على الكثير من المصادر التي يحتاجها عبر الإنترنت وبالمجان أو بتكلفة منخفضة. قد تكون هذه المصادر مصادر تعليمية أو معرفية أو مقررات إلكترونية أو تطبيقات مفتوحة المصدر أو نماذج وقوالب يمكن إعادة استخدامها. وتتوفر تلك المصادر عبر



- المنظمات غير الربحية من قبل الجامعات ومراكز البحث والتطوير أو من أفراد.
- محركات البحث كغوغل وياهو وغيرها.
- منصات التعليم المفتوح ك Coursera, edx, ورواق وإدراك.

- **إنتاج الوحدات المعرفية:** لقد أصبح لكل شخص اليوم



القدرة على انتاج وحدات معرفية بسهولة لم تكن متاحة قبل ذلك. حيث يمكن عبر استخدام أدوات متنوعة على الإنترنت تسجيل مقاطع حية بالصوت والصورة مع ربطها بشرائح العروض التقديمية أو دمجها مع مقاطع فيديو أخرى حسب الحاجة، كما يمكن بعد ذلك من بثها

ومشاركتها مع الآخرين والتعديل عليها مباشرة. عبر الموقع الإلكتروني وحتى عبر نظام الوردبريس، كما يستطيع الفرد ايضا استخدام ذات التقنيات لتسجيل تجربة قام بها أو نشاط دراسي مارسه أو عرض يود تقديمها فيشارك به زملائه دون الحاجة لأي أدوات تقنية معقدة. وقد ساعدت الكاميرات المتوفرة على الأجهزة المحمولة والحواسيب على تحقيق ذلك بسهولة للجميع.

- **القاعات الافتراضية:** وهي أهم الأدوات التي يمكن



استخدامها لمحاكاة الصف الدراسي أو قاعة الاجتماعات التقليدية والتي تربط "عن بعد" بين المشاركين في ذات الوقت وكأنهم في مكان واحد. تمكن تلك الأدوات عقد اجتماعات لأي عدد من الحاضرين بشكل متزامن سواء عبر الإنترنت أو الشبكات المحلية وتحاكي الاجتماعات التقليدية الا انها أقل كلفة كما وتمكن من الاحتفاظ بمجريات تلك الاجتماعات لإعادة الاستعادة منها لاحقا.

توفر القاعات الافتراضية السبورة الإلكترونية والقدرة على مشاركة العروض التقديمية والملفات وحتى مشاركة الأجهزة وتسمح بالتصويت والإجابة على أسئلة والقيام بالنشاطات المختلفة إضافة لإمكانية التواصل المرئي المباشر والردشة الآلية المباشرة وتبادل الرسائل. ويعتبر Skype, Hangout, WIZIQ, WebEx أشهر تلك الأنظمة والتي يمكن ربطها بنظام الوردبريس عبر الإضافات المناسبة كما يمكن استغلالها بشكل مستقل للتواصل مع الزوار والمستخدمين.

- **بناء المواقع الإلكترونية:** وهي الأدوات التي تمكن المستخدم العادي وبدون خبرة تقنية من بناء مواقعهم الإلكترونية بسهولة ودون الخوض بتفاصيل تقنية. يمكن الوردبريس من إدارة مواقع إلكترونية **متعددة** كما يمكن من تسهيل انشاء هذه المواقع على المستخدمين عبر استخدام قوالب افتراضية وأدوات بناء الصفحة ونحوها، يمكن استخدام هذه الأدوات لبناء مساحات العمل الخاصة بالمهام التي يتم تنفيذها أو كجزء من مشاريع العمل المشتركة.



fractal lab

- **أدوات التعلم الافتراضية:** تتوفر على شبكة الإنترنت العديد من الأدوات التي يمكن إضافتها للموقع الإلكتروني واستخدامها في التعلم افتراضيا اما بشكل فردي أو جماعي حسب حاجة المستخدمين من الموقع وذلك دون الحاجة للتواجد في صف دراسي أو مركز تدريبي. وتشمل تلك الأدوات الرحلات الافتراضية والمختبرات وأدوات المحاكاة وأدوات الرسم والنمذجة والبرمجة. وتتطور هذه الأدوات بشكل كبير نتيجة تطور تقنيات الوسائط المتعددة والرسوم ثلاثية الأبعاد والواقع المعزز Augmented Reality. والبيولوجراف

Holographic التي تمكن من توفير صور متحركة رباعية الأبعاد يمكن التعامل معها وكأنها كائن حقيقي، حيث سيكون لهذه التقنية تأثيرا كبيرا خصوصا في المحال الهندسي والطبي لأنها أكثر أمانا وقل تكلفة وتقدم تجربة حقيقية فردية أو جماعية.



- **التقييم:** وهي الأدوات المرتبطة بتقييم فريق العمل أو تقييم الموقع وأدائه وتشمل الامتحانات الإلكترونية والاستبيانات وأدوات التحليل وتقنيات البيانات الضخمة. تمكن تلك الأدوات من انشاء وتصميم الامتحان أو الاستبيان وأسئلته وعلاماته ثم نشره وتحليل نتائجه. ماوالت هذه الأدوات في بداية عهدها الا ان استخدام محلل غوغل Google Analysis يعتبر أفضل الأدوات وأكثرها شهرة اليوم.

يتم توفير جميع تلك الأدوات في البيئة السحابية عبر منصة إلكترونية Platform واحدة أو عبر منصات مختلفة موزعة عبر شبكة الإنترنت ويمكن ربطها بالموقع الإلكتروني ونظام الوردبريس عبر

الاضافات أو القوالب. ولا يوجد معيار للحكم على جودة وملائمة أي أداة عن الأخرى حيث تختلف منظومة الأدوات التي يتم اختيارها من مهمة لأخرى وفقا لطبيعة المجتمع المعرفي وطبيعة المتعلمين والمهمة التي يتم إنجازها.

5- التدوين

بما أننا نتحدث عن الوردبريس فلا يمكن أن نتجاهل أساس ظهوره وهو التدوين كأداة أساسية للعمل والتعلم والتسويق والتواصل في العصر الرقمي الذي تعيش فيه. التدوين ليس مجرد نشر صفحات إلكترونية عادية بل هو أداة مهمة فيما لو تم استغلالها كما يجب.

يعتبر وجود **مدونة** في أي موقع إلكتروني أمراً أساسياً أياً كان الهدف من الموقع الإلكتروني والمهمة التي يؤديها. فالمدونة اليوم جزء أساسي من المواقع الإلكترونية المحترفة للشركات والمؤسسات والهيئات على اختلاف أحجامها وطبيعتها عملها. المدونة هي الأداة التي يمكن استخدامها لتبيان الخبرة وتنفيذ الحوار والتسويق بمحتوى حقيقي بعيداً عن الإعلانات التقليدية.

1-5 ما هي المدونة

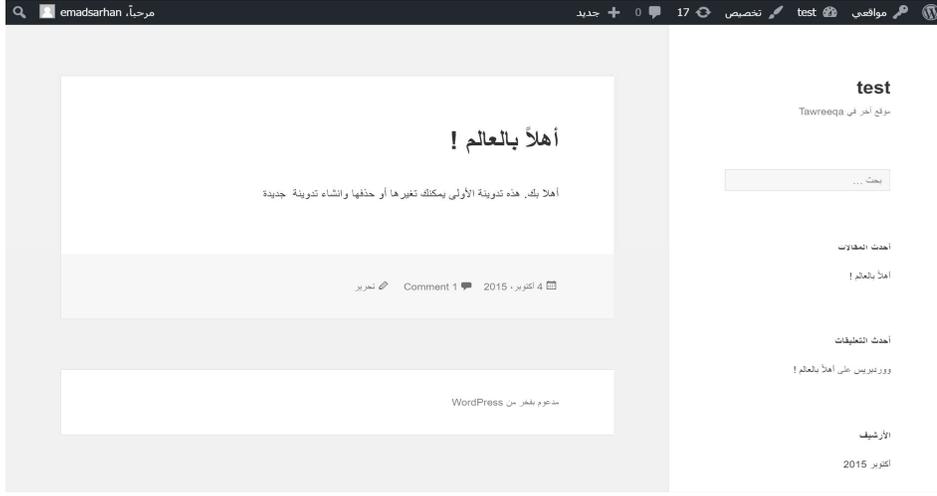
المدونة هي مجموعة من **المقالات** المرتبة حسب **تاريخ نشرها** والتي يحكي من خلالها الكاتب صور من حياته أو شخصيته أو خبرته أو المعرفة التي يملك. قد يكون هذا الكاتب **أنا وأنت وأي شخص** مهما كان عمره أو طبيعة عمله فقد أتاح التدوين الرقمي لأي كان أن يعبر عن نفسه بعد أن كان ذلك مقتصرًا على المؤلفين المعروفين في الاعلام التقليدي.



تختلف المقالات في التدوين الرقمي عن المقالات في الجرائد والمجلات بأنها لا **تقتصر** على النص فقط بل قد تحوي صوراً ومقاطع صوتية وفيديو، وتتيح الفرصة للقارئ بأن يتفاعل مع ما يقرأ عبر التعليق على المقالة مباشرة. ولا يقف الأمر عند التعليق بل يتجاوزه الى حوار يمكن أن ينعقد بين المعلقين حيث يمكن التعليق على تعليق الآخرين فنصل الى نقاش متعدد المستويات.

وإذا يقتصر المقال في المدونة على الصورة فقط فيطلق عليه التدوين بالصورة كما يحدث مع الانستغرام Instagram أو يقتصر على الفيديو كما هو الحال مع اليوتيوب YouTube والسناپ شات Snapchat وقد يقتصر على الصوت فقط كما هو الحال مع ساوند كلاود SoundCloud وقد يكون تدويناً مصغراً يقتصر على جمل قليلة كما هو الحال مع تويتر Twitter. في النهاية كاتب التدوين هو من يقرر كيف يرسل رسالته للأخريين المهم أن تتوافق الوسيلة التي اختار مع ما يتوقعه المتلقي وفقاً

لطبيعة الجمهور المستهدف والمجال الذي يكتب فيه الكاتب. فبعض المجالات لا تصلح الا بالتدوين النصي وأخرى تحتاج الى مقاطع الفيديو أو المقاطع الصوتية لإيصال الرسالة وهكذا.



شكل 12 التدوين مباشرة عبر الوردبريس

وعبر الوردبريس يمكنك التدوين بكل تلك الوسائل فدمج الصورة بالصوت بالنص وقد تضيف لها تطبيقات تفاعلية أو ألعاب أو نماذج إدخال حسب الحاجة. فالتدوين هو جوهر النظام والأساس الذي يعتمد عليه وبدأ به قبل أن يكون منصة للمواقع الإلكترونية. فبمجرد تنصيب النظام أو فتح حساب في أحد الشركات المستضيفة فسيكون أمامك القدرة على البدء بالتدوين مباشرة وباستخدام القوالب الافتراضية التي تأتي مع النظام.

2-5 استخدامات التدوين

يمكن استخدام التدوين كأداة فعالة للتسويق والتعليم وحتى المساعدة في أداء الأعمال واستخداماته في تلك المجالات عديدة. وهنا سأقتبس بتصرف ستة استخدامات أساسية للتدوين كما أوردها الدكتور Steve Wheeler في كتابه Learning with e's وهي:

1- **التدوين أداة للحوار:** فقدرة الآخرين على التعليق على ما يدونه الكاتب هو أحد أساليب الحوار الفعال والتفاعل ليس بين المعلق والكاتب فقط بل بين المعلقين أنفسهم مما يفتح مجالاً للنقاش والاطلاع على وجهات نظر مختلفة وتبادل الآراء وتعلم المتحاورين كيف يمكن أن يحترم بعضهم آراء بعض. الحوار هو الذي يساعد على مناقشة الأمور مهما كانت معقدة ومن وجهات نظر مختلفة ويشجع على التفكير الجماعي والتفاعل ويولد معرفة جديدة ويظهر خبرات ومهارات لها تأثير كبير على انجاز العمل ويساعد على تماسك المجموعة عبر تكوين هوية مشتركة للمتحاورين.

الكتابة عبر حوار نصي أحد العناصر لأي عملية تعلم أو عمل. فهي تساعد على التفكير الدقيق والبحث والاستكشاف والتحليل مما يجعلها أهم أداة لتحصيل المعرفة والتعلم، فعندما تتكتب فأنت حتما ستتعلم. وقد أجمعت نظريات التعلم والمعرفة على أهمية الكتابة ودل على ذلك من قبل القران الكريم عندما استخدم القلم كأداة التعلم الأساسية (الذي علم بالقلم).

2- **التحدث بحرية:** وذلك بعيدا عن قيود الكتابة في الاعلام التقليدي فذلك سيمنح افاقا أوسع للكاتب وللقارئ على حد سواء. يمكن عبر التدوين قول ما لا يمكن قوله في الاجتماعات الرسمية والفصول الدراسية والتقارير الدورية، وتترك الحرية لقارئ بعد ذلك في أن يقرأ أو لا يقرأ وأن يتقبل أو لا يتقبل.

3- **استخراج المعرفة:** يساعد التدوين المتعلم والموظف على التعبير عن المعرفة التي يملك والتي ربما لم يكن ليذري بها دون تدوين. هنا تتحول المعرفة **الضمنية** التي يملكها الفرد الى معرفة ظاهرة **صريحة** وواضحة فتكون مرجعا للكاتب والقارئ على حد سواء. حيث تشير الأبحاث الى أن أغلب المعرفة هي معرفة ضمنية فير صريحة وأن الحصول على المعرفة يتطلب اخراج تلك المعرفة الضمنية لتصبح معلنة وموثقة وواضحة، والحوار احد الأدوات التي تساعد على ذلك.

4- **الاعتماد على النفس:** لكي تدون لابد أن تبحث وتقرأ وتتطلع وربما تزور تدوينات الآخرين من زملاء العمل والدراسة وتعلق عليها حتى تستطيع الخروج بتدوينك. هذا في حد ذاته تعلم ذاتي سيساعد على تأدية العمل والتعلم من أخطاء الآخرين. سيساعد ايضا على **تعزيز** اهتمام الفرد بما يعمله وعزيمته على الاستمرار في التعلم والعمل لتحقيق هدف محدد، عبر **الدافعية** التي سيحصل عليها والنابعة من ايمانه بما بفعله وبالهدف الذي يسعى لتحقيقه وبجديته وبيقظته لذاته وإلى أين هو ذاهب.

5- **التفكير النقدي:** التفكير هو أحد أهم الأدوات التي يستخدمها المدون عند تدوينه. التفكير في حل مشكلة ما أو **ابداع** شيء جديد أو نحو ذلك. فالكتابة والحوار سيوفران القدرة على **بناء المعاني والتفكير النقدي** Critical Thinking عبر الاستنتاج والتقييم والفهم العميق فيجعل الفرد يفكر بطريقة **مختلفة** خارجة عما هو مألوف فيكتشف ويحلل ويتخيل. لذلك يمكن استخدام التدوين لطرح الأسئلة والاستفسارات لمحاولة الوصول لحل ما. هذا سيكون

له تأثير كبير على العمل من خلال اتاحة المجال للإبداع والابتكار وسيكون مفتاح حل المشاكل وابتكار أفكار جديدة.

6- **عكس العمل Reflection**: يمكن استخدام التدوين لكي يعكس المدون ما يتعلمه أثناء عمله أو في جامعته ومدرسته. يكتب **الأخطاء** التي مر بها وكيف تجاوزها، يكتب عن **النجاحات** التي حققها وكيف يمكن للأخرين أن يكرروا ذلك النجاح، يكتب عن الناس الذي **قابلهم** وكيف تعامل معهم، يكتب عن الكتب والمقالات والتقارير التي قرائها أو تعامل معها. التدوين أفضل وسيل لكتابة تقرير حقيقي بما حصل أو بما يمكن أن يحدث.

إن عليك أن تعتمد فوراً الى الطلب من موظفيك أو طلابك الى البدء بالتدوين وبشكل مستمر عبر اعطائهم مواضيع ومهام ومشاكل يمكنهم التدوين حولها ومنح خبرتهم من خلالها. اجعل التدوين جزء أساسي من موقعك الإلكتروني سواء الداخلي أو الخارجي وجزء من المقرر الإلكتروني أو المشروع الذي تعمل عليه.

3-5 كيف تدون؟

لا يحتاج التدوين الى الكثير من المهارة والخبرة كما هو الحال مع الكتابة الصحفية أو المهنية فهو في الأساس أداة من أدوات التواصل الاجتماعي التي وفرتها التقنية لنا جميعاً وإن استخدمها المحترفون في الكتابة لكنها متاحة للجميع. أهم ما يمكن سرده هنا من نصائح تساعد على التدوين بشكل صحيح:

1- تعامل مع مدونتك وكأنها **موقع إلكتروني** متكامل يحتاج منك عند تأسيسها أن تعرف الهدف الذي تسعى له والجمهور المستهدف وماذا ستقدم لهم وكيف وما هي اللغة التي يفهمونها ونحو ذلك مما يتطلبه أي موقع إلكتروني آخر.

2- **عبر** عن نفسك في التدوين دون تصنع أو تمثيل. فالقارئ يتوقع نوع من التلقائية عندما يقرأ مدونتك. المهم أن تعبر عما تملك من معرفة وخبرة ومهارة يشعر بها القارئ عندما يزور مدونتك.

3- أعمد الى الاختصار غير المخل بالمعنى قدر الإمكان فلم يعد جمهور اليوم جمهوراً قارئاً خصوصاً في منطقتنا العربية.

- 4- حاول أن تستخدم **اللغة العربية** اضافة الى أي لغة أخرى تتقنها فنحن بحاجة لتعزيز مكانة اللغة العربية على الإنترنت والتي لا تتجاوز 3% من المحتوى العالمي والمدونات أحد أهم الطرق الى ذلك.
- 5- حاول أن تستخدم **الصور** والرسوم ومقاطع **الفيديو** قدر الإمكان دون اسراف وبما يناسب ما تكتب فالصورة خير من ألف كلمة.
- 6- تحدث عن **حياتك** ومشاكلك ورحلاتك في مدونتك حتى لو كانت مدونتك جادة فالناس تحب شيئاً من الترفيه والتغيير بين الحين والآخر.
- 7- **شارك** مدونتك وتدويناتك بشكل مستمر بين أصدقائك أو طلابك أو زملائك أو معلميك عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني حتى يصل اليها أكبر عدد ممكن من الزوار.
- 8- **تواصل** مع من يعلق على مدونتك سواء عبر التعليق أو عبر البريد الإلكتروني فهذا جوهر التدوين الرقمي.

ختاما

هذا فيض من فيض فالموضوع كبير لكنه بحاجة للممارسة الحقيقية حتى تتم الاستفادة من كما ينبغي. فأعد الآن لأن تبدأ بموقعك الإلكتروني، تعلم وجرب وصحح حتى تصل الى ما تريد.

هذه دعوة للمعلمين ورواد الأعمال وأصحاب المنشآت ومدراءها ومسؤولي التسويق فيها ليعمدوا الى استغلال التقنية وبتكلفة منخفضة فلا عذر أمامهم اليوم.



لأي استفسار أو اقتراح يمكن التواصل عبر البريد الإلكتروني

emad@taelum.org

كما يمكنك الحصول على كل جديد وعلى الاصدارات الجديدة من

هذا الكتاب عبر الانضمام للقائمة البريدية لتعلم

www.taelum.org