

الخطوة
التاسعة

اعتنِ بمحتوى موقعك



لقد فعلنا كل ما فعلناه سابقاً من أجل أن نصل إلى هنا.....**المحتوى.**

المعلومات في المحتوى هي ما يهدف إليه زائر الموقع في الأساس عند زيارته لك. فكلما كان هذا المحتوى **قوياً جذاباً** زاد عدد زوار موقعك.

يحدث في واقعنا العربي أن يعتمد الكثيرون إلى بناء مواقع إلكترونية غاية في الإتقان، ويبدلون فيها الغالي والنفيس، ثم يكتشفون عندما ينتهون من بناء مواقعهم بأنهم لا يملكون المحتوى الذي سيملاً صفحات ذلك الموقع الإلكتروني، مما يضطرهم إلى هدم كل شيء، أو إجراء الكثير من التعديلات لتغطية ذلك الفراغ.

لذا يجب الاهتمام بمحتوى الموقع الإلكتروني بشكل كبير ومن البداية، والتركيز على تطويره بما يتلاءم مع الهدف الأساسي، الذي تم الشروع في بناء الموقع الإلكتروني من أجله. ويتم ذلك بتقديم محتوى محترف ومناسب وجذاب وذو قيمة، فالمحتوى هو الذي يمثل **رسالتك** التي تود إبلاغها إلى جمهورك، وما تقصد أن تعرضه على زائر موقعك؛ لأنها هي ما **يهدف** إليه الآخرون عندما يقومون بزيارة موقعك.

ويسير مسار تطوير المحتوى جنباً إلى جنب مع الجانب التقني، ويتمثل في **تطوير المحتوى الكامل الذي سيحتويه الموقع الإلكتروني عند تدشينه**، ويحدد أسلوب وطبيعة المحتوى الذي سيغذي الموقع الإلكتروني فيما بعد. وعادةً ما يقوم بهذه المهمة فريق عمل يبدأ من محرر واحد للمواقع الصغيرة، وينتهي بفريق تحرير كامل للمواقع الإلكترونية الضخمة. على أن يتوافر في أعضاء ذلك الفريق الخبرة في التحرير للمواقع الإلكترونية بوصفها تختلف بعض الشيء عن التحرير للوسائل الإعلامية الأخرى، فمحتوى المواقع الإلكترونية أكثر اختصاراً، قابل للتشعب والتفرع، يحوي إضافة إلى النص صوراً ورسوماً وفيديو وتفاعلاً مع الزوار في وقت واحد.

قد يكون محرر الموقع الإلكتروني هو **أنت**، وهذا أفضل إذا كان موقعك موقعاً شخصياً، وعليك حتى تنجح في هذه المهمة أن تطلع بشكل مكثف على المواقع الإلكترونية الأخرى، وتتعلم منها.





غزارة المعلومات هي أهم ما يميز الموقع الناجح

- ويمكن الاعتماد في وضع محتوى الموقع الإلكتروني على **المصادر الأساسية الآتية:**
 - **المحتوى الذي يملكه صاحب الموقع الإلكتروني ذاته** سواء كان فرداً أو شركة، المتمثل فيما يملكه من منشورات وكتب وأعمال ومواد إعلامية وتسويقية أو أي مخزون علمي أو ثقافي ونحوه. ويعد هذا المصدر هو **المصدر الأساسي والأولي والأقل تكلفة** لأي موقع إلكتروني، فلا يحتاج إلى مجهود في البحث ولا تكلفة في الشراء، إلا أنه يجب القيام بإعادة صياغة -على نحو ما - لهذا المحتوى؛ ليتناسب مع شبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية.
 - **المواقع الإلكترونية الأخرى:** توفر الكثير من المواقع الإلكترونية محتوى قابلاً لإعادة الاستخدام بشكل أو بآخر في الموقع الإلكتروني الذي يتم بناؤه. وقد يكون هذا المحتوى مجاناً دون مقابل كما هو الحال مع بعض مواقع الجامعات ومؤسسات البحث ونحوها، أو أن يكون مقابل تكلفة كما هو الحال مع مواقع الأخبار وشركات الاستشارات ونحوها، من المواقع والبوابات الإلكترونية التي انتشرت والتي تخصصت في بيع المحتوى لمن يحتاج. ويعد هذا المصدر **مخلفاً بعض الشيء**، وقد لا يؤدي إلى تقديم محتوى ذي طابع فريد خاص بالموقع الإلكتروني يميزه عن غيره، إذا لم يتم اختيار المصدر المناسب الذي سيتم جلب المحتوى منه بعناية والعمل عليه بشكل يجعله يتناسب مع الموقع الإلكتروني الذي يتم بناؤه.

• **إنشاء محتوى جديد للموقع الإلكتروني:** يتمثل في تأليف محتوى خاص بالموقع الذي يتم بناؤه، سواء تأليف نص أو تصوير لقطات فيديو أو إنشاء الصور أو إجراء المقابلات ونحو ذلك. ويعد هذا المصدر الأفضل ولكن **الأكثر تكلفة** حيث يتطلب فريق عمل كبير ومتخصص للقيام بهذه المهمة. لاحظ أن المواقع الضخمة والبوابات الإلكترونية خصوصاً الإخبارية والثقافية والبحثية تعتمد في الأساس على هذا المصدر من المعلومات لمحتوى مواقعها، لأنه يجب عليها أن توفر محتوى فريداً خاصاً بها ذا نوعية وجودة عالية وألا تعتمد على تكرار محتوى آخر من مواقع إلكترونية أو مصادر أخرى.

• **المحتوى القادم من زوار الموقع:** قد يستطيع موقعك استقطاب المحتوى من **الزوار** أنفسهم، وهذا ما يحدث في المنتديات والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي. حيث إن توفير تلك الأدوات والوسائل التفاعلية للزوار من خلال موقعك سيؤدي إلى توافر محتوى غزير للموقع مجاناً دون مقابل. لكن يجب أن يجذب موقعك الآخرين ويشجعهم على وضع مثل هذا المحتوى، كما يجب ألا يكون هذا المحتوى هو المصدر الوحيد لمحتوى موقعك نظراً **إلى عدم مصداقيته** في كثير من الأحيان، فلا نستطيع أن نثق به. والمواقع الإلكترونية الناجحة هي التي تعتمد على **المصادر الأربعة** السالف ذكرها معاً وحسب الحاجة باختيار المحتوى المناسب من المصدر المناسب في المكان المناسب. ويعد النموذج المصغر وخريطة الموقع الإلكتروني الأساس الذي يتم الاعتماد عليه في اختيار وتأليف المحتوى المناسب.

أنواع المحتوى على شبكة الإنترنت:

بشكل عام هناك نوعان أساسيان من المحتوى للمواقع الإلكترونية:

- **المحتوى الساكن:** هو المحتوى الذي **لا يتغير** تقريباً على مدى مدة طويلة من الزمن كالمعلومات عنك أو عن الشركة أو حتى تصميم الموقع الإلكتروني ذاته والكتب والبحوث ونحوها، فهي معلومات ثابتة لا تتغير بعد **نشرها**.
- **المحتوى الديناميكي:** هو المحتوى **القابل للتغير مع الزمن**، سواء في فترات قصيرة أو طويلة: كالأخبار والمعلومات المستمدة من قاعدة البيانات ونحوها، التي تتطلب بشكل أكبر من غيرها نظاماً لإدارة التغييرات والتحديثات التي تحدث عليها.



خصائص الكتابة للإنترنت:

الكتابة للإنترنت تختلف تماماً عن الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى، نظراً إلى طبيعة الإنترنت من حيث السرعة وتعاملها مع أنواع مختلفة من المحتوى، الذي لا يقتصر على النص فقط، بل يتعدى ذلك إلى الصور والأفلام وتفاعل الزوار، التي قد تكون أكثر جذباً ولفتاً للنظر، فقد أثبتت الأبحاث أن أغلب الزوار على شبكة الإنترنت لا يقرؤون إنما يمرّون سريعاً على المحتوى، ويقرؤون فقط ما يلفت نظرهم. لاحظ أن هذا المفهوم قد بدأ يتغير مع ظهور الأجهزة الجديدة كالأي باد والهواتف المحمولة التي تساعد على القراءة بشكل أفضل.

لاحظ أن بعض المواقع التي تمثل وسائل إعلامية كالصحف والمجلات تنشر ذات المحتوى الموجود في الوسيلة الإعلامية في مواقعها دون أن تعتمد على تغييرها لتلائم مع شبكة الإنترنت، وهذا أمر طبيعي ولا يتطلب من تلك الوسائل إنشاء محتوى آخر خاص بالموقع، لأن زائر الموقع يتوقع أن يقرأ ما هو موجود على الصحيفة وليس أمراً آخر.



لذلك يجب مراعاة ما يلي عند الكتابة والنشر للإنترنت

- أن يكون المحتوى قصيراً ومركزاً إلى حد كبير فالزائر لا يستطيع عبر جهازه قراءة مقالات طويلة على الويب. وعند الحاجة لتقديم محتوى كبير أو غزير كمقالة طويلة أو بحث أكاديمي مثلاً، فلا بد من الاستفادة من إمكانيات التشعب التي تتميز بها المواقع الإلكترونية، فيتم تقسيم ذلك المحتوى الطويل إلى صفحات صغيرة الحجم يتم الربط فيما بينها بشكل ملائم، كما هو الحال في فهرس الكتاب مثلاً. كما يمكن تحويل الوثائق الضخمة، كالبحوث والدراسات والكتالوجات إلى ملفات PDF يقوم الزائر بحفظها على جهازه، ثم قراءتها أو طباعتها بالطريقة التي يريد، وذلك بدلاً من عرضها بشكل مباشر على الموقع.

المتعارف عليه أن يتم استخدام صيغة الـ PDF فى نشر الوثائق على المواقع الإلكترونية نظراً لانتشارها بين الناس من جهة وسهولة فتحها وقراءتها من قبل الجميع. حاول ألا تستخدم أي صيغ أخرى للوثائق إلا عند الضرورة.

- يجب أن يرافق كل مقالة **مختصر لها** يعرف الزائر بمحتواها قبل أن يدخل إليها لقراءتها، فهذا سيساعد زوار الموقع الإلكتروني على الوصول إلى ما يريدون ويقرؤون ما يرغبون، دون عناء. حاول أن يحتوي هذا المختصر على **معلومة مفيدة مختصرة** وفي الوقت ذاته **تشجع** الزائر على الدخول وقراءة المقالة.
- لكل مقالة في الموقع الإلكتروني **عنوان**، وهذا العنوان هو ما يمثل تلك المقالة، ويصفها في عالم الإنترنت، سواء **لزوار** الموقع الإلكتروني أو **لمحركات البحث**؛ لذلك يجب أن يكون هذا العنوان معبراً وقوياً ومختصراً، ليجعل القارئ راغباً في قراءة المقال.
- يجب أن يرافق كل مقالة **كلمات مفتاحية** تُعرّف تلك المقالة أو الصفحة الإلكترونية لمحركات البحث، التي عادة ما يستخدمها زوار الإنترنت للبحث عن محتوى معين في مواقع الإنترنت. حاول أن تساعد في أن **تظهر صفحات موقعك على نتائج البحث** في تلك المحركات عندما يحتاج أحدهم شيئاً متعلقاً بمحتوى موقعك، من خلال استخدامك الكلمات المفتاحية التي تعبر فعلاً عن محتوى المقال، فمثلاً إذا كانت إحدى صفحات الموقع الإلكتروني تتحدث عن فن الرسم، فلا بد أن تكون الكلمات المفتاحية المتعلقة بهذا الموضوع مرتبطة بالصفحة، بحيث إن من يبحث عن «فن» و«رسم» و«رسوم» و«فنية» سيصل إلى تلك الصفحة. عادة لا يرى زوار الإنترنت تلك الكلمات المفتاحية بل هي مرتبطة بصفحة الـ HTML لكن لا بد أن يتيح نظام التحرير في نظام إدارة الموقع الإلكتروني القدرة على تعريف الكلمات المفتاحية بسهولة.



تظهر الكلمات المفتاحية بجلاء عند التعامل مع المدونات، فهي الأساس الذي يتم من خلاله تصنيف آلاف المدونات على شبكة الإنترنت. احرص على وضع الكلمات المفتاحية لكل إدراج في مدونتك؛ ضماناً لوجودها على الإنترنت وقراءتها من قبل الآخرين.



- حاول أن تعتمد على **النقاط** دائماً أو الفقرات المنفصلة بعنوان فرعي مستقل في سرد المعلومات، فهي أسهل في القراءة والمشاهدة على الإنترنت. قسّم مقالاتك دائماً إلى مجموعة من النقاط الواضحة والمختصرة والمعبرة.
- لتكن أول **فقرة** في المقالة **معبرة** عن محتوى المقالة ككل، فالكثير من الزوار يمرّون عادة على المقالات مرور الكرام دون قراءتها بالتفصيل، فحاول أن تجعلهم يلتقطون شيئاً في أثناء مرورهم. **ابدأ دائماً بالمهم ثم الأقل أهمية.**
- حاول أن تكون **جودة** ما تكتبه هي أفضل ما يمكن، فلا تتساهل في الكتابة للإنترنت، ولا تستهين بعقول الزوار والقراء، بل اعمل جاهداً على تقديم محتوى **ذي قيمة** وخالٍ من **الأخطاء** اللغوية أو الإملائية أو العلمية.
- اعمل دائماً على أن تدعم المحتوى **بالصور ومقاطع الفيديو** قدر الإمكان؛ إذ إن هذه الأدوات أصبحت وسيلة مهمة لنقل الرسالة للزوار، خصوصاً الذين لا يرغبون في القراءة أو يرتاحون أكثر للمشاهدة والاستماع، أو حين التوجه للشباب وصغار السن.
- حاول قدر الإمكان **تشجيع الزوار على التفاعل** مع المحتوى الذي تقدمه. اطرح التساؤلات وحفز القراء على التعقيب، واستعن بالمسابقات والجوائز إن استطعت إلى ذلك سبيلاً.
- يجب الانتباه هنا إلى أن أي شيء يُنشر على شبكة الإنترنت هو **مسؤولية من نشره**، فيجب أن تتحمل مسؤولية ما تقول وأن تمارس نوعاً من الرقابة الذاتية على المحتوى الذي تنشره قبل خروجه للناس، وأن تسارع إلى حل أي مشكلة قد تحدث نتيجة الخطأ.

الكتابة للمدونات

المدونات هي أحد الأساليب الحديثة في تأسيس وإنشاء المواقع الشخصية على الإنترنت، وهي تشبه إلى حد كبير **المذكرات** أو التدوينات اليومية، التي اعتاد بعض الناس على القيام بها في حياتهم اليومية. وتتكون كل مدونة من مجموعة من **الإدراجات** (المقالات) التي يقوم صاحب المدونة بتحريرها وإضافتها إلى مدونته حسب رغبته. وتتميز المدونات بسهولة الإنشاء والتحرير والتدشين، فلا يتطلب منك سوى التسجيل في أحد المواقع الموفرة لخدمة التدوين واختيار الشكل الذي ستظهر به مدونتك ثم تبدأ بالكتابة.

وتختلف الكتابة للمدونات بشكل ما عن الكتابة للمواقع الإلكترونية. فهي أكثر انفتاحاً وحرية، لا تلتزم بكثير من القيود التي يعتمدها عادةً المحررون في عملهم.

وحتى تنجح في تأسيس مدونة تلقى عند الناس قبولاً لا بد لك من الأمور الآتية:

- عبّر عن **شخصيتك** في مدونتك، وكن منفتحاً على الآخرين.
- اكتب وكأنك **تتحدث** لزائر مدونتك، ولا تكن جاداً أكثر من اللازم.
- حاول أن تكون **منتظماً** في إدراجتك على مدونتك (يومياً، أسبوعياً،....) لتكون مدونتك محدثة بشكل دائم، وليعلم الزائر متى عليه أن يزور مدونتك مرة أخرى.
- قدم معلومات قيمة **ومفيدة** للآخرين، ولا بأس من بعض التسلية بين الحين والآخر.
- استخدم مقاطع **الفيديو** والصور بشكل كبير في إدراجتك؛ فهي أكثر تعبيراً.
- استخدم يوتيوب لإنشاء مقاطع الفيديو ونشرها.
- كن **مختصراً**، وركز على موضوع واحد فقط في كل إدراج.

نظم إدارة المحتوى ومحتوى موقعك

ترتبط عمليات الإعداد للمحتوى والتجهيز له ونشره بنظم إدارة المحتوى التي ذكرناها سابقاً، وذلك بشكل كبير. حيث لا يمكن الحديث عن موقع متميز بمحتوى ذي جودة عالية دون أن يتوافر للعاملين على الموقع القدرة على إدارة ذلك المحتوى وتعديله، وحتى التغيير في بنية الموقع أو تصميمه عند الحاجة.



وتوفر هذه النظم لأصحاب المحتوى أنفسهم **التعديل** والتحديث في المحتوى المسؤولين عنه دون الرجوع للتقنيين، كما يمكن من خلال أدوات سير العمل أن تنقل المحتوى من مستخدم لآخر، سواء بهدف المساعدة على مشاركة أكثر من مستخدم على محتوى واحد، أو لقيام من لهم الصلاحية باعتماد المحتوى ونشره بعد الاطلاع عليه والتأكد منه.

ولا يرتبط هذا الأمر بالمواقع الضخمة فقط. بل يساعد أيضاً أصحاب المواقع **الصغيرة** والمدونات، فهم في حاجة إلى أنظمة تساعد على التحكم الكامل فيما ينشرونه على مواقعهم أو مدوناتهم وبمرونة عالية دون التفكير في الأمور التقنية المتعلقة بالنظام والتفرغ للإبداع في العمل والكتابة. ولعل نظام Wordpress المجاني والمخصص للمدونات خير مثال على ذلك. فهو نظام مرن وقوي لإدارة المدونات الشخصية لدرجة أنه يجعل تلك المدونات تقترب من كونها مواقع إلكترونية متكاملة.



موقع تم تنفيذه من خلال: Wordpress