

كيف يمكن تفعيل المدونات وجعلها أكثر شهرة

ما هي المدونة؟



“المدونة” هي المصطلح أو التعريف الأكثر قبولاً لكلمة (blog) الإنجليزية المكونة من كلمتين (Web Log) والتي تعني “سجل الشبكة” وهي نوع من أنواع المواقع التي صممت لتسهيل عملية نشر المقالات والصور والفيديوهات وغيرها من المحتويات بشكل دوري. وفي العادة تنشئ المدونة من خلال برنامج خاص صمم بطريقة تسهل عملية إنشاءها دون الحاجة للمعرفة التقنية لإدارتها أو نشر المحتويات من خلالها. يمكن ترتيب المقالات حسب تاريخ النشر أو الموضوع تلقائياً بواسطة برنامج إدارة المدونة، كما ويمكن من خلال البرنامج إضافة “اوسمة” أو كلمات مفتاحية في الأماكن المخصصة لذلك من أكثر مواقع استضافة المدونات شهرة هو وورد برس (wordpress.com) وبلوجر (blogger.com) ويمكن الرجوع إلى دليل أنا ديجتال التعليمي لمعرفة كيفية إنشاء مدونة من خلال أحد هذين الموقعين. وبأقل جهد يمكن لأي فرد أو مؤسسة إنشاء مدونة على أحد هذين الموقعين والبدء بالتدوين.

لماذا يجب على مؤسسات المجتمع المدني إنشاء وإدارة مدونة؟

المدونة هي أحد أكثر الأدوات التي تقدم فائدة لمؤسسات المجتمع المدني عند استخدامها مما جعل العديد من هذه المؤسسات تنشئ مدونات وتستبدلها بمواقعها الإلكترونية التقليدية، ومن فوائد المدونات:



- عدم الحاجة لمهارات تقنية خاصة لإنشاء المدونة وإدارتها وإضافة محتويات جديدة.
- من السهل الربط بين المدونات والفيديوهات والتويتر وأدوات الإعلام الاجتماعي الأخرى.
- يمكن ربطها بسهولة مع أدوات قراءة الأخبار التي تمكن المشتركين من معرفة المقالات الجديدة على المدونة دون الحاجة لزيارة الموقع الإلكتروني.
- يمكن لمؤسسات المجتمع المدني من استخدام المدونات للإعلان عن نشاطاتها، والقيام بالحملات لنشر الوعي حول مواضيع معينة بالإضافة إلى نشر الإحصاءات والمعلومات لجمهورها وتنفيذ الدراسات والاستبيانات الإلكترونية والمسابقات والعديد من الاستخدامات الأخرى.

كيف يمكن جعل المدونة مفيدة ومشهورة؟

تحديد الجمهور: دوماً يجب المعرفة بوضوح خصائص الجمهور المستهدف من خلال المدونة والتأكد من أن محتوياتها هي مادة قيمة ومثيرة للاهتمام هذا الجمهور. موظفي الحكومة وطلاب الجامعات ورجال الأعمال 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 المدونة أكثر استهدافاً وذات منهجية فعالة.

اختيار النقاش حول موضوع أو مجتمع لتكون المدونة محور هذا النقاش: هذا يعني على سبيل المثال إذا كان موضوع المدونة هو العمل على وقف انتشار الإيدز في بلد معين فيجب على المدونة أن تكون المصدر الرئيسي للمعلومات حول الإيدز في هذا البلد ولكن لا يعني أن تحتوي المدونة على جميع المعلومات والمنشورات حول الموضوع، بل يعني أن تحتوي المدونة على روابط لكل ما هو جديد. يجب على المدون أن يسأل نفسه سؤال: هل تقدر المقالة أو المدونة على إعطاء جميع المعلومات وروابط المصادر الأخرى التي يريدها الجمهور من خلال قراءة أو تصفح المدونة؟

يجب أن تكون المقالات أقصر ما يمكن: من خلال استخدام كلمات محددة لإيصال الأفكار لا أكثر ولا أقل بعيداً عن السجع والطباق في المقالة. فبعد الانتهاء من المسودة الأولى يجب قراءة المقالة وتحريها قبل الخروج بالمقالة النهائية لأن الجمهور القارئ للمقالة سيتوقف عن القراءة إذا استغرق الكاتب وقت طويل للوصول إلى فكرة.



يقال "إجعل كتاباتك كالذهب وليس كالفضة": وهذا يعني بأن جميع المقالات المنشورة على المدونة يجب أن تكون ذات قيمة عالية، ولكن لا بأس من نشر بعض المقالات المسلية حتى ولو كان ليس لها علاقة بالمحتوى الرئيسي للمدونة على أن لا يتكرر هذا النشر كثيراً لكي لا تتعد المدونة عن خدمة هدفها الرئيسي وخدمة جمهورها.

يجب ربط المدونة بالفيسبوك والتويتر وأدوات الإعلام الاجتماعي الأخرى: من خلال الربط بين المدونة وأدوات الإعلام الاجتماعي فإنه يسهل الإعلان عن أي مقالة جديدة لجلب عدد أكبر من القراء لها وإيصال الرسالة للجمهور المستهدف ومشاركته مع المدونة من خلال الإعجاب والتغريدات.

عدم الخوف من استخدام الفيديو والوسائط الإعلامية الأخرى: لا يجب أن تتكون المدونة فقط من النصوص والصور بل يمكن تحميل الفيديوهات على موقع يوتيوب ومن ثم إدراجها ضمن أي مقالة مع وصف مختصر عن الفيديو، حيث أنها تزيد من عدد المتابعين لأن العديد من القراء يمكن أن يشاهدوا الفيديو ولا يقرؤوا النصوص. بالإضافة إلى أن الفيديوهات تجعل من المدونة مشوقة وديناميكية أكثر. ملاحظة: يمكن الرجوع إلى موقع أنا ديجيتال لمزيد من المعلومات حول الفيديوهات وإعلانات الخدمة العامة وكيفية جعل الفيديو فعال أكثر في إيصال الرسالة.

نشر المقالات بشكل دوري: بعض مؤسسات المجتمع المدني تقوم بنشر عدة مقالات في اليوم ومقالة كل أسبوع أي بشكل غير دوري. فالنوعية أهم من الكمية، وليس من الضروري نشر مقالة كل يوم، ولكن من الضروري نشر المقالات بشكل دوري وضمن برنامج مواعيد محدد، بحيث يتعود الجمهور على محتويات جديدة كل مرة يزور الموقع. فإذا كانت آخر مقالة منشور قبل سنة فلن يقوم زائري الموقع بالاشتراك في المدونة أو زيارتها مرة أخرى.

يجب اختيار عنوان يتطابق مع المصطلحات التي يمكن أن يبحث عنها القارئ: فعلى الأغلب لن يبحث القارئ عن "المؤتمر السنوي الحادي عشر لاستراتيجيات مكافحة التدخين" ولكن يمكن أن يبحث القارئ عن "كيف يمكن وقف التدخين؟". يجب التأكد من أن المقالة تطابق إلى حد كبير ما يبحث عنه القارئ. فإذا أريد نشر تقرير عن مؤتمر استراتيجيات مكافحة التدخين، ما هي المعلومات التي يبحث القارئ عنها؟

المساهمة في المجتمع الإلكتروني: يجب نشر التعليقات على المدونات الأخرى ذات الصلة، بالإضافة إلى عرض تبادل الروابط مع منظمات أخرى ونشر تغريدات عن مقالات شيقة في مدونات أخرى، بالإضافة جعل المقالات قابلة للنشر في مدونات أخرى في أي وقت أو حتى نشر مقالات للآخرين على المدونة في بعض الأحيان وهذا يزيد من الدخول إلى المدونة.

الربط بين المقالات: عند وجود عدد ليس بقليل من المقالات، فإنه من المهم أن يتم الربط بين المقالات التي تحمل نفس الموضوع. فعند كتابة مقالة جديدة من الضروري مراجعة المقالات السابقة وربط بعضها بالمقالة الجديدة في أسفل المقالة أو الإشارة لهذه المقالات خلال النص، فهذا يتيح للقارئ المهتم الرجوع إلى المقالات السابقة للاستزادة في نفس الموضوع دون الحاجة لترك الموقع والبحث عن مصادر أخرى للمعلومة.

معاملة المعلقين بلطف: إذا كتب أحد القراء تعليق فهذا له دلالة جيدة بأن المدونة تقدم مصدر معلومات جيد، فالرد على التعليقات وإضافة بعض الكلمات المحفزة والشكر للمعلق على وقته تجلب القراء للمدونة في المرات القادمة. بعض التعليقات قد تحتوي النقد وهذا أمر طبيعي ولكن ليس من الجيد الدخول في جدال مع المعلق. أما التعليقات التي تحتوي على كلمات تنتهك قواعد المدونة فيجب حذفها.