

الناشط الإلكتروني

The Virtual Activist



دليل "نت أكشن" التدريبي (الكامل) للناشط الإلكتروني

<http://netaction.org/training/v-training.html>

<نت أكشن> <NetAction>

الناشط الإلكتروني

The Virtual Activist

مجموعة مواد تدريبية

من إعداد أودري كراوس، ومايكل ستاين، وجودي كلارك، وتيريزا تشين، وجاسمين لي، وجوش دايمون، وجنيفر كاناوس،

وجيل هيرشمن

A Training Course

Developed by Audrie Krause, Michael Stein, Judi Clark, Theresa Chen, Jasmine Li, Josh Dimon, Jennifer Kanouse, and Jill Herschman

"نت أكشن" هي منظمة غير ربحية كائنة في سان فرانسيسكو، مهمتها تلقين الجهات الناشطة كيفية استخدام شبكة الإنترنت لدوافع تتعلق بالتنظيم، والاتصال، والمدافعة، فضلاً عن تثقيف العامة وصانعي السياسة حول السياسة المتبعة في عالم التكنولوجيا. للمزيد من المعلومات، الرجاء المبادرة إلى الاتصال بنا.

المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية هو منظمة غير ربحية، تعمل في سبيل توطيد الديمقراطية ونشرها على نطاق واسع في العالم. ويوفر المعهد الديمقراطي الوطني المساعدة العملية للقادة المدنيين والسياسيين، من أجل تطوير القِيم والممارسات والمؤسسات الديمقراطية، مستعيناً بشبكة عالمية من الخبراء المتطوعين. ويتعاون المعهد أيضاً مع الديمقراطيين في كل أنحاء العالم، بهدف بناء المنظمات السياسية والمدنية، وصون نزاهة الانتخابات، بالإضافة إلى تشجيع مشاركة المواطنين، وتعزيز الانفتاح والمساءلة في الحكم.

لمزيد من المعلومات، يُرجى الاتصال بـ:

**National Democratic Institute
for International Affairs**
2030 M Street, 5th Floor, NW
Washington, DC 20036
tel: (202) 728-5500
fax: (202) 728-5520
website: www.ndi.org

المعهد الديمقراطي الوطني للشؤون الدولية
٢٠٣٠ شارع إم، الطابق الخامس، شمال غرب
واشنطن العاصمة ٢٠٠٣٦
هاتف: ٥٥٠٠-٧٢٨-٢٠٢
فاكس: ٥٥٢٠-٧٢٨-٢٠٢
الموقع الإلكتروني: www.ndi.org



ترجمة ناتالي سليمان، تصميم طباعي مارك رشدان

© جميع حقوق النشر محفوظة لمنظمة "نت أكشن"، ١٩٩٨-٢٠٠١.

© جميع حقوق النسخة العربية محفوظة للمعهد الديمقراطي الوطني، بيروت - لبنان، شباط/فبراير ٢٠٠٧. طُبِع في لبنان.

الرجاء الامتناع عن ترجمة النص العربي إلى لغات أخرى، أما نسخ مقتطفات منه لأهداف غير تجارية فجائز، شرط ذكر المعهد مصدراً للمادة المنشورة.

الرجاء إرسال أي تعليق أو سؤال حول ترجمة هذا الكتاب إلى البريد الإلكتروني: arabictranslation@ndi.org

يُتاح تحميل هذا الدليل بالشكلين التاليين: بشكل ملف ASCII يراعي النظام الأمريكي الموحد لتبادل المعلومات (النص فقط)، وبشكل وثيقة HTML عادية (وثيقة تستخدم لغة الترميز المعتمدة في وثائق الويب). وقد أُخضِعَت هذه الوثيقة لآخر تعديل بتاريخ ٢٠٠٣/٢٦/١٠.

قائمة بمراجع "نت أكشن" الممكن الرجوع إليها بسرعة

حمّل واطبع هذه القوائم للرجوع إليها أو لتوزيعها سريعاً، كنشرات مجانية معدة لورشة عمل.

- هل جهزت تنبيهاً بالتحرّك لنشره في الفضاء الإلكتروني؟ (على شكل وثيقة "وورد" أو وثيقة محمولة "بي.دي.إف. PDF أيضاً) [Is Your Action Alert Ready to Circulate in Cyberspace?](#)
- كيف يتم إنشاء لائحة بريدية إلكترونية ذات "خانة سرية" Bcc (على شكل وثيقة "وورد" أو وثيقة "بي.دي.إف" أيضاً)
- نصائح لاستخدام الإعلام الإلكتروني بشكل فعال. (على شكل وثيقة "وورد" أو "بي.دي.إف" أيضاً) [Tips for Effective Online Media](#)
[How To Create A Bcc Email List?](#)

ملاحظة حول استخدام هذا الموقع

تتضمّن مجموعة المواد التدريبية وصلات تحيلنا إلى عدة مواقع أخرى، نستعين بها لنزوّدك بأمثلة عن سبل استخدام الإنترنت لغايات العمل الناشط. لذلك ننصحك أن تشير الآن بعلامة إلى هذه الصفحة، كي يتسنى لك أن تعود إليها بسهولة، وأنت تتابع تصفّح هذه الدروس المنهجية؛ أو كي يتسنى لك، إن شئت، أن تستعمل زر العودة إلى الوراء، للرجوع إلى الموقع بعد الخروج منه من أجل استعراض أحد الأمثلة المزوّدة بوصلة إلكترونية.

إشارة إلى حقوق النشر

يجوز للمنظمات غير الربحية أن تعيد نشر أو نسخ هذه المواد، شرط أن تذكر "نت أكشن" مصدراً لها. إتصل بالمنظمة للحصول على معلومات عن سبل السماح باستعمال مجموعة المواد هذه لأغراض تجارية.

نقدّم جزيل شكرنا لمايكل ستاين، وجودي كلارك، وتيريزا تشين، وجاسمين لي، وجوش دايمون، وجنيفر كاناوس، وجيل هيرشمن لمساعدتهم على جمع هذه المعلومات.

نرحّب بالتعليقات والأسئلة والاقتراحات التي تتقدّم بها. فلا تتردّد في الاتصال بنا عبر البريد الإلكتروني [.info@netaction.org](mailto:info@netaction.org)

١	• القسم الأول: المقدمة
١	○ المشهد العام
٢	○ الأدوات الفاعلة وغير الفاعلة
٤	○ تحقيق أقصى المفاعيل
٥	• القسم الثاني: استخدام البريد الإلكتروني لأغراض الاتصال، والتنظيم، والمدافعة
٥	○ <u>أ: القواعد الأساسية</u>
٧	■ مقومات المدافعة عبر البريد الإلكتروني
١٠	■ إعداد تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني
١٢	■ توزيع تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني
١٣	■ المسموح والممنوع
١٤	■ نسج الشبكات عبر الفضاء الإلكتروني
١٥	■ الشبكة الداخلية (الإنترنت) والشبكة الإلكترونية
١٥	■ فهرس العناوين الإلكترونية
١٦	■ أدوات تعاونية في خدمة مجموعات النقاش
١٦	■ الدردشة وتبادل الحديث عبر الإنترنت
١٧	■ خدمة الرسائل الفورية
١٧	○ <u>ب: اللوائح البريدية</u>
١٧	■ إعداد لائحة البريد الإلكتروني الخاصة بك
١٨	■ الاستعانة ببرامج البريد الإلكتروني التي تستخدمها عادةً
٢١	■ خيارات أخرى لبرامج لوائح البريد الإلكتروني
٢٤	■ التقنيات اللازمة لاستخدام لوائح البريد الإلكتروني
٢٩	○ <u>ج: نصائح لاستخدام الإعلام الإلكتروني بشكل فعال</u>
٢٩	■ نصائح لاستخدام الإعلام الإلكتروني بشكل فعال
٣٢	■ كيفية إنشاء لائحة للاتصال بوسائل الإعلام عبر البريد الإلكتروني
٣٢	■ استخدام دفترك لعناوين البريد الإلكتروني

- استخدام خاثة "النسخة السرية" ٣٣
- المصادر الإلكترونية حول موضوع المدافعة عبر وسائل الإعلام ٣٥
- أدلة وكتيبات حول موضوع المدافعة عبر وسائل الإعلام ٣٥
- الإعلام الإلكتروني والخدمات الإخبارية ٣٦
- الأدلة التوجيهية ٣٧
- العلاقات العامة على شبكة الإنترنت: قائمة المراجع ٣٨

● القسم الثالث: أدوات المدافعة والاتصال عبر شبكة الويب ٤٠

- أ: الاستراتيجيات الأساسية ٤٠
- إدماج البريد الإلكتروني وأدوات الويب في حملتك ٤١
- الاتصال عبر شبكة الويب ٤٤
- الخدمات المقدمة إلى المنظمات غير الربحية عبر شبكة الويب ٤٨

- ب: دليل تدريبي مصغر عن مواقع الويب ٥١
- كيف تفرد مساحةً لمنظمتك على شبكة الويب؟ ٥١
- لغة الترميز المستخدمة في وثائق الويب ٥١
- لغة البرمجة "جافاسكريبت" ٥٣
- محتوى شبكة الويب وسبل الوصول إليها ٥٤
- الترويج لمواقع الويب ٥٨
- نصائح إضافية ٥٩

● القسم الرابع: العضوية وجمع الأموال ٦٢

- أعضاء منظمتك ٦٢
- جمع الأموال ٦٣

● القسم الخامس: الخصوصية، وحقوق النشر، والرقابة ٦٧

- الخصوصية ٦٧
- حقوق النشر ٧٤
- الرقابة ٧٥

• الناشط الإلكتروني القارئ

٧٧

○ الجزء الأول: مصادر عامة للناشطين

٧٧

○ الجزء الثاني: مصادر إضافية حول تطوير صفحات الويب

٧٨

○ الجزء الثالث: مقالات حول العمل الناشط عبر الإنترنت

٧٨

○ الجزء الرابع: مصادر إضافية حول العمل الناشط عبر الإنترنت

٧٨

○ الجزء الخامس: إعداد الخطط ومساعدة المنظمات غير الربحية على استخدام التكنولوجيا

٧٩

○ الجزء السادس: مصادر حول جمع الأموال

٧٩

○ الجزء السابع: مقالات "نت أكشن" على شكل رسائل إخبارية إلكترونية حول العمل

٨٠

الناشط عبر الإنترنت

Part 1:

INTRODUCTION

القسم ١:

المقدمة

تعتبر شبكة الإنترنت أداة قوية تتيح لنا توسيع نطاق شبكاتنا من خلال التعرف على أشخاص يشاركوننا الأفكار ذاتها في أي بقعة من العالم، ومن خلال التواصل معهم. وهي تمكّننا أيضاً من أن ننشر المعلومات على نطاق واسع، بكلفةٍ متدنية، وبشكل فوري. ولكن، رغم حاجتك إلى بعض المهارات الخاصة لإنشاء موقع إلكتروني، ولصيانته باستمرار، فلن يصعب عليك أن تتقن استخدام البريد الإلكتروني، حتى وإن كنت تتمتع بخبرات تقنية محدودة، أو كنت تفتقر إليها. فيكفيك أن تجيد القراءة والكتابة، وأن يكون حاسوبك مزوداً بجهاز المودم، لتصبح "ناشطاً إلكترونياً" (وهو الناشط الذي يستخدم الوسائل الإلكترونية ضمن نطاق عمله)!

فبفضل الرسومات البراقة، والصور المتدفقة التي تعرضها شبكة الويب العالمية، وكذلك بفضل قدراتها التفاعلية، فإن هذه الشبكة تلفت الانتباه أكثر بكثير من بريد إلكتروني يرد بشكل نص عادي تقليدي. ولكن لا تخدعك بساطة البريد الإلكتروني، لأنه يشكّل، في نظر المجموعات النشطة والمنظمات غير الربحية المنشغلة في قضايا المدافعة، أداة العمل بامتياز.

وفي هذا الصنف المتمحور حول الشؤون الإلكترونية، ستلقنك منظمة "نت آكشن" كيفية استخدام البريد الإلكتروني وشبكة الويب، كأدواتٍ فاعلة، وفعالة، وغير مكلفة، لأغراض التنظيم والاتصال والمدافعة.

THE BIG PICTURE

المشهد العام

يستخدم شبكة الإنترنت حالياً أكثر من مئة مليون أميركي، يُتوقع أن يستمرّ عددهم بالارتفاع. وقد بيّنت دراسة جديدة أعدّها منذ فترة وجيزة مركز "بيو" للأبحاث، المستطلع لآراء الناس والصحافة Pew Research Center for the People and the Press، أن ٣٥ في المئة من المواطنين الأميركيين يستخدمون حالياً الإنترنت للاطلاع على شؤون السياسة، وهو عدد أخذ في الارتفاع أيضاً. من هنا تبرز لدى المنظمات التي تسعى إلى التأثير على السياسات العامة من خلال عملها في مجال المدافعة، حاجةٌ متزايدة إلى إدراج الإنترنت في إطار الجهود التي تبذلها على مستويي الاتصال والتنظيم.

يتوفّر تقرير مركز "بيو" للأبحاث على موقع الويب: <http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=22>.

فالتكنولوجيا هي أداة يمكن استخدامها بشكل استراتيجي، لزيادة تنظيم القواعد الشعبية، ومساعدى الاتصال المرتبطة بالحملات السياسية وبقضايا السياسات العامة. وهي تكون أشد تأثيراً حين تستكمل - دون أن تحلّ بديلاً عن - تقنيات التنظيم والاتصال التقليدية. ومن هذا المنطلق، لا تتوقّف عن إحياء المهرجانات، والحفلات في المنازل، وعن عقد المؤتمرات الصحفية، بل تابع إجراء تلك الاتصالات الهاتفية، واستمرّ في زيادة عدد أعضاء منظمك من خلال البريد المباشر و/أو التسويق عبر الهاتف.

إلامّ تحتاج لتطلق حملة مدافعة عبر الإنترنت؟ الغريب في الأمر أنك لا تحتاج إلى الكثير. لا شكّ في أنه سيعوزك جهاز كمبيوتر، ولكن لا تقلق إذا كان يفتقر إلى أحدث "الزوائد"، لأنّ جلّ ما تحتاج إليه فعلياً هو القدرة على استخدام الإنترنت وبرامج البريد الإلكتروني؛ حتى الموقع الإلكتروني لن يكون ضرورياً على الإطلاق، مع العلم أن إنشاء موقع خاص بك لا يضير بك حتماً.

إفرض أن منظمك ترغب في الإعلان عن إنجاز تشريعي حقّقته في الآونة الأخيرة، وهو يؤثّر تأثيراً بالغاً على حملة يجري العمل عليها. فقد تختار من بين تقنيات التنظيم والاتصال التقليدية، أن تعقد مؤتمراً صحفياً، أو أن تصدر بياناً صحفياً لإخطار وسائل الإعلام بهذا الإنجاز. وقد يطيب لك أيضاً أن تكتب مقالة، ضمن إطار الرسالة الإخبارية الفصلية التي تصدرها منظمك، وأن تُعدّ لائحةً بنقاط البحث المفترض توزيعها على الموظفين والمتطوعين الذين سيجرون الاتصالات مع وسائل الإعلام.

ولكن، يسعك أيضاً أن تستخدم في إطار حملة المدافعة التي تنظمها، الإنترنت، وموقعك الإلكتروني، واللوائح البريدية الإلكترونية والمجموعات الإخبارية التي تخصك. فقد يشكّل البريد الإلكتروني، مثلاً، وسيلة أكثر سرعةً وأقل كلفةً لاستنفار المتطوعين، باعتبار أن نشر المعلومات على موقعك الإلكتروني سيخولك أن تصل إلى عدد أكبر من المناصرين المحتملين، بدون كلفة إضافية. وقبل أن نتحدث بالتفصيل عن استخدام البريد الإلكتروني والأدوات المعتمدة على شبكة الويب، لنلق نظرة على هذه الأدوات في السياق المحدد لها.

ACTIVE AND PASSIVE TOOLS

الأدوات الفاعلة وغير الفاعلة

من المهم أن نعي الاختلاف القائم بين التقنيات الفاعلة وغير الفاعلة المستخدمة في الاتصالات الإلكترونية. فشبكات الإنترنت تتكوّن من شبكة حواسيب عالمية تتصل في ما بينها عبر شبكة أخرى، تتمثل بنظام الاتصالات. وبالتالي، تستخدم أجهزة الكمبيوتر الإنترنت "للتواصل" في ما بينها، تماماً كما يستخدم الأشخاص شبكة الهاتف للتخاطب في ما بينهم.

ومع أن المستخدمين ينظرون إلى شبكة الويب على أنها شبكة الإنترنت، فإن الأولى لا تعدو كونها جزءاً من الثانية في واقع الأمر. فمواقع الويب هي مجرد وثائق يستضيفها جهاز كمبيوتر خاص. وحين تزور موقعاً إلكترونياً معيناً، كالموقع الخاص بمنظمة "نت أكشن"، يقوم حاسوبك باستخدام شبكة الهاتف للاتصال إلكترونياً بجهاز الكمبيوتر الذي يتواجد فيه الملف المسمى www.netaction.org.

والبريد الإلكتروني هو أشبه ما يكون بمخاطبة هاتفية. فحين ترسل عبر البريد الإلكتروني رسالة إلى شقيقتك، تقوم شبكة الحواسيب التي تكوّن الإنترنت بنقل "مرسالك" الإلكتروني من حاسوبك إلى جهاز أختك، تماماً كما تنقل شبكة الخطوط الهاتفية صوتك من هاتفك إلى هاتف شقيقتك.

ينتشر استخدام البريد الإلكتروني أكثر من شبكة الويب، وهو يفوق بأشواط أدوات الاتصال الأخرى فعاليةً. فحين ترسل بريداً إلكترونياً، سواء أكان رسالة خاصة ترسلها إلى أحد الأفراد، أو رسالة إخبارية إلكترونية تبعث بها إلى لائحة تضم مئات المشتركين، إنما تقوم "بدفع" المعلومات نحو أشخاص آخرين يستخدمون الإنترنت؛ فتصل رسالتك إلى صندوق بريد كل شخص بعثت إليه بالرسالة، من غير أن يتسنى لك بالطبع أن تتأكد من أن كل من تسلّمها سيقراها. ولكن، في درس لاحق، سنتطرق إلى الاستراتيجيات التي تزيد من إمكانية قراءة رسالتك، للتحرك على ضوئها.

في المقابل، حين تنشئ موقعاً إلكترونياً، فكأنك تخزّن ملفاً على جهاز كمبيوتر واحد، وتعطيه "عنواناً" واحداً. وبالتالي، لا يتمكن من زيارته إلا الأشخاص الذين يعرفون هذا العنوان، بينما يبقى الملف الموضوع قيد التداول رهين جهاز الكمبيوتر ذاك.

يتضح إذاً أن البريد الإلكتروني هو وسيلة "فاعلة" لإيصال رسالتك. أما صفحات الويب، في المقابل، فهي وسيلة غير فاعلة، لأن الأشخاص الذي يزورون موقعك الإلكتروني لن يلمحوا إلا المعلومات التي تنشرها في موقعك الإلكتروني. فإذا اعتبرت أن شبكة الإنترنت هي "الطريق السريع للمعلومات"، يجسد البريد الإلكتروني حينئذ الرزمة التي يتم نقلها بواسطة الشاحنة إلى منزل المستلم، في حين تتمثل المواقع الإلكترونية باللوحات الإعلانية التي تمرّ بها، حين تقود سيارتك على الطريق العام (حسبما يظهره هذا الرسم التصويري المستخدم بإذن من رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاد والإنجاب في كاليفورنيا) CARAL.

مواقع الإنترنت هي أشبه ما تكون باللوحات الإعلامية التي ترتفع على طول الطريق السريع للمعلومات



أما البريد الإلكتروني فهو أشبه ما يكون برزمة مرسلة بواسطة شاحنة نقل

وبعد أن أوضحنا أوجه الاختلاف بين عمل الأدوات الفاعلة وغير الفاعلة، هل يسعك أن تسمي بعض الأدوات الفاعلة التي يعقل أن تستخدمها مجموعات المدافعة في حملة معيَّنة؟ وكيف يجوز استخدام أدوات الويب الأقل فاعلية؟

MAXIMUM IMPACT

تحقيق أقصى المفاعيل

يعتبر البريد الإلكتروني من أشد أدوات المدافعة الإلكترونية الأخرى تأثيراً على الإطلاق، لأنه أداة فاعلة، تُستخدم بشكل فوري وعلى نطاق واسع. ولكن، غالباً ما يتيسر زيادة الاتصال عبر البريد الإلكتروني فاعلية، حين يُصار إلى استخدام البريد الإلكتروني والأدوات المعتمدة على الويب جنباً إلى جنب. فقد أرسلت منظمة "فاميليز يو أس آي" FamiliesUSA المدافعة عن حقوق الأولاد والعائلات، في الآونة الأخيرة، إلى لائحة الرسائل التنبهية للتحرك، الرسالة الإلكترونية التالية:

" أيها الأصدقاء: بإسم منظمة "فاميليز يو أس آي" وباسم الرعاة المحليين الكثر، شركائنا، يسرني أن أدعوكم إلى المشاركة في مؤتمر العاملين في مجال الصحة، المنعقد ما بين ٢٥-٢٧ كانون الثاني/يناير من العام ٢٠٠١. ففي العام المنصرم، ضمّ هذا اللقاء الوطني للقواعد الشعبية المحلية ما يزيد عن ٥٠٠ مدافع في مجال الصحة، من كل أرجاء البلاد، لتوسيع معرفتهم بالقضايا العاجلة، ومشاطرة قدامى الأصدقاء والزلاء وجديدهم بأفكارهم، واستنهاض جهودهم لمواجهة تحديات السنة المقبلة... "

يمكنك الاطلاع على كافة التفاصيل على الموقع الإلكتروني: "<http://familiesusa.org/pubs/conbro.htm>"

تجد الإشارة إلى أن الرسالة التنبهية تضم وصلة تشعبية تنقلك إلى الموقع الإلكتروني لمنظمة "فاميليز يو أس آي"، الخاص بمؤتمر ٢٠٠١ للعاملين في مجال الصحة. والوصلة التشعبية هي نص بنطوي على وصلة تقودك إلى ملف آخر يظهر على الشاشة حين ينقر القارئ على الوصلة أيها. وهذه تقنية يستخدمها الناشطون ومنظمات المدافعة مراراً، لإدراج بريد إلكتروني وأدوات مدافعة تعتمد على الويب. لمعرفة طريقة تشغيل هذه التقنية، أنقر على الوصلة التشعبية التي يتضمنها التنبيه بالتحرك الوارد أعلاه. (حينما تنقر عليها، استخدم زر "العودة إلى الوراء" في متصفح الويب للرجوع إلى هذه الصفحة.)

وبعد قراءة التنبيه الوارد عبر البريد الإلكتروني، هل يسعك البحث عن بعض الوسائل التي تمكّن منظمتك من إحالة المتصفح إلى الرسائل الإلكترونية والأدوات المعتمدة على الويب عبر وصلات؟ سيطالعك القسم الثالث بجملة من الأمثلة.

نقترح عليك أن تطالع كتاباً بعنوان "كيف تعمل شبكة الإنترنت على إعادة صياغة القواعد التي ترعى حملات السياسة؟" [How the Internet is Reshaping the Rules for Policy Campaigns](http://www.delaneypolicy.com/publications/html/campaigns.htm) على الموقع الإلكتروني:

<http://www.delaneypolicy.com/publications/html/campaigns.htm>

Part 2:

القسم ٢:

USING EMAIL FOR OUTREACH, ORGANIZING, AND ADVOCACY

إستخدام البريد الإلكتروني لأغراض الاتصال، والتنظيم، والمدافعة

PART 2A: THE FUNDAMENTALS

أ: القواعد الأساسية

متى يجدر بك أن تستخدم شبكة الإنترنت ضمن نطاق العمل الذي تقوم به في مجال التنظيم والمدافعة؟ تستخدمها حين تحتاج إلى ردّ فوري، وتريد أن تتصل بعدد كبير من الأشخاص بأسرع وسيلة ممكنة، ولكنك تفتقر إلى كمية الأموال اللازمة للإنفاق على المطبوعات وخدمة البريد. فمن حيث المبدأ، كلّ المواد المكتوبة التي تصدر عن منظمته، هي قابلة فعلياً للتحوّل إلى مواد إلكترونية، معدّة للتوزيع عبر البريد الإلكتروني، أو شبكة الويب، أو بواسطة هاتين الوسيلتين معاً. وإذا كنت لم تستخدم البريد الإلكتروني بعد ضمن إطار أعمال المدافعة التي تقوم بها، نسديك في هذه الفقرة بعض النصائح التي تساعدك في خوض هذه التجربة.

- إجمع العناوين الإلكترونية من أعضاء منظمته، ومناصريه، والمتطوعين لديك، والوسائل الإعلامية، وكذلك من المسؤولين عن الاتصالات في مكاتب المجالس التشريعية، والجهات التي تمّلك، ومن كل شخص آخر تتصل به بشكل منتظم. وافرد مساحةً لعناوين البريد الإلكتروني ضمن نماذج الاشتراك الموضوعة في متناول أعضاء منظمته، واستمارات الاشتراك في رسائله الإخبارية، وبطاقات الرد على طلبات جمع الأموال.
- إذا كانت منظمته تنشر رسالة إخبارية، أتيح لأعضائها بأن يتلقّوها عبر الوسائل الإلكترونية. وشجّعهم على التحوّل نحو هذه الخدمة، من خلال تذكيرهم بأن منظمته ستدّخر المال.
- درّب موظفي منظمته، وإداريّها، والمتطوعين لديها على القيام بانتظام بجمع عناوين البريد الإلكتروني من الزملاء، والأصدقاء، والمناصريين، وعلى تغذية لائحة المشتركين في الرسالة الإخبارية عبر البريد الإلكتروني بهذه العناوين. ثمّ عيّن شهراً واحداً "شهراً لجمع العناوين الإلكترونية"، وادفع بكل قوتك نحو تدعيم لائحتك بمشركين جدد.

- إذا كانت منظمتك تدير موقعاً إلكترونياً يسمح لزواره بأن يسجلوا اشتراكهم في العمل التطوعي، في رسالة إخبارية أو في رسالة تنبيهية للتحرك، أو للتبرع بالمال، فاحرص على أن تحصل منهم على عنوانهم الإلكتروني، وكذلك على معلومات أخرى للاتصال بهم.
- إذا كانت منظمتك تُعِدُّ طاولة استقبال في إطار أي مؤتمر، أو مهرجان، أو حدث آخر تقيمه، فافرد مساحةً للعناوين الإلكترونية ضمن سجل الحضور الذي تضعه على هذه الطاولة.
- إذا كنت توزع على وسائل الإعلام بيانات صحفية، إبدأ بإرسالها عبر البريد الإلكتروني عوض إرسالها بالفاكس. واحرص أيضاً على أن تضيف إلى لائحة التوزيع التي أعدتها وسائل الإعلام الإلكترونية).
- استخدم البريد الإلكتروني للتواصل مع فريق المستشارين العاملين لدى مكاتب المجالس التشريعية. (ولكن، لا تستخدمه للتواصل مع واضعي القوانين، لأسباب نشرها لاحقاً).
- أعدّ لائحة لإرسال تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني، وروِّج لها، عن طريق استخدام الأدوات التي تحدثنا عنها في هذه المواد التدريبية حول الناشط الإلكتروني.

ومع أن هذا الدرس يتمحور حول العمل الناشط عبر استخدام البريد الإلكتروني، فسيتكشف لك، عند الشروع به، أن الوسائل الأخرى التي تسمح للتكنولوجيا بتعزيز الاتصالات التي تجربها منظمتك لا يُستهان بها. فكم من الأشخاص يفضلون الحصول على المعلومات إلكترونياً، لما في ذلك من منفعةٍ في تقليص حجم الأوراق التي تراكم لديهم. (للحصول على مزيد من المعلومات حول استخدام البريد الإلكتروني لتدعيم العلاقات العامة والمدافعة عبر وسائل الإعلام، راجع فقرة نصائح لاستخدام الإعلام الإلكتروني بشكل فعال).

لنفرض أنك ترغب في وضع تصوّر للمساعي الآيلة إلى إجراء اتصالات عبر الإنترنت، استكمالاً للاتصالات التي تجربها عبر التقنيات التقليدية. فقررت منظمتك أن تعقد مؤقراً صحفياً وتصيغ بياناً صحفياً لتنشر هذا الخبر. أما أنت فنويت أن تكتب مقالة لرسالتك الإخبارية، وأن تنكبّ على إعداد نقاط البحث التي يجدر بالموظفين والمتطوعين أن يطرحوها عند الاتصال بوسائل الإعلام. ففي هذه الحالة، ما هي أدوات الإنترنت التي يسعك استخدامها لزيادة المساعي التي تبذلها فعالية؟ يسعك أن تنشر نسخة عن البيان الصحفي الذي أعدته على موقعك الإلكتروني، و/أو أن توزّع نسخة عن رسالتك الإخبارية عبر البريد الإلكتروني، و/أو أن تعرض نسخة إلكترونية عن رسالتك الإخبارية على موقعك الإلكتروني.

ELEMENTS OF EMAIL ADVOCACY

مقومات المدافعة عبر البريد الإلكتروني

أنظر إلى عملية المدافعة عبر البريد الإلكتروني على أنها امتداد للجهود التي تبذلها في مجال تنظيم القواعد الشعبية. فالرسائل التنبيهية التي ترسلها عبر البريد الإلكتروني دعوةً للتحرك تُسخرُ نموذجياً لأغراض استراتيجية، بالتزامن مع تنظيم حملات مركزة على قضية معينة، وذات أهداف محددة بوضوح. لنلق نظرة على تنبيهٍ فعلي بالتحرك أطلقه منذ فترة وجيزة الائتلاف الأمريكي للدفاع عن الحريات المدنية (ACLU) American Civil Liberties Union، وهو منظمة محلية غير ربحية، تعمل في مجال المدافعة عن الحريات المنصوص عليها في الدستور.

الموضوع: لائحة التحرك الذي يدعو إليه الائتلاف الأمريكي: الدفاع عن حقوق المعوقين!

الدفاع عن حقوق المعوقين: في الذكرى العاشرة لإقرار قانون المعوقين في أميركا، وفي دلالة على سخرية القدر، كان مجلس النواب يدرس اقتراح قانون تقدم به النائب مارك فوليه (من حزب الجمهوريين، ممثل عن ولاية فلوريدا)، ويمكن أن يسمح بالتحايل على قانون المعوقين، هدفاً ومقصداً.

فهذا القانون الذي يحمل عنوان "قانون التبليغ عن الانتهاكات اللاحقة بقانون المعوقين في أميركا" (الصادر بقرار المجلس رقم ٣٥٩٠)، ينص على إنزال عقوبات بحق الأفراد الذين لا يبادرون في بادئ الأمر إلى تبليغ الشركة بانتهاك قانون المعوقين الأميركيين، ومن ثم الانتظار مدة ثلاثة أشهر قبل رفع دعوى قانونية ضدها. ويدعي المؤيدون لمشروع القانون هذا بأنه يضمن تبليغ الشركات بالشكل المناسب، متجاهلين أن قانون المعوقين في أميركا قد دخل حيز التنفيذ منذ عشر سنوات.

تزود وزارة العدل الأميركية الشركات بمعلومات وفيرة وتدريبات وافية، للتأكد من أن هذه الشركات تتقيد بالقانون، وتمدها في ما تمدها بخط مجاني لإعطاء معلومات عن قانون المعوقين في أميركا، يعالج أكثر من مئة ألف مكالمات هاتفية في السنة الواحدة. فلا حاجة إذاً إلى منح الشركات متسعاً من الوقت لممارسة التمييز ضد المعوقين.

بادر إلى التحرك! يمكنك أن تطالع المزيد من الكتابات حول مشروع القانون هذا، وأن ترسل مجاناً إلى ممثلك في مجلس النواب فاكساً ينطلق من التنبيه للتحرك المنشور على الموقع الإلكتروني: <http://www.aclu.org/action/ada106.html>

المصادر الإلكترونية المتوافرة لدى المكتب الوطني للاتحاد الأمريكي المدافع عن الحريات المدنية

الموقع الإلكتروني الخاص بشبكة الحرية التابعة للاتحاد الأمريكي المدافع عن الحريات المدنية: <http://www.aclu.org>
"أميركا أونلاين" America Online: العبارة المفتاح هي "الاتحاد الأمريكي للحريات المدنية"

التغذية الإخبارية حول الاتحاد الأمريكي المدافع عن الحريات المدنية
المكتب الوطني للاتحاد الأمريكي المدافع عن الحريات المدنية
العنوان:

125 Broad Street
New York, New York 10004

ومن خلال نقل هذه الرسالة، يكون الاتحاد الأمريكي للدفاع عن الحريات المدنية قد أصاب هدفه الرامي إلى الاتصال بالمعارضين، حشداً لهمتهم في وجه قانون التبليغ عن الانتهاكات اللاحقة بقانون المعوقين في أميركا؛ ويكون التنبيه بالتحرك قد صبَّ في مصلحة الغرض الثاني الذي يعمل على تعميم الموقع الإلكتروني للاتحاد ونشر معلوماتٍ عن وسائل الاتصال به.

لنعين أيضاً كيف استخدمت منظمة أخرى الرسائل التنبيهية للتحرك عبر البريد الإلكتروني. فهذه المرة، أتت الرسالة التنبيهية من رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاض والإنجاب في كاليفورنيا:

الموضوع: لائحة الرسائل التنبيهية المرسلة عبر البريد الإلكتروني بدافع التحرك

أيها الأصدقاء،

بما أن الانتخابات المزمع عقدها في تشرين الثاني/نوفمبر أصبحت على الأبواب، بات من الملحّ أكثر فأكثر على رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاض والإنجاب في كاليفورنيا أن تتصل بأكثر عدد ممكن من المؤيدين لحق الاختيار، وتزويدهم بمعلوماتٍ أساسية عن حق الإنجاب.

فنحن بحاجة إلى مساعدتكم!

نرجو منكم أن "تنسخوا" الرسالة الواردة أدناه، ثم تعيدوا إدراجها في رسالة إلكترونية، قبل أن تنقلوها إلى جميع أصدقائكم، وأفراد أسرّتكم، وزملائكم المؤيدين لحق الاختيار. لا تترددوا في إضافة أي عنصر إلى الرسالة أو تعديل أي من عناصرها، بهدف إضفاء طابع شخصي عليها. (نرجو منكم أن تتأكدوا من إيراد أسماء هؤلاء الأشخاص في الخانة "السرية"، حينما تُوجّهون إليهم رسالتكم عبر البريد الإلكتروني!)

أما إذا لم تكونوا شخصياً مدرجين على لائحة الرسائل التنبيهية التي ترسلها الرابطة عبر البريد الإلكتروني بدافع التحرك، فارجو منكم أن تستخدموا الوصلة التي في متناولكم أدناه، لتسجيل اشتراككم في هذه الخدمة اليوم.

شكراً لمساعدتكم في حماية حق الإنجاب.

لكم منا كل التقدير لدعمكم حق الاختيار

أيها الأصدقاء،

لا يخفى عليكم أنني أولي اهتماماً كبيراً بحماية حق المرأة في الإنجاب. ومع اقتراب موعد الانتخابات، فقد باتت ضرورياً أكثر من أي وقت آخر، في نظري، أن يحصل أمثالنا من المؤيدين لحق الاختيار على معلومات عن هذا الموضوع، وأن يتمكنوا من المبادرة إلى التحرك.

فبصفتي عضواً في لائحة التنبيهات بالتحرك المرسلّة من الرابطة عبر البريد الإلكتروني، أود أن أطلب منك الانضمام أيضاً إلى هذه اللائحة. وبالتالي، ستتلقى آخر الرسائل الإلكترونية المرفقة بمعلومات أساسية، وبتعليمات للتحرك، يمكنك أن تحصل عليها بسرعة ومن دون عناء، لحماية حق الاختيار وتعزيزه.

فجل ما عليك أن تفعله هو أن تنقر على هذه الوصلة:

<mailto:samplenonprofit.org?Subject=PutMeOnYourMailingList>

الرجاء الانضمام إلى اللائحة اليوم قبل الغد!

شكراً لكم.

يصلح هذا المثال بامتياز لتبيان طريقة استخدام البريد الإلكتروني بشكل استراتيجي من أجل بناء قاعدة المناصرين لتحرك منظمته. فالرسالة تأتي مقتضبة وبسيطة: تحتاج رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاض والإنجاب في كاليفورنيا إلى الاتصال بأكثر عدد من الناخبين المؤيدين لحق الاختيار قبل انعقاد الانتخابات. والعمل المطلوب منك أن تنجزه ليس بالأمر التعجيزي: أنسخ الرسالة، وأدرجها ضمن رسالة إلكترونية نموذجية، وارسلها إلى كل من يشاطرك مشاعر التأييد لحق الاختيار. والرابطة، من جهتها، تحاول أن تسهّل قدر المستطاع على أصدقائك وزملائك الاشتراك في لائحة الرسائل التنبيهية للتحرك، من خلال إدراج وصلة تشعبية بعنوان "بريد إلى". سنتناول الوصلات التشعبية "بريد إلى" بشكل مفصل أكثر في قسم لاحق.

إعداد تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني PREPARING AN EMAIL ACTION ALERT

قبل شيوع استخدام الإنترنت، كان الناشطون والمنظمات العاملة في مجال المدافعة يوزعون الرسائل التنبيهية الداعية للتحرك عبر البريد العادي أو بالفاكس. والأمر سيان بالنسبة إلى إعداد تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني. ولكن، بما أن البريد الإلكتروني هو مرشح لأن يصل إلى جمهور أوسع وأكبر عدداً، فلا بد من مراعاة بعض الاعتبارات الخاصة. وفي هذا الإطار، عمدت منظمة "نت أكشن" إلى إعداد قائمة مرجعية بسيطة، لتساعدك في أن تحدد إذا كانت رسالتك التنبيهية للتحرك جاهزة للنشر في الفضاء الإلكتروني:

- **هل سيتعرّف القراء على مرسل التنبيه بالتحرك؟** من المهم التعرّف بوضوح إلى منظمتك مصدراً للتنبيه الداعي إلى التحرك. (وسيلزمك أن تعرّف عن نفسك إذا كنت ترسل التنبيه بصفة فردية.)
- **هل سيعرف القراء سبل الاتصال بمنظمتك؟** أدرج دوماً في الرسائل التنبيهية للتحرك عنوان البريد الإلكتروني الخاص بمنظمتك، وعنوانها البريدي، وموقعها الإلكتروني، إضافة إلى رقم الهاتف ورقم الفاكس. (أو معلومات عن وسائل الاتصال بك شخصياً، إذا كنت توزع التنبيه بصفة فردية). ومن المفيد أيضاً، من غير أن يكون ضرورياً حتماً، أن تضمّن الرسالة إسم أحد أعضاء منظمتك الممكن أن يتصل به القراء عندما تراوهم بعض الأسئلة، بالإضافة إلى مرتبته، ورقم هاتفه.
- **هل سيُقبل القراء على فتح الرسالة؟** يمكن أن يحدد السطرُ المخصص للموضوع مدى إمكانية أن يفتح القارئ رسالتك وأن يتوقف عندها، أو أن يحوها من غير قراءتها. لذلك، أحرص على أن يكون موضوع الرسالة مقنعاً أو استفزازياً. إياك أن ترسل التنبيه بالتحرك من غير أن تملأ السطر المخصص للموضوع.
- **هل سيعرف القراء إن كان التنبيه بالتحرك قد وصل في حينه؟** أدرج دوماً تاريخ توزيع التنبيه بالتحرك، وتاريخ الدعوة إلى التحرك. (ولا تنسَ أن تذكر السنة!). فالرسائل التنبيهية للتحرك يمكن أن تنشر على الإنترنت لسنوات طوال، وكم من هذه الرسائل بقيت بالفعل قيد التداول لأن معدّ الرسالة أغفل تضمينها هذه التواريخ.
- **هل سيفهم القراء سبب أهمية التحرك المنشود؟** ضمّن التنبيه معلومات عامة واضحة وموجزة والنقاط الرئيسية التي ينبغي إيصالها. واحرص على أن تضع لها تصميماً بسيطاً، فتعتمد النص الملتزم بالنظام الأميركي الموحد لتبادل المعلومات، وتتجنب استعمال اللغة الاصطلاحية، وتستخدم الفقرات المقتضبة ذات العناوين، وتفنّد الأفكار في نقاط، مع مراعاة التنسيق البسيط للدلالة على بداية الرسالة ونهايتها. ولا تحسب أن القارئ سيكون عليماً بالموضوع، بل ضمّن الرسالة وصلات تشعبية للإشارة إلى مواقع إلكترونية يمكن أن يلقي فيها معلومات عامة إضافية.

- **هل سيعرف القراء طبيعة التحرك المطلوب القيام به؟** حدّد كيف يمكن أن يقدم القارئ مساعدته. وضمّن الرسالة العنوان البريدي أو رقم الهاتف إذا كنت تطلب منه أن يكتب رسالة أو يجري اتصالات هاتفية. وأدرج فيها أيضاً وصلات تشعبية للإشارة إلى المعلومات المتوفرة على الإنترنت لمساعدة القراء في تعيين موقع ممثليهم المنتخبين.

ملاحظة: تكثُر المصادر الإلكترونية التي تساعد في تعيين موقع المسؤولين المنتخبين. ويعتبر موقع منظمة "مشروع صوتٌ بذكاء" Project Vote Smart المصدر الأشمل في ما بينها. فهذا الموقع يتتبع أخبار المرشحين الذين خاضوا ألوف المباريات الانتخابية، إلى جانب أخبار الممثلين المنتخبين على المستويين المحلي والوطني، وعلى مستوى الولايات.

- **هل أنت واثق من الوقائع؟** بإمكان الرسائل التنبهية للتحرك والموزعة إلكترونياً أن تجول العالم في غضون دقائق، من دون مبالغة. وبما أنك لن تعرف بالضبط الأشخاص الذين قرأوا رسالتك التنبهية، فلن يتسنى لك بسهولة تصحيح الأخطاء التي تتخللها الوقائع. لذلك، عليك أن تحرص على أن تتأكد من صحة المعلومات قبل أن تنقر على زر "أرسل". أما إذا كنت تصيغ رسالة تنبيهية، رداً على معلومات تلقّتها منظمتك، فتأكد من أن المعلومات وردت من مصدر موثوق، أو يمكن أن يتحقق منها مصدر موثوق، قبل إرسالها. وأخيراً إذا كنت تحيل معلومات وردتك من منظمة أخرى، فاتصل بهذه المنظمة للتحقق من أنها هي التي أرسلت هذه المعلومات قبل إحالتها إلى أطراف آخرين.

ملاحظة: ما من شخصٍ إلا وتلقى عن طيب نية من صديق أو زميل تنبيهاً مضى عليه الوقت، أو رسالة كاذبة في وقت من الأوقات. فلا تحل أي رسالة تنبيهية ما لم تتأكد تماماً من صحتها. أما إذا كنت تشك في أنها غير صحيحة، فما عليك إلا أن تتثبت منها بواسطة أحد الموقعين اللذين يضبطان الخدع الإلكترونية،

<http://www.nonprofit.net/hoax/hoax.html> أو

<http://www.whoaxbusters.ciac.org/HBUrbanMyths.shtml>

- هل تعمل على تعزيز قاعدة المناصرين لك؟ أدرج دوماً في التنبيه معلوماتٍ عن السبل التي تخوّل القراء الاشتراك في لائحة رسائلك المنبّهة للتحرك أو إلغاء اشتراكهم فيها. ولا ضير أيضاً من أن تدرج معلومات عن طرق الانضمام إلى منظمتك.

يوفر بعضُ المصادر الإلكترونية الممتازة معلوماتٍ أكثر تفصيلاً عن آليات إعداد التنبيه بالتحرك. راجع دليل شركة "وان نورث ويست" OneNorthWest المقتضب الذي يصف بعشر خطوات كيفية "صياغة تنبيه فعال للتحرك" Writing Effective Action Alerts. وعُد أيضاً إلى دليل آخر بعنوان "صياغة رسائل فعالة للتنبيه إلى التحرك عبر الإنترنت Designing Effective Action Alerts for the Internet، من إعداد فيل أغريه Phil Agre في قسم علم المعلومات التابع للاتحاد الأميركي المدافع عن الحريات المدنية.

وقد كتب البروفسور أغريه مقالةً بعنوان "مكافحة العرائض المنشورة على الإنترنت على شكل رسائل متسلسلة" Against Chain-Letter Petitions on the Internet، تتناول المشاكل التي تطرحها العرائض والرسائل المطلوب التوقيع عليها، الموزعة عبر البريد الإلكتروني. فقد تبين أن هذه العرائض والرسائل تثير إشكالية، مما يستدعي تلافي استخدامها.

توزيع تنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني DISTRIBUTING AN EMAIL ACTION ALERT

عندما تصبح رسالتك المنبّهة إلى التحرك جاهزة للنشر، ستبادر إلى توزيعها على المشتركين في لائحة الرسائل التنبيهية الخاصة بك. (سنراجع، في قسم لاحق، الأدوات التي تستعملها لتجهّز لائحة الرسائل التنبيهية الداعية إلى التحرك). إلا أن لائحة المشتركين في رسائل منظمتك ليست الخيار الوحيد المتاح أمامك، لأن شبكة الإنترنت تمكّنك بآلاف اللوائح الخاصة بمجموعات النقاش عبر البريد الإلكتروني، وبالمجموعات الإخبارية.

حين تنشر التنبيه ذاته في عدة لوائح نقاش أو مجموعات إخبارية، تُعرّف هذه العملية بالنشر المتقاطع، وهي وسيلة فعالة للغاية لتوسيع آفاق مستخدمي الإنترنت الذين يتلقون رسائلك التنبيهية. ولكن، إحرص على أن تستهدف اللوائح المناسبة دون سواها. فإذا كنت تنوي أن تنشر رسائلك التنبيهية في عدة لوائح، سيتعين عليك أن تتعرّف على اللوائح والمجموعات الإخبارية، وتشترك فيها، في مرحلة مبكرة، لتصبح على دراية بالمواضيع التي تعالجها.

أنظر العناوين "ما هي شبكة مجموعات النقاش" What is Usenet، و"الأسئلة الشائعة حول شبكة مجموعات النقاش" THE USENET FAQ، و"رأي آخر" Another View، لمناقشة موضوع المجموعات الإخبارية بشكل أكثر تفصيلاً.

كيف تتعرّف على لوائح المجموعات الإخبارية ومجموعات النقاش التي قد تشكّل مواطن أهلة تتقاطع فيها رسائلك المنبّهة للتحرك؟ السبيل الوحيد إلى ذلك هو أن تطلب من المشتركين في لوائحك، وكذلك من أصدقائك وزملائك أن يقدموا إليك اقتراحاتهم. أو يمكنك أن ترصد اللوائح المناسبة من خلال التجوال عبر المواقع الإلكترونية العائدة إلى منظمات أخرى، لتتحركي عما إذا كانت تملك لوائح تتناول قضايا مماثلة. فإذا كانت منظمتك تُعنى بشؤون الرفاهية الاجتماعية، يجوز أن تفكر في نشر رسالتك التنبيهية لدى المجموعات الإخبارية التي تتعاطى في قضايا الفقر والتشرد. فضلاً عن ذلك، يتوافر عدد من أدوات البحث التي تفي بأغراض مقارنة ذات طابع منهجي أكثر. وللعثور على لوائح مجموعات النقاش المتواصلة عبر البريد الإلكتروني، عُد إلى دليل "ليست" Liszt للوائح البريدية على الموقع: <http://www.liszt.com>، وإلى الموقع: <http://www.dejanews.com>، للبحث عن المجموعات الإخبارية. ومن الممكن أيضاً أن تقوم بالبحث عن المواقع الإلكترونية الخاصة بخدمة اللوائح التجارية، مثل موقع "توبيكا" <http://www.topica.com>.

تحذير: إحرص على أن تستوعب تماماً موضوع "جو" المجموعات الإخبارية. فمن غير المستحب، أياً كانت الظروف، أن تنشر رسالتك التنبيهية في مجموعة إخبارية لم تقرأ لها من قبل، أو في لائحة إلكترونية لم تشترك فيها أصلاً. لذلك، ينبغي أن تكون على دراية بهذه المجموعة الإخبارية أو باللائحة، للتأكد من أن رسالتك التنبيهية للتحرك هي ملائمة للنشر في هذه أو تلك. وإلا، يمكن أن يرى فيها البعض رسالة متطفلة (مصطلح مختص بالإنترنت يُستخدم للدلالة على الرسائل العشوائية غير المرغوب فيها)، تدفع بالمشاركين الآخرين إلى التذمر منها لدى صاحب اللائحة، أو لدى من يزودك بخدمة الإنترنت.

وقد تتلقى شكاوى أيضاً إذا نشرت رسالتك التنبيهية للتحرك عبر البريد الإلكتروني، في عدة لوائح تضم مشتركين متداخلين، بما أنهم قد يتلقون في النهاية ثلاث أو أربع نسخ عن التنبيه عينه. فإذا تلقيت عدداً كبيراً من الشكاوى من المشتركين الذين ترددهم عدة نسخات، قلص عدد اللوائح والمجموعات الإخبارية التي تنشر رسائلك عبرها.

DO'S AND DON'TS

المسموح والممنوع

إن مفتاح النجاح لتوزيع التنبيه بالتحرك عبر البريد الإلكتروني يكمن في معرفة الممنوع مثلما يكمن في معرفة المسموح. ونستعرض في ما يلي قائمة "نت أكشن" المرجعية الممكن الرجوع إليه سريعاً، والتي تنطبق إلى جملة ما هو مسموح وممنوع في مجال الرسائل التنبيهية الموزعة عبر البريد الإلكتروني للتحرك:

المسموح:

- ليكن نص الرسالة مقتضباً وليتمحور حول نقطة معينة.
- فليكن السطر المخصص للموضوع مقنعاً أو استفزازياً.
- ضمّن الرسالة كل المعلومات المتعلقة بوسائل الاتصال بك: رقم الهاتف، والعنوان، والفاكس، والبريد الإلكتروني، وعنوان الموقع الإلكتروني.
- ضمّن الرسالة أرقام الهاتف، و/أو الفاكس، و/أو العناوين البريدية الخاصة بصانعي القرار المستهدفين.
- لا تنشر التنبيه إلا في لوائح مجموعات النقاش والمجموعات الإخبارية ذات الصلة.
- إستعمل الرموز السهلة الفهم التي تراعي النظام الأميركي الموحد لتبادل المعلومات، (على غرار ما يلي # أو ^، أو =)، لتقطيع النص.
- ضع رسالتك التنبيهية موضع اختبار قبل توزيعها، وأرسلها إلى بريدك الإلكتروني.

المنوع:

- لا تطلب من المشتركين أن يرسلوا رسائل إلكترونية إلى المسؤولين المنتخبين.
- لا ترسل رسائل متطفلة إلى الأفراد أو اللوائح.
- لا تستخدم هوامش واسعة.
- لا تنشر رسالتك في لوائح مجموعات النقاش أو المجموعات الإخبارية حول قضايا لا صلة لها بالموضوع.
- لا تغفل عن ملء السطر المخصص لموضوع الرسالة.

ملاحظة: يتحرى البعض مراراً من منظمة "نت أكشن" عن الأسباب التي تجعلنا نوصي بعدم إرسال رسائل إلكترونية إلى صانعي القرار. في الوقت الراهن، لا يشكل البريد الإلكتروني وسيلة فعالة للتواصل مع غالبية صانعي القرار، لأن قلة منهم يقرأون هذا البريد، ولأنه لا يسعهم أن يعرفوا إذا كانت الرسائل التي يتلقونها تردهم من الناخبين. لذلك، من الأوفق الاتصال بهم أو صياغة مكتوب وإرساله لهم إما بالبريد أو بالفاكس.

CYBERSPACE NETWORKING

نسج الشبكات عبر الفضاء الإلكتروني

تشكل شبكة الإنترنت، بفعل طابعها اللامحدود، أداة قوية لنسج الشبكات، بما يمكّن المنظمات ذات الهموم المشتركة من أن تنشئ تكتلات وتحالفات على امتداد مساحة العالم فعلياً. ونستعرض في ما يلي بعض المواقع الإلكترونية التي نشأت برعاية تحالفات ناتجة عن شبكات تشكلت عبر الفضاء الإلكتروني:

تشكيل تحالفات عبر الفضاء الإلكتروني:

مثال: التحالف من أجل المعلومات المتداولة داخل الشبكات Coalition for Networked Information. الموقع:

<http://www.cni.org/>

مثال: الحملة العالمية للدفاع عن الحريات على الإنترنت Global Internet Liberty Campaign. الموقع:

<http://www.gilc.org/>

مثال: العمل الشعبي العالمي People's Global Action. الموقع: <http://www.agp.org/agp/index.html>

مثال: حلف الإنترنت من أجل حرية التعبير على الإنترنت Internet Free Expression Alliance. الموقع:

<http://www.ifea.net/>

INTRANETS AND

ELECTRONIC NETWORKS

الشبكة الداخلية (الإنترانت)

والشبكة الإلكترونية

يشجع استخدام الشبكات الداخلية والإلكترونية في أماكن العمل. فهذه الشبكات تسمح لفئة معينة من مستخدمي الكمبيوتر بالتواصل عبر الإنترنت، من غير أن تشكل جزءاً من شبكة الإنترنت الأوسع. فشركة "أميركا أونلاين" هي خير مثال عن شبكة داخلية تجارية. فإذا اشتركت في موقع "آي أو إل" AOL ، ستستسنى لك فرصة المشاركة في عدة منتديات، ومجموعات نقاش، وخدمات إلكترونية غير متاحة للعموم. ويمكن للمنظمات غير الربحية والمجموعات ذات القواعد الشعبية أن تنشئ هذا النوع من الشبكات.

مثال: معهد الاتصالات العالمية Institute for Global Communications. الموقع:

<http://www.igc.org/igc/gateway/index.html>

أنظر الأسئلة الشائعة على الشبكة الداخلية لشركة "آي دي إم" IDM

VIRTU-ODEXES

فهرس العناوين الإلكترونية

نحتفظ جميعاً على مكاتبنا بفهارس لأرقام الهاتف، يتضمن عدداً كبير منها قواعد بيانات أو نسخ إلكترونية عن وسائل الاتصال بعائلتنا، وأصدقائنا، وزملائنا. "الفهرس الإلكتروني" (وهو مصطلح مستحدث) يوسع رقعة "فهرسنا" الإلكتروني ليشمل معارفنا عبر الإنترنت الذين نتشارك وإياهم المعلومات التي في متناولنا.

قد يكون "معارفك" مهمين حيناً، ولكن الأهم منهم أحياناً هم "أصدقاء معارفك". فبمقدورك أن تستخدم أدوات تجارية (على مثال موقع "سكس ديغريز" Six degrees) تساعدك في بناء شبكة من الأشخاص إلى جانب أصدقائهم، وأقربائهم، وزملائهم، أي شبكة حيث يمكنك أن تستشف العلاقات القائمة بين كافة الأفراد. فبناء الشبكات والسماح للآخرين بالإفادة من شبكتك يغني المجتمع ككل، ويتيح للمستخدمين التعرف على أشخاص آخرين يكونون على ارتباطٍ بعملهم ومصالحهم. ولكن، نظراً إلى وجود اعتبارات لحماية الخصوصية في هذا العالم، نشر موقع "سكس ديغريز" على الإنترنت بيانات لحماية الخصوصية.

راجع موقع "سكس ديغريز"، <http://www.sixdegrees.com/>

أدوات تعاونية في خدمة مجموعات النقاش COLLABORATIVE DISCUSSION TOOLS

يُدرج في هذه الأيام استعمال عبارة "الجماعة"، فالكل يرغب في الانضمام إلى "جماعة" تتواصل في ما بينها عبر الوسائل الإلكترونية. والمنظمات غير الربحية تشكل جماعة قائمة بذاتها، ولها مصالح مشتركة: جمع الأموال، والمدافعة، والعضوية، وما إليها. أما أعضاء منظماتك فهم يشكلون جماعة أخرى، تقوم المنظمة بتمثيل مصالحهم وبالدفاع عنها. وقد تعرفنا (أعلاه) على عدة وسائل تيسر الاتصال بهؤلاء الأعضاء. ولكن بعض المنظمات يطمح إلى لعب دور تفاعلي أكبر.

ويتخذ هذا الدور التفاعلي شكلين: يتخذ طابعاً فورياً، لا يستلزم أي أرشيف، وغالباً ما يشار إليه بعملية الدردشة أو بغرف الدردشة. ويتخذ أيضاً طابعاً شبه فوري، يستلزم أحياناً أرشيفاً للرجوع إليه والمشاركة فيه في مرحلة لاحقة، وغالباً ما يعرف بالمنتديات أو اللوحات الإعلانية أو المؤتمرات على شبكة الإنترنت.

مثال: خدمة "ياهو ماسنجر" Yahoo Messenger للدردشة الفورية (خدمة تجارية أيضاً). الموقع

<http://messenger.yahoo.com/>

مثال: موقع المجموعات الإلكترونية E-groups (خدمة تجارية). تحرراً عن السياسة التي تعتمد عليها في مجال حماية

الخصوصية!). الموقع: <http://www.egroups.com/>

CHAT AND IRC

الدردشة وتبادل الحديث عبر الإنترنت

الدردشة هي شكل من أشكال التواصل الذي يسمح بخلق تفاعل فوري على الإنترنت. ففي البداية، اتخذت الدردشة شكل الأحاديث المتبادلة عبر الإنترنت (Internet Relay Chat (IRC)، ضمن شبكة اتصالات تعتمد على رسائل نصية. أما اليوم، فيدرج استعمال تقنيات جديدة عبر الإنترنت، تتيح لمجموعة أشخاص من الالتقاء والتحدث عبر الوسائل الإلكترونية. فبفضل تقنية الدردشة، جميع المحادثات تجري في ساعتها. ولهذا السبب، تم استخدام خدمة التحدث عبر الإنترنت على نطاق واسع، من أجل تأمين تغطية مباشرة للأحداث، والأخبار، والتعليقات الرياضية العالمية، وما إليها. ويمكن أن تشكل هذه الوسيلة أداة مفيدة، في نظر الناشطين، للدعوة إلى تنظيم اجتماعات، ونقاشات، ومؤتمرات، ولقاءات مفتوحة على الإنترنت.

تعتبر الدردشة، كأداة اتصال، وسيلة تجمع ما بين المخابرة الهاتفية الشخصية والإعلانات الإذاعية. ويتضمن ملف تقديم المساعدة للدردشة عبر موقع ياهو Yahoo's Chat Help file بعض النصائح المفيدة لاستخدام خدمة الدردشة بالشكل المناسب.

مثال: موقع "توك سيتي" TalkCity (التجاري أيضاً، وهو يستخدم برامج جافا)، <http://www.talkcity.com/>

INSTANT MESSAGING

خدمة الرسائل الفورية

تعتبر الرسائل الفورية من الأدوات التعاونية الأخرى التي تتزايد شعبيتها. فتطبيق برنامج الرسائل الفورية يستدعي من المستخدمين أن يختاروا أصدقاءهم، بما يمكّن الناشطين من الاستعانة بهم من أجل التعرف على بعض الزملاء الذين قد يرغبون في الاتصال بهم، حين يكون كلا الطرفين متصلين بشبكة الإنترنت في الوقت ذاته. ويتيح بعض الخدمات للناشطين أن يرسلوا ملفات وصوراً بشكل فوري، وأن يعقدوا مؤتمرات بالصوت و/أو بالصورة إلى جانب إرسال رسائل فورية. ولكن، على المستخدمين أن يعلموا أن خدمات الرسائل الفورية ليست كلها قابلة للتشغيل المتبادل. فإذا كنت تستخدم مثلاً خدمة الدردشة على موقع "ياهو"، فلن يتيسر لك أن ترسل رسائل فورية إلى شخص آخر يستخدم خدمة الرسائل الفورية على موقع "آي أو إل". ولكن، لحسن الحظ أن هذا لا يحصل دوماً.

تشمل الأمثلة عن خدمات الرسائل الفورية، خدمة الدردشة الفورية على موقع "آي أو إل" وبرنامج "آي سيك يو" I seek You/ICQ. راجع طريقة تشغيل هذا البرنامج على الموقع: <http://www.icq.com/icqtour.html>

PART 2B: MAILING LISTS

ب: اللوائح البريدية

CREATING YOUR EMAIL LIST

إعداد لائحة البريد الإلكتروني الخاصة بك

يشكل البريد الإلكتروني أداة سهلة، ولكن قوية، يمكن أن تستخدمها منظمك للاتصال بالمناصرين، لأنها أداة سريعة، وفعالة، وغير مكلفة إطلاقاً. فقد تكون معتاداً أصلاً على أن ترسل رسائل إلكترونية ذات طابع شخصي، في معرض الأعمال اليومية التي تنجزها عادة. لذلك، يتحدث هذا القسم عن اللوائح الإلكترونية، وعن عادة تجميع عدد كبير من عناوين البريد الإلكتروني، وتخزينها في أحد برامج الكمبيوتر، على نحوٍ يمكّنك من إرسال "رسائل" إلكترونية "جماعية" إلى مناصريك.

سنبدأ باستعراض ميزات برامج البريد الإلكتروني التي تستخدمها أصلاً لإرسال الرسائل الفردية وتلقيها، والخدمات التي تقدمها المواقع الإلكترونية التجارية لإنشاء لوائح إلكترونية، وبرامج اللوائح البريدية التي يسعك أن تجهزها وتستخدمها داخل المنظمة، إذا كانت هذه الأخيرة تشغّل "خادمها" الخاص. (و"الخادم" هو جهاز كمبيوتر موصول بشبكة الإنترنت، ومُعَدّ لاستضافة موقع إلكتروني أو أكثر). وسنستعرض أيضاً مختلف الوسائل التي تخولك تجهيز لوائح إلكترونية واستخدامها للتواصل مع أعضاء منظمك، ومناصريها، والمتطوعين لديها، ووسائل الإعلام التي تتعامل معها.

USING YOUR REGULAR EMAIL SOFTWARE

الاستعانة ببرامج البريد الإلكتروني التي تستخدمها عادةً

تقضي أسهل وسيلة لإنشاء لوائح البريد الإلكتروني واستخدامها بأن تفعل ذلك داخل المنظمة عبر استخدام برامج البريد الإلكتروني المعتمدة لديك عادة. ولعل أكثر المنتجات شيوعاً التي يحتمل أن تستخدمها هي برامج "كوالكومز يودورا" Qualcomm's Eudora، أو "مايكروسوفت أوتلوك" Microsoft Outlook، أو "نتسكايب مايل" Netscape Mail. وتشكل برامج الكمبيوتر هذه الخيار الأفضل إذا كانت لائحتك لا تتعدى بضع مئات من المشتركين كحد أقصى.

يمكن أن تتبع طريقتين شائعتين لإرسال البريد الإلكتروني عبر برنامجي "يودورا"، و"أوتلوك"، وكذلك عبر منتجات استهلاكية أخرى من منتجات البرمجيات. تتخذ الطريقة الأولى شكل رسالة شخصية، توجهها إلى أحد الأفراد أو إلى مجموعة صغيرة من الأشخاص. فحين ترسل رسالة فردية، تورد العنوان الإلكتروني لمستلم الرسالة في خانة "إلى"، وقد تدون أيضاً العنوان الإلكتروني لمستلم آخر في خانة "نسخة إعلام" Cc.

أما الطريقة الأخرى التي أثبتت جدواها على مستوى العمل الناشط عبر البريد الإلكتروني، فتقضي باستخدام ميزة دفتر العناوين ضمن برامج البريد الإلكتروني التي تعتمد عليها. وهي أداة مفيدة للغاية للناشطين المنفردين وللمنظمات التي يتمتع موظفوها بخبرات تقنية محدودة. فكل برامج البريد الإلكتروني تتمتع بميزة تخولك إعداد دفتر عناوين، عدا عن أن معظمها يتيح لك أن تخزن مئات، لا بل آلاف الأسماء في هذا الدفتر. وكثيرون هم الأشخاص الذين يستخدمون هذه الوظيفة لتخزين العناوين الإلكترونية الخاصة بأصدقائهم ومعارفهم. ولكن، من الممكن أيضاً استعمال هذه الوظيفة لإنشاء لائحة بريدية محصورة بالإعلانات، قد تستخدمها لاحقاً لتوزيع الرسائل على شريحة واسعة من الأشخاص.

إذا كانت منظمتك مثلاً ترسل دورياً بيانات صحفية، فيسعدك أن تُعدّ دفتر عناوين ذا طابع شخصي، بعنوان "وسائل الإعلام"، يتضمن لائحة من العناوين الإلكترونية العائدة إلى كل المراسلين المهتمين، حسب معرفتك، بالقضايا التي تعمل منظمتك على معالجتها. فاستخدام ميزة دفتر العناوين يسهّل إرسال البيانات الصحفية إلى جميع المراسلين في الوقت ذاته، عوض إرسال الرسالة إلى كل مراسل على انفراد. (راجع المثل المبين أدناه).

إذا كنت تنوي أن تستعين بدفتر عناوينك لإنشاء لائحة إلكترونية، فسيلزمك أن تتقن طريقة إرسال الرسائل الإلكترونية من غير الكشف عن عناوين مستلميها. أما إذا لم يسبق لك أن تعرفت على خانة "النسخة السرية"، فخير لك أن تفعل. (فالمختصر الأجنبي "بي سي سي" يرمز إلى "النسخة الكربونية المخفية". وتعود جذور هذه اللفظة، كما المختصر الأجنبي



"سي سي"، إلى أيام كان الطابعون على الآلة الكاتبة ينسخون الوثائق عن طريق وضع الورق الكربوني المطلي بين الأوراق العادية قبل نسخها).

تطالعك عادةً في كل رسالة إلكترونية رأسية (فقرة في أعلى الرسالة) تتضمن الخانات التالية:

إلى (To):

من (From):

الموضوع (Subject):

نسخة إعلام (Cc):

نسخة سرية (Bcc):

الملفات الملحقة (X-Attachment):

ملاحظة: لا يتضمن بعض برامج البريد الإلكتروني التجهيز المبدئي لعرض الرأسية. ففي بعض النسخ من برامج "أميركا أونلاين" مثلاً، يتعين عليك أن تفتح دفتر العناوين وتختار منه "النسخة السرية". وإذا لم تعثر عليها، فراجع ملف "تقديم المساعدة"، أو دليل المستخدم الذي يُرفق ببرامج الكمبيوتر، أو اتصل عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني بقسم خدمات المساعدة في الشركة.

لإرسال بيان صحفي إلى دفتر عناوين "وسائل الإعلام" التي تتعامل معها، دوّن كلمة "وسائل الإعلام" في خانة "النسخة السرية" التي تتضمنها رأسية الرسالة، وأدرج عنوانك الإلكتروني في خانة "إلى". فبهذه الطريقة، سيتلقى الرسالة جميع المراسلين، فيما لا ينكشف لهم إلا عنوان بريدك الإلكتروني. (وستستلم نسخة عن أي رسالة تبعث بها، ما دام عنوانك سيكون مدرجاً في خانة "إلى").

تحذير: إستخدم دوماً خانة "النسخة السرية"، إذا كنت تنشئ لائحة إلكترونية ضمن دفتر عناوينك. وحين تدوّن إسم دفتر العناوين في خانة "إلى" أو في خانة "نسخة إعلام"، ستظهر كل العناوين في الخانة المشار إليها لدى إرسال الرسالة! غير أن هذه المسألة تثير معضلتين، تكمن الأولى في أن بعض الأشخاص يفضلون عدم الكشف عن عناوينهم الإلكتروني. أما الثانية فتتمثل في أن الرأسية ستكون طويلة إذا كانت اللائحة تتضمن عدداً كبيراً من العناوين، مما يزعج بعض الأشخاص، نظراً لاضطرابهم إلى استعراض شاشات محشوة بالعناوين قبل الوصول إلى فحوى الرسالة.

هل يروق لك أن يقع نظرك على رأسية ماثلة حينما تفتح رسالتك الإلكترونية؟

From: "Jane Doe" <janedoe@hotmail.com >
To: James King <JKing@msn.com >, Alan Williams <awilliams@sirius.com >, Dave Garrison <DG@aol.com >, "Jennifer Reilly" <Reilly@Reilly.com >, George Kelly" <Gkelly@pacbell.net >, "Thomas Jones" <tj54@aol.com >," Gina Rogers <GinaR@uswest.com >, Dan Stevens <dans@yahoo.com >, Vincent Davis <vince@att.net >, Ron Butler <ronbutler@dnai.com >, Marc Smith" <marc_smith@earthlink.net >, Tony Altura" <tonya@food.org >, "Jeffrey Carr" <carr867@aol.com >, Michael Milton" <mmilton@ucla.edu >," Peter Boyd <pboyd@mindspring.com >, "Susan Smith" <ss@home.com >

بل، على العكس، ستقع على الرأسية المبينة أدناه، حين تستخدم خانة "النسخة السرية" لتوزيع رسالتك على لائحة حافلة بالأسماء:

التاريخ: الإثنين في ١١ أيلول/سبتمبر ٢٠٠٠؛ الساعة ٠٧:٠٩:٣٨ – ٠٧٠

إلى: audrie@netaction.org

من: أودري كراوس

الموضوع: منظمة "نت آكشن" تحضّ على حماية المستهلكين من شراء البرامج الإلكترونية

إن غالبية المواقع التي تقدم خدمات البريد الإلكتروني على شبكة الويب، على غرار "ياهو مايل" YahooMail و"هوت مايل" HotMail، توفر أيضاً دفاتر للعناوين ضمن إطار خدماتها المجانية. ويمكن استعمال هذه الدفاتر لتخزين عدد كبير من العناوين الإلكترونية. أما إذا كنت تستخدم خدمة البريد الإلكتروني على شبكة الويب، فاحرص على التحقق من إمكانية وجود حدّ لعدد عناوين البريد الإلكتروني التي يمكن تخزينها في دفتر العناوين.

ملاحظة: تستخدم منظمة "نت أكشن" برنامج "يودورا" للبريد الإلكتروني؛ وهي تنصح باستخدامه، لأنه سهل الاستعمال، وأقل عرضة، من برنامج "أوتلوك مايكروسوفت"، لهجمات الفيروسات. فضلاً عن ذلك، يجوز تحميله مجاناً من موقع "يودورا" الإلكتروني.

أما المسألة الأخرى التي يجب مراعاتها فهي تتعلق بالاحتفاظ بنسخة احتياطية لعناوين البريد الإلكتروني التي خزنتها في دفتر عناوينك. فأي عطل يفتك بالمحرك الصلب في حاسوبك يمكن أن يطيح بشهور أو بسنوات من العمل الدؤوب على تجميع العناوين، بما يؤكد الحاجة إلى الاحتفاظ بهذه الأسماء في نسخة احتياطية. وإذا كانت منظمتك تستخدم مديراً مسؤولاً عن شبكة الاتصالات، فرتّب الأوضاع على نحوٍ يسمح بإدراج هذه المعلومات في نسخة احتياطية بشكل منتظم. وفي حال عدم استخدامه، إحتفظ بنسخة احتياطية عن دفتر العناوين في قرص مرّن أو قرص مضغوط، أو اشترِ منتجاً تجارياً عن برامج النسخة الاحتياطية، كمنتج "ريتروسباكت إكبرس" Retrospect Express من تصنيع "دانتس" Dantz. وأخيراً، إذا كنت تستخدم خدمة البريد الإلكتروني على شبكة الويب، فتعلّم أيضاً كيف تحفظ معلوماتك في نسخة احتياطية.

OTHER EMAIL LIST

SOFTWARE OPTIONS

خيارات أخرى لبرامج

لوائح البريد الإلكتروني

تتوافر أيضاً بعض المنتجات والخدمات المتعلقة ببرامج اللوائح الإلكترونية المعدة خصيصاً لإدارة اللوائح البريدية. وأهم نوعين يمكن أن تستعين بهما هما خدمات مقدمي خدمات التطبيقات المعلوماتية (ASP) Application Service Provider عبر الويب، وبرامج اللوائح التجارية المعدة لمخادم البريد الإلكتروني. وتكون هذه الخيارات مفيدة لإدارة لوائح تتضمن مئات أو آلاف الأسماء. أما الخيارات الأخرى فتتمثل في استعمال برامج كمبيوتر من إعداد مجموعة "إي بايس" eBase، والتي سنتناولها في القسم الرابع.

مقدمو خدمات التطبيقات المعلوماتية

مقدمو خدمات التطبيقات المعلوماتية هم شركات تجارية تعمل في مجال الإنترنت، وتقدم خدمة إنشاء لوائح البريد الإلكتروني على شبكة الويب، من دون أن تحمّل المستخدم عادةً أي كلفة. ولعل مقدمي خدمات التطبيقات المعلوماتية المعهودين لديك هم: "تويكا"، و"إي غرويس"، و"ليستبوت" ListBot من شركة مايكروسوفت.

تحوّل هذه الخدمات أن تعدّ لائحة البريد الإلكتروني من غير أن تضطر إلى تشغيل برنامج خاص بتنظيم اللوائح، وهي مسألة

سنشيرها في الفقرة التالية. فمن حسنات مقدمي خدمات التطبيقات المعلوماتية أنهم يشرفون تلقائياً، بالنيابة عنك، على عملية الاشتراك/إلغاء الاشتراك في لائحتك، مما يعني أنه سيتسنى للأشخاص أن ينضموا إلى لائحتك، أو يخرجوا منها، من دون أن تتكبد أي عناء إضافي. وهذا يكون مفيداً بوجه خاص حين لا تعتمد شخصياً إلى النظر في كل مشترك جديد والموافقة على اشتراكه.

يعتبر مقدمو خدمات التطبيقات المعلوماتية خياراً مؤاتياً للأفراد الناشطين الذين يرغبون في إعداد لوائح مجموعات النقاش عبر البريد الإلكتروني، وكذلك للمنظمات التي يحتاج موظفوها، ذوو الخبرات التقنية المحدودة، إلى إدارة لوائح متعددة أو ضخمة. ففي الحقيقة، لا يلزمك الكثير من الخبرات التقنية لإدارة اللوائح المعدة عبر هذه الخدمات، لأن هذه الأخيرة تمنحك خيارات أوسع من حيث طريقة تشغيل هذه اللوائح، وتتيح لك الحصول على المساعدة التقنية عند الحاجة.

ومن الحسنات الأخرى المعهودة لهذه الخدمات أنها تخزن تلقائياً جميع الرسائل على موقع إلكتروني، (يعرف بالأرشيف). وتعود فائدة الأرشيف إلى أنه يسمح لك بتسجيل كل ما نُشر على اللائحة، مع إمكانية الاحتفاظ بهذا السجل، كي تمكّن المشتركين الجدد من قراءة الرسائل المنشورة قبل انضمامهم إلى اللائحة، أو تتيح للأشخاص قراءة الرسائل من غير الاضطرار إلى الاشتراك في اللائحة.

ولكن، لا بد من أن تأخذ بعض السيئات البارزة بعين الاعتبار. فبموجب الاتفاقيات المعقودة مع المستخدم، ستعود ملكية اللوائح الخاصة بك، وأي عمل يُنشر على لوائحك، وما يتضمنه أرشيفها إلى مقدمي خدمات التطبيقات المعلوماتية، إذا لجأت إلى خدماتهم. وهذا ما يعطي مقدمي الخدمات الحق بالتصرف بهذه المعلومات كيفما طاب لهم.

وبما أن هذه الخدمات هي خدمات مجانية، تضيف الشركات التي توفرها، إلى كل رسالةٍ رأسيّةً وتذييلًا صغيرين يحملان طابعاً دعائياً، وشبهين بالرأسيّة والتذييل اللذين تراهما في البريد الإلكتروني الوارد من شخص يستخدم برنامجي "ياهو ميل" و"هوتمايل" للحصول على خدمة الإنترنت. ويفضل بعض الأشخاص عدم استخدام الخدمة المرفقة بالدعاية، بينما يرى فيها البعض الآخر ثمناً مقبولاً، يدفعه لقاء الحصول على خدمة مجانية. وإليك في ما يلي مثالاً عن نوع الدعايات الممكن أن تقع عليها إذا اشتركت في لائحة إلكترونية يشغلها موقع "توبيكا":

يجسّد موقع "توبيكا" البريد الإلكتروني الذي تحلم به. الموقع: <http://www.topica.com/t/16>

فيقدّم رسائل إخبارية، ونصائح، ويثير نقاشاً حول المواضيع المفضلة لديك.

ومن سيئات اللجوء إلى إحدى هذه الخدمات أنها لا تمكّنك من مواءمة لائحتك مع إسم الموقع الخاص بمنظمتك، إشارةً إلى أن

هذه الأخيرة هي التي أرسلت الرسالة. (إسم الموقع هو ما يرد بعد المختصر الأجنبي "www" في عنوان الموقع الإلكتروني. "sierra.org"، مثلاً، هو اسم الموقع الذي يرمز إلى نادي سييرا). يجوز أن تبرز في أعلى الرسائل المرسلة عبر لائحة مقدمي خدمات التطبيقات المعلوماتية رأسيةً تشبه الشكل الآتي:

من: johndoe@yahoo.com
الموضوع: دعم قرار المجلس رقم ٢٥٠٢!
التاريخ: الأربعاء، ٥ تموز/يوليو ٢٠٠٠. الساعة ٢٠:٠٩:٣٢ بحسب التوقيت الصيفي لشرق الولايات المتحدة
الخادم المضيف: lists.best.com
المرسل: actionalert-errors@lists.best.com
الرد على: johndoe@yahoo.com
إلى: actionalert@lists.best.com

حين توائم اسم اللائحة مع اسم الموقع الخاص بمنظمتك، فستحمل رسالتك رأسيةً تعرّف عن منظمتك باسم الموقع العائد إليها. فتبدو كما يلي:

التاريخ: الأربعاء، ٥ تموز/يوليو ٢٠٠٠. الساعة ٠١:٠٦:٢٧ - ٠٦:٠٠ بحسب التوقيت النهاري الجبلي
من: أودري كراوس
الموضوع: ملاحظات منظمة "نت آكشن" رقم ٥٨
المرسل: netaction-owner@netaction.org
الرد على: audrie@netaction.org

إذا كنت تنوي اللجوء إلى خدمات على شاكلة "تويكا"، أو "إي غروبس"، أو "ليستيبوت"، فسيتعين عليك أن توازي بين الحسنات والسيئات. وإذا قررت أن تمضي قدماً في هذا المشروع، فاحرص على أن تستفهم عن طريقة الاحتفاظ بنسخة احتياطية عن لائحة المشتركين في بريدك الإلكتروني، لأن هذه الأخيرة، وعلى غرار قاعدة البيانات التي تضم عناوين أعضاء منظمتك وأرقام هواتفهم، تشكل ذخيرة قيّمة.

برامج تجارية لإعداد لوائح البريد الإلكتروني داخل المنظمة

وتقضي وسيلة أخرى من الوسائل الآيلة إلى إعداد اللوائح بتجهيز برامج تجارية لهذه الغاية على جهاز الكمبيوتر الموصول بـ"خادم" منظمتك، مع الإشارة إلى أن بعض هذه المنتجات التجارية هي مجانية، فيما بعضها الآخر يُباع في الأسواق. ولكن، بما أن البرامج التجارية المخصصة لإعداد اللوائح ليست سهلة الاستعمال، فهي لا تشكل الخيار الناجع إلا إذا كانت منظمتك تدير في الداخل خادمها الخاص بالبريد الإلكتروني، وتستعمل خدمة الاتصال بالإنترنت ذات السرعة الفائقة المخصصة للمنظمة، وتستخدم أخيراً مديراً مسؤولاً عن الإنترنت.

ويشيع استعمال رزمة من ثلاثة برامج لإعداد اللوائح الإلكترونية:

- "ليستسورف" Listserv
- "ماجوردومو" Majordomo
- "ليريس" Lyris

وتوفر جميعها نسخات مجانية عن برامجها، مع أن الحصول على برامج ذات ميزات أكثر تطوراً يستلزم شراء الرخصة باستعمالها.

ملاحظة: تستخدم منظمة "نت آكشن" برنامج "ماجوردومو" لإنشاء اللوائح، وتنصح منظمتك باستخدامه إذا كانت تملك معدات الكمبيوتر، والخبرة التقنية لتشغيل هذا البرنامج. وما إن يتم تجهيز هذا البرنامج وضبطه وفق حاجاتك، وهو ما يستدعي منك التحلي بالخبرة التقنية اللازمة، فلن يصعب على أي شخص يتمتع بالمهارات الأساسية في مجال الكمبيوتر أن يدير اللائحة. فضلاً عن ذلك، تكون عملية الاشتراك أو إلغاء الاشتراك في لائحتك سهلة إلى حدّ أن معظم المستخدمين سيستغني عن مساعدة مدير اللائحة.

TECHNIQUES FOR USING EMAIL LISTS

التقنيات اللازمة لاستخدام لوائح البريد الإلكتروني

إذا كنت تستعمل خدمة إنشاء اللوائح عبر الويب أو منتجاً تجارياً لبرامج إعداد اللوائح، فسيتعيّن عليك أن تتخذ بعض القرارات بشأن طريقة تشغيل اللائحة مستقبلاً. وفي الفقرات التالية، سنستعرض عدة تقنيات لإعداد اللوائح الإلكترونية، ولاستخدامها على نحوٍ يلبي حاجات منظمتك.

لوائح البريد الإلكتروني المحصورة بالإعلانات

يوفر نظامُ الضبط هذا وسيلةً للتواصل من جانب واحد، أي من جانب صاحب اللائحة إلى المشتركين فيها. وهو يفيد في توزيع الرسائل الإخبارية الإلكترونية، والرسائل التنبيهية للتحرك، وأي معلومات أخرى، على عدد كبير من الأشخاص بشكلٍ سريع، سهل وغير مكلف. فعندما تضبط لائحتك لتفي بأغراض الإعلان فقط، ستضطر إلى استعمال كلمة سر لنشر الرسائل. وبالتالي عندما تحدد الأشخاص الذين تطلعهم على هذه الكلمة إنما تعين الذين تخولهم نشر الرسائل على المشتركين في اللائحة، بحيث تحصر حق نشر الرسائل في عضو واحد، أو في عدة أعضاء من منظمتك.

حين تنشئ لائحتك الخاصة باستعمال دفتر العناوين وميزات "النسخة السرية" ضمن برنامج البريد الإلكتروني العادي، فكأنك في الواقع تنشئ لائحة محصورة بالإعلانات. والسبب في ذلك يعود إلى أنك ستكون الشخص الوحيد الذي يحق له الوصول إلى اللائحة، ويتمتع بالقدرة على نشر الرسائل على المشتركين فيها. زد على أن مستلمي الرسائل لا يسعهم إلا الرد على عنوانك، نظراً إلى أن العناوين الأخرى لا تبرز إلى العيان.

من أبرز حسنات اللائحة المحصورة بالإعلانات أن صاحبها يتحكم كلياً في مضمونها، وفي عدد المرات التي تُنشر فيها. ولذلك تحسن اختيارها إذا كنت تريد أن توزع رسائل تنبيهية للتحرك، أو بيانات صحفية، أو رسائل إخبارية. ولكن، من أبرز سيئاتها أنها لا تسمح للمشارك بمجرد الضغط على زر "الرد على الرسالة" بمشاطرة جميع المشتركين في اللائحة بأي تعليق يبيده حول الموضوع المنشور.

إذا كنت تستعمل برنامجاً تجارياً لتنظيم اللوائح، فيمكنك أن تضبط اللائحة بطريقة لا تسمح إطلاقاً للقراء بالرد على الرسائل، أو بنقل ردودهم إلى صاحب اللائحة. أما السبيل الوحيد لتتأكد من أن أي ردود ستصعب عندك فيتطلب منك أن تدرج في النص وصلة تشعبية "بريد إلى"، بحيث يتمكن القراء الذين يرغبون في إبداء تعليقاتهم من القيام بذلك من غير أن يضطروا إلى فتح صفحة الرسالة، باعتبار أن الوصلة التشعبية المذكورة تفضي تلقائياً إلى فتح هذه الصفحة. فانقر مرتين على الوصلة المبينة أدناه لتستوضح طريقة تشغيل هذه الوصلة، ثم أغلق الصفحة للعودة إلى هذا الدرس.

بريد إلى: somebody@yourorganization.org

إنه لفي غاية السهولة أن تنشئ الوصلة التشعبية "بريد إلى". فما عليك إلا أن تدوّن عبارة: بريد إلى، ثم تعقبها (من دون ترك أي فراغات) بالعنوان الإلكتروني الذي تود الاتصال به. ومن قبيل التمرين، نطلب منك أن تدوّن عبارة "بريد إلى" باستعمال عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك، ثم انقر عليه لتفتح صفحة الرسالة الموجهة إليك. إدراج بعد ذلك عبارة

"رسالة اختبارية" في السطر المخصص للموضوع، فكلمة "مرحباً" في خانة الرسالة، قبل أن تبعث بها. وهكذا، حين تتفقد بريدك في المرة المقبلة، ستلقى رسالة واردة منك تحمل في عنوان الموضوع عبارة "رسالة تجريبية".

فسواء استخدمت أو امتنعت عن استخدام الوصلة التشعبية "بريد إلى"، إنه لمن المستحسن دوماً أن تضمّن عنوان البريد الإلكتروني، بما يمكن القراء من الرد حين ترسل تنبيهاً بالتحرك، أو بياناً صحفياً، أو أي معلومات أخرى إلى اللائحة الإلكترونية.

لوائح البريد الإلكتروني الخاضعة للرقابة

تتيح اللوائح الإلكترونية الخاضعة للرقابة التحكم بعملية التواصل من جانبين. فأى شخص يشترك في لائحة خاضعة للرقابة يحق له أن ينشر رسالة موجهة إلى المشتركين في اللائحة، غير أن الرسالة تسلك طريقها نحو صاحب اللائحة الذي يتعيّن عليه أن يتخذ قراراً بنشرها أو بعدم نشرها. وهذا ما يمنح صاحب هذه اللائحة، شأنه شأن صاحب اللائحة المحصورة بالإعلانات تقريباً، قدرةً على التحكم بمضمون الرسالة.

يسعك أيضاً أن تعدّ لائحة نقاش خاضعة للرقابة باستخدام دفتر العناوين، وميزات "النسخة السرية" ضمن البرنامج العادي للبريد الإلكتروني. فما عليك إلا أن تعدّها طبقاً لطريقة إعداد اللائحة المحصورة بالإعلانات (من خلال استعمال خانة "النسخة السرية"). ولكن، حين تبعث بأي رسالة، يتعين عليك أن تضمّن ملاحظة وجيزة تُعلم القراء بأنك ترحب بتلقي تعليقاتهم. وبناءً عليه، فإن أي ردود تصدر عنهم تصب لديك تلقائياً بصفحتك مرسل الرسالة. ولتوزع الردود التي تحظى بموافقتك، فما عليك إلا أن تنسخ نص الرد وتعيد إلصاقه بصفحة البريد الإلكتروني الجديدة، ثم تبعث برسالة إلكترونية أخرى إلى المشتركين في اللائحة التي أعدتها بالاستناد إلى دفتر عناوينك وخانة "النسخة السرية".

وأبرز حسنات اللائحة الخاضعة للرقابة يتجلى في قدرة الرقيب على التحقق من أن التعليقات الواردة من القراء هي مرتبطة بأغراض اللائحة. أما أبرز سيئاتها فيكمن في أنك ستضطر إلى قراءة كل ردّ يردك من المشتركين في اللائحة، لتقرر إذا كنت ستنشره أو ستعدل عن نشره، مما يستغرق وقتاً طويلاً إذا كانت اللائحة تعمل بشكل فعّال. فضلاً عن ذلك، قد تطالك بعض الانتقادات من المشترك الذي ترفض نشر تعليقه، إذا اتخذت قراراً بهذا الاتجاه. ولكن يمكن أن تخفف من حدة هذه الانتقادات عن طريق إصدار بيان واضح وصريح يحدد أغراض اللائحة.

لوائح البريد الإلكتروني غير الخاضعة للرقابة

تسمح اللوائح غير الخاضعة للرقابة للمشاركين بالتواصل في ما بينهم من دون تحفظ. فكل من يشترك في اللائحة غير

الخاضعة للرقابة هو محوّل بنشر رسالة يحق لأي مشترك آخر أن يطّلع عليها. صحيح أن نظام الضبط هذا يمنح المشتركين في لائحتك مطلق الحرية للتواصل في ما بينهم، وإنما يمنحك، بصفتك صاحب اللائحة، قدرة محدودة على التحكم بمضمون الرسائل.

وأبرز حسنات اللائحة غير الخاضعة للرقابة هو أنها تتطلب من صاحب اللائحة رعاية محدودة. فإذا كان الاشتراك في لائحتك يتم تلقائياً، عوض عن أن يحظى بموافقتك، فستتمكن من إدارة اللائحة من دون أي جهد يُذكر. غير أن أبرز سيئاتها، بالطبع، يكمن في أنك ستعجز تقريباً عن ممارسة الرقابة على مضمون الرسائل. فلاحتمالٌ كبيرٌ بأن يستغل المشاركون، وكذلك مرسلو البريد المتطفل، طريقةً ضبط هذه اللائحة، بما أنه لا سبيل لمنع أي مشترك من نشر ما يطيب له على اللائحة.

ولكن يمكنك أن تمارس بعض الرقابة على اللائحة غير الخاضعة للرقابة من خلال اشتراط أن يوافق صاحب اللائحة على جميع المشتركين، بما يسمح لك أن تحجب عنها مرسلو البريد المتطفل، وأن تلغي أيضاً اشتراك أي شخص مسبب للفوضى أو قليل الأدب. ولكن، حذارٍ من إلغاء اشتراك بعض الأشخاص، بسبب القلق الذي يساورك حيال مضمون ما ينشرونه، باستثناء مرسلي البريد المتطفل، لأن البعض يرى في إلغاء اشتراكه شكلاً من أشكال الرقابة التي تثير مزيداً من الشكوى عوض الإتيان بحلول.

آلية الاشتراك المفتوح (لأي شخص الحق في الاشتراك)

تفسح لائحة الاشتراك المفتوح المجال أمام أي شخص مهتم لأن يشترك في لائحتك، من غير أن تُضطر إلى الموافقة على المشتركين الجدد. فإذا كنت تضبط لائحة "محصورة الإعلانات" أو لائحة "خاضعة للرقابة"، حسبما ورد أعلاه، فقد تودّ اتباع آلية الاشتراك المفتوح، كي لا تضطر إلى الموافقة على كل مشترك جديد. وبما أنك ستمارس الرقابة على كل ما يُنشر، فلا داعٍ لأن تقلق بشأن مرسلي البريد المتطفل الذين يبعثون برسائل غير مرغوب فيها إلى المشتركين في لائحتك. أما إذا كنت تضبط لائحة "غير خاضعة للرقابة"، تسمح بالاشتراك المفتوح، فمن الأرجح أن يشترك في لائحتك مرسلو البريد المتطفل الذين سيعمدون لاحقاً إلى إغراق اللائحة برسائلهم المتطفلة.

لوائح محصورة بالأعضاء (الموافقة على الاشتراك، والمواقع الإلكترونية المحمية بكلمة سر)

حين تُعدّ لائحة تستدعي الموافقة على الاشتراك، تُحال إليك كل طلبات الاشتراك، أو تُحال إلى أي شخص تعيّن في موقع صاحب اللائحة. فإذا كنت ترغب في السماح لمقدم الطلب بالاشتراك، ستردّ على رسالته مرفقة بكلمة السر الخاصة باللائحة. أما إذا كنت لا ترغب في السماح له بالاشتراك، فلن تضطر إلى ذلك.

إذا كنت تُعدّ لائحة باستخدام برنامجك المعلوماتي للبريد الإلكتروني، فإنما تضع لائحة تستدعي في الواقع موافقتك على المشتركين، ما دمت الوحيد الذي يُتاح له أن يضيف عناوين إلكترونية جديدة إلى دفتر عناوينك.

كيف يتعيّن على منظمتك أن تشغلّ لائحة بريدها الإلكتروني؟ أيجب أن تعتمد لائحة محصورة بالإعلانات؟ هل يُعوزها رقيب؟ ما هي آلية الاشتراك التي يُستحسن أن تعتمدوها؟ أدرس احتياجات منظمتك وأهدافها قبل اتخاذ القرارات بهذا الشأن.

الملفات المذيّلة

يشكل الملف الذي يحمل تذييلاً (المعروف أيضاً بملف التوقيع) في نهاية الرسالة الواردة عبر البريد الإلكتروني وسيلةً ممتازة لتوفير معلومات عن وسائل الاتصال بصاحب الملف. وإذا تضمنته عنوان الموقع الإلكتروني بالكامل، فسيصلح استعمال الملف المذيّل كوصلة تشعبية تقود القارئ إلى موقعك الإلكتروني. وإليك مثال عن ملف مذيّل بتذييل نموذجي مبدئياً:

<<NetAction>>

أودري كراوس، المديرية التنفيذية

البريد الإلكتروني: audrie@netaction.org

ص. ب. ٦٧٣٩

سانتا باربرا، كاليفورنيا ٩٣١٦٠

الهاتف: ٩٣٩٢-٢١٥ (٤١٥)

الفاكس: ٩٤١-٠٩٤١-٦٨١ (٨٠٥)

***الموقع على الويب: <http://www.netaction.org>

من غير المستبعد أيضاً أن تضمّن الملف المذيّل جملة أو جملتين تروج/تروجان لحدث أو لتحرك معين تشارك فيه/فيهما منظمتك. إليك مثال عن ملف مذيّل يتضمن رسالة:

العيادة النقالة

منظمة غير ربحية بإدارة طلابٍ يقدّمون خدمات مجانية

للمشردين وللجماعات ذات الدخل المحدود

٥٧٠ يونيفرسيتي هول، باركلي، كاليفورنيا ٩٤٧٠٤

٦٧٨٦-٦٤٣ (٥١٠)

الموقع الإلكتروني: <http://socrates.berkeley.edu/~suitcase/>

البريد الإلكتروني: suitcase@socrates.berkeley.edu

إن معظم البرامج المخصصة لتصفح البريد الإلكتروني يسمح للمستخدم بأن ينشئ ملفاً مذيلاً يُدرج تلقائياً في أسفل كل رسالة إلكترونية. فإذا كان الضبط المبدئي ينص على تذييل الملف، فمن الأجدر أن يكون برنامج التصفح الذي تعتمد مزوداً بقائمة خيارات تخوّلك أن تبعث برسالة من دون التذييل، في حال لم تُرد أن تدرج فيها المعلومات التي تعرّف عنك. ويسمح بعض برامج التصفح أيضاً للمستخدم أن ينشئ توقيماً بديلاً، بما يميّنك من إدراج معلوماتٍ عن وسائل الاتصال بمنظمتك في رسائلك المتعلقة بالعمل الناشط، ومعلوماتٍ تتعلق بشخصك في مراسلاتك الخاصة.

إذا كنت تنوي أن تستخدم ملفاً مذيلاً، فتنبّه إلى أنه من غير اللائق، في نظر عدد كبير من مستخدمي الإنترنت، أن يتجاوز ملفك المذيل مضمون رسالتك. وبالتالي، تذكّر أن تمحو الملف المذيل إذا كانت أغلبية الرسائل التي ترسلها قصيرة.

حاول أن تضع رسالتك التنبهية موضع اختبار: أطلب من بعض الأصدقاء لك أن يسمحوا لك بتسجيل عناوينهم مؤقتاً، ثم أنشئ استناداً إلى دفتر عناوينك لائحة لإرسال تنبيه بالتحرك. وأخيراً صغ تنبيهاً بالتحرك يكون مقتضياً، وارسله إلى المشتركين في لائحتك.

PART 2C: TIPS FOR EFFECTIVE

ج: نصائح لاستخدام

ONLINE MEDIA

الإعلام الإلكتروني بشكل فعال

A NETACTION MINI-TRAINER

دليل تدريبي مصغر من إعداد "نت أكشن"

يعتبر البريد الإلكتروني أداة ممتازة للاتصال بوسائل الإعلام. فهو يشكل وسيلة ذات تكلفة مقبولة، لتوزيع البيانات الصحفية والرسائل الإخبارية بشكل سريع، ووسيلة مفيدة أيضاً لتسليم الرسائل أو الافتتاحيات إلى رئيس التحرير. ومن الممكن أيضاً أن تنشر البيانات الصحفية والرسائل الإخبارية الإلكترونية على موقعك الإلكتروني. وفي هذا الإطار، تقدم منظمة "نت أكشن" الاقتراحات التالية للتواصل عبر الوسائل الإلكترونية.

TIPS FOR EFFECTIVE

نصائح لاستخدام الإعلام

ONLINE MEDIA

الإلكتروني بشكل فعال

وزع البيانات الصحفية عبر البريد الإلكتروني في نصّ واضح يراعي النظام الأمريكي الموحد لتبادل المعلومات.

صغ بيانك الصحفي كما تصيغ أي رسالة إلكترونية أخرى، مستخدماً برنامجاً معلوماً للبريد الإلكتروني، كـ"يودورا" أو "أوتلوك" من شركة مايكروسوفت. إيتاك وإرسال البيانات الصحفية كملف مرفق بالبريد الإلكتروني، أو إرفاق أيّ وثائق أخرى بالبيانات الصحفية المرسله عبر البريد الإلكتروني. أما إذا كنت تحتاج إلى إعداد نسخة مطبوعة عن البيان الصحفي، فانسخ النصّ الملتزم بمعايير النظام الأمريكي الموحد لتبادل المعلومات، ثم ألصقه في ملف "وورد" لمعالجة النصوص (على غرار "مايكروسوفت وورد")، بعد كتابة البيان الصحفي في برنامج لتصفح البريد الإلكتروني.

ليكن النص مقتضباً ومحصوراً في موضوع معين.

يجب أن يتخذ البيان الصحفي الإلكتروني الشكل "الهرمي" ذاته الذي ينطبق على أي بيان صحفي آخر. فاستهل البيان بالمعلومات الأكثر أهمية، (من غير أن تهمل الأسئلة الخمسة التالية: من، ماذا، أين، متى، ولماذا). واستعمل الفقرات القصيرة لإبقائه مقتضباً.

ليكن عنوان الموضوع مقنعاً أو استفزازياً.

تذكر دوماً أن السطر المخصص للموضوع هو أول ما يستوقف المراسلين عند تحميل بيانك الصحفي. فإياك أن تترك هذه المساحة فارغة لدى إرسال البيان الصحفي (أو أي رسالة أخرى) عبر البريد الإلكتروني.

أدرج المعلومات عن وسائل الاتصال بك إلكترونياً.

تذكر أن تدرج في بيانك عنوان بريدك الإلكتروني، وعنوان موقعك الإلكتروني، إضافة إلى رقم هاتفك والفاكس، وعنوان إقامتك. وأورد كل هذه المعلومات في أعلى البيان الصحفي.

استخدم الوصلات التشعبية حين تراه مناسباً.

إذا كان موقعك الإلكتروني يوفر معلومات إضافية، كتقرير حكومي أو الإعلان عن حدث معين، فاربط هذه المعلومات بوصلة تشعبية كي يتسنى للمراسلين أن ينقروا عليها. فغالباً ما تدرج المنشورات الإلكترونية هذه الوصلات في تحقيقاتها، مما يجعل منها وسيلة فعالة لتوجيه الزوار إلى موقعك الإلكتروني.

إبعث برسالة تجريبية قبل أن توزع بيانك الصحفي

أرسل دوماً نسخة عن البيان الصحفي إلى بريدك أو إلى أحد زملائك قبل أن توزعه. تحقق من تصميمه للتأكد من خلّو النص من أسطر ناقصة. ثم تحقق من غياب أي خطأ في طباعة عناوين المواقع الإلكترونية من خلال وضعها موضع اختبار للتأكد من حسن تشغيلها.

تجنب الكشف عن العناوين الإلكترونية لمستلمي البيان.

أدرج دوماً عناوين المستلمين في خانة "النسخة السرية" التي تعلقو الرسالة الإلكترونية، عوض تدوينها في خانة "إلى" أو خانة "نسخة الإعلام". (عد إلى تعليمات "نت آكشن" حول "كيفية إنشاء لائحة للاتصال بوسائل الإعلام عبر البريد الإلكتروني").

أنشر المعلومات المحصلة من منظمك حول وسائل الاتصال بوسائل الإعلام على الصفحة الرئيسية من موقعك الإلكتروني.

إحرص على تحديث هذه المعلومات عن وسائل الاتصال، وضمنها معلومات عن السبل الكفيلة بإضافة مراسلين إلى لائحتك البريدية.

رد على أسئلة الإعلام عبر البريد الإلكتروني كما ترد على الأسئلة عبر الهاتف.

إحرص دوماً على الإجابة عن الاستفسارات التي تأتيك من وسائل الإعلام عبر البريد الإلكتروني بالسرعة ذاتها التي تجيب فيها على الاتصالات الهاتفية. فالمراسلون الذين يعملون لدى المنشورات الإلكترونية يفضلون على الأرجح الاتصال بك عبر البريد الإلكتروني أكثر من مكالمتك هاتفياً. فإذا كنت مسؤولاً عن الرد على أسئلة الإعلام، إحرص على تفقد بريدك الإلكتروني عدة مرات في اليوم.

أقم أرشيفاً إلكترونياً للاتصالات التي تجربها مع وسائل الإعلام.

أفرد في موقعك الإلكتروني مساحةً، يستطيع المرسلون أن يرصدوا فيها البيانات الصحفية السابقة. (فاحرص على أن تحفظ في الأرشيف الإلكتروني نسخةً عن الرسائل الإخبارية الصادرة سابقاً إذا كنت تنشر هذه الرسائل إلكترونياً).

لا تنشر البيانات الصحفية إلا في اللوائح، والمجموعات الإخبارية، والمنشورات المناسبة.

إذا كنت تنوي أن تنشر بيانك الصحفي في لوائح مجموعات النقاش عبر البريد الإلكتروني، أو المجموعات الإخبارية، أو المنشورات الإلكترونية، فاحرص على أن يكون موضوع بيانك متوافقاً من حيث المضمون مع هذه اللوائح أو المواقع الإلكترونية. وإذا كان بيانك الصحفي يعلن عن تقرير جديد حول تلوث الهواء، فلن يكون من المناسب إرساله إلى منتدي لمحبي سباق السيارات مثلاً.

إجمع عناوين البريد الإلكتروني من وسائل الإعلام التي تتصل بها.

إذا كنت توزع بيانك الصحفي عبر الفاكس أو البريد (العادي)، فاسأل وسائل الإعلام التي تتصل بها عن إمكانية استبدال هاتين الوسيلتين بالبريد الإلكتروني. فقد جرت العادة أن تتضمن أدلة وسائل الإعلام التجارية (مثل دليل "ميتر كاليفورنيا

للإعلام" الصادر عن شركة "بايكون" معلومات عن وسائل الاتصال بها عبر البريد الإلكتروني. وبما أن أبرز الصحف يعهد غالباً إلى موظفين مستقلين بالإشراف على نسخاتها الإلكترونية، فستدعوك الحاجة أيضاً إلى إدراج معلومات عن وسائل الاتصال بهؤلاء المسؤولين ضمن لائحتك. فضلاً عن ذلك، قد يوافقك أن تضيف إلى هذه اللائحة الأدلة المتوافرة عن الوسائل الإعلامية والخدمات الإخبارية المخصصة للمنشورات الإلكترونية.

قلص حجم نافذة رسالتك الإلكترونية

يتبين، في عدة برامج لتصفح البريد الإلكتروني، أن السطر الذي يتجاوز عرض نافذة الرسالة "يلتف" على السطر التالي. (فحين يكون النص مجهزاً "لإجراء هذا الالتفاف"، فلن تضطر للنقر على زر "العودة" عند نهاية كل سطر). ولكن إذا كان حجم نافذة الرسالة يتجاوز معدل ٧٥ تقريباً، فمن شأن "الالتفاف" التلقائي أن يفضي إلى تقطع الأسطر في النص.

HOW TO CREATE AN EMAIL MEDIA LIST

كيفية إنشاء لائحة للاتصال بوسائل الإعلام عبر البريد الإلكتروني

لعل أسهل وسيلة لإنشاء لائحة بعناوين وسائل الإعلام عبر البريد الإلكتروني تتمثل باستخدام برنامج عادي للبريد الإلكتروني. ومن المنتجات الأكثر شيوعاً يسعك أن تستخدم برنامج "كوالكومز يودورا"، أو "مايكروسوفت أوتلوك"، أو "نتسكايب مايل". فلتنشئ لائحة للاتصال بالناشطين عبر البريد الإلكتروني، يجدر بك أن تكون على دراية بميزتين من ميزات البرنامج الذي تعتمد عليه للبريد الإلكتروني، وهما دفتر العناوين وخانة "النسخة السرية".

USING YOUR EMAIL ADDRESS BOOK

استخدام دفتر عناوين البريد الإلكتروني

تتميز غالبية البرامج المعلوماتية للبريد الإلكتروني بميزة تخولك إعداد دفتر عناوين، يمكنك أن تخزن فيه عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بأصدقائك، وأقربائك، وشركائك في العمل. فمعظم دفاتر العناوين الإلكترونية يسمح لك بتخزين مئات، إن لم نقل آلاف الأسماء، مما يجعل منها أداة مفيدة لإنشاء لائحة عادية محصورة بالإعلانات، تستخدمها لإرسال البيانات الصحفية أو الرسائل الإخبارية عبر البريد الإلكتروني.

فإذا كانت منظمتك توزع مثلاً بيانات صحفية، فيمكنك أن تحدد في دفتر عناوينك مدخلاً بعنوان "وسائل الإعلام"، لتخزن فيه عناوين المراسلين والمحربين، بحيث لا تضطر إلى إرسال رسائل فردية إلى كل واحد منهم على حدة. وفي المثل الوارد أدناه، حددنا في دفتر العناوين مدخلاً بعنوان "وسائل الإعلام"، ضمن برنامج "نتسكايب ماسنجر" Netscape Messenger. وأول

ما يظالعك بين عناوين البريد الإلكتروني المدرجة في مدخل "وسائل الإعلام" هذا، هما العنوانان التاليان:
editor@latimes.com, hreporter@sfgate.com. (أما العناوين الأخرى، فلا تظهر في صورة الشاشة، المعروضة أعلاه في
القسم ٢.ب).

USING THE "BCC" FIELD

استخدام خانة "النسخة السرية"

حين تنتهي من إدراج عناوين البريد الإلكتروني في دفتر العناوين، تصبح لائحتك جاهزة للاستعمال. ولكنك، إذا كنت ترغب
مستقبلاً في أن تبعث برسائل إلى المشتركين في اللائحة من دون الكشف عن عناوين مستلميها، فقد أن الأوان لأن تتعرف
على خانة "النسخة السرية"، إن لم تفعل بعد.

حين تفتح نافذة "رسالة جديدة" ضمن برنامج البريد الإلكتروني الذي تستخدمه، فسيتضمن تصميم الرسالة عادةً رأسية
تشبه الرأسية التالية:

إلى:

من:

الموضوع:

نسخة إعلام:

نسخة سرية:

الملفات المرفقة:

ملاحظة: يخلو بعض برامج البريد الإلكتروني من نظام التجهيز المبدئي لعرض الرأسية. فإذا لم تعثر عليه، راجع ملف
"المساعدة" أو دليل المستخدم المرفق بالبرنامج، أو اتصل بمركز خدمات المساعدة التابع للشركة صاحبة البرنامج عبر الهاتف
أو البريد الإلكتروني).

وسنشرح لك كيف يمكنك، باستخدام لائحة وسائل الإعلام في المثل الوارد أعلاه، أن تبعث برسالة إلى المرسلين من غير
الكشف عن عناوينهم الإلكترونية: دُون عبارة "وسائل الإعلام" في خانة "النسخة السرية" التي تعلق الرسالة (عوض أن
تدونها في خانة "إلى")، ثم أدرج عنوان بريدك الإلكتروني في خانة "إلى"، على الشكل الآتي:

إلى: janedoe@nonprofit.org

من: janedoe@caral.org

الموضوع: بيان صحفي: رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاض والإنجاب في كاليفورنيا تشيد بموافقة إدارة الأغذية

والأدوية على دواء "مايفريستون"

نسخة إعلام:

نسخة سرية: وسائل الإعلام

الملفات المرفقة:

إستخدم دوماً خانة "النسخة السرية" حين ترسل بريداً إلكترونياً إلى لائحة أعددها استناداً إلى دفتر عناوينك!

إذا دونت عبارة "وسائل الإعلام" في خانة "إلى" عوض إدراجها في خانة "النسخة السرية"، فستظهر عناوين جميع المرسلين حين يفتح مستلمو البريد الرسالة، مما يثير معضلتين. فمن جهة، يفضل بعض الأشخاص عدم الكشف عن عناوين بريدهم الإلكتروني. ومن جهة أخرى، كلما طالت لائحة العناوين، زادت الرأسية طويلاً. وهذا ما يتمل من بعض الأشخاص، لأنهم سيجدون أنفسهم مجبرين على استعراض شاشات حافلة بالعناوين قبل أن تطلّ عليهم الرسالة. وتخيل كم سيكون مضجراً أن تقلّب كل تلك الشاشات نزولاً إذا كانت لائحتك تضم مئات ومئات العناوين! أنظر في ما يلي مثالاً عن رسالة إلكترونية بعث بها شخص أغفل استخدام خانة: "النسخة السرية":

From: "Jane Doe" <janedoe@hotmail.com>

To: James King <JKing@msn.com>،

Alan Williams <awilliams@sirius.com>،

Dave Garrison <DG@aol.com>، "Jennifer Reilly" <Reilly@Reilly.com>،

"George Kelly" <Gkelly@pacbell.net>، "Thomas Jones" <tj54@aol.com>،

Gina Rogers <GinaR@uswest.com>، Dan Stevens <dans@yahoo.com>،

Vincent Davis <vince@att.net>، Ron Butler <ronbutler@dnai.com>،

"Marc Smith" <marc_smith@earthlink.net>، Tony Altura

<tonya@food.org>، "Jeffrey Carr" <carr867@aol.com>،

"Michael Milton" <mmilton@ucla.edu>،

Peter Boyd <pboyd@mindspring.com>، "Susan Smith" <ss@home.com>

ONLINE MEDIA

ADVOCACY RESOURCES

MEDIA ADVOCACY GUIDES

AND TOOL KITS

المصادر الإلكترونية حول موضوع

المدافعة عبر وسائل الإعلام

أدلة وكتيبات حول موضوع

المدافعة عبر وسائل الإعلام

إدارة وسائل الإعلام، دليل للناشطين

Managing the Media, A Guide for Activists

<http://tenant.net/Organize/media.html>

كتيب للناشطين بعنوان "فلنرفع أصواتنا"

"Raising Our Voices," A Tool Kit for Activists

<http://www.media-alliance.org/voices/index.html>

دليل مجموعة "كونسيومر نت" حول سبل العمل مع الصحافة

ConsumerNet's "How To Work With the Press" Guide

http://www.consumernet.org/library/pr_writing.shtml

دليل "كونسيومر نت" حول الدعاية للمنظمات غير الربحية

ConsumerNet's "Nonprofit Publicity" Guide

<http://www.consumernet.org/library/publicity.shtml>

كتيب مؤسسة "بانتون" حول الممارسات الفضلى

Benton Foundation's Best Practices Toolkit

<http://www.benton.org/Practice/Toolkit/publicize.html>

رسائل "نت أكشن" الإخبارية الإلكترونية، رقم ٢٠، حول العمل الناشط عبر الإعلام

NetAction Notes 20 on Media Activism

<http://www.netaction.org/notes/notes20.html>

رسائل "نت أكشن" الإلكترونية، رقم ٤٧، حول العمل الناشط عبر الإعلام

NetAction Notes 47 on Media Activism

<http://www.netaction.org/notes/notes47.html>

ONLINE MEDIA AND NEWS SERVICES

الإعلام الإلكتروني والخدمات الإخبارية

الوصلات المتوافرة على شبكة "ميديا آليانس" للوصول إلى المنظمات الإعلامية

Media Alliance Links to Media Organizations
<http://www.media-alliance.org/medialinks.html>

آلاف الوصلات العامة إلى المصادر الإعلامية

Thousands of General Media Links
<http://ajr.newslink.org/>

وكالة "أسكرايب" للأخبار ذات الخير العام.

Ascribe Public Interest News Wire
<http://www.ascribe.org/>

وصلات إلى الناشط التقدمي عبر الإعلام

Links for Progressives and Media Activists
<http://www.nlightning.com/bookmarks.html>

مجلة "صالون"

Salon Magazine
<http://www.salon.com/>

معهد الاتصالات العالمية

(IGC) Institute for Global Communication
<http://www.igc.org/>

موقع "ألترنت" الإخباري

AlterNet
<http://www.alternet.org/>

وكالة "كومون دريمز" للأخبار

Common Dreams Newswire
<http://www.commondreams.org/community.htm>

صحيفة "فيليج فويس"

The Village Voice

<http://www.villagevoice.com/>

شبكة "نيوسيتي"

NewcityNet

<http://www.newcitynet.com/>

موقع "ويكلي واير"

Weekly Wire

http://weeklywire.com/ww/current/ww_news.html

الخدمات الإخبارية على موقع "نيوز بايتس"

NewsBytes News Service

<http://www.newsbytes.com/>

DIRECTORIES

الأدلة التوجيهية

دليل اللوائح البريدية

Mailing List Directory

<http://www.liszt.com/>

خدمة البحث على موقع "ديجا نيوز" لتحديد مواقع المجموعات الإخبارية

Deja News Search locates news groups

<http://www.dejanews.com/>

اللوائح البريدية الموضوعة في متناول الجميع

Publicly accessible mailing lists

<http://www.paml.net/>

الدليل المتطور وروزنامة الأحداث والمناسبات في منطقة خليج سان فرانسيسكو

Bay Area Progressive Directory & Events Calendar

<http://www.emf.net/~cheetham/index.html>

اللوائح البريدية المنشورة على موقع "غريغ ليست" للإعلان عن المناسبات والوظائف، وما إليها في منطقة خليج سان فرانسيسكو

Craigslist announcement mailing lists for Bay Area events, jobs, etc.
<http://www.craigslist.org/>

محرك "نيوز ستروالر" للبحث عن الأخبار على شبكة الإنترنت

Newstrawler searches for news on the Internet
http://www.newstrawler.com/nt/nt_home.html

ONLINE PUBLIC RELATIONS

العلاقات العامة على شبكة الإنترنت

BIBLIOGRAPHY

قائمة المراجع

Bacon's Internet Media Directory

1782 pages, \$195.00
Primedia Information Inc.
101 Lake Drive, highstown, NJ 08520-5397
Phone: 800-621-0561
Web: <http://www.baconsinfo.com>

دليل "بايكون" لوسائل الإعلام على شبكة الإنترنت

Poor Richard's Internet Marketing and Promotions

By Peter Kent and Tara Calishain
404 pages, \$29.95, ISBN 0-9661032-7-0
Published by Top Floor Publishing
P.O. Box 260072, Lakewood, CO 80226
Web: <http://www.PoorRichard.com/promo>

موقع "بور ريتشارد" للتسويق والدعايات على شبكة الإنترنت

Public Relations on the Net

By Shel Holtz
332 pages, \$24.95, ISBN 0-8144-7987-1
Published by AMACOM, American Management Association
1601 Broadway, New York, NY 10019
Web: <http://www.amanet.org>

نسخ العلاقات العامة على شبكة الإنترنت

الدعايات على شبكة الإنترنت

Publicity on the Internet

By Steve O'Keefe

401 pages, \$29.99 ISBN 0-471-16175-6

Published by Wiley Computer Publishing, Wiley & Sons, Inc.

Professional, Reference and Trade Group

605 Third Avenue, New York, NY 10158-0012

Web: <http://www.wiley.com/compbooks/>

دليل إعلامي بعنوان Spin Works!

Spin Works!

By Robert Bray

128 pages, \$23.95 ISBN 0-9633687-9-6

Published by the Strategic Press Information Network (SPIN),

a project of the Independent Media Institute

77 Federal Street, San Francisco, CA 94107

Web: <http://www.spinproject.org/>

PART 3:

WEB-BASED ADVOCACY AND OUTREACH TOOLS

القسم ٣:

أدوات المدافعة والاتصال عبر شبكة الويب

PART 3A: BASIC STRATEGIES

أ: الاستراتيجيات الأساسية

حين يتعلق الأمر بالمواقع الإلكترونية، غالباً ما تعتبر استراتيجيات "الزائد أخ الناقص" خير الاستراتيجيات المعتمدة. ففي عدة حالات، ستكون منظمتك أفضل حالاً إذا أخلت السبيل أمام "شركات الإنترنت" لاستخدام أحدث التقنيات التصويرية، وركزت اهتمامها على مضمون المعلومات. فرغم الحماس الشديد لاستخدام خط المشترك الرقمي وخدمة الكابيل الواسعة النطاق، لا تزال الغالبية العظمى من مستخدمي الإنترنت تلجأ إلى مقدمي خدمات الإنترنت عبر الاتصال بخط الهاتف. ولكن قد يصعب الوصول إلى موقعك الإلكتروني لفرط استعمال التصاميم الطباعية.

ويكمن مفتاح النجاح في إنشاء موقع إلكتروني مفيد، في تحديد مواضع الاختصاص الأساسية لدى منظمتك، وبناء موقعك الإلكتروني على هذه الركائز، فلا يتوه زواره في كثرة الخيارات، بل يذهبون إلى النادر منها. لذلك، ننصحك بأن تكتفي بموقع متواضع، إنما واضح التصميم. فكلما اختصرت صفحتك على الويب، سهّل عليك أن تحدّثها وتحجّدها باستمرار.

أدرس طريقة عمل الأدوات التفاعلية التي تستخدمها في موقعك الإلكتروني. فهل ستعتمد صيغة "بريد إلى"، أو خادم الفاكس، أو برنامجاً نصياً يتوافق مع بروتوكول واجهة العبور المشتركة CGI (تطبيق برامجي بسيط)؟ وكيف ستدير الاتصالات التي ستنشأ عن حضورك على شبكة الويب؟ فهل سيكون أحد الموظفين مسؤولاً عن الرد على الرسائل الإلكترونية؟ ومن سيعمل على تحديث موقعك باستمرار؟

عليك أن تقرّر طريقة إنشاء موقعك الإلكتروني وسبل صيانتها. فهل ستعهد إلى أحد الموظفين أو المتطوعين الاهتمام بهذا الجانب، أم ستستعين بمستشار في هذا المجال؟ (راجع الدليل التدريبي المصغر حول تصميم المواقع الإلكترونية للحصول على مزيد من المعلومات عن هذا الموضوع).

لا تكن مهووساً بالويب، فتجنح إلى التركيز على موقعك الإلكتروني، وتتجاهل التقنيات التي ترعى النص حصرياً، كالبريد

الإلكتروني، واللوائح البريدية، والمجموعات الإخبارية. فالنص لا يزال يلقي إقبالاً أوسع بكثير، ومن حسناته أنه يُعدّ في عداد التقنيات الفاعلة التي تعطي "زخماً". تذكّر أن معظم الأشخاص يلهف أولاً إلى تفقد بريده الإلكتروني. لذلك، أجدب الأشخاص إلى موقعك الإلكتروني من خلال نشر إعلانات ورسائل تذكيرية غنية بفحواها عبر البريد الإلكتروني.

راقب بانتظام صندوق بريدك الإلكتروني، لأن الأشخاص الذين سيتصلون بك انطلاقاً من موقعك الإلكتروني يتوقعون منك رداً سريعاً. من هنا، يتعين عليك أن تُعدّ ملفات للردود الاعتيادية، ليسهل عليك إدارة بريدك الإلكتروني. ثم قم بجمع الأسئلة الشائعة ضمن صفحة، تقليصاً لحاجتك إلى الرد على الأسئلة المعهودة. (فتحيل الأشخاص إلى هذه الفقرة، عندما يكررون السؤال في رسائلهم). ولا تنسَ أن تراجع دورياً موقعك الإلكتروني ليتمكن من الإحاطة بالهموم والأسئلة التي تساور جمهور مراسليك.

INTEGRATION OF EMAIL AND WEB TOOLS

إدماج البريد الإلكتروني وأدوات الويب في حملتك

يتجسد أبرز جوانب العمل الناشط القائم على استخدام الإنترنت، بإدماج البريد الإلكتروني وأدوات الويب في هذا العمل، سعياً إلى تنظيم حملة شاملة على شبكة الإنترنت. فالموقع الإلكتروني العائد إلى منظمتك ينبغي أن يكون بكامل الجهوية من أجل إدارة الحملة التي تطمح إليها من خلال العمل الناشط عبر الإنترنت. فضلاً عن ذلك، يجدر بك أن تفيد من وسائل الاتصال والدعاية التي يوفرها البريد الإلكتروني عبر المواقع الإلكترونية الأخرى، بقصد توجيه حركة الزوار نحو أدوات العمل الناشط المتوافرة في موقعك الإلكتروني.

تعاون مع مواقع إلكترونية وبوابات أخرى من أجل الإعلان عن الحملة الناشطة التي تطلقها عبر الإنترنت، على مثال "إي أكتيفست" eActivist، و"آيديليست" Idealist، و"هاندس نت" HandsNet، علماً أن معبر الإنترنت المتطور التابع لواجهة العبور المشتركة ستدعم جهودك وستدرجك في لوائحها من دون أي كلفة. فالأجدرك أن تتجول عبر شبكة الويب دورياً، بحثاً عن مواقع قابلة لأن تساعدك في حملتك.

تسجيل الاشتراك في خدمة الرسائل الإخبارية

لقد أشرنا في القسم الثاني إلى أن عملية جمع العناوين الإلكترونية من مناصريك، وتسجيل اشتراكهم في لائحتك ليتلقوا الرسائل الإخبارية التي ترسلها عبر بريدك الإلكتروني، تشكل دعامةً أساسية للجهود الناشطة التي تبذلها عبر الإنترنت.

فموقعك الإلكتروني هو جزء مهم من هذه الجهود. وانطلاقاً من ذلك، يجدر بك أن تدرج استمارة التسجيل في رسائلك الإخبارية في أكبر عدد من صفحات موقعك الإلكتروني، لتسهّل على الراغبين في تلقيها تسجيل اشتراكهم. وتذكّر أن بعض الأشخاص سيعثر على موقعك الإلكتروني من خلال محركات البحث، من غير أن يتسنى له حتى أن يعاين صفحتك الرئيسية. لذلك، إحرص على أن تدرج في كل صفحة من صفحات موقعك استمارة الاشتراك في خدمة الرسائل الإخبارية، أو وصلة تقود إلى هذه الاستمارة.

الإعلان عن عنوان الموقع الإلكتروني ولائحة البريد الإلكتروني

فكّر في استخدام "وسائط متعددة" ضمن إطار الجهود التي تبذلها للإعلان عن عنوان موقعك الإلكتروني، وأي عناوين إلكترونية مهمة بالنسبة إلى حملتك الناشطة على الإنترنت. فمن الأوفق أن تتضمن رسائلك الإخبارية، وتقاريرك، وبياناتك الصحفية، ومطوياتك المطبوعة كل هذه المعلومات. فكّر أيضاً في أن تطبع نشرة إعلانية مقتضبة أو شريطة صغيرة للتأشير ترفقها بجميع الرسائل الخارجة من مكتبك. وقد سبق لنا أن تطرقنا إلى إضافة هذا النوع من المعلومات إلى الملفات المذيلة في بريدك الإلكتروني. ولا تنس أن تضيف عنوان موقعك إلى رسالتك الصوتية، وبالأخص إلى أرقام الهاتف المستخدمة لتلقي الاتصالات الواردة من عامة الناس.

أنظر أيضاً في إمكانية أن تضيف عبارة "أخبر صديقاً" إلى موقعك الإلكتروني. فزوار الموقع يمكن أن يدرجوا في البريد العناوين الإلكترونية الخاصة بأصدقائهم، لإرسال رسالة قصيرة توصيهم بزيارة موقعك. راجع صفحة "أخبر صديقاً" المنشورة على موقع الجمعية الأمريكية للمتقاعدين AARP : <http://legislators.com/cgi-bin/friend.pl?dir=aarp>.

عند الإمكان، إحرص على أن تكون مراجع موقعك الإلكتروني وبريدك الإلكتروني مرتبطة تحديداً بالمحتوى. فلا ضير من أن تقول: "زوروا موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي www.childrensdefense.org. ولكن خيراً لك بالطبع أن تقول: "وقّع العريضة المنشورة على شبكة الإنترنت لحماية حق الاستفادة من رعاية الطفل على الموقع التالي: www.childrensdefense.org". كن خلافاً!

إذا كنت تستخدم وسيلة الاتصال عبر البريد الإلكتروني للإعلان عن الحملة القادمة، وإطلاع المناصرين باستمرار على آخر المستجدات فيما تمضي الحملة قدماً، فادرج وصلة تشعبية في الصفحة التي يخصصها موقعك الإلكتروني للحملة. فهذه الوصلة تشكل إحدى الدعائم الحيوية للجهود التي تبذلها في سبيل إشراك الأشخاص بشكل سريع، مع حد أدنى من الالتزام في الوقت. وإذا كنت تسعى إلى إرسال ٢٥٠ رسالة عبر الفاكس إلى أحد صنّاع القرار المستهدفين، أو ترمي إلى جمع تواقيع ٥ آلاف إسم على عريضة منشورة على الموقع الإلكتروني، فأطلع مناصريك باستمرار على آخر المستجدات،

والتمس مساعدتهم، من خلال نشر بلاغ على موقعك الإلكتروني. وأخيراً، عند انتهاء الحملة عبر الإنترنت، قدم تقريراً إلى مناصريك تشرح فيه كيف استخدمت تواجيعهم أو رسائلهم عبر الفاكس. وبعد ذلك، اختتم حلقة الأعمال الناشطة بهذه المعلومات الارتجاعية.

نستعرض في ما يلي بضع أمثلة تبين لك مدى تنوع الأدوات التي يستعين بها الناشطون عبر المواقع الإلكترونية.

مواقع خادم الفاكس:

- منظمة "كوربورت واتش" Corporate Watch. أطلقت في العام الماضي حملة من أجل "الطلب من سالمون سميث بارني التوقف عن الاكتتاب في سندات البنك الدولي!". ورغم توقف العمل بهذه الخدمة، يمكنك الاطلاع عليها على الموقع الإلكتروني: <http://www.corpwatch.org/trac/action/2000/18.html>.
- رسالة موجهة من الاتحاد الأميركي للحريات المدنية عبر الفاكس، يطلب فيها من عضو مجلس النواب والشيوخ الذي يمثلك تأييد قانون بعنوان "أسود إنما يقود سيارة". زر الموقع الإلكتروني: <http://aclu.org/action/dwb106.html>.
- رسالة موجهة من منظمة "غلوبل إكسشينج" Global Exchange، دعماً للديمقراطية في هايتي. زر الموقع الإلكتروني: <http://globalexchange.org/getInvolved/haitifax.html>.

العرائض المنشورة على شبكة الإنترنت:

(لقد تطرقنا إلى المشاكل التي تثيرها العرائض المرسله عبر البريد الإلكتروني في الدرس ٢.أ. ولكن، بما أن العرائض المنشورة عبر الويب تثير أقل قدرٍ من الإشكاليات، فقد أردنا في هذه الفقرة بضع أمثلة عنها).

- عريضةٌ أعدها معهد جاين غودال، للمطالبة بوقف الصيد غير المشروع لأجناس الحيوانات المهددة والمعرضة للإنقراض (بما فيها قرود الشمبانزي والحيوانات الرئيسة الأخرى) في حوض نهر الكونغو الأفريقي. تجدها على الموقع الإلكتروني: <http://www.janegoodall.org/chimps/bushmeat.htm>.
- عريضةٌ أعدها المركز الوطني المعني بالأنظمة السارية والخيارات البديلة، دعماً للائتلاف العامل على إصلاح القانون الفدرالي للعقوبات. زر الموقع الإلكتروني: <http://www.sentencing.org/sign.html>.
- عريضةٌ أعدها الشبكة الدولية لحماية الأنهر، دعماً لكفاحها من أجل وقف بناء سد مائي في نهر نرمادا في الهند. زر الموقع الإلكتروني: <http://www.irn.org/programs/india/petition.000823.html>. (صحيحٌ أنها لم تعد في الخدمة، ولكنها تشكل تقنية فعالة لشرح أن الحملة بلغت نهايتها، ولتعيين المصادر التي ينبغي الرجوع إليها للحصول على مزيد من المعلومات).

- عريضةٌ أعدها موقع "إس إف ميوسيشن" SFmusician لإنقاذ المشهد الموسيقي المحلي. زر الموقع الإلكتروني: <http://www.sfmusician.com/petition/>

الاشتراك في خدمة الرسائل:

- رسالةٌ نشرتها منظمة "بلاند بارنتهود" لتنظيم الأسرة Planned Parenthood، دعماً لقانون تغطية وسائل منع الحمل كسائر الأدوية، وتأييداً لهذا الخيار. زر الموقع الإلكتروني: <http://www.plannedparenthood.org/rchoices/lac/>
- رسالةٌ نشرها المركز المعني بسلامة الأغذية، من أجل سحب هرمونات النمو البقري المركبة جينياً من الأسواق. زر الموقع الإلكتروني: http://www.foodsafetynow.org/send.asp?cam_id=57
- رسالةٌ نشرها المجلس المعني ببناء عالم يحلو العيش فيه، لمطالبة الرئيس بتأخير تطبيق قرار يقضي بنشر منظومة دفاعية وطنية مضادة للصواريخ. زر الموقع الإلكتروني: http://congress.nw.dc.us/cgi-bin/alertpr_oracle.pl?dir=clw&alert=14

البطاقات البريدية:

- بطاقة بريدية إلكترونية أعدتها الحملة المنبّهة من الأغذية المهندسة جينياً GEFoodAlert، لمطالبة شركة "كامبلز وكيلوغز" Campbell's and Kellogg's بأن توضع الأغذية المصنعة جينياً موضع اختبار وتشير إليها بعلامة تجارية. زر الموقع الإلكتروني: <http://gefoodalert.org/>
- حملة حق الاختيار في أميركا، وقد نظمتها "الرابطة الوطنية من أجل العمل لضمان حق الإجهاض" NARAL. زر الموقع الإلكتروني: <http://www.naral.org/choice/forms/postcards/postcard.html>

لنتوقف قليلاً عند طرق توظيف هذه الأدوات المتوافرة على شبكة الويب لصالح منظماتك. فما هي أدوات الويب التي يمكن أن تفيد حملات المدافعة المؤيدة لمشروع قانون معين؟ وكيف يتسنى لمنظمتك أن تطلع مناصريها باستمرار على آخر الأخبار المتعلقة بمسار الحملة وبنهايتها؟

WEB OUTREACH

الاتصال عبر شبكة الويب

إن الخدمات الجديدة نسبياً على شبكة الويب تسمح للمنظمات بأن تعثر على منظمات أخرى وأشخاص آخرين قد تثير اهتمامهم قضايا مماثلة، وتتواصل معها. وتتوافر خدمات الاتصال هذه من خلال المنتديات أو البوابات الناشئة عبر شبكة الإنترنت، أو بواسطة خدمات الاتصال الأخرى.

المنتديات على شبكة الويب

توفر هذه المنتديات على شبكة الويب مساحاتٍ يمكنك أن تنشر فيها الرسائل وتردّ على أخرى. ومن غير المستبعد في المستقبل أن تعتمد عدة شركات، ومكاتب حكومية، ومدارس، ومنظمات غير ربحية إلى عقد المنتديات عبر مواقعها الإلكترونية.

وتتشابه المنتديات الإلكترونية "بشبكة مجموعات النقاش"، لجهة أن المنتديات والشبكة المذكورة تتيح للمستخدمين بنشر الرسائل والرد عليها. أما الفارق بين الأولى والثانية فيكمن في أن المنتديات تعتمد على شبكة الويب (عوض الاعتماد على نظام إنترنت منفصل كشبكة مجموعات النقاش)، وهي أكثر مرونة من شبكة مجموعات النقاش (لا سيما في ما يتعلق بمسائل المواءمة، والأمن، والدعاية). ومن جهة أخرى، تتشابه المنتديات على الويب ومواقع الدردشة في أن كلاهما يفسح المجال أمام المستخدمين بالالتقاء والتفاعل في ما بينهم عبر الشبكة. أما الفارق الأبرز بين هذه وتلك فيتمثل في أن المنتديات لا تستلزم من جميع المشاركين أن يكونوا موصولين بشبكة الإنترنت في الوقت ذاته.

ونظراً إلى أن خدمات البحث التقليدية ليست معدّة لفهرسة النقاشات الدائرة في المنتديات، فقد قامت شركة "فوروم وان" للاتصالات Forum One Communications بوضع الفهرس الذي أعدته الشركة في متناول الجميع بدون أي كلفة.

نستعرض أمثلة عن المنظمات غير الربحية التي تستخدم مصادر مفتوحة وأدوات البرامج المشتركة بهدف إقامة المنتديات:

مثال: صندوق حماية البيئة على الموقع: <http://plaza.edf.org/discussion.nsf/>

مثال: لوحات للإعلان عن النقاش الدائر حول التعليم المتعدد الثقافات على الموقع:

<http://curry.edschool.virginia.edu/go/multicultural/pavboard/pavboard.html>

مثال آخر عن موقع يعقد منتديات على الويب:

لوحات موقع "الترنت" لنشر الرسائل وهي تقييم عدداً من المنتديات على الويب، حيث تطرح مجموعة متنوعة من المواضيع.

نذكر أن أشكالاً أخرى من المنتديات المنظمة عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بالانخراط في نقاشٍ حول عدد من المواضيع المرتبطة بالموقع، من خلال تيسير اتصال المستخدم بمجموعة إخبارية، أو إفساح المجال أمامه بالاشتراك في خدمة برنامج "ليستسورف"، أو من خلال وصله بمواقع الدردشة.

- قناة "تشاريتي" Charity Channel: تقييم منتديات لمناقشة عدة مواضيع تتمحور حول المنظمات غير الربحية. وهذه الخدمة تتوفر بواسطة خدمة "ليستسورف" التي يمكن أن تشارك فيها.
- خدمة الانخراط في نقاش ضمن شبكة مجموعات النقاش على موقع "ديجا دوت كوم" Deja.com، وهي تتيح للمستخدمين البحث عن مواضيع تهمهم ضمن المجموعات الإخبارية على الشبكة المذكورة.
- موقع "ليست" وهو دليل للوائح البريدية، والمجموعات الإخبارية، وقنوات الدردشة ضمن نطاق تبادل الحديث عبر الإنترنت.

البوابات على شبكة الويب

بوابات الويب هي خدمات تربط الأشخاص والمنظمات بعدة شبكات ومصادر الإنترنت عبر موقع واحد. فهي تربط بين عدد من المنظمات في أنحاء العالم من خلال مواقعها، وبالتالي تساعد في تعزيز التحالف بين منظمات ما كانت لتتواصل في ما بينها لولا هذه المواقع.

إلا أن بعض هذه البوابات لا يزود وصلات الشبكة إلا للمنظمات تستعملها. فضلاً عن ذلك، تسهّل هذه البوابات تنظيم المعلومات وتوزيعها عبر مواقع الإنترنت.

- معهد الاتصالات العالمية هو موقع يوفر وصلات تحيلك إلى عدة شبكات، بما فيها الشبكات المعنية بشؤون السلام Peace Net، والبيئة Eco-Net، والمرأة Women's Net، والشبكة المناهضة للعنصرية Anti-Racism Net. وتعتمد هذه الشبكات، بدورها، إلى توفير المعلومات والوصلات المتعلقة بالمواضيع ذات الصلة.
- مركز "كومون دريمز" هو موقع آخر يوفر وصلات تقودك إلى ما يزيد عن ١٢٠ منظمة في الولايات المتحدة.
- اتحاد الجمعيات الدولية Union of International Associations هو موقع يقدم وصلات لما يزيد عن ١٢ ألف منظمة غير حكومية ومنظمات أخرى مفهرسة بحسب اسمها، ومنطقة تواجدها، ونطاق عملها.

تنشط بوابات أخرى في مساعدة المنظمات على تعزيز الروابط والاتصالات بمنظمات أخرى ذات أهداف ومصالح مماثلة. وتوفر هذه البوابات آليات بحث وخدمات أخرى تتيح للمنظمات البحث بشكل ناشط عن مجموعات أخرى تسعى إلى الأهداف ذاتها.

- يملك موقع www.Idealist.org الذي تديره "مجموعة العمل بلا حدود" Action Without Borders بوابة هائلة تتيح للمنظمات البحث عن قاعدة بيانات تتعلق بأكثر من ٢٠ ألف منظمة غير ربحية على المستوى الدولي، تبعاً لمجال عملها، أو لتاريخ إنشائها، أو لاسمها، وذلك بهدف تيسير بناء التحالفات.

- يوفر موقع www.guidestar.org قاعدة بيانات تصلح كأداة بحثٍ عن أكثر من ٦٤٠ ألف منظمة غير ربحية في كل أنحاء الولايات المتحدة، مفهرسة بحسب اسمها، ومجال عملها، وموقعها، وتاريخ إنشائها.

إيجاد المتطوعين

تنجح المنظمات غير الربحية في إيجاد المتطوعين عبر الإنترنت من خلال خدمات الويب التي توفِّق بين المتطوعين والمنظمات. فهذه المنظمات تعثر على المتطوعين في مناطق تواجدها أو المتطوعين الراغبين في العمل من منازلهم. **فالتطوع عبر الوسائل الإلكترونية** ينمُّ عن عملٍ ينجزه صاحبه عبر الإنترنت باستخدام جهاز الكمبيوتر في منزله أو في مركز العمل. والمتطوع الإلكتروني يمنح المجموعات غير الربحية مساحة أكبر من الحرية لتلقف المساعدة؛ بما أن هذه المجموعات لا تعود محصورة باستخدام المتطوعين المتوافرين في منطقة تواجدها. للاطلاع على مزيد من المعلومات، راجع مشروع التطوع عبر الوسائل الإلكترونية.

مثال: موقع <http://www.servenet.org>

مثال: موقع مؤسسة "بوينتس أوف لايت" Points of Light (وهو يقدم لائحةً بمراكز التطوع في الولايات المتحدة، بحسب الولايات)

مثال: موقع <http://www.idealists.org> (وهو يتيح للمتطوعين المحتملين أن يعثروا على منظماتك من خلال البحث عن منظمات مفهرسة بحسب مجال العمل، أو الموقع، أو المهارات، أو اللغة)

زر أيضاً المواقع المخصصة لإيجاد فرص العمل التطوعي.

فرص العمل

بإمكان المنظمات غير الربحية أن تجد أيضاً، إلى جانب المتطوعين، الموظفين الذين يتقاضون أجراً، عبر الإنترنت. فكثيرةٌ هي المواقع التي تخوّل المستخدمين العثور على وظائف لدى المجموعات غير الربحية، وتتيح كذلك للمنظمات غير الربحية بعرض فرص العمل المتوفرة لديها.

- موقع "آيديليست دوت كوم" Idealist.com للبحث عن الوظائف، وهو يسمح لمستخدمي الإنترنت بالبحث عن وظائف لدى منظمات غير ربحية، بحسب موقعها، وتصنيفها، ومواصفاتها.

- منظمة "أكسس" ACCESS هي منظمة غير ربحية تعرض الوظائف الشاغرة، وتقديم استشارات بخصوص الحياة المهنية، وتملك أرشيفاً عن مقالات تتعلق بالمنظمات غير الربحية.
- منظمة لتوفير الوظائف على أساس التصنيف الوطني للوظائف OpportunityNOC.org تساعد المستخدمين في البحث عن وظائف، والاشتراك في خدمة اللوائح البريدية المتعلقة بوظائف المنظمات غير الربحية.

WEB-BASED SERVICES FOR NONPROFITS

الخدمات المقدمة إلى المنظمات غير الربحية عبر شبكة الويب

تقدم عدة شركات ومنظمات عاملة في مجال الإنترنت خدمات، على غرار أدوات الإدارة والبحث، معدة خصيصاً لمساعدة المنظمات غير الربحية.

الإدارة

تهتم منظمات غير ربحية كثيرة بزيادة أدائها فعاليةً ضمن المؤسسة. وفي المقابل تتوفر على الإنترنت خدمات تقدم معلومات عن سبل إدارة المنظمات.

- أداة تقييم المنظمات غير الربحية هي أداة مجانية لتقييم إدارة منظماتك من عدة جوانب.
- المكتبة المجانية لشؤون الإدارة توفر وصلات تحيلك إلى عدد من المواضيع المتنوعة المرتبطة بشؤون الإدارة.
- المركز المعني بإدارة المنظمات غير الربحية يقدم خدمات، واستشارات، ومعلومات تربية.
- منظمة "كومباس بوينت" CompassPoint لتقديم الخدمات إلى المنظمات غير الربحية تزود هذه الأخيرة بخدمات المساعدة في شؤون الإدارة.

البحث

تسهل شبكة الإنترنت كثيراً على المستخدمين القيام بأبحاث حول أي موضوع تقريباً. فعوض أن ينفق الأشخاص ساعات وساعات في المكتبة، يستطيعون إجراء هذه الأبحاث من جهاز الكمبيوتر في منازلهم، ما دامت الأبحاث المتعلقة بالمنظمات غير الربحية متوفرة على الإنترنت.

يتيح عددٌ من المواقع الإعلامية والبوابات على الإنترنت للمنظمات الوصول إلى المعلومات التي تحتفظ بها في أرشيفها وقواعد بياناتها. ويضم هذا العدد المواقع المجانية وغير المجانية على السواء.

وسيوفر بعضُ المواقع الأخرى قواعدَ معلومات تصلح كأداة بحث بعد أن يعمل على تجميعها. وهذه المواقع هي بمعظمها مجانية.

- المركز الوطني لإحصائيات المؤسسات الخيرية National Center for Charitable Statistics يقدم بيانات حول القطاع غير الربحي في الولايات المتحدة
 - مطبوعات القطاع غير الربحي وهي قاعدة بيانات تصلح كأداة بحث، تم تجميعها من المكتبات التابعة لمركز المعلومات عن المؤسسات
 - مقالات وأبحاث فصلية يصدرها القطاع غير الربحي والقطاع التطوعي، وتتناول الأبحاث الموضوعية حول العمل التطوعي، وأعمال الإحسان، والمنظمات غير الربحية.
 - الشبكة الداعمة لحق المعرفة Right to Know Network تكفل الوصول إلى قاعدة بيانات حول الصناعات، وشؤون الإسكان، والعوامل البيئية في الولايات المتحدة. فإذا كان الخادم معطلاً، أو كنت تعجز عن إيجاد ما تبحث عنه، ستتولى هذه الشبكة إجراء البحث بالنيابة عنك، وسترسل إليك عبر البريد الإلكتروني المعلومات التي وقعت عليها.
- في المقابل، يجوز أن توفر مواقع أخرى الوصول إلى قاعدة بياناتها لقاء رسم تدفعه.

- موقع www.alternet.org هو بوابة للأخبار، تنشر مقالات إخبارية بديلة تصيغها مصادره الإعلامية وتُحصّلها على حدّ سواء من عدد كبير من المؤلفين المستقلين ومن منظمات أخرى. فضلاً عن ذلك، يقدم هذا الموقع خدمة نشر المواد في عدة صحف ومجلات في وقت متزامن (النشر المتزامن)، مما يتيح الوصول إلى أكثر من ٩ آلاف قصة محفوظة في أرشيف الموقع لقاء تسديد رسم سنوي.
- موقع "لكسيس نيكسس" Lexis-Nexis هو أحد أوسع بوابات الأخبار والأبحاث على شبكة الويب. وهو يمنح المنظمات، كما الأفراد، حق العضوية لإجراء الأبحاث، استناداً إلى احتياجات البحث الخاصة بكل من الطرفين على التوالي.

مصادر إضافية

توفر شبكة الويب العالمية عدّة خدمات أخرى إلى المنظمات غير الربحية. وكذلك تملك عدّة مواقع إلكترونية أخرى معلوماتٍ عن مختلف الخدمات المقدمة للمجموعات غير الربحية، ناهيك عن أن بعض المواقع يفسح المجال أمام المستخدمين بالبحث عن خدمات محددة.

- لائحة "آيديليسست" للخدمات والبرامج
- دائرة القطاع غير الربحي Non-profit Zone هي قاعدة شاملة للمصادر المتعلقة بالمنظمات غير الربحية، توفر، ومن أي مقابله، عدداً من المصادر الموضوعية قيد النقاش في هذا الدليل من دون أي مقابله.

- موقع INC: الأسئلة الشائعة حول المنظمات غير الربحية. مجموعة من المعلومات المستمدة من عدة لوائح إلكترونية ومن مجموعات ضمن شبكة النقاش.
- المصادر المتعلقة بالمنظمات غير الربحية لدى منظمة "تقديم المساعدة" Helping.org
- لائحة "ياهو" للمصادر المتعلقة بالمنظمات غير الربحية
- المصادر الحكومية المتعلقة بالمنظمات غير الربحية
- محرك البحث "إنترنت بروسبكتور" Internet Prospector

ونستعرض في ما يلي بعض مصادر المعلومات الإضافية المتوفرة على شبكة الويب الدولية.

- إتحاد الشبكة العالمية World Wide Web Consortium
- موقع WebReference.com
- المكتبة الإلكترونية لواقعي شبكة الويب
- وصلات شبكة الويب العالمية الآيلة إلى موقع "ياهو"

PART 3B: WEB SITE

MINI-TRAINER

HOW TO GET WEB SPACE FOR YOUR ORGANIZATION

ب: دليل تدريبي

مصغر عن مواقع الويب

كيف تفرد مساحةً لمنظمتك على شبكة الويب؟

يجب أن تغطي صفحة الويب بعنوان قبل أن يبصرها جمهور المستخدمين. فبعض شركات الإنترنت تؤمن مجاناً مساحةً محدودة على شبكة الويب، وتزود المستخدمين بأدوات متنوعة للمشروع بإنشاء صفحاتهم على شبكة الويب.

مثال: موقع <http://www.geocities.com>

مثال: موقع <http://www.tripod.com>

لا بل يُحتمل أن تدرس المنظمات غير الربحية أيضاً إمكانية شراء **إسم موقع** خاص بها. فشركة الإنترنت المعنية بالأسماء والأرقام المخصصة ICANN تملك لائحة بالشركات المعتمدة التي تساعد الشركات والأفراد على تسجيل الموقع باسمها. ورغم أن غالبية الشركات تفرض رسوماً سنوية من أجل حجز المواقع، فهي قد تقدم في المقابل باقة متنوعة من الخدمات المجانية، كخدمات البريد الإلكتروني، والمساعدة التقنية، وإعادة توجيه الزوار نحو الموقع الإلكتروني. فاعمل على مقارنة مجموعة صغيرة من مختلف الخدمات، بحثاً عن الخدمة التي تناسب منظمتك أكثر من سواها. راجع التعليمات حول "سبل إيجاد الحل الأمثل لتيسير الاستضافة على شبكة الويب" [How to Find the Perfect Web Hosting Solution](#).

مثال: موقع <http://www.yournamefree.com>

مثال: موقع <http://www.webhosting.com>

HTML

لغة الترميز المستخدمة في وثائق الويب

اللغة الأساسية المستعملة في شبكة الويب العالمية هي لغة HTML. ويرمز هذا المختصر إلى لغة الترميز المستخدمة في الوثائق HyperText Markup language.

تُستعمل لغة HTML على شبكة الويب لثلاثة أسباب، وهي:

- استقلالية برنامج الكمبيوتر
- استقلالية معدات الكمبيوتر
- التنسيق المعياري

أما المبادئ الأساسية التي تقوم عليها لغة HTML فهي بسيطة نسبياً، نظراً إلى أن بنية صفحة الويب تتكون من العناصر التالية:

```
</HTML>
<HEAD>
<TITLE> عنوان الصفحة </TITLE>
</HEAD>
<BODY>
أدخل متن النص هنا
</BODY>
</HTML>
```

تستعمل لغة HTML، عند إصدار معظم أوامرها، علامتين للتأشير، ترد أولاهما في بداية النص الموسوم، والأخرى في نهايته:

```
<TAG>النص</TAG>
```

للحصول على لائحة بكل علامات التأشير في لغة HTML، أنظر صفحة بعنوان عناصر [HTML 4.0 Elements](#).

وتضع شبكة الويب في متناولك **البرامج التعليمية** التي تلقن المبادئ الأساسية في لغة HTML. أنظر [لائحة البرامج التعليمية](#)، والنصائح، والخدع المتعلقة بلغة HTML [والمتوافرة على موقع "أبوت دوت كوم" About.com](#).

مثال: [برامج تفاعلية لتعليم المبتدئين لغة HTML: An Interactive Tutorial for Beginners](#)

مثال: دليل لتعليم المبتدئين لغة HTML من إعداد المركز الوطني لبرمجة التطبيقات المتقدمة NCSA's

[Beginner's Guide to HTML](#)

وتتوافر مصادر إضافية تتعلق بلغة HTML، نذكر منها:

- مواصفات HTML 4.01
- موقع htmlgoodies.com
- موقع "ميديا بيلدر" MediaBuilder يوفر أدوات إلكترونية مجانية تشمل مُعدّل الصورة، والمدقق في لغة HTML، ورسم الخطوط.
- لائحة بالمدققين في لغة HTML من إعداد موقع "ميديا بيلدر"

للاطلاع على **الأخطاء الشائعة** المرتكبة على شبكة الويب، راجع الأخطاء العشرة الأبرز التي لحظها جايكوب نيلسون في تصاميم الويب.

ولا ضرورة لأن يتم ترميز الموقع الإلكتروني بلغة HTML ترميزاً يدوياً بالكامل، نظراً لوجود برامج كمبيوتر تحوّل الملفات التي لا تستخدم لغة HTML إلى ملفات تتبناها. أنظر صفحة برامج تحويل الملفات إلى لغة HTML على موقع اتحاد الشبكة العالمية، للحصول على معلوماتٍ عن مختلف برامج تحويل الملفات إلى لغة HTML، وعن الوصلات المؤدية إليها.

JAVASCRIPT

لغة البرمجة "جافاسكريبت"

لغة جافاسكريبت هي لغة اختيارية وغرضية التوجه لبرمجة النصوص. يمكن اعتمادها لتغيير الألوان أو الصور عند انتقال الفأرة من موضع إلى آخر في صفحة الويب، أو تلبيةً لأغراض القوائم التفاعلية، أو إنفاذاً لمهام أخرى. فبرامج "جافاسكريبت" هي برامج موجزة تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع صفحاتك على الويب. ولكن، ليس بمقدور أو بإمكان جميع المتصفحين تشغيل هذه النصوص. فبعض الأشخاص يوقف العمل بهذه الإمكانية لأسباب توفير الأمن، نظراً إلى أن مضمري السوء من مستخدمي الإنترنت قد وجدوا سبيلاً إلى استغلال الخروقات الأمنية في برامج التصفح التي تعتمد لغة جافاسكريبت. ومع أن المخاطر الأمنية تكون عادةً متدنية، فمن الأوفق ألا تنشئ صفحة ويب يتجول المتصفح فيها بالاستناد كلياً إلى برنامج جافاسكريبت.

- الأسئلة الشائعة على موقع شركة "آي دي إم" حول لغة جافاسكريبت البرمجية
- المصدر الوافي للغة جافاسكريبت البرمجية
- أمثلة عن نظام الترميز في لغة جافاسكريبت
- الوثائق المتعلقة بلغة جافاسكريبت الصادرة عن شركة "نتسكايب"

محتوى شبكة الويب وسبل الوصول إليها WEB CONTENT AND ACCESSIBILITY

لعل تركيز الاهتمام على المحتوى هو السبيل الأسهل لجعل الموقع جذاباً في نظر أوسع شريحة من المستخدمين ولتيسير وصولهم إليه. لذلك، يجدر بك أن تأخذ بعض المسائل بعين الاعتبار حين تعمل على تيسير وصول ذوي التقنيات والاحتياجات المختلفة إلى صفحتك. وتمثل هذه المسائل في قابلية التشغيل المتبادل، وإضفاء الطابع الدولي، وتيسير وصول المعوقين.

● تشير إمكانية التشغيل المتبادل حصراً إلى ضرورة أن تجعل الموقع متوافقاً مع مختلف التقنيات وبرامج التصفح لشبكة الويب. من هنا، يتعين عليك أن تدرس كيف ستنظر مختلف برامج تصفح الويب إلى صفحتك.

○ عاين صفحتك (صفحاتك) باستخدام مختلف برامج التصفح بل باستخدام عدة صيغ من برنامج التصفح ذاته، على مثال "مستعرض نتسكايب" Netscape Navigator، ومستكشف "إنترنت إكسبلورر" لشركة مايكروسوفت، وبرنامج "آي. أو. إل" الأقدم للتصفح. للحصول على مزيد من المعلومات، أنظر حملة موقع "أي متصفح" AnyBrowser لإنشاء مواقع تسري عليها جميع برامج التصفح Best Viewed With Any Browser Campaign

مثال:

عارض التوافق مع النسخة القديمة من صفحة الويب. الموقع: <http://www.delorie.com/web/wpbcv.html>

○ من الضروري للغاية أن تدقق في صحة صفحتك للتأكد من رصد أي أخطاء قد ترد سهواً في إحدى نسخ برنامج التصفح. للحصول على مزيد من المعلومات، إقرأ ما كُتِبَ حول "الأسباب الداعية للتدقيق في صحة لغة HTML التي تعتمد عليها".

مثال:

المدقق في صحة صفحة الويب على الموقع الإلكتروني: <http://www.htmlhelp.com/tools/validator/>

○ تقتضي الطريقة الوحيدة لتحقيق إمكانية التشغيل المتبادل بأن تعمل على تنسيق عدة صفحات لكل برنامج تصفح، مع أن هذا العمل قد يتطلب منك وقتاً طويلاً ومجهوداً مكثفاً.

- أما الطريقة الأسهل فتستدعي منك الحد من استعمال الأطر وأحدث الوسائط المتعددة، نظراً لعدم انتشار استعمالها بعد. فتطبيق الميزات المبتكرة والمتطورة على المواقع الإلكترونية، كاعتماد الرسوم والصور والأطر الطباعية الضخمة، أو الصور المتحركة القائمة على نظام خدمات الوسائط المتعددة، أو برامج "جافا" المختصرة، سيقصر عدد المستخدمين القادرين على استعراض موقعك الإلكتروني، لا بل سيتسبب بإطالة مدة تحميل الملفات لمن يفلح في استعراضه.

أمثلة:

- شبكة "أورث فيجين" Earth Vision على الموقع الإلكتروني: <http://www.earthvision.net/> (تعرض الكثير من التصميمات التصويرية التي يستغرق تحميلها وقتاً طويلاً)
- مشروع المكتبة المخصصة للمرأة الباحثة عن مثل أعلى تقتدي به على الموقع الإلكتروني: <http://www.womenswork.org/girls/books/> (يعطي القدرة على اختيار الأطر أو عدم اختيارها)
- موقع <http://www.paragraph175.org/frames.html> >:Paragraph175.org (خير مثال عن صفحة تستخدم الأطر)

- زود موقعك الإلكتروني بعلامات بديلة "ALT" واضحة من أجل الزوار الذين يستعملون برامج تصفح لا تحمل الرسوم أو تقتصر على النص، أو أنشئ صفحات ويب "نصية صرف".

مثال:

إعتماد منظمة "كوبورت واتش" علامات بديلة واضحة. الموقع: <http://www.corpwatch.org/>

- **إستعرض أعضاء منظمتك** وراقب سجل البيانات الخاص بموقعك، عند الإمكان، لتفهم "مستواهم" التكنولوجي فتمكّن من تكييف التكنولوجيا المعتمدة في موقعك الإلكتروني لتتوافق مع حاجاتهم، واهتماماتهم، وقدراتهم.

- صحيح أن **إضفاء الطابع الدولي** يتطلب بالدرجة الأولى إدراج بعض المعايير الموحدة ضمن نظام الترميز المطبق على صفحة HTML، ولكن أهميته تكمن في تيسير ترجمة المواقع الإلكترونية إلى لغات مختلفة. يمكنك أن تتخذ بضع خطوات أولية في هذا الاتجاه رغم شدة التعقيد الذي تتسم به هذه العملية. وتوطيداً لمعرفتك بهذا الشأن، إطلع على المرجعين الآتيين:

RFC2070 ("Internationalization of the HyperText Markup Language", F. Yergeau, G. Nicol, G. Adams, and M. Drst, January 1997). <http://www.ietf.org/rfc/rfc2070.txt>
Weaving the Multilingual Web, 15th international Unicode Conference, Aug 31st
<http://www.w3.org/Talks/1999/0830-tutorial-unicode-mjd/>

○ أشر بعلمة إلى اللغة الأساسية التي يتبناها الموقع. ولهذه الغاية، ما عليك سوى أن تدرج خاصية اللغة داخل علامة HTML للتأشير في بداية صفحتك. فمن شأن الإشارة إلى اللغة بعلمة أن يسهل مراقبة التصنيف والبحث والتبويب تبعاً لمحرك البحث، ومعاينة فصل الكلمات أو المقاطع، واستعمال المزدوجين، وأصول التباعد، وأن يسمح كذلك بمزج الأصوات مزجاً دقيقاً بواسطة برامج التصفح غير المرئية.

مثال: <HTML LANG="en-US">

○ حدد التغييرات الطارئة على اللغة التي تنطبق على قسم معين من الوثيقة، إذ يتضح أن هذا التدبير ضروري أيضاً لتيسير وصول المعوقين، حسبما يتبين من الفقرة اللاحقة. ولهذه الغاية، ما عليك سوى أن تدرج خاصية اللغة ضمن القسم الذي يغير اللغة في الوثيقة.

مثال: <P Lang="ja">

للاطلاع على لائحة كاملة برموز اللغة، أنظر الموقع:

<http://www.loc.gov/standards/iso639-2/bibcodes.html>

○ تتوافر على الإنترنت أدوات يمكن استخدامها لترجمة نص موقعك إلى لغات أخرى، متى شئت ذلك. فبعض هذه الخدمات هي خدمات خاضعة لرسوم، وبعضها الآخر مجاني. وتتخذ الخدمات المجانية شكل ترجمة آلية وفورية، لا تؤدي تماماً المعنى الدقيق الذي كانت لتحمله لو كنا نتكلم اللغة الثانية، مما يستدعي استعمالها بتحفظ.

مثالاً على ذلك:

تحديد خدمات الترجمة التي يقدمها موقع: http://www.weblations.com/eng/articles/art_1.htm

خدمات الترجمة العالمية التي يقدمها موقع: <http://world.altavista.com/>

● تتطلب إمكانية الوصول إلى المواقع الإلكترونية تمكين الأشخاص ذوي الإعاقات الجسدية المختلفة من استخدام هذه المواقع، مما يقتضي مواءمة الصفحة مع قراء لغة برايل للمكفوفين، وكذلك مع أشكال أخرى من التقنيات غير التصويرية أو المرئية. ونذكر في هذا الإطار أن البحث المتوفر على موقع اتحاد الشبكة العالمية حول إمكانية الوصول إلى المواقع يستعرض "نقاط التفتيش" التي يمكن استخدامها من أجل تيسير وصول المعوقين إلى المواقع. وهي تستدعي منك أن:

- تحدّد أوصاف النص في كل مضمون غير نصي، إن ضمن العلامات البديلة الموضوعية للرسوم، أو ضمن أوصاف النص المتكررة والمنفصلة، بما في ذلك الجداول التي لا تتحول بسهولة إلى شكل نص خطي.
- تستعمل صفحات الأنماط عند تحديد شكل الملف ليسهل استعماله على برنامج التصفح النصي أو غير المرئي. ويتم وصف هذه الصفحات، المعروفة بصفحات الأنماط المتعاقبة Cascading Style Sheet/CSS، بشكل أكثر تفصيلاً على الموقع الإلكتروني: <http://www.htmlhelp.com/reference/css/>.
- كونك على دراية بالألوان المستخدمة في الصفحة، وانطلاقاً من الحاجة إلى قدر كبير من التضارب، خدمة لبعض من يعانون من خلل في الألوان أو النظر، لا تكتفِ باستخدام الألوان وحدها في عرض المعلومات.
- تحدّد بوضوح أي تغييرات تحدثها في لغة الصفحة، بما أن بعض قراء النصوص غير المرئية يمكن أن يغيروا اللغة عند تلقيهم تعليمات بهذا الشأن. أنظر النقطة السابقة "إضفاء الطابع الدولي" التي تتحدث عن آلية تغيير اللغة.
- تزوّد الجداول التي لا غنى عنها بخيار النص الخطي. فبرامج التصفح المقتصرة على النص وغير المرئية تواجه صعوبة كبيرة في إيراد النص مصفوفاً جنباً إلى جنب داخل الجداول.
- تتجنّب اهتزاز الشاشة، ووميض النص، ونظام التمرير، والتنشيط الآلي أو إحداث أي حركة أخرى في الصفحة، ما لم تدرج وسيلة لتعطيل هذه الحركة في النص المكتوب أو البرنامج المختصر. فبعض الأشخاص الذين يعانون من حساسية تجاه الأضواء قد تصيبهم نوبات صرع عند إصدار الشاشة ومضات بمعدل 4 إلى 59 ومضة في الثانية الواحدة!!!
- تؤمّن التجوال في محيط واضح ومتسق، من خلال تزويد المتجول بخرائط عن الموقع، وقدرات البحث، وأشرطة التجوال، وقائمة بالمضمون، وبعناوين واضحة توجهه إلى الوصلات كلها.

تلقى وصفاً كاملاً ووافياً عن تيسير وصول المعوقين إلى الشبكة ضمن التوجيهات التقنية للوصول المتوفرة على موقع اتحاد الشبكة العالمية: <http://www.w3.org/TR/WAI-WEBCONTENT/>

أما الأسهل منه فهي التوجيهات التي يقترحها اتحاد الشبكة العالمية لتيسير الوصول إلى شبكة الويب، ضمن منهاج يقوم على عرض الشرائح، ويتوفر على الموقع: <http://www.w3.org/WAI/wcag-curric/>

وقد كتب مايكل ستاين مقالة رائعة بعنوان تركيز الاهتمام على المحتوى (أعيد طبعها بموافقة المؤلف)، وهي تعرض آلية عمل موجزة لإنشاء مواقع موجهة نحو المضمون.

WEB PROMOTION

الترويج لمواقع الويب

يجب أن ننظر في مسألة الترويج لموقعك على الويب وصيانتته حالما تشرع في تصميمه. لذلك، نحدد في هذه الفقرة بعض المسائل التي ينبغي أن تأخذها بعين الاعتبار.

- أعدّ خطة لأغراض الاتصال
 - ما هو العنوان الذي ستتبناه لموقعك الإلكتروني؟
 - إبحث عن متطوعين يمدونك بالمساعدة
 - ما هو مدى الالتزام لدى موظفي منظمتك؟
- أدرج منظمتك على قائمة محركات البحث كافة
 - المقارنة بين محركات البحث
 - أسرار الآلهة عن محركات البحث (موقع "زي دي نت" ZDNet)
 - كيف يجري البحث على شبكة الويب: دليل عن أدوات البحث
 - التعريف بمحركات البحث
 - أبرز محركات البحث
 - موقع "التافستا" <http://altavista.com/>
 - موقع "إكسايست" <http://www.excite.com/>
 - موقع "هوت بوت" <http://www.hotbot.com/>
 - موقع "إنفوسيك" <http://www.infoseek.com/>
 - موقع "ليكوس" <http://www.lycos.com/>
 - موقع "ويب كراولر" <http://www.webcrawler.com/>
 - موقع "ياهو" <http://www.yahoo.com/>

○ موقع وسيط لتجميع محركات البحث (قد يرتب كلفة مالية)

■ موقع "سأمت إت": <http://www.submit-it.com/>

■ لائحة "ياهو" حول سبل الترويج لموقعك الإلكتروني:

http://dir.yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/World_Wide_Web/Site_Anouncement_and_Promotion/

■ لائحة "ياهو" الخاصة بالشركات العاملة على الترويج لموقعك بالنيابة عنك:

http://dir.yahoo.com/Business_and_Economy/Business_to_Business/Marketing_and_Advertising/Internet/Promotion/

■ موقع "بوست ماستر" <http://www.netcreations.com/postmaster/>

قدّم مايكل ستاين عرضاً موجزاً ممتازاً بعنوان "إحراز النجاح على شبكة الإنترنت: تأمين حضور فعال على الشبكة" <http://www.successontheinternet.com/>, في مؤتمر عُقد في حزيران/يونيو، ١٩٩٩ (أعيد طبع الكتاب بإذن من المؤلف).

ADDITIONAL TIPS

نصائح إضافية

أدوات أخرى على شبكة الويب

تحدّ المواقع الإلكترونية المحمية بكلمة سر من القدرة على الوصول إلى الموقع ككل أو إلى جزء منه. وقد تفيد من نظام الضبط هذا المنظمات ذات العضوية التي تأمل في تزويد من يسدون رسوم العضوية بخدمات أو معلومات لا توضع في متناول عامة المستخدمين. فضلاً عن ذلك، قد يجد فيه من يشغلون مراكز قيادية في المنظمة (مجلس الإدارة، واللجنة التوجيهية، وسواهما) وسيلة مفيدة لتبادل المعلومات أو مناقشة الاستراتيجيات.

جهّز على موقعك صفحة مزودة بوصلات توجّه المستخدم إلى صفحات الويب الأخرى المرتبطة بموضوع رسالتك. ولكن، حين تدرج وصلة لإحالة زوارك إلى موقع آخر، إتصل بالمسؤول عن الموقع إياه واطلب منه أن يبادلك بالمثل فيدرج وصلة تقود المستخدمين إلى موقعك. فالوصلات المتبادلة يمكن أن توجه حركة الزوار إلى موقعك انطلاقاً من مواقع أخرى، عدا عن أنها تغني المضمون الذي تضعه بين يدي القراء، بما أنك تقودهم إلى معلومات أخرى ذات صلة. ولكن، لا يغيّب عن ذهنك أيضاً أن هذه الوصلات يمكن أن تُبعد حركة الزوار عن موقعك. لهذا السبب، تقضي الضرورة بأن تتأكد من أن الوصلات هي على صلة برسالتك، وبأن تطلب في المقابل إدراج وصلات تعود بالزائر إلى موقعك.

إعتمد علامات تعريف واضحة لعنكبوت الويب

يمكن "الإشارة" إلى الكلمات الرئيسية، ومواصفات الصفحة، وتواريخ انتهاء الصلاحية، والمعلومات الأخرى المتعلقة بصفحتك وموقعك، "بعلامات" تستخدم لغة الترميز HTML وترد في أسطر الرأسية. يتيح هذا النظام لمحرركات البحث، على غرار "ألتافيستا" و"إنفوسيك"، أن ترصد هذه العلامات، فيزيد قدرتها على تعيين موقعك في معرض أي بحث. أنظر المثليين الواردين أدناه للحصول على مزيد من المعلومات حول آلية استعمال علامات التعريف.

مثال: الأسئلة الشائعة (السؤال ٢٦) المتوافرة على موقع "ويب ديزاين غروب": Web Design Group:

<http://htmlhelp.com/faq/wdgfaq.htm#26>

مثال: علامة التعريف التي تستخدم لغة الترميز HTML على موقع -[http://www.w3.org/TR/REC-](http://www.w3.org/TR/REC-html40/struct/global.html#h-7.4.4)

html40/struct/global.html#h-7.4.4 (ملاحظة: يستخدم هذه العلامة أكثر من يستخدمها الأشخاص

الضليعون بلغة HTML)

بادر إلى الترويج للوائح البريدية والمجموعات الإخبارية بشكل فعال

مثال: رسائل "نت أكشن" الإلكترونية، رقم ٣٢، على الموقع: <http://www.netaction.org/notes/notes32.html>

مثال: صندوق الرسائل التنبيهية الخاص بجايكوب نيلسون alert-box.txt.

شجّع الموظفين/الإداريين في منظمتك على استعمال الملفات المذيلة، كرسائل تذكيرية ودودة لمن يرسلونهم

أمثلة: بضعة نماذج عن رسائل إلكترونية مذيلة (مرفقة بملف التوقيع)

أنشئ للحملة أيقونات لوصولها بمواقع أخرى

يمكن أن تثبت الأيقونات جدواها في حملات المدافعة، لقدرتها المحتملة على سوق حركة الزوار إلى موقعك. ولعل أفضل الأيقونات هي تلك البسيطة والصغيرة، التي يسهل ربطها بالموضوع، وإدخالها في جوانب أخرى من حملة المدافعة التي تنظمها. من الجائز مثلاً أن تلتصق الصور ذاتها على زجاج السيارة الخلفي أو على دبوس.

مثال: حملة موقع <http://www.anybrowser.org/campaign/>

مثال: حملة "نت أكشن" التي اتخذت السمكة رمزاً لها. الموقع: <http://www.netaction.org/msoft/winfish.html>

إحذر استعمال التصميم التصويرية

يمكن أن تجمل صفحتك على الويب بالتصاميم التصويرية والرسوم. غير أن الإفراط في استعمال هذه الأخيرة سيتسبب في إبطاء موقعك الإلكتروني، وقد يلهي أنظار المستخدمين عن المعلومات التي يتضمنها. فالمواقع ذات التصميم التصويرية المحدودة ستكون أسهل استعمالاً من المواقع ذات التصاوير الوفيرة أو الميزات المتطورة، كتدفق الصور المرئية في بث مباشر. أنظر رسائل "نت أكشن" الإلكترونية، رقم ٣٣ للاطلاع على نقاش حول استعمال التصميم التصويرية على شبكة الويب. ويمكن أن تنشئ المنظمات تصاميمها التصويرية الخاصة أو أن تستعمل تصاوير تستوحىها من مواقع إلكترونية أخرى تقدم صوراً مجانية بهدف استعمالها في صفحات ويب أخرى. يعرض فهرس الأيقونات والتصاميم التصويرية لموقع "ويب كوم" Webcome لائحة بهذه المواقع.

راجع بانتظام إحصائيات موقعك الإلكتروني لتحليل مدى الإقبال عليه. ولا تكتفِ بالاطلاع على إحصائيات صفحتك الرئيسية، بل اطلع أيضاً على إحصائيات صفحات "الأقسام" الأساسية الأخرى.

مثال: سجل "نت أكشن" النموذجي على الموقع الإلكتروني:

<http://www.netaction.org/training/sample-log.html>

يتبين لك من مراجعة السجل النموذجي الصادر عن موقع "نت أكشن" الإلكتروني، أنك قادر على جمع وفرة من المعلومات لتحليلها. ولكن، بما أن مقدم خدمات الإنترنت الذي يستضيف موقعك الإلكتروني قد يتبع وسيلةً وحيدة للإبلاغ عن الاحصائيات التي تنبثق عن موقعك الإلكتروني، فلن تنعم بهامش كبير من المرونة حيال نوعية المعلومات التي يمكنك الحصول عليها وتحليلها.

ومن المفيد أن تراقب إحصائيات موقعك الإلكتروني لعدة أسباب. أولاً، لأن هذه المراقبة تساعدك في تقدير مدة فعالية الاتصالات التي تجربها عبر الإنترنت. فإذا دلت الإحصائيات على أن ١٥٠ مستخدماً فقط زاروا موقعك الإلكتروني في الأشهر الستة الأخيرة، قد ترغب ربما في أن تدرس استراتيجيات أخرى، أو أن تعيد النظر في مدى صحة النظرية القائلة بأن صيانة الموقع الإلكتروني هو خير استثمار لموارد منظمتك. ويسعدك أن تستند إلى الإحصائيات أيضاً لتمييز بين جوانب موقعك التي تثير الاهتمام وتلك التي لا تثير أي اهتمام. وبفيدك هذا التدبير حين تفكر في إعادة تصميم موقعك، أو حين تدرس إضافة معلومات محددة أو حذفها.

قد تجد المنظمات غير الربحية إحصائيات الموقع الإلكتروني مفيدةً أيضاً، لجهة قدرتها على إقناع الممولين المحتملين بأن المساعي التي تبذلها هي جديرة بدعمهم. فقد يسعدك، على سبيل المثال، أن توثق عدد التواقيع التي حظت بها إحدى العرائض الإلكترونية، أو عدد الرسائل المرسلية عبر الفاكس إلى عضو في الكونغرس من خادم الفاكس الخاص بموقعك.

العضوية وجمع الأموال MEMBERSHIP AND FUNDRAISING

يوفر الإنترنت للمنظمات الناشطة وسائل جديدة للتواصل مع أعضائها، واستقطاب أعضاء جدد، والتماس المساهمات. وفي أغلب الأحيان، تتيح النشاطات الآيلة إلى زيادة عدد الأعضاء وجمع الأموال عبر الإنترنت لهذه المنظمات مضاعفة تأثيرها على المدى القريب، فيما لا يزال من المبكر جداً التكهن بما سيحصل على المدى البعيد. فالمنظمات التي بدأت اليوم بتثبيت حضورها على الصعيد الإلكتروني في إطار النشاطات التي تجربها ستكون في أفضل موضع يؤهلها لأن تستثمر جهودها باستخدام وسائل التكنولوجيا مع تطورها.

YOUR MEMBERSHIP

أعضاء منظماتك

- ثبت حضورك على الإنترنت بما يلبي حاجات قدامى الأعضاء في منظماتك

إفهم المهمة المنوطة بمنظماتك وتعرّف على أعضائها قبل أن تحاول تحديد الاستراتيجيات الإلكترونية التي تفعل عملها. فهل أعضاء منظماتك بحاجة إلى الاطلاع على آخر الأخبار المتعلقة بعلاج مرض نقص المناعة المكتسب/الإيدز؟ قد يكون من المفيد للمنظمة في هذه الحالة أن تستكمل الاتصالات التي تجربها بوسائل أخرى، كإرسال رسالة إخبارية يومية عبر البريد الإلكتروني، تلخص فيها مراحل تطور علاج الإيدز، وتشير إلى تقارير أكثر تفصيلاً متوافرة على شبكة الويب. أو هل تنشئ منظماتك مجموعة لتقديم الدعم إلى أهالي الأولاد الذين يعانون من داء السكري؟ يجوز لها عندئذ أن تستكمل اللقاءات التي تعقدها المجموعة أسبوعياً بلائحة النقاش عبر البريد الإلكتروني.

- أعلن عن المساعي التي تبذلها عبر مختلف الوسائط المتوفرة بين يديك:

- الرسائل الإخبارية
- المناسبات والأحداث
- البريد الصوتي
- الاتصالات الهاتفية
- أضف عناوين البريد الإلكتروني وعناوين الموقع الإلكتروني إلى بطاقات العمل، والملصقات المستعرضة على زجاج السيارات الخلفي، والدبابيس، والمواد الموزعة مجاناً.

- أعدّ الموظفين والإداريين ومجلسك والمتطوعين لديك لإدراك الآليات التي تعتمد عليها تثبيتاً لحضورك على الإنترنت، وكيفية شرح هذه الآلية إلى الأعضاء، والترويج لها في ما بينهم.
- إحصل من أعضاء منظمتك على أكبر قدر ممكن من المعلومات الاجتماعية بشأن حضورك على شبكة الإنترنت. وبما أنك تقوم بهذا المجهود خدمةً لمصالحهم، فلتكن مساعيك مرآة لحاجاتهم.
- تجنب تركيز الاهتمام على شبكة الويب، لا سيما عند التعاطي مع أعضاء منظمتك.
- لا تكتفِ بإعادة تغليف مطوياتك أو رسائلك الإخبارية بما أنه سبق لأعضاء منظمتك أن استلموها ؛ بل ابحث عن السبل الكفيلة بإيصال مضمون جديد أو طرق جديدة للتفاعل لا تتوافر عبر وسائط أخرى.
- بما أن شبكة الإنترنت تُعدّ من الوسائط "السريعة"، فهل يمكنها أن تلعب دوراً في إيصال "الرسائل التنبيهية الملحة" إلى أعضاء منظمتك؟

تتبع المسار

تتوفر على شبكة الويب أداة مجانية تستخدمها المنظمات غير الربحية التي تحتاج إلى بناء قاعدة بيانات عن أعضائها، تمكّنها من تتبع مسار المساهمات وخصائص المانحين الديموغرافية. وتتمثل هذه الأداة في قاعدة إلكترونية، وهي نموذج عن قاعدة بيانات يجوز لأي منظمة غير ربحية أن تكيّفها مع حاجاتها. يمكن توظيف القاعدة الإلكترونية، إلى جانب وظيفتها كقاعدة بيانات، في طباعة الغلافات وبطاقات العنونة البريدية، وفي إعداد رسائل مدججة حسب الطلب، بما فيها رسائل البريد الإلكتروني ذات الطابع الشخصي، المكيفة مع مجموعة فرعية من لائحة أعضاء المنظمة. بالإضافة إلى ذلك، تتوفر في هذا المجال الكتيبات والمساعدة عبر الإنترنت. يُذكر أن قاعدة البيانات أنشئت بفضل مساعدة مكتبية، حظت بدعمٍ من عدة مؤسسات.

يمكن تحميل نسخ من شبكة الويب على الموقع الإلكتروني: <http://www.ebase.org/>

FUNDRAISING

جمع الأموال

يقوم عدد كبير من المنظمات باختبار جمع الأموال عبر الفضاء الإلكتروني. فالتماس الأموال عبر البريد الإلكتروني يزداد رواجاً، كطلبات نهاية السنة تحديداً. ورغم المخاوف التي أثارها هذه الطلبات في بادئ الأمر، فلم ينتج عنها موجة عارمة من الشكاوى بحق الرسائل المتطفلة. فالمهم هو أن تحصر الطلب عبر الوسائل الإلكترونية بالأفراد الذين أبدوا في السابق اهتماماً بعملك، من خلال انضمامهم إلى منظمتك، أو الانضمام إلى خدمة الاشتراك في اللوائح، أو المشاركة في أي تحرك أو حدث ترعاه منظمتك.

لجأت منظمات كثيرة إلى تجهيز مواقعها الإلكترونية باستمارات لتسجيل الأعضاء. وتسعى هذه الجهود "في صيغتها الأولية" إلى تحديد عنوان بريدي وتشجيع القراء على إرسال شيك، أو تتخذ، في صيغتها المتطورة، شكل خادم آمن يخوّل المانحين استخدام بطاقة الانتماء.

يحصل بعض المجموعات الأموال من خلال بيع الدبابيس، أو الملصقات على زجاج السيارات الخلفي، أو القمصان القطنية، أو المنشورات، أو المواد الأخرى عبر الإنترنت، بينما تمنح مجموعات أخرى المانحين هدايا من وحي التكنولوجيا. وتغطي الأمثلة هنا مجموعة من الهدايا تبدأ بأبسط التجهيزات كمساند الفأرة لتصل إلى برنامج كمبيوتر متطور جداً لواقى الشاشة، يمكن أن يحمله المانحون لقاء المساهمة التي يقدمونها. فضلاً عن ذلك، يجهز بعض المنظمات المنكبة على حل القضايا مواقعها بوصلات تقود إلى موقع "أمازون دوت كوم" Amazon.com الذي يمنح جزءاً من مبيعات كتبه إلى منظمات تروج لبيعها. غير أن بعض المجموعات أخذ يعرب اليوم عن مخاوفه من سياسة حماية الخصوصية التي يتبعها هذا الموقع. للاطلاع على مزيد من المعلومات حول هذا الموضوع، الرجاء زيارة البيان الصحفي الصادر عن المركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات (EPIC).

مقالات عامة حول جمع الأموال

مثال: "توظيف الإنترنت لغايات جمع الأموال" Using the Internet for Fundraising على الموقع:

<http://www.nonprofit-info.org/misc/981027em.html>

مثال: "خوض تجربة جمع الأموال عبر البريد الإلكتروني" Taking the Plunge into E-mail Fundraising على

الموقع: <http://www.netaction.org/training/funding.html>

مثال: "جمع الأموال عبر الإنترنت" Fundraising Online على الموقع:

<http://www.fundraisingonline.com/index.html>

نبرز ثلاث مقاربات لجمع الأموال في أمثلة مختلفة:

مثال: المركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات على الموقع: <http://www.epic.org/epic/support.html>

مثال: رابطة العمل لضمان حقوق الإجهاض والإنجاب في كاليفورنيا على الموقع:

<http://www.caral.org/form.membership.html>

مثال: الخادم الآمن لمنظمة "عمل المرأة" WomensWork على الموقع:

<https://secure.manymedia.com/womenswork/form.html>

لا ينبغي الاستهتار بمسألة توفير الأمن على الإنترنت، وبخاصة حين تكون مؤتمناً على معلومات مالية تتعلق بالأشخاص. إنه لعملاً متهوراً في أيامنا هذه أن ترسل عبر الشبكة معلومات عن بطاقة الائتمان التي في حوزتك، من غير اعتماد آلية معينة لتوفير الأمن، سواء تمثلت بنظام التشفير عبر برنامج PGP، و/أو باستخدام خادم آمن. فكثيراً من المنظمات غير الربحية يعهد إلى مقدمي خدمات من الخارج باستضافة مواقعه الإلكترونية، فيما تُحكّم منظمات أخرى السيطرة على كامل الموارد المتعلقة بوسائل اتصالها بشبكة الإنترنت. ونسجاً على المنوال ذاته، قد يتسنى لك أن تطبق برامج إلكترونية تجارية على الخادم الذي تستعمله أو من خلال مقدم خدمات الاستضافة الذي تلجأ إليه، في سبيل توفير الأمن المطلوب للمعاملات الجارية عبر بطاقات الائتمان. وقد تختار كحل بديل الاشتراك في خدمة فورية، كاللجوء إلى طرف ثالث جدير بالثقة (كنظام First Virtual)، أو ترتني تحويل الأموال (باستخدام نظام "النقد الإلكتروني" CyberCash مثلاً)، أو نظام النقد الرقمي (كما هو)، أو التعامل مع شركة من الخارج لإنجاز المعاملات التي تجريها عبر بطاقة الائتمان.

المصادر المالية على شبكة الويب

تتنوع الوسائل التي تتيح للمنظمات جمع الأموال عبر الإنترنت. إقرأ بحثاً بعنوان "كيف نستخدم الإنترنت لغايات جمع الأموال؟" How Can We Use the Internet for Fundraising?، وكذلك رسائل "نت أكشن" الإلكترونية: "إضغط على الزر وتبرّع عبر الإنترنت" Click and Give Online و "الإفادة من المنظمات غير الربحية" Profiting from non-profits، المعدة للمبتدئين.

يعتمد بعض المواقع الإلكترونية إلى التوفيق بين الأشخاص الذين يرغبون في التبرع بأموالهم والمؤسسات الخيرية التي تسعى إلى جمع الأموال. وبالتالي، يمكن لهذه المنظمات غير الربحية أن تتسجل في هذه المواقع، بحثاً عن مانحين محتملين.

مثال: موقع <http://www.helping.org>

مثال: موقع <http://www.egrants.org>

بالإضافة إلى موقع "فونديس نت سورفيسز" Fundsnet Services، وهو بوابة لتلقي التبرعات وجمع الأموال.

بينما تطلب مواقع أخرى من المانحين تقديم تبرعاتهم للمنظمات المسجلة لديها.

مثال: يطلب موقع www.charitableway.com من المانحين تقديم تبرعاتهم، بالاستناد إلى مواصفات المنظمة

المسجلة لديه، على أن يحتفظ بنسبة ١٠٪ من التبرعات.

وتتنازل غيرها من المواقع عن جزء من أرباحها لتتبرع به إلى منظمات غير ربحية.

مثال: يوفر موقع www.4charity.com عبر الإنترنت "مجمعاً للأعمال الخيرية" Charity Mall، حيث تؤول نسبة ما بين ٥ و ٤٠٪ من المبيعات إلى المنظمات غير الربحية المشتركة في هذه الخدمة.

للحصول على معلومات إضافية عن المنظمات غير الربحية والتجارة الإلكترونية، إقرأ هذه المقالة المنشورة في الموقع الإلكتروني: www.Benton.org

يمكن إنجاز المعاملات المالية على شبكة الويب بوسائل مختلفة.

تشكل خدمة النقد الإلكتروني تقنيةً آمنة للدفع، تسهّل المعاملات المالية القائمة بين المصارف، والمؤسسات المالية، والمسؤولين عن إنجاز المعاملات، والتجار، والمستهلكين. ولكن، يتعيّن على المستهلكين في بادئ الأمر أن يفتحوا حساباً لدى شركة CyberCash. وما إن يفتحوا حساباً لديها، يحق لهم القيام بمشتريات من التجار المشتركين في هذه الخدمة، على أن تحصل الشركة المذكورة رسماً لقاء إنجاز المعاملة.

تسهّل الشركات التي تنجز المعاملات الجارية ببطاقات الائتمان، مثل creditnet.com، المعاملات المالية من خلال توفير خادم آمن يتولى إنجازها. فمن شأن هذا التدبير أن يحول دون قراءة المعلومات المالية المتعلقة بالمستهلك من أي جهاز كمبيوتر تمر عبره المعاملة، باعتبار أن البيانات تنتقل من جهاز المستهلك إلى الشركة التي أصدرت بطاقة الائتمان.

يقضي الحل الثالث بحماية البيانات بشيفرة أو برمز، على نحو لا يسمح بقراءتها وهي تنتقل على شبكة الإنترنت. وإليك بعض المعلومات العامة عن تقنية PGP، الرائجة الاستعمال.

مصادر إضافية:

- دليل موقع "غايد ستار" GuideStar للمانحين، حول المنظمات غير الربحية والمؤسسات الخيرية. الموقع: <http://www.guidestar.org/>
- فهرس مجلة "فيلانثروبي جورنل" Philanthropy Journal للتعريف بالمنظمات غير الربحية. الموقع: http://www.pj.org/links_metaindex.cfm
- محركات البحث عن المنظمات غير الربحية والمؤسسات الخيرية على موقع "فيلانثروبي سورتش" <http://www.philanthropysearch.com/>
- المجلس المعني بمساعدة المؤسسات Council on Foundations. الموقع: <http://www.cof.org/>
- مركز المعلومات عن المؤسسات Foundation Center. الموقع: <http://www.fdncenter.org/>
- منتدى الجمعيات الإقليمية لمقدمي المنح Regional Association of Grantmakers. الموقع: <http://www.rag.org/>
- قاعدة بيانات مجانية لإدارة المعلومات المتعلقة بالمانحين، والأعضاء، والمناصرين. الموقع: <http://www.ebase.org/>
- الأسئلة الشائعة حول التجارة الإلكترونية. الموقع: <http://cism.bus.utexas.edu/resources/ecfaq.html>

Part 5:

القسم ٥:

PRIVACY, COPYRIGHT, AND CENSORSHIP

الخصوصية، وحقوق النشر، والرقابة

PRIVACY

الخصوصية

المسائل المتعلقة بخصوصية اللوائح البريدية

تتم إدارة اللوائح البريدية كلها (المعروفة أيضاً بتطبيقات برامج "ليستسورف") عبر البريد الإلكتروني الذي يشكل وسيلة اتصال غير آمنة في الأساس. فإرسال رسالة عبر الإنترنت هو أشبه ما يكون بإرسال بطاقة بريدية عبر مركز البريد، ولكن، نظراً إلى الوقت والموارد، يتسنى لكل من يرغب في قراءة رسالتك الاطلاع عليها. وبناءً عليه، فإن النصائح التي نقدمها أدناه لا تضمن بالكامل أمن اللوائح البريدية وخصوصيتها.

ولكنّ السبيل الأوحى الذي يسمح لك بأن تتدارك بعض المسائل الأمنية يستدعي منك أن تفيد من خدمات اللوائح التجارية المعتمدة على الويب، على شاكلة الخدمات المذكورة في القسم ٢.ب. فغالباً ما تضع هذه الخدمات في متناولك جميع الإمكانيات التي توفرها برامج الكمبيوتر التجارية الخاصة باللوائح البريدية، بما في ذلك إرسال الرسائل الجماعية، وتيسير إجراءات الاشتراك وإلغاء الاشتراك. فضلاً عن ذلك، تسهّل هذه الخدمات آليات الإدارة، وتعزز الأمن، وتقدم خيارات إضافية كزيادة قدرات الأرشيف. ولكن، وكما ورد في القسم ٢.ب، هذه الخدمات التي تحصل عليها مجاناً عادة لا تخلو من بعض الشوائب. فالشركات التي تقدم هذه الخدمات، ترفق، في أعلى الرسائل أو في أسفلها، دعايات قصيرة، ناهيك عن أن معظمها يضمن الرسائل شروط استخدام تمنح أصحاب الخدمة حق ملكية مضمون اللوائح. يمكن أن تعثر على قائمة بـ"المجموعات الجماعية" على الموقع الإلكتروني:

<http://dir.yahoo.com/Computers and Internet/Internet/Chats and Forums/Mailing Lists/>

نصائح لتشغيل لوائح منظمتك:

- شجّع المستخدم على اعتماد عنوان بريد إلكتروني "يمكن التخلص منه"، عند اشتراكه في لوائحك البريدية. (أنظر فقرة "نصائح لأعضاء اللوائح البريدية"، المبيّنة أدناه، للاطلاع على مزيد من المعلومات حول عناوين البريد الإلكتروني)

"الممكن التخلص منها"). ورغم أنه يتعدّد عليك أن تطبق هذه السياسة تطبيقاً صارماً، فلا تزال قادراً على الترويج لها من خلال إدراج هذا الاقتراح في الصفحة التي يخصصها موقعك الإلكتروني لتسجيل الاشتراك في اللوائح البريدية، وفي مواد مطبوعة أخرى تتضمن معلومات عن آلية الاشتراك في لوائح منظمتك.

- أحجب أعضاء اللائحة حين تضبطها. فبمقدور أي مستخدم للانترنت، وبمجرد أن يعطي أمراً بإرسال رسالة، أن يطلع على كامل الأعضاء المدرجين في اللائحة البريدية، ما لم يتقصّد المسؤول عن اللائحة تعطيل قدرة الخارجين عنها على استعراض أعضائها.
- إذا كانت لائحتك تُستخدم لغايات الإعلان عوض استخدامها لفتح نقاش بين الأعضاء، فالأوفق لك أن تحصر حق النشر بأشخاص معيّنين. فلا تسمح بالتالي إلا للأعضاء الموظفين أو للمتطوعين موثوق بهم أن ينشروا موادهم على اللائحة، عوض أن تفسح هذا المجال أمام جميع المشتركين، بما يحول دون رشق أعضاء لائحتك بوابل من الرسائل المتطفلة أو المزعجة.
- إذا كانت لائحتك تُستخدم لفتح نقاش بين الأعضاء، فالأوفق لك أن تضبطها لتكون لائحة خاضعة للرقابة. (أنظر القسم ٢.ب). لذلك، عليك أن تعيّن أحد موظفيك أو أحد المتطوعين الموثوق بهم ليتولى الإشراف عليها ويوافق على كل مادة للنشر قبل إرسالها، بما يحول دون رشق أعضاء لائحتك بوابل من الرسائل المتطفلة أو المزعجة.

نصائح لأعضاء اللوائح البريدية:

- استخدم عنوان بريد إلكتروني "يمكن التخلص منه"، عند الاشتراك في اللوائح البريدية، لأن هذه العناوين تقلص حجم المخاطر إذا ما حدث أن اطلع أحد الأشخاص على أعضاء اللائحة من غير أن يؤذّن له بذلك.

يتميز عنوان البريد الإلكتروني الذي تحسن اختياره كعنوان "يمكن التخلص منه" بخاصتين: لا يتيح للغرباء الحصول بسهولة على معلومات عن المرسل بمجرد معاينة العنوان، ويكون منفصلاً عن عنوان البريد الإلكتروني الشخصي أو عن عنوان العمل. فاستخدام عنوان البريد الإلكتروني audrie@netaction.org كعنوان "يمكن التخلص منه" لا ينم عن حسن اختيار، لأنه لن يصعب على الغرباء استنتاج أن العنوان يعود إلى موظفة لدى منظمة "نت أكشن" إسمها أودري.

تشكل المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني مجاناً، مثل "ياهو" أو "هوتمايل" خير مواقع للحصول على عناوين بريد إلكتروني "يمكن التخلص منها". ويسعدك أن تلقى لائحة بالصادر التي تزودك بخدمة البريد الإلكتروني المجاني في لائحة "ياهو" لمصادر البريد الإلكتروني المجاني.

- فكر في اعتماد "إسم مستعار"، عوض استخدام اسمك الحقيقي أو مزيجاً من الحروف الأولى لاسمك ولإسم عائلتك، عندما تشترك في اللوائح البريدية أو تنشر مواد لدى المجموعات الإخبارية.

مسائل الخصوصية على شبكة الويب العالمية

تتيح شبكة الإنترنت للمستخدمين الذين تفصل بينهم آلاف الأميال التواصل في ما بينهم بصورة آنية، علماً أن المسافة الفعلية التي تفصل بين المستخدمين يمكن أن تولّد شعوراً بالأمن، في غير محله. ففي الواقع، تعرضك شبكة الويب العالمية إلى درجة عالية من الأخطار. وإذا كنت ترغب في أن تعرف بالتحديد كمّ المعلومات التي يمكن تسريبها للآخرين عنك وعن حاسوبك حين تزور موقعاً إلكترونياً، فأجر الاختبار التالي على الموقع الإلكتروني: <http://www.privacy.net/analyze/>.

ملفات "الكوكيز" (ملفات التعريف الشخصي)

ملفات "الكوكيز" على الإنترنت هي ملفات نصية تخزنها المواقع الإلكترونية على المحرك الصلب في حاسوبك حين تزور الموقع. غير أن بعض المستخدمين يمتنع من تتبّع تحركاته على الإنترنت، ويرى في ملفات "الكوكيز" تهديداً لخصوصيته، بينما لا تسبب أي إزعاج لأشخاص آخرين. وسواء أظاب أو لم يطب لك تعقّب تحركاتك على الإنترنت، فاعلم أن ملفات "الكوكيز" وضعت لأغراض تجارية مشروعة. فمواقع الإنترنت المخصصة للتسوق، مثلاً، تستخدم ملفات "الكوكيز" لتتذكر السلع التي جمعتها في "عربة التسوق".

ما مدى خطورة ملفات "الكوكيز"؟ ملفات "الكوكيز" هي ملفات نصية بسيطة، لا يسعها أن تنقل الفيروسات أو أن تسيء إلى المحرك الصلب في حاسوبك أو إلى بياناتك بأي شكل من الأشكال. ولكن، يجدر بك أن تقلق بشأن الحفاظ على خصوصيتك لعدة أسباب وجيهة. فبرنامج التصفح الأكثر رواجاً على شبكة الويب، وهما "نتسكايب كوميونيكايتر" Netscape Communicator، و"إنترنت إكسبلورر"، يعانيان كلاهما من عدة ثغرات أمنية يُحتمل أن تنشأ عن ملفات "الكوكيز"، وهي على قدر من الخطورة. نذكر، على سبيل المثال، أن أحد المواقع المختصة بمراقبة الخصوصية (<http://privacy.net/>) رصد خلالاً في برنامجي "نت سكايب" و"إنترنت إكسبلورر" على السواء، يسمح إلى أي موقع إلكتروني بتحميل ملفات "الكوكيز" كلها على حاسوب المستخدم. ومع أن هذا الخلل بصيب واحداً من أصل ألف حاسوب، فهو يتيح للمواقع الإلكترونية بالحصول على عناوين البريد الإلكتروني، وكلمات السر، وعلى معلومات حساسة أخرى من برامج التصفح التي تعاني منه. (لمزيد من المعلومات حول هذا الخلل، أنظر الموقع <http://privacy.net/cookiebug/>).

نصائح لاستخدام ملفات "الكوكيز"

- حسن أداء متصفح الويب الذي تستخدمه من دون أي كلفة باعتماد أحدث نسخة من هذا البرنامج. ويُفترض أن تتضمن

هذه النسخة تصحيحاً لمعالجة أوجه الخلل التي تضرب أمن ملفات "الكوكيز"، على غرار أشكال الخلل المشار إليها أعلاه. ويمكن أن تحدّث برنامج "نت سكايب" على الموقع الإلكتروني: <http://home.netscape.com/>، و"إنترنت إكسبلورر" على الموقع الإلكتروني: <http://www.microsoft.com/ie/>.

● إذا أردت أن تعرف عدد المرات التي تخزّن فيها المواقع الإلكترونية ملفات "الكوكيز" على حاسوبك، جهّز خيارات متصفّح الويب الذي تستخدمه تجهيزاً ينبهك إلى إقبال المواقع على تخزينها، ثم زر بعضاً من المواقع الإلكترونية المفضلة لديك. فمعظم أجهزة التصفح هو مزوّد بثلاث خيارات للإبلاغ عن "الكوكيز":

- يُحتمل أن تلقن المتصفّح الذي تستخدمه القبولَ بملفات "الكوكيز" من دون إخطارك بالأمر أولاً.
- يُحتمل أن تلقن المتصفّح الذي تستخدمه بأن يستعلم منك عن إمكانية قبول ملف "الكوكيز" أو رفضه كلما سعى موقع إلكتروني إلى تخزين مثل هذا الملف في حاسوبك.
- يُحتمل أن ترفض ملفات "الكوكيز" كلها.

يوفر برنامج "نت سكايب" هذه الخيارات تحت قائمة عدّل — > خيارات — > متطور. أما في برنامج "إنترنت إكسبلورر"، فتوجّه إلى قائمة أدوات — > خيارات الإنترنت — > الأمن، وانقر على الزر الذي يدل على مستوى التعديل، واستعرض الصفحة نزولاً باتجاه فقرة ملفات "الكوكيز" المسموح بها.

ولما كانت غالبية ملفات "الكوكيز" غير مسيئة إلى حاسوبك، وتتداولها المواقع الرائجة، كـ"هوتمايل" و"أمازون دوت كوم" في عدة معاملات، فقد لا ترغب في رفضها جميعاً. أما الخيار الثاني فيمنحك حق رفض ملفات "الكوكيز" التي تردك من مواقع إلكترونية قد لا توحى إليك بالثقة، حين تطلب من المتصفّح أن يُعلمك بإقبال أي موقع إلكتروني على التعريف عنك بموجب هذه الملفات.

وصلات للاستعلام عن ملفات "الكوكيز"

- مركز الاستعلام عن ملفات "الكوكيز" [Cookie Central](#): هو موقع ذو تصميم أنيق يطلعك على كل ما ترغب في معرفته عن ملفات "الكوكيز"، من حسنات أو سيئات. ويوفر، في ما يوفر، رسائل تنبيهية إلى أي خلل، ووسائل لتعطيل ملفات "الكوكيز"، أو لتسهيل استخدامها.
- دليل موقع "جانك باستر" [Junkbuster](#) بعنوان "كيف تسيء ملفات الكوكيز في أجهزة خادم الويب إلى خصوصيتك" [How Web Servers' Cookies Threaten Your Privacy](#). وهو دليل واضح حول مساوئ ملفات "الكوكيز"، وسبل تعطيل عملها.

- صفحة المركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات حول ملفات "الكوكيز": يوفر وصلات إلى مقالات تتناول المشاكل التي تطرحها ملفات "الكوكيز"، والاقتراحات التي تقدمها في المقابل فرقة العمل المعنية بهندسة الإنترنت Internet Engineering Task Force، لحل الكثير من هذه المشاكل.

نظام أمن لنقل المعلومات

النظام الآمن لنقل المعلومات (SSL) Secure Sockets Layer هو مقياس للإنترنت يضمن نقل المعلومات الشخصية، كرقم البطاقة الائتمانية، بشكل آمن عبر مواقع الإنترنت. وهو يوفر الحماية من خلال عملية التشفير التي تربط المعلومات التي تدونها في صفحة الويب برمز لا يتعرف عليه إلا من كان يملك مفتاحاً خاصاً لفك ذلك الرمز. فحين تعتمد نظاماً آمناً لنقل المعلومات يقودك إلى صفحة الويب، يقوم المتصفح الذي تستخدمه بتشفير كل المعلومات التي تدلي بها إلى الموقع الإلكتروني تلقائياً. ولهذا السبب، يجدر بك أن تستخدم موقعاً إلكترونياً آمناً، على حد ما ذكرنا أعلاه، كلما طُلب منك على موقع إلكتروني أن تدلي بمعلومات دقيقة عن شخصك، كرقم بطاقتك الائتمانية أو عنوان إقامتك.

نصائح لإجراء معاملات آمنة على الإنترنت باستخدام نظام أمن لنقل المعلومات:

- سيعتمد المتصفح الذي تستخدمه إلى تشفير المعلومات الخاصة بك تلقائياً، توكياً لأقصى درجات الحماية الذاتية. ولكن، بما أن برامج التصفح القديمة قد لا تعتمد مقياس تشفير بسعة ١٢٨ بت الذي يشكل أعلى درجة من درجات الحماية المتوفرة حالياً، فيسعدك أن تحسّن أداء المتصفح لديك على نحو يسمح له باستخدام مقياس تشفير بسعة ١٢٨ بت من دون أي كلفة، من خلال زيارة موقع "نت سكايب" : <http://home.netscape.com/>، أو برنامج "إنترنت إكسبلورر" على موقع <http://www.microsoft.com/ie/>.
- إحرص دوماً على أن تتصل بالإنترنت عبر وسيلة تستخدم نظاماً آمناً لنقل المعلومات قبل أن تجري أي معاملات عبر الإنترنت. ولهذا الغاية، عاين الزاوية اليسرى في أسفل البرنامج الذي تستخدمه لتصفح الويب. فإذا كان الموقع الإلكتروني يستخدم نظاماً آمناً لنقل المعلومات، سيقع نظرك في برنامج "نت سكايب" على أيقونة مزودة بقفل مغلق، أو على أيقونة مزودة بمفتاح في برنامج "إنترنت إكسبلورر". ولا تنسَ أيضاً أن تستعرض الشريط الذي تستدلّ به على عنوان صفحة الويب في المتصفح الذي تستخدمه. فالمعاملات التي تتبع نظاماً آمناً لنقل المعلومات ستحتوي على عناوين تبدأ بالبروتوكول <https://> بدل أن تبدأ بالبروتوكول الموحد غير الآمن <http://>.
- احتفظ دوماً بنسخة مطبوعة عن المعاملات التي تجريها عبر الإنترنت بعد أن تملأ صفحة الويب بالمعلومات المطلوبة، وافعل ذلك قبل أن تنقر على زر "أرسل" أو زر "أرسل الطلب". ولا تنسَ أيضاً أن تدوّن معلومات عن وسائل الاتصال بالشركة، بما في ذلك عنوان بريدك الإلكتروني، ورقم الهاتف، وعنوان صفحة الويب، ضمن سجل تحفظه في مكان آمن.

السياسات المعتمدة لحماية خصوصية المواقع الإلكترونية

ينبغي على كل موقع إلكتروني يطلب منك الحصول على معلومات أن يشرح لك السياسة التي يعتمدها لحماية الخصوصية، وأن يعلمك مسبقاً كيف ينوي أن يتصرف بتلك المعلومات. فكل سياسة واضحة لحماية الخصوصية تُطلعك تحديداً على نوع المعلومات التي يحصلها الموقع من الزوار، وعلى أوجه استخدامها في المستقبل. فإذا كان الموقع الإلكتروني يدرج مثلاً استثماراً للاشتراك في لائحة بريدية، يجب أن تكشف السياسة المعتمدة لديه عما إذا كان سيتشارك عنوانك مع مشغلي مواقع إلكترونية أخرى من دون موافقتك.

تشمل السياسات الصارمة لحماية الخصوصية الأمثلة التالية:

- الاتحاد الأميركي للحريات المدنية
- محترفو الكمبيوتر المهتمون بمراعاة المسؤولية الاجتماعية (CPSR)
- المجموعة المدافعة عن طريقة عيش الأميركيين (PFAW)

البريد المتطفل

تشير اللفظة الأجنبية للبريد المتطفل "سبام"، حين لا تدل على اللحوم الوردية اللون المعلبة، إلى الرسائل الجماعية التي تردك من البريد الإلكتروني غير المرغوب فيه. (وتشير لفظة "سبام" الأجنبية أيضاً إلى البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه بحد ذاته). والبريد المتطفل، شأنه شأن البريد الإلكتروني التقليدي غير المرغوب فيه، والمرسل عبر مركز البريد، يشكل مصدر إزعاج ومضيعة للوقت، عدا عن كونه يثير أحياناً الخيبة أو الاشمئزاز. ومن الأمثلة عن البريد المزعج، نذكر الدعايات المرسلة عبر البريد الإلكتروني عن سلع استهلاكية، أو مواد إباحية، أو ضروب احتيال للإثراء السريع. أما الخدع على الإنترنت التي تضاهي الأساطير التي تسري في المدن، فما هي إلا شكل آخر من أشكال البريد المتطفل، تماماً كالرسائل الإلكترونية السياسية غير المرغوب فيها.

ويعتبر البريد الإلكتروني المتطفل مضيعة للوقت لعدة أسباب. فمستخدمو البريد الإلكتروني في أنحاء العالم كلها ينفقون وقتهم في تحميل الرسائل الإلكترونية غير المستحبة، وفي قراءتها وحذفها. بالإضافة إلى ذلك، يستهدف مرسلو البريد الإلكتروني المتطفل (الأشخاص الذين يرسلونه) عادةً شريحة واسعة من مستخدمي البريد الإلكتروني، فيمارسون ضغوطاً هائلة إضافية على أجهزة خادم البريد الإلكتروني، أي أجهزة الكمبيوتر التي يشغلها مقدمو خدمات الإنترنت لإرسال البريد الإلكتروني إلى زبائنهم وإبصاليه لهم. وفي أسوأ الأحوال، يجوز أن يُربك البريد المتطفل خادم البريد الإلكتروني كلياً، فيتسبب بإقفاله، ويمنع الزبائن لدى مقدمي خدمات الإنترنت من إرسال أي بريد إلكتروني أو استلامه.

قد يصعب أحياناً التأكد مما إذا كانت الرسالة الإلكترونية رسالة متطفلة أو مفيدة، أو إذا كان يُراد نشرها في لائحة بريدية لأغراض الاتصال. فإذا كنت تدير لائحة بريدية تعود لمنظمتك أو تلبّي أغراض العمل الناشط الذي تقوم به، اتبع النصائح الواردة أدناه للتأكد من أنك لا تثير نفوراً لدى المشتركين في لائحتك جراء إغراقهم بالبريد المتطفل.

كيف تجنّب نفسك الانخراط في صفوف مرسلي البريد المتطفل

- لا ترسل رسائل إلكترونية جماعية غير مرغوب فيها، أو لا تسجل مشتركين في لوائح بريدية من دون موافقتهم.
- لا تنشر رسائل تنبيهية للتحرك في لوائح مجموعات النقاش عبر البريد الإلكتروني أو في مجموعات إخبارية تتناول قضايا ليست ذات صلة. فإذا كان التنبيه الذي ترسله يتحدث عن الهواء النقي، ستكون موضع ملامة على الأرجح إذا خطر لك أن ترسله إلى لائحة مجموعة نقاش تركز اهتمامها على موضوع حرية التعبير.
- إذا أردت إنشاء لائحة بريدية خاصة بك، فابدأ بتوجيه رسالة إلى لوائح مجموعات النقاش والمجموعات الإخبارية المناسبة، للإعلان عن اللائحة الجديدة ولدعوة الأشخاص إلى الاشتراك فيها. والمقصود من عبارة "المناسبة" في هذا السياق، هو أن يكون الموضوع الذي تطرحه لوائح النقاش أو المجموعات الإخبارية على صلة بالقضية التي تعالجها في رسالتك. إحرص قدر المستطاع على تحديد الموضوع وعلى طريقة تشغيل اللائحة. فهل ستكون لائحة النقاش لائحة غير خاضعة للرقابة، أو لائحة إعلانية الغرض وخاضعة للرقابة؟ هل ستنشر يومياً عدة مواد، أم ستنشر مادة واحدة كل عدة أسابيع؟
- وكما أوضحنا في القسم ٢.٢ ب، تجنب استخدام خانتي "إلى" و"نسخة إعلام" عندما تبعث بالرسائل؛ بل دوّن عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك في خانة "إلى"، وضمّن خانة "النسخة السرية" العناوين الأخرى كلها.

كيف تتصدى لمشكلة البريد المتطفل الواردة إلى صندوق بريدك

- حين تتلقى رسالة متطفلة، لا تردّ على مرسل البريد، واطلب إخراجها من اللائحة، وإن تضمنت رسالته تعليمات بالرد عليه. فغالباً ما يضع مرسلو البريد المتطفل يدهم على عناوين البريد الإلكتروني العائدة إلى أشخاص يردون على بريدك، فيضيفونها إلى لوائح أخرى تبعث برسائل مماثلة.
- إعتد عنوان بريد إلكتروني "يمكن التخلص منه" حين تسجل اشتراكك في مواقع إلكترونية. (لمزيد من المعلومات حول عناوين البريد الإلكتروني "اليمكن التخلص منها"، أنظر الفقرة المتعلقة بمسائل حماية خصوصية اللوائح البريدية).

تستدعي الخطوات الإضافية الآيلة إلى مكافحة البريد المتطفل إشهار مرسلي هذا البريد أمام مقدمي خدمات الإنترنت الذين سيتخذون في أغلب الأحيان التدابير اللازمة بحقهم، من خلال إقفال حسابهم. زر الموقع الخاص "بمركز الإبلاغ عن سوء استعمال الإنترنت" [Network Abuse Clearinghouse](#) للحصول على مزيد من المعلومات عن سبل التبليغ عن مرسلي البريد المتطفل.

وصلات تفودك إلى مزيد من المعلومات عن البريد المتطفل

- "قاطع البريد المتطفل الوارد عبر الإنترنت!" [Boycott Internet Spam!](#): مقدمة تستفيض حول موضوع البريد المتطفل، وحول مساوئه وسبل التصدي له.
- أرشيف مجموعة "إلكترونيك فرونتير فاونداتيشن" Electronic Frontier Foundation حول مسائل البريد المتطفل، ومصادرة أسماء بعض المواقع، وسوء استعمال الإنترنت، والمسؤولية الإلكترونية: وهو يتضمن بيانات صحفية، ورسائل موجهة إلى الكونغرس، ومقالات صادرة عن المؤسسة المذكورة، ومجموعة المدافعة التي تتعاطى بشؤون الإنترنت والتكنولوجيا.
- صفحة "المركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات" حول البريد المتطفل: تتضمن معلومات حول مشاريع القوانين الموضوعة قيد الدرس في الكونغرس لمكافحة البريد المتطفل، بالإضافة إلى وصلات تفود الزائر إلى مقالات تتحدث عن البريد المتطفل.
- مصادر عن البريد الإلكتروني غير المرغوب فيه: مركز لتوفير المصادر، يقدم معلومات عن سبل مكافحة البريد المتطفل. وهو يتضمن وصلات تحيل الزائر إلى دعاوى قضائية تتمحور حول البريد المتطفل، ونموذجاً مفصلاً خطوة خطوة للإبلاغ عن عمليات احتيال وقعت عبر البريد المتطفل، بالإضافة إلى مصادر أخرى.
- مركز خدمة "سبام كوب" SpamCop: بعد أن تشترك في تلك الخدمة، يمكن أن تنسخ الرسائل الإلكترونية المتطفلة التي تردك، ثم تلصقها في مربع النصوص، كي يتولى هذا المركز لاحقاً الإبلاغ تلقائياً عن مرتكب المخالفة لدى مقدم خدمات الإنترنت الذي يتعامل معه.

COPYRIGHT

حقوق النشر

المواد المحفوظة حقوقها على شبكة الويب العالمية

تسري القوانين التي ترعى حقوق النشر على المواد التي تُنشر عبر شبكة الويب العالمية، كما تسري على الكتب والمقالات، والأقراص المدججة، وأشرطة الفيديو. ولكن عدداً كبيراً من صفحات الويب لا يذكر بشكل واضح حقوق النشر التي تُعلم الزوار بما يجوز أو لا يجوز تحميله من المواقع، أو نشره في مكان آخر، إشارة إلى ما هو معدّ للاستعمال العام أو الخاص.

عند إنشاء موقع إلكتروني يتضمن نسخاً أصلية، يُستحسن أن تنشر السياسة الخاصة بحقوق النشر في موضع يلفت الانتباه. ويمكن الاطلاع على سياسة شاملة لحقوق النشر، مثلاً، في الموقع الإلكتروني: <http://www.mlanet.org/copyright.html>.

وُضِعَ "قانون حماية حقوق النشر في الألفية الرقمية" Digital Millennium Copyright Act في تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٨

لمعالجة القضايا الناشئة عن حقوق النشر على شبكة الإنترنت. للحصول على مزيد من المعلومات حول هذا القانون، الرجاء زيارة الموقع الإلكتروني: <http://www.arl.org/info/frn/copy/dmca.html> لقراءة التحليل الذي أجرته "جمعية مكتبات البحوث" Association of Research Libraries حول مشروع القانون هذا.

ما هي مواد الويب المحفوظة حقوقها؟

يحتفظ منشئ الموقع الإلكتروني أو صاحبه بحقوق النشر العائدة إلى المحتويات الأصلية المدرجة فيه. فإذا كنت ترغب في استخدام المحتويات، أو النصوص، أو التصميم التصويرية، المستوحاة من موقع شخص آخر، فالأصول السائدة، كما القوانين، تنص على ضرورة الحصول أولاً على موافقة المؤلف.

يتعذر الاحتفاظ بحق نشر عناوين صفحات الويب لأن هذه العناوين هي مجرد وصلات. ولكن، يجوز للمؤلف الذي يعمل على تشكيل مجموعة وصلات أن يحتفظ لنفسه بحق نشرها، باعتباره مؤلف هذه المجموعة الأصلية.

نظراً لطبيعة شبكة الويب، لا يسهل دوماً تحديد المحتويات التي تخضع لقوانين حماية حقوق النشر بشكل دقيق. فللاطلاع على بعض النصائح العملية حول طريقة التعاطي بمسائل حماية حقوق النشر على شبكة الويب، زر الموقع الإلكتروني <http://www.benedict.com/digital/www/webiss.htm>.

وللحصول على مزيد من المعلومات حول حقوق النشر على شبكة الويب العالمية، أنظر المواقع التالية:

- الملكية الفكرية على شبكة الويب: يعالج هذا الموقع عدة قضايا شائكة تتعلق بالمواد المحفوظة حقوقها على شبكة الإنترنت
- حقوق النشر وشبكة الويب العالمية: وضع قسم هندسة المعلومات في مختبر "لوس ألموس" الوطني هذه المقالة القصيرة حول حقوق النشر وشبكة الويب العالمية.

CENSORSHIP

الرقابة

الرقابة هي مسألة معقدة يختلف حولها بعض المجموعات التقدمية التي تتوافق على قضايا أخرى. وقد أبدى المدافعون عن حرية التعبير، كالاتحاد الأميركي للدفاع عن الحريات المدنية والمركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات، معارضة حيال تقييد حرية الكلام في الإنترنت. في المقابل، أعربت منظمات أخرى عن خشيتها من إمكانية الإقدام على أعمال عنف في ظل غياب أي قيود على الخطاب المشحون بالكره. وقد حصلت منظمة "بلاند بارنتهود" لتنظيم الأسرة، مثلاً، على مبلغ

قدره مئة وتسعة ملايين دولار أميركي لصدور حكمٍ بحق أصحاب الموقع الإلكتروني Nuremberg Files، بحجة أن الموقع يحض الزوار على ارتكاب أعمال عنف ضد أفراد يسهلون عمليات الإجهاض. (أنظر البيان الصحفي الصادر عن "بلاند بارنتهود"، ونظرة بديلة عن حرية التعبير).

برامج كمبيوتر للغربلة

إن إنتشار الصور الإباحية، والمحطاب المشحون بالكراه، والمحتويات المهينة الأخرى، إلى جانب التهديد الذي يُحتمل أن يشكله وحوش الإنترنت، يثير مخاوف الأهل مما يشاهده أبنائهم على الإنترنت. من هنا لجوء بعضهم إلى استخدام برامج الغربلة، مثل "نت ناني" NetNanny و"سايبير سياتر" CyberSitter من أجل منع أولادهم من الوصول إلى مواقع إلكترونية لا يرونها مناسبة لهم، أو يجدونها بكل بساطة مهينة.

إلا أن برامج الغربلة يمكن أن تمنع أيضاً الوصول إلى مواقع إلكترونية مفيدة عن غير قصد. فغالبية هذه البرامج تبحث عن "كلمات رئيسية" حين تمنع الزائر من الوصول إلى صفحات معينة على الويب؛ فحتى المواقع الإلكترونية التي تدعم البحوث الجارية حول سرطان الثدي، مثلاً، قد تقع تحت الحظر لاحتوائها على كلمة "الثدي".

للحصول على مزيد من المعلومات عن إمكانيات برامج الغربلة واستعراض أكثر البرامج رواجاً، زر دليل مجلة "بي سي" PC Magazine حول خدمات الغربلة المعتمدة من الأهل، ١٩٩٨ Utility Guide: Parental Filtering Utilities. ولمزيد من المعلومات عن المشاكل التي تثيرها برامج الغربلة، زر موقع "بيسفاير" Peacefire.

مصادر حول حرية التعبير

- موقع منظمة "بيسفاير"
- "المركز المعني بشؤون الديمقراطية والتكنولوجيا": حرية التعبير على الإنترنت Center for Democracy and Technology. وهو موقع إلكتروني شامل، يقدم شروحات وافية حول كل ما يتعلق بممارسة الرقابة على الإنترنت، بما فيها على المنشورات الأصلية، والأخبار المتداولة حول التشريعات والدعاوى القضائية، والمصادر المخصصة للأهل.
- أرشيف مجموعة "إلكترونيك فرونتير فاوندیشن" حول مواضيع الرقابة وحرية التعبير: ويتضمن قائمة طويلة من المقالات، والملفات، والوصلات التي توثق كل ما يتعلق بممارسة الرقابة على الإنترنت.
- "الشبكة المدافعة عن حرية التعبير" Free Expression network: تُعنى بشؤون الإنترنت، وتتكون من اتحاد مجموعات تدافع عن حرية التعبير، كالاتحاد الأميركي للدفاع عن الحريات المدنية، والمجموعة المدافعة عن طريقة عيش الأميركيين، والمركز الإلكتروني لحماية خصوصية المعلومات. فهذا الموقع يبيث الأخبار المتداولة حول القضايا الناشئة عن ممارسة الرقابة على الإنترنت.

THE VIRTUAL ACTIVIST READER

الناشط الإلكتروني القارئ

SECTION I: GENERAL RESOURCES FOR ACTIVISTS الجزء الأول: مصادر عامة للناشطين

- موقع "أباوت دوت كوم" في الجانب المتعلق منه بالمنظمات غير الربحية والمؤسسات الخيرية
- وصلات موقع "آيديليست" المؤدية إلى المصادر المتعلقة بشؤون الموظفين والمدراء، وبالتوظيف والتدريب الداخلي
- البوابة الإخبارية المتطورة لموقع "كومون دريمز"؛ تقدم معلومات عن المنظمات غير الربحية
- صفحة ويب عن المنظمات الدولية
- دليل موقع "ويب أكتيف" WebActive، وهو عبارة عن لائحة مرفقة بالحواشي، تضم أكثر من ألف مؤسسة خيرية، وتشرف عليها شركة "ريل نتوركس" RealNetworks
- مركز موقع "كومباس بوينت" لتقديم الخدمات إلى المنظمات غير الحكومية (المعروف سابقاً بمركز الدعم/مركز تنمية المنظمات غير الربحية)
- "الحلف الوطني لإدارة المنظمات غير الربحية" National Alliance for Nonprofit Management (المعروف سابقاً بمراكز الدعم في أميركا)
- الدليل التدريبي للناشط الإلكتروني من إعداد منظمة "نت أكشن"
- الخطوات الأولى على طريق الإنترنت (مستوحاة من موقع منظمة "آيديليست"، مجموعة العمل بلا حدود)
- مجموعة المواد التدريبية من جمعية "آي تراين" ITrain حول الإنترنت
- مصادر عن المنظمات غير الربحية على شبكة الإنترنت
- المكتبات العامة المزودة بخدمة الإنترنت في كاليفورنيا
- مركز الإنتاج التابع لمعهد الاتصالات العالمية
- كتيب شركة "وان نورث ويست" للناشطين
- "مركز الإدارة" Management Center
- كتيب "مؤسسة بانتون" حول الممارسات المثلى
- قاموس مصطلحات الإنترنت من إعداد "مجموعة المستشارين لتعليم الكمبيوتر" ILC
- معلومات شاملة عن شؤون السياسة، والعمل الناشط، والانتخابات
- مشروع GENIE لتقديم الخدمات إلى المنظمات غير الربحية
- موقع "أونتاب" ONTAP لتقديم الخدمات الاستشارية إلى المنظمات غير الربحية
- دليل اللوائح البريدية (يحدد مواقع اللوائح الإلكترونية)

- دليل اللوائح البريدية الموضوعة في متناول العموم (PAML)
- أرشيف البحث "ديجا نيوز" (لتحديد المجموعات الإخبارية)
- الدليل المتطور لمنطقة خليج سان فرانسيسكو
- شبكة العمل لدى صحيفة "باي غارديان" Bay Guardian
- موقع "غريغ ليست" (يستعرض الأحداث، والوظائف، والمواد التي تهتم المجتمع المحلي)
- موقع "ميديا تشانيل" MediaChannel

SECTION II: ADDITIONAL RESOURCES ON WEB PAGE DEVELOPMENT

الجزء الثاني: مصادر إضافية حول تطوير صفحات الويب

- واجهة برنامج البحث "من هو" Whois على الويب
- المدققون في لغة HTML
- دليل موقع "أبوت دوت كوم" حول لغة HTML
- إعرف كل ما يتعلق بشبكة الويب (على موقع إتحاد الشبكة العالمية)
- استخدم علامات التعريف

SECTION III: ARTICLES ON INTERNET ACTIVISM

الجزء الثالث: مقالات حول العمل الناشط عبر الإنترنت

- صفحة "فيل أغريه" حول العرائض الموقعة عبر الإنترنت
- عمل المنظمات غير الحكومية ومجموعات المراقبة على الشبكة (سيتم توجيهك تَوّاً إلى موقع "نيويورك تايمز"، للاشتراك/إدخال كلمة السر. الاشتراك مجاني)
- الناشط على شبكة الإنترنت

SECTION IV: ADDITIONAL RESOURCES FOR ONLINE ACTIVISM

الجزء الرابع: مصادر إضافية حول العمل الناشط عبر الإنترنت

- كتيب مشروع "إقامة الشبكات والاتصالات مع أصحاب المدخول المتدني" LINC حول منظمي حقوق الرعاية الاجتماعية

- شبكة بث على الإنترنت Free Speech Internet Television للدفاع عن حرية التعبير
- البوابة المتطورة لمعهد الاتصالات العالمية
- "المجموعة التعاونية لمساعدة المنظمين" Organizer's Collaborative

SECTION V: NON-PROFIT TECHNOLOGY

الجزء الخامس: إعداد الخطط ومساعدة

PLANNING AND ASSISTANCE

المنظمات غير الربحية على استخدام التكنولوجيا

- العرض الذي قدمه مشروع "إقامة الشبكات والاتصالات مع أصحاب المدخول المتدني" للمنظمات ذات المدخول المتدني حول إعداد استراتيجيات لاستخدام التكنولوجيا
- مركز المصادر المتوافرة لدى مجموعة "كمبيومانيتور" CompuMentor حول المنظمات غير الربحية
- التدريب على تنظيم استخدام التكنولوجيا عبر البرنامج المنهجي Arts Wire Spider School
- إستخدام الإنترنت على يد المنظمات غير الربحية
- موقع "مشروع تيسير الاتصالات" Project Connect اختر صفحة "مشروع تيسير الاتصالات"

SECTION VI: FUNDRAISING RESOURCES

الجزء السادس: مصادر حول جمع الأموال

- الفرص المدرة للمدخول وقاعدة المصادر المتوافرة لدى منظمة "لنتشارك مواطن القوة" Share Our Strength عن المنظمات غير الربحية
- المصادر المتوافرة لدى منظمة "كوميونيتي والث" Community Wealth
- دليل "غايد ستار" للمانحين عن المنظمات غير الربحية والمؤسسات الخيرية
- محركات البحث "فيلانتروبي سورتش" حول المنظمات غير الربحية والمؤسسات الخيرية
- المجلس المعني بمساعدة المؤسسات
- مركز المعلومات عن المؤسسات
- منتدى الجمعيات الإقليمية لمقدمي الهبات Forum of Regional Association of Grantmakers
- القاعدة الإلكترونية "إيبايس": قاعدة بيانات مجانية لإدارة المعلومات المتعلقة بالمانحين، والأعضاء، والمناصرين

SECTION VII: NETACTION NOTES

الجزء السابع: مقالات "نت أكشن" على شكل

ARTICLES ON INTERNET ACTIVISM

رسائل إخبارية إلكترونية حول العمل الناشط عبر الإنترنت

- رقم ٨: الرسائل الصادرة عن ورشة عمل حول الناشط الإلكتروني
- رقم ٩: المصادر المتوافرة للناشط الإلكتروني
- رقم ١١: مصادر إضافية للناشط الإلكتروني
- رقم ١٤: إعمل محلياً ونظّم عالمياً
- رقم ١٤: أهي رسالة للاتصال أو رسالة متطفلة؟
- رقم ١٨: تحديات الفضاء الإلكتروني في مواجهة العنصرية والكرهية
- رقم ١٨: تسبب البريد الإلكتروني بغضب عارم
- رقم ٢٠: الإعلام الإلكتروني
- رقم ٢٠: كتيب لتقديم النصائح حول الإعلام
- رقم ٢٠: حرية المعلومات في الفضاء الإلكتروني
- رقم ٢٢: قضايا الذرة في الفضاء الإلكتروني
- رقم ٢٥: لمحة عن اللوائح
- رقم ٢٦: قيمة برامج الكمبيوتر المجانية
- رقم ٢٧: أدوات التكنولوجيا اللازمة للتمكين
- رقم ٢٨: مزيد من أدوات التكنولوجيا لتعزيز القدرات
- رقم ٣١: زيادة الأشخاص الموصولين بالإنترنت نفوذاً
- رقم ٣١: بطاقات بريدية رقمية من وحي الويب
- رقم ٣٣: صور وكلمات
- رقم ٣٨: الاستعداد لاستقبال الألفية
- رقم ٣٩: أنشر الخبر عن التحرك الاحتجاجي
- رقم ٤٣: أدوات إلكترونية للدفاع عن حقوق الإنسان
- رقم ٤٤: الإفادة إلى أقصى حد من اللوائح

أهم الميادين: <مستقبلنا> <الدليل التدريبي للناشط الإلكتروني> <إبحث>

مؤلفاتنا: <ملخصات واسعة النطاق> <رسائل "نت أكشن" الإلكترونية> <المحفوظات في الأرشيف>

نبذة عن "نت أكشن" <سياسة حماية الخصوصية> <إتصل بنا> <الصفحة الرئيسية>

