

تقنيات النشر الإلكتروني - خلفية عامة

- ✦ بدأ النشر الإلكتروني بادخال الكمبيوتر في معالجة الصور والإخراج الصحفي.
- ✦ وتوازي مع ذلك استخدام وكالات الأنباء لوسائل إرسال واستقبال الأخبار الإلكترونية .
- ✦ تحرر النشر من قبضة الورق إلى هذا العالم الإلكتروني الفسيح في عام ١٩٨٥ حيث أن شركة ابل أخرجت أول نظام متكامل للنشر الإلكتروني المكتبي Desktop Publishing وأصبح بالإمكان إنتاج مطبوعات ذات مستوى عال في المكتب أو المنزل، باستخدام كمبيوتر شخصي وطابعة عادية زهيدة الثمن.
- ✦ القرن العشرين شهد العالم ثورة في مجال الاتصال والتي أدت إلى ظهور أوعية جديدة لنقل وحفظ المعلومات، و بدأت وسائل الإعلام المطبوعة في التفكير في أوعية غير ورقية لنشر رسائلها .
- ✦ أتاحت هذه التطورات التي مهد لظهورها الانتشار الكبير لأنظمة النشر المكتبي في الصحف بمختلف أنواعها، للصحيفة أن تستفيد من الإمكانيات الهائلة للنشر الإلكتروني، مثل: أتساع دائرة الجمهور الذي يمكنه قراءة الجريدة، خاصة مع التزايد المستمر في أعداد من يمتلكون أجهزة كمبيوتر شخصية، وفي أعداد المستخدمين لشبكة الإنترنت. إضافة إلى إمكانية دمج الصوت وصور الفيديو مع النصوص، واستخدام وسائل إبراز غير تقليدية لإبراز المادة الصحفية، وغير ذلك، مما مهد بدوره لظهور الصحافة الإلكترونية بمفهومها الحديث.

النشر التقليدي والنشر الإلكتروني

النشر التقليدي

وهذا ما يصعب عمله في الوثائق التقليدية ويطول عمله وهو مستحيل في الشكل الصوتي.

وعلى العكس في الوثائق التقليدية، حيث تحتاج إلى وقت طويل.

عدم القدرة على الإضافة والحذف لأن هذا سوف يشوه مظهرها.

عدم القدرة على استخدام البيانات والتعديل فيها، يعطى الوثيقة ثقة تامة وضبط، حيث تضمن سلامتها من العبث.

صعوبة نشر الوثيقة بسبب الإجراءات الطويلة التي تمر بها.

وهنا على العكس حيث تضمن الحقوق كامل من ناحية الإبداع وضمان حقوق المؤلف.

النشر الإلكتروني

إمكانية تجميع الوثيقة بأشكال متعددة صوتية، نصية، وصورية – إضافة عناصر التشويق

إمكانية إنتاج وتوزيع المواد الإلكترونية بشكل سريع.

تضل الوثيقة الأصلية على جودتها ومن الممكن أن تضيف تحسين وتعديل عليها.

إمكانية التعديل والتجديد وإعادة استخدام البيانات، قد يطرح مشكلة في درجة الثقة والضبط.

إمكانية التوزيع السريع للوثيقة بشكل سريع وفي أي مكان دون الحاجة لأجور التوزيع ولا يوجد حاجة للوسطاء والتوزيع التقليدي.

صعوبة تحديد وتطبيق الحقوق الفكرية وتطبيق القوانين الإبداعية.

مساهمة عدد من المؤلفين أو الكتاب في إنتاج المادة الإلكترونية بشكل تعاوني.



Exit



النشر المكتبي والنشر الإلكتروني

كلا التقنيتين تعتمدان بشكل كبير على أجهزة الحاسوب.

هناك فرقاً كبيراً بين المصطلحين ناتج عن الوظائف التي تؤديها كل تقنية منهما:

- النشر المكتبي وسيلة لإنتاج المطبوعات وتوزيعها في نطاق محدود بينما النشر الإلكتروني يمتد دوره من مرحلة الإنتاج إلى مرحلة النشر الجماهيري عبر قنوات النشر الإلكتروني.
- النشر المكتبي يقوم باختزال العمل التقليدي من الاعتماد على المهارات اليدوية في إنتاج الصحيفة إلى الاعتماد الكلي على الحاسب وبرامج الطباعة والنشر في استقبال الأخبار والصور وفي التصميم والإخراج .
- النشر الإلكتروني يستدعي التوفير الإلكتروني لنصوص وصور الصحيفة كمصدر معلومات فوري من خلال شبكة الإنترنت أو الأقراص المدمجة أو من خلال الشبكة الداخلية للصحيفة ويستطيع المستفيد الوصول إلى النصوص والصور من خلال برامج خاصة بالبحث والاسترجاع.



Exit



النشر الإلكتروني

النشر الإلكتروني هو العملية التي يتم من خلالها تقديم الوسائط المطبوعة Printed Based Materials كالكتب والأبحاث العلمية بصيغة يمكن استقبالها وقراءتها عبر وسائل النشر الإلكتروني الحديث ومنها شبكة الانترنت، استخدام الأقراص المضغوطة CD's ، استخدام صيغة PDF ، (Power Point) PPT، قواعد البيانات .

أشكال النشر الإلكتروني:

- بث خدمات غير تفاعلية (non-interactive) مثل التيليتكست.
- خدمات تفاعلية (Interactive services) مثل الفيديو تكتست، والبحث المباشر.
- منتجات منفصلة مثل أسطوانات الفيديو، أشرطة الفيديو، البرمجيات.
- غير ذلك مثل الصحف الإلكترونية



Exit



النشر الالكتروني

اكثر حرف يستخدم في الاعوام الخمسة الاخيرة من بين حروف اللغة الانجليزية حرف الـ (e) ، الدال
اختصارا على كلمة الالكتروني - **Electronic**

- التجارة تتحول شيئا فشيئا نحو التجارة الالكترونية **e-commerce**
- والاعمال تتحول شيئا فشيئا نحو الاعمال الالكترونية **e-business**
- والبنوك تتجه نحو **e-banking**
- والتسوق يتجه ليكون **e-shopping**
- وكتبنا ومراجعنا واوراق عملنا تتجه لتكون **e-books** و **e-workpaper**
- وحتى الجرائم فان اخطرها واكثرها تهديدا للامن تلك التي تحمل سمة **e-crime**.
- ان هذه التحولات هي التي تدفعنا الى الدعوة الى اعادة بناء استراتيجيات التعامل القانوني مع التحديات
المستجدة ضمن مفهوم **e-law**



Exit



ARAB INSTITUTE
FOR TRAINING & RESEARCH IN STATISTICS



المعهد العربي
للتدريب والبحوث الإحصائية

الوسائل المستخدمة في النشر الإلكتروني

- شبكة الانترنت
- الإنترانيت
- استخدام الاقراص المضغوطة CD's
- استخدام صيغة PDF
- (Power Point) PPT
- البريد الإلكتروني
- قواعد البيانات على الانترنت في مجال تبادل هذه الوسائط

ملخص عمليات النشر الإلكتروني

يمكن تقسيمها إلى أربع مراحل هي :

١- اقتناء المحتوى :

معد الوثيقة الإلكترونية لا يشترط أن يكون هو صاحب محتواها

٢- مرحلة إعداد الوثيقة الإلكترونية :

وتشمل عمليات إدخالها وتدقيقها هجائيا ونحويا، وتزويد الوثيقة بالارتباطات التشعبية Hyperlinks من أجل تنظيم المحتوى وسهولة قراءة الوثيقة.

٣- مرحلة ما بعد الاعداد. وتشمل العمليات التالية :

- عمليات الفهرسة الآلية لاستخراج الكلمات المفتاحية التي تفصح عن مضمون الوثيقة.
- عمليات الاستخلاص التي تنتقي من متن الوثيقة عددا محدودا من الجمل يعبر عن مضمونها الكلي.
- عمليات ترشيح الوثيقة من المعلومات الخاطئة والرديئة والضارة سواء أخلاقيا أو ثقافيا.
- تأمين الوثيقة من أجل المحافظة على سريتها، وعدم تشويه مضمونها، وذلك باستخدام أساليب التعمية encryption ، وطرق تأمين البيانات الأخرى.
- إعادة الصياغة: من أجل ضبط مستوى الصعوبة تلبية لمطالب المستخدم/ أو من أجل إخضاع صياغتها لنمط قياسي معين لتنظيم الوثائق داخل المؤسسة.



Exit



٤- عمليات دعم المستخدم وتتلخص في العمليات الأساسية التالية :

- قراءة النص أتوماتيكيا باستخدام آلية تحويل النص المكتوب لمقابلة المنطوق -
TTS: Text-To Speech .

- البحث في الوثيقة سواء من خلال البحث النصي textual search عن كلمة أو أكثر داخل النص
أو البحث الموضوعي thematic search بدلالة مدخل موضوعي معين.

- تحليل مضمون الوثيقة أتوماتيكيا وذلك من أجل استخلاص مفاهيمها الأساسية، والكشف عن بنيتها
الداخلية.

- مقارنة المنصوص آليا لتحديد الفقرات المتطابقة أو المتشابهة



Exit



أهداف النشر الإلكتروني

كانت تتحصر في هدف واحد هو قدرة الشبكات على نقل الملفات النصية لخدمة الأغراض العسكرية حتى بدأت أهداف النشر الإلكتروني تتعدى إلى المؤسسات الأكاديمية والجمعيات العلمية وغيرها بما في ذلك الأفراد وأصبحت أهدافه تتركز في النهاية في الآتي:

✦ تسريع عمليات البحث العلمي في ظل السباق التكنولوجي.

✦ توفير النشر التجاري الأكاديمي.

✦ وضع الإنتاج الفكري لبعض الدول على شكل أوعية إلكترونية.

✦ تعميق فرص التجارة الإلكترونية



Exit



مزايا النشر الإلكتروني والتحديات

✦ تقليل التكاليف

تكاليف الطبع والتوزيع والشحن في النشر التقليدي ولكن النشر الإلكتروني لا توجد مثل هذه التكاليف حيث يتم الشحن عبر شبكة الانترنت والطباعة تتم من قبل المستخدم.

✦ اختصار الوقت

يتم تبادل المعلومات في دقائق عبر الانترنت عن طريق زيارة الموقع المراد البحث فيه وتحميل المواد المطلوبة بسهولة.

✦ سرعة التوزيع واتساع نطاقه

يتم تحميل المواد بسرعة وكفاءة ويستطيع المستخدم التوصل إليها وتحميلها بسهولة.

✦ سهولة معالجة البيانات : من خلال النسخة الإلكترونية يتم التعامل مع البيانات والنصوص بحرية

✦ سهولة التعامل

تعتبر عملية النشر الورقي من الوسائل المرتفعة الثمن وتكون النشرة أو المطبوعة ضخمة الحجم



Exit



التحديات

هناك مجموعة من التحديات التي يجب أخذها في الحسبان لضمان نقل آمن للمعلومات بين الأطراف المتصلة، وتتنحصر هذه التحديات في ثلاثة محاور هي:

- ✦ خصوصية المعلومات (Privacy)
- ✦ سلامة المعلومات (Integrity)
- ✦ التحقق من هوية الأطراف الأخرى (Peer Authentication) ولتحقيق ذلك يجب تجنب الأخطاء التالية :

- تدوين كلمات المرور
- ترك الجهاز مفتوحاً
- فتح مرفقات البريد الإلكتروني
- اختيار كلمات مرور سيئة
- ترك الحاسب المحمول
- تجاهل سياسات أمن المعلومات



Exit



النشر على الانترنت

تعتبر هذه الوسيلة الأولى والأفضل في عملية النشر الإلكتروني وتتميز بالانتشار الواسع وإمكانية نشر تفاصيل أكثر

ما هو موقع ويب Web Site ؟

عبارة عن مجموعة مترابطة من ملفات شبكة الويب العالمية WWW والتي تتضمن ملف يعمل في البداية يسمى الصفحة الرئيسية ، ومن الصفحة الرئيسية تستطيع الانطلاق لجميع الصفحات داخل ذلك الموقع.

ما هو نظام الشبكة العالمية WWW ؟

World Wide Web وتسمى اختصارا : الشبكة web

وهي عبارة عن أجهزة كومبيوتر منتشرة في شتى أرجاء العالم ومتصلة ببعضها البعض وتستخدم أجهزة الكومبيوتر هذه معيار اتصال يدعى http (hyper text transfer protocol)



Exit



النشر على الانترنت

كيف تعمل الويب ؟

- معلومات الويب مخزنة في مستندات تُدعى صفحات الويب web pages
- صفحات الويب هي ملفات مخزنة في أجهزة الحاسب تدعى خادمت الويب web servers
- أجهزة الحاسب التي تقرأ صفحات الويب تدعى Web clients
- Web clients تعرض لنا الصفحات عن طريق برنامج يسمى متصفح الشبكة Web browser
ومن أكثر متصفحات الانترنت شيوعا ال Internet Explorer ، Netscape Navigator

مما يتكون الموقع ؟

- المساحة التي تقوم بحجزها لعرض ملفاتك على الانترنت ، فهناك شركات تقوم بتأجير مساحات على الانترنت لتقوم بوضع ملفاتك عليها وهو ما يسمى بشركات الاستضافة **Hosting**
- نطاق الموقع او عنوانه **Domain** وهو الاسم الذي يتم كتابته في المتصفح ليذهب اليه مثل عنوان الصفحة الرئيسية لموقع الاحصاء الفلسطيني هو www.pcbs.gov.ps



Exit



ARAB INSTITUTE
FOR TRAINING & RESEARCH IN STATISTICS



المعهد العربي
للتدريب والبحوث الإحصائية

النشر على الانترنت

خطوات انشاء موقع على الانترنت ؟

- تصميم الموقع على جهازك
- حجز في مكان لرفع موقعك على الانترنت Hosting
- اختيار نطاق او عنوان لموقعك domain مثل www.pcbs.gov.ps

ما هي انواع المواقع ؟

- 1- مواقع ثابتة (Static Sites): وهي المصممة بلغة HTML
- 2- مواقع متحركة (Dynamic Sites) : مصممة بلغات برمجة مثل ASP , ASP.NET , JSP , PHP , XML حيث ان هذه اللغات تسمح بالتعامل مع قواعد البيانات (Data Base) مثل : SQL, MySQL , Access , oracle



Exit



التواجد العربي على شبكة الانترنت

- تشير آخر الإحصاءات إلى أن عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية يعد ضعيفاً إذ لا يتجاوز ٤% من السكان فيما تصل هذه النسبة ٢٧% في الدول المتقدمة
- لا يتعدى عدد المواقع العربية نسبة ٧% من المواقع على شبكة الانترنت.
- ٨٠% من صفحات الانترنت هي باللغة الإنجليزية.
- ولكن الأعوام الأخيرة قد شهدت حضوراً عربياً متزايداً على شبكة إنترنت ميزه تسارع ملحوظ في عدد المستخدمين العرب. لقد بلغ عدد المواقع العربية هذا العام "حوالي عشرين ألف موقع عربي". اتسمت بجمال الشكل، وغنى المحتويات.



Exit



مشكلة المواقع العربية

- ❖ في البداية كانت مشكلة المواقع العربية انها لا تعرض بشكل جيد على المتصفحات لقد كانت تبدو عبارات غير مفهومة وعلامات استفهام ومربعات غامضة
- ❖ الحل كان في إنشاء متصفح عربي .. سندباد حل المشكلة بعض الشيء
- ❖ حل آخر .. لجأ المصممون العرب إلى حيلة الصور حيث حولوا نصوص المواقع إلى صور يمكن عرضها في كافة الحواسيب.. ولكن المشكلة كانت في بطء التحميل..
- ❖ الآن ومع التطور الكبير الذي شهدته الانترنت في العالم العربي.. أصبحت المواقع تصمم بلغات برمجة مثل HTML ، ASP ، ASP.NET ، JSP ، PHP جعلت من المواقع العربية في طليعة الركب الحضاري..

النشر العربي على الانترنت

ظهرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الانترنت في /سبتمبر ١٩٩٥ ونشرت صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور عبر شبكة الانترنت.

الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت كانت صحيفة النهار التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءً من الأول فبراير.

تعتمد الصحف الإلكترونية العربية المتوافرة عبر الانترنت في بثها للمادة الصحافية على ثلاث تقنيات هي:

- تقنية العرض كصورة
- تقنية PDF
- تقنية النصوص



Exit



النشر العربي على الانترنت

يمكن تقسيم ما يمارسه الناشر العربي على مستوى النشر على الانترنت إلى ثلاث فئات :

■ الفئة الأولى

تعتمد سياسة الحد الأدنى المتمثلة في إطلاق نسخ كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف.

■ الفئة الثانية

تعتمد بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الإعلامية الشاملة وهي تطور في مواقعها الموجودة للوصول إلى البوابة الإعلامية.

■ الفئة الثالثة

تعتمد سياسة الانطلاق من الصحيفة الإلكترونية دون وجود صحيفة مطبوعة أصلاً وفي هذا المجال نشير إلى صحيفة إيلاف الإلكترونية التي انطلقت في ٢١ أيار/مايو ٢٠٠١



Exit



خصائص النشر الإلكتروني

١- السرعة

سواء كان هذا النشر عبر البريد الإلكتروني ، مواقع Chat ، منتديات ، مجموعات بريدية ، صحف الكترونية وهذا فيه إعلاء لقيمة الوقت من ناحية واستجابة لسرعة الحياة ذاتها.

٢- التفاعلية

يتيح النشر الإلكتروني التفاعل بشكل آني مع المادة المنشورة سواء عبر :

- إرسال تعليق إلى الناشر أو الكاتب عبر البريد الإلكتروني .
- إدراج تعليق / قراءة / نقد / تصويب الخ في مكان النشر ذاته وهذا يحدث عادة في المجموعات التبادلية والمنتديات وتتيح هذه الخاصية تأكيد صحة أو نفي خبر بشكل آني (مواقع الأخبار) .
- تتيح للكاتب إن يرى ردود الأفعال التي تحدثها كتابته عبر قراء يتركون أثرا أو رقما في عداد القراءات (المنتديات) وكما يستطيع الكاتب والقارئ إن يعرف عدد زوار هذا (الموقع) من خلال عدد الزوار التراكمي الموجود على الصفحة الإلكترونية.
- إشراك القارئ في كتابة النص إذ إن التفاعل مع النص سيكون جزءا من النص ذاته لا بوصفه تعليقا فقط بل مشاركة حقيقية في صياغة النص.



Exit



٣- نفي المكان

وتتيح هذه الخاصية في النشر الإلكتروني إلغاء حاجز المكان ليتحول العالم كله إلى خارج الجغرافيا أو ليدخل في جغرافيا صغيرة هي جهاز الكمبيوتر الذي يستخدمه المتعامل

٤- كسر احتكار المعلومة

- أصبح كل مستخدم للانترنت هو مالك لكل المعلومات التي يريدها
- أتاحت الإنترنت للباحثين فرصة لتسهيل واختصار زمن البحث

٥- التشابك

- أتاح النشر الإلكتروني للنص المكتوب إن يتشابك مع فنون بصرية أخرى
- اختيار لون الخط و لون (الصفحة) الخلفية
- تحريك للصور أو الرسوم داخل النص
- تحول الهامش إلى متن عبر الارتباط التشعبي



Exit



قياس اثر النشر الالكتروني وتعزيزه

جودة الاستخدام Web Usability

- العمل على الموقع الالكتروني لا ينتهي بمجرد نشره على شبكة الإنترنت وإنما يعنى ذلك بداية العمل الجاد للمحافظة على استمرارية جودة الموقع والتي تعنى استمرارية تردد المستخدمين الحاليين والمستقبليين
- من أجل التأكد والمحافظة على جودة الموقع من حيث: المحتوى والبنية والتصميم والشكل والإخراج، والتي تترجم إلى زيادة عدد مرات تردد المستخدمين، لا بد من تقييم الموقع باستخدام اختبار القدرة على الاستخدام Usability Testing.

توجد عدد من الأسباب التي تدفع المسؤولين عن المواقع الالكترونية إلى التقييم وهي:

- للتأكد من أن الموقع يعكس أهداف المؤسسة أو الشركة ، ويعطى صورة جيدة ودقيقة عن خدماتها والعاملين بها.
- للتأكد من جودة المعلومات التي يقدمها الموقع من حيث: دقتها وحدائتها ومصداقيتها.
- للتأكد من مدى القدرة على استخدام الموقع، ومدى ملاءمته لاحتياجات وإمكانيات المستخدمين.
- كذلك يعد التقييم هو جزء من طبيعة أى عمل يراد له الاستمرارية والتطور.



Exit



جودة الاستخدام Usability

- القدرة على الاستخدام Usability Testing هي قياس مدى قدرة مجموعة من المستخدمين على استخدام وظائف محدده من الموقع.
- الموقع النموذجي يجب أن يعكس احتياجات المستخدمين منه.
- كان يتم تصميم وبناء المواقع من خلال رؤية خبراء تكنولوجيا المعلومات و تصميم المواقع لا من خلال احتياجات المستخدمين.
- بدأ مطوري ومصممي المواقع مؤخراً يدركون تدريجياً أهمية اختبار القدرة على الاستخدام Usability
- تم تطبيق أول اختبارات القدرة على كل من موقع IBM , Microsoft , Sun عام ١٩٩٤
- من هنا بزغت دراسات القدرة على الاستخدام Usability التي تنظر بعين الاعتبار إلى احتياجات وإمكانيات المستخدمين في كل مرحلة من مراحل إنشاء الموقع سواء كان تصميم أو تطوير أو إعادة تصميم Redesign



Exit



تعريف القدرة على الاستخدام Usability

العلاقة بين الأدوات والمستفيدين منها، وتعد الأداة الفعالة هي التي تسمح للمستخدمين بأداء المهام أو باستخدامها بأفضل طريقة ممكنة، وهذا التعريف ينطبق على الحاسبات الإلكترونية والبرامج والمواقع، ولكي نصف هذه الأنظمة على إنها تؤدي الوظائف المنوطة بها فإن ذلك يعني استطاعة استخدامها من قبل المستخدمين.

إنها درجة نجاح المستخدم في تعلم واستخدام المنتج لإنجاز هدف معين.

ويأتي على رأس هذه التعريفات تعريف المنظمة الدولية للتوحيد القياسي international standard organization (ISO) ، والتي تعرف القدرة على الاستخدام بأنها

" فعالية وكفاءة وارتياح مجموعة معينه من المستخدمين في أداء مجموعه من المهام في بيئة معينة".



Exit



القدرة على الاستخدام Usability

ويتضح من خلال تعريف الأيزو ISO أن العناصر الأساسية لقياس القدرة على الاستخدام ثلاثة عناصر هي :-

١- الفعالية Effectiveness

ويقصد بها مدى إنجاز الهدف .

٢- الكفاءة Efficiency

ويقصد بها المجهود اللازم لإتمام هدف معين أو مهمة معينة.

٣- ارتياح ورضاء المستفيد Satisfaction

وهو مدى مستوى الارتياح الذي يشعر به المستفيد عند استخدام المنتج، ومدى قبوله للمنتج كأداة لتحقيق أهدافه



Exit



أهمية Usability Testing

جميع التعريفات تستهدف العناصر الثلاثة التالية:

- ✦ الأداة (الأجهزة المادية والبرامج أو أى أداة مستخدمة لخدمة الإنسان).
- ✦ الهدف المراد إنجازه.
- ✦ المستخدم.

الأهمية

تعود أهمية مثل هذه الاختبارات أنها تسمح للمسؤولين عن الموقع بتطويره بما يتلاءم مع احتياجات المستخدمين عن طريق:

- ✦ تحديد المشكلات والعمل على إيجاد حلول لها.
- ✦ التعرف عن قرب على احتياجات المستخدمين لأن المستخدم قد يغادر الموقع بلا رجعة إما لصعوبة استخدامه أو لأنه لا يلبي احتياجاته .



Exit



احصاءات ذات علاقة

- درجة جودة الاستخدام لحوالي ٩٠% من المواقع الالكترونية دون المتوسط.
- اكثر من ٦٠% من المستخدمين لا يجدون ما يبحثون عنه على الانترنت.
- يوجد على الانترنت اكثر من ٤٠ مليون موقع الكتروني ولكن لا أحد يعرف ما هو عدد المواقع التي تعمل (Active) أو حجم الاستخدام.
- غالبية المواقع على الانترنت تستخدم حوالي ٤٠% من الوقت كاقصى حد.



Exit



حقائق ذات علاقة باستخدام المواقع على الانترنت

- ❖ لا يوجد تطبيق لمفهوم "دليل استخدام الموقع الالكتروني" وفي حال توفره لن يكون هناك له أي استخدام والممارسات الجيدة في هذا المجال لا تدعم فكرة اعداد دليل للمستخدم.
- ❖ يعتبر بقاء الموقع الالكتروني أحد أهم العوامل المنفردة للمستخدمين لأن الاستخدام مرتبط بتكاليف.
- ❖ مستخدمي الانترنت لا يحبذون تعلم خطوات محددة ومرتبطة بموقع الكتروني واحد لانجاز مهمة محددة ولكن يفضلون Self Driven Sites.
- ❖ معظم الشركات التجارية تستخدم Usability Experiments خلال عمليات تطوير المواقع الالكترونية مثل HP , Canon .

طريقة عرض المحتوى في المواقع الالكترونية وأثر ذلك على جودة الاستخدام

من خلال الدراسات تم التوصل الى النتائج التالية:

- ✦ مستخدمي المواقع الالكترونية عادة لا يعرفون من أين يبدأ البحث عن المعلومات ، كما إنهم يرتبون من كثرة الخيارات.
- ✦ أن القائمين على تصميم الصفحات الالكترونية يقومون بالتصميم بناءً على رؤيتهم باعتبار أن ذلك الأفضل، دون وضع آراء المستخدمين في الاعتبار.
- ✦ أن المصطلحات التي تستخدم في الصفحات الالكترونية يصعب فهمها من قبل المستخدمين مثل مصطلح قاعدة بيانات وفهرس وكشاف... الخ .
- ✦ أن المستخدمين يفضلون البساطة في التصميم
- ✦ أن المستخدمين لا يقرأون صفحات الويب الطويلة .
- ✦ أن المستخدمين الذين لا يجدون المعلومات التي يبحثون عنها يتطلعون إلى المساعدة الشخصية



Exit



المشكلات التي قد تتسبب في عدم صلاحية الموقع الالكتروني

من خلال اختبار الموقع بواسطة المستخدمين الفعليين منه قد يلاحظ عدد من المشكلات التي قد تتسبب في عدم صلاحيته:

- ✦ منطقيه تنظيم المحتوى وهل غالباً ما يرتبك المستخدم ولا يعلم من أين يأتي ولا من أين يعود عند تصفحه الموقع .
- ✦ إدراك واستيعاب أدوات التصفح شكلاً ولفظاً بمعنى هل أدوات التصفح واضحة .
- ✦ بنية الصفحة هل يستطيع المستخدم قراءة العناوين الرئيسية والفرعية.
- ✦ عمق التصفح: ويقصد به عدد مرات النقر بالماوس للوصول للمعلومات الرئيسية والهامة داخل الموقع.



Exit



المشكلات التي قد تتسبب في عدم صلاحية الموقع الالكتروني

وقد أجمل "جاكوب نيلسن" Jakob Nielsen مشكلات القدرة على الاستخدام التي يمكن أن يجدها المستخدمين على مستويين هما:

١. على مستوى الموقع:

من حيث بنية المعلومات والتصفح والبحث وتصميم الروابط الخارجية والداخلية، وأسلوب الكتابة، والشكل الجرافيك، والأيقونات.

٢. على مستوى الصفحة:

والتي قد تتمثل في عدم إدراك واستيعاب العناوين الرئيسية، والروابط، ورسائل الخطأ، والأيقونات، والجرافيك.



Exit



طريقة عرض المحتوى في المواقع الالكترونية وأثر ذلك على جودة الاستخدام

١- طريقة Look and Feel

والتي تعرض للمستخدم معظم ما يمكن أن يقدمه الموقع في الصفحة الرئيسية حيث يتطلب استخدام أي وظيفة للموقع على الأكثر Two Mouse Clicks

٢- طريقة الوظائف المركبة Structured Method

والتي تعني تجميع الوظائف المتشابهة وبالتالي يكون حجم المعلومات المعروضة على الصفحة الرئيسية أقل ويتطلب الوصول الى معلومة اضافية (تفصيلية) عدة خطوات



Exit



العوامل التي تحكم جودة الاستخدام

ولكى نقر بسهولة وصلاحية استخدام أى موقع فإن ذلك يمكن قياسه من خلال العناصر التالية:

١- سهولة التعلم Easy of learning

وهى مدى سرعة المستفيد فى تصفح الموقع لأول مرة وتفهمه وإدراكه للموقع لإنجاز المهام الأساسية.

٢- فعالية الاستخدام Efficiency of use

مدى سرعة المستفيد الذى لديه ألفه بالموقع أو الذى يستخدمه فى المرة التالية فى أداء المهام الأساسية.

٣- إمكانية التذكر Memorability

وهى مدى إمكانية تذكر المستفيد الذى تصفح الموقع من قبل دون الحاجة الى إعادة التدريب أو الاستعانة بالأدلة للقيام بذلك.

٤- تكرار الخطأ Error frequency and severity

ويعنى بها هل يقع المستفيد فى خطأ متكرر دائماً عند استخدامه الموقع، ومدى جديده هذه الأخطاء، وكيف يقوم المستفيد بالتغلب عليها.

٥- مدى موضوعيه وارتياح المستفيد Subjective satisfaction

وهى إلى أى مدى يفضل المستفيد استخدام الموقع.



Exit

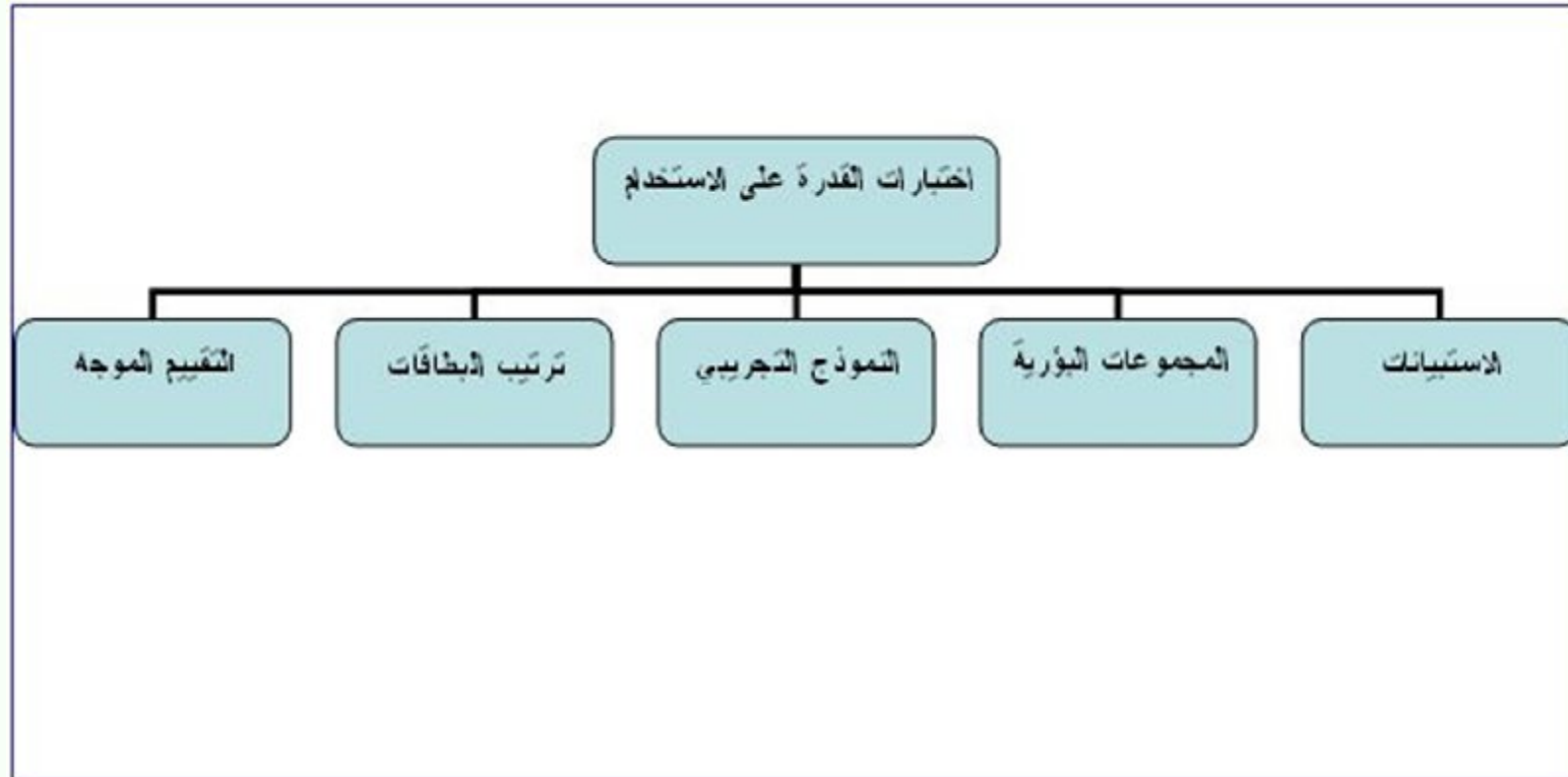


آليات ضمان جودة الاستخدام

- استخدام الممارسات الجيدة والتجارب الدولية في مجال تصميم مواقع الكترونية متخصصة.
- الاستبيانات :Questioners
- المجموعات البؤرية focus group
- اختبار النموذج التجريبي Prototype Test
- أسلوب ترتيب البطاقات Card sorting
- التقييم الموجه heuristic usability

كل طريقه أو أسلوب له وظيفته وأهميته في مرحلة معينة من مراحل تصميم المواقع

طرق اختبارات القدرة على استخدام مواقع شبكة الانترنت



مراحل إعداد الاستبيان

١- تحديد وجه استخدامه

- تعد الاستبيانات من أسهل الطرق وأقلها تكلفة لجمع البيانات من وعن عدد كبير من المستخدمين وطبيعة استخدامهم للمواقع، ويمكن استخدام الاستبيانات في مرحلتين هما:-
- بعد نشر الموقع على شبكة الإنترنت حيث من الضروري استمرارية التغذية المرتدة لمراقبة ومتابعة تفاعل المستخدمين مع الموقع وذلك عن طريق وضع الاستبيان في الموقع على الصفحة الرئيسية.
- في مرحلة الإعداد لنشر الموقع على شبكة الإنترنت والاستعداد لتصميمه فيمكن الوصول إلى المستخدمين للتعرف على اتجاهاتهم واحتياجاتهم عن طريق شراء قوائم البريد الإلكتروني من الجهات والمواقع ذات الاهتمام المشترك، أو عن طريق المواقع التي يتردد عليها المستخدمين والتي تعمل في نفس مجال الموقع



Exit



مراحل إعداد الاستبيان

٢- الإعداد

هناك عدد من الأمور يجب مراعاتها قبل توزيع الاستبيان على المستفيدين مثل:

- اختيار عينه مناسبة تمثل المستفيدين الفعليين (هذا في حالة إذا هناك إمكانية لمقابلة المستفيدين)

- إعداد عدد من الإجابات الملائمة لطبيعة كل سؤال.

- الجذب الكافي للإجابة على الاستبيان

ويقصد بالجذب الكافي للمستفيدين رصد مكافأة كتحفيز للإجابة على الاستبيان كمكافأة مادية على سبيل المثال.



Exit



مراحل إعداد الاستبيان

٣- تحديد أسئلة الاستبيان

محتوى الاستبيان يجب أن يشتمل على أسئلة تدور في ثلاثة محاور أساسية هي:

- ١- أسئلة تتعلق بالمستخدم User Profile : مثل (وظيفته، تعليمه، اهتماماته، عمره...).
- ٢- أسئلة عن طبيعة استخدام الإنترنت Surfing Profile : مثل كيف ومتى وأين ولماذا يستخدم المستخدم الإنترنت.
- ٣- أسئلة عن طبيعة استخدام الموقع Site Usage : مثل ما الذي يريده المستخدم وما لا يريده في الخدمات التي يقدمها الموقع.

على الرغم من أن الاستبيان وسيلة تتسم بالسهولة وقلة التكلفة لقياس اتجاهات المستخدمين والتعرف على احتياجاتهم، إلا إنه قد لا يمثل المستخدمين الفعليين من الموقع

المجموعات البؤرية Focus Group

- المجموعة البؤرية عبارة عن مجموعة من الأشخاص يتراوح عددهم ما بين ٨ إلى ١٢ من المستفيدين الفعليين للموقع حتى يسهل إدارة الجلسة.
 - يدير النقاش فيها أحد الخبراء في مجال القدرة على استخدام المواقع أو المسؤولين عن الموقع لمدة ساعتين.
 - يتم خلالها تغطية عدد كبير من الجوانب التي تتعلق بإنشاء وتصميم الموقع والاستفسار عما تم ملاحظته من إجابات المستفيدين في الاستبيان، ويتم تسجيل هذه المناقشة أو تدوينها.
 - ويعد الهدف من هذه المناقشة التعرف عن قرب بالمستفيدين لتحديد احتياجاتهم وتطلعاتهم، إلا إنها ليست وسيلة جيدة لتقييم ورصد التفاعل الإنساني مع الموقع لأنها مجرد منتدى يضم مجموعة من الآراء.
- في هاتين الطريقتين (الاستبيان والمجموعات البؤرية) مازالت متابعه المستفيد ورصد استخدامه وسلوكه مع الموقع بعيدة عن أعين مسئولى ومطورى المواقع، لا بد من متابعه ورصد تفاعل المستفيد مع الموقع عن قرب.



Exit



اختبار النموذج التجريبي Prototype Test

- تقوم هذه الطريقة على إعداد نسخة أو مسودة مبدئية من الموقع أو جزء من الموقع، وهذا النموذج أو المسودة لا تحمل كل محتوى أو ملامح الموقع بل عادة ما تتضمن الصفحة الرئيسية للموقع وعدد من الصفحات التي تتبع أو تتلو الصفحة الرئيسية.

- الغرض الرئيسي من إعداد هذا النموذج هو اختبار بنية وتنظيم المعلومات وتصميم الصفحات

يمكن إعداد النموذج الأولي أو المبدئي وفقاً لأحد النوعين التاليين:

١- النموذج التجريبي البسيط Low- Fidelity Prototype

يتم إعداد وبناء هذا النموذج التجريبي من الورق أو باستخدام برنامج مثل برنامج Power Point

٢- النموذج التجريبي المتقدم High- Fidelity Prototype

يستغرق إنشائه وقت طويل حيث يتطلب إنشائه لغة برمجة مثل لغة html أو Java script ، ولذا فهو يحمل الكثير من ملامح الموقع الفعلي ومن ثم يمكن الحصول على نتائج دقيقة مما يسهل سرعة الانتقال إلى إنشاء الموقع الفعلي.



Exit



أسلوب ترتيب البطاقات Card Sorting

- ✦ يتم إجراء هذا التقييم بإحضار مجموعة من المستخدمين يتراوح عددهم ما بين خمسة إلى عشرة أشخاص ويقدم لكل مستفيد مجموعة من البطاقات ، تمثل كل بطاقة منهم صفحة أو مفردة أو خدمة من مكونات الموقع.
- ✦ يطلب من كل مستفيد أن يرتب هذه البطاقات بطريقة منطقية بحيث يضع كل مجموعة من البطاقات مع بعضها البعض وفقاً للعلاقة بينهم ، ثم يطلق مسمى على كل مجموعة .
- ✦ يعطى كل مستفيد بطاقات فارغة لإنشاء قطاعات موضوعية قد يرى أن الموقع بحاجة لها ويراعى أن تكون هذه البطاقات كبيرة الحجم لإمكانية إضافة بعض الأسئلة مثل:
 - ما إذا كان المصطلح أو المفهوم واضح وملائم أم لا، ووضع اختيارات لإجابات مثل نعم ولا وغير متأكد.
 - ما البدائل في حالة عدم ملائمة المصطلح .

مميزات هذه الطريقة:

- 1- سهولة الإعداد وقلّة التكلفة.
- 2- تمكن من فهم كيفية تفكير المستخدمين في تنظيم المفاهيم.
- 3- تحدد المفاهيم التي من الصعب تحديدها أو المفاهيم التي يمكن أن تكون غير مفهومة للمستخدمين.



Exit



التقييم الموجه Heuristic Evaluation

أنشأ هذه الطريقة "جاكوب نيلسن" Jakob Nielsen عام ١٩٩٠ وهو أحد الخبراء في مجال التفاعل الإنساني مع الآلة.

- وهي طريقة يقوم بها مجموعة من الخبراء أو مجموعة من المستفيدين المدربين يتراوح عددهم ما بين ثلاثة إلى خمسة أشخاص بمضاهاة واجهة استخدام المواقع بمجموعة من مبادئ التصميم.
- هذه القواعد تسمى المرشد أو الموجة Heuristic

القواعد التي قام على إعدادها كل من "جاكوب نيلسن" Jakob Nielsen يقوم باستخدام هذه القواعد العديد من مطوري ومصممي المواقع، وهي عبارة عن عشرة قواعد

١- شفافية النظام Visibility of system status

الموقع يجب أن يجعل المستخدمين على معرفة بما سيحدث من خلال وسيلة مناسبة وفي وقت مناسب.

٢- الانسجام بين النظام والعالم الحقيقي للمستخدم Match between system and the real world

يجب أن يتحدث الموقع بنفس مفردات ومفاهيم ولغة المستخدم التي يألفها بدلاً من استخدام مصطلحات بعيدة عنه، واستخدام كل ما هو مألوف له في العالم الحقيقي وتنظيم المعلومات بشكل منطقي وطبيعي.



Exit



قواعد تقييم " جاكوب نيلسن " Jakob Nielsen

- ٣- **سيطرة وحرية المستخدم User control and freedom**
منح المستخدم قدرًا من التحكم على طريق تقديم عدد من الخيارات في أشكال تقديم المعلومة مثل أمر **undo** والذي يقصد به الرجوع في الأمر **redo** العودة إلى الأمر مرة أخرى.
- ٤- **الثبات والمعيارية Consistency and standards**
وذلك من خلال التوحيد وتقنين استخدام المصطلحات والوظائف وأسلوب العمل والأماكن، من خلال إتباع الأشكال الموحدة والمألوفة.
- ٥- **منع الأخطاء Error prevention**
إن أفضل تصميمات المواقع التي تمنع حدوث أخطاء أو أى نوع من المشكلات خاصة في أول مكان يستقبل المستخدم وهو الصفحة الرئيسية للموقع.
- ٦- **الإدراك بدلاً من الاستدعاء Recognition rather than recall**
ويقصد بها وضع الوظائف والخيارات بشكل واضح ومرئى بحيث لا يرهق ولا يضطر المستخدم في تذكر ملامح الموقع عند تصفحه والتنقل من مكان لآخر، كما يجب أن تكون تعليمات استخدام الموقع واضحة ومرئية وسهل استرجاعها وقت الحاجة إليها.



Exit



قواعد تقييم " جاكوب نيلسن " Jakob Nielsen

٧- مرونة وكفاءة الاستخدام Flexibility and efficiency of use

يجب على الموقع مراعاة مستويات المستخدمين منه من المبتدئين وذوى الخبرة.

٨- الجوانب الجمالية وتطرف التصميم Aesthetic and minimalist design

يجب أن تكون مفردات التصميم والتي تمثل لغة الحوار مع المستخدم محددة بحيث لا تحتوى على معلومات غير مناسبة أونادر استخدامها، لأن زيادة مساحة المعلومات غير المناسبة تؤدي إلى منافسة وحدات ومفردات المعلومات المطلوبة وتقلص من حجم ومساحة رؤيتها.

٩- مساعدة المستخدم على التشخيص والتغلب على المشكلات

Help users recognize diagnose, and recover from errors

ويعنى بهذا المعيار أن تكون رسائل الخطأ مفهومة وتشير بدقة إلى المشكلة ومقترحات التغلب عليه.

١٠- المساعدة والإسناد Help and documentation

ويعنى بها تقديم المساعدة المساندة للمستخدم فى الموقع، على الرغم من أنه ليس من المفترض وجود مساعدة لأن ذلك يعنى سهولة استخدام الموقع.



Exit



قواعد تقييم (OCLC)

هي مجموعة من الإرشادات تم إعدادها بناءً على قواعد وإرشادات " جاكوب نيلسن " Jakob Nielsen ، وقد اتفقت معها في القواعد من ١ إلى ١٠ ، ولم تزد عليها إلا في إضافة أربع قواعد فقط هي:

١١- التدفق Affordances

ويعنى بها هل يفهم ويدرك المستخدم ماذا يعنى النص أو الجرافيك قبل استخدامهم وتنشيطهم.

١٢- استخدام التقسيم أو لتجزىء Use chunking

ويعنى به تقسيم المعلومات الكبيرة أو التي تستدعى تقسيم في شكل نقاط أو عناصر بحيث تحتوى كل نقطة أو عنصر على فكرة وعدم عرضها وتقديمها كفكرة واحدة حتى يسهل استخدامها.

١٣- استخدام مستويات متقدمة من التفاصيل

ويعنى بها تنظيم المعلومات في شكل هرمي مع مقدمة عامة قبل الخوض في التفاصيل الدقيقة، وذلك لتشجيع المستخدم في التعمق أو التوقف عند المعلومة التي يريدونها.

١٤- عدم خداع المستخدمين Don't lie to the user

ويعنى بهذه القاعدة مراعاة عدم وجود روابط عمياء، أو روابط لمعلومات ليست موجودة في الموقع.



Exit



تجربة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني في النشر الإلكتروني

يقوم الجهاز بنشر البيانات الإحصائية باستخدام عدة وسائل منها المطبوعات واستخدام وسائل تكنولوجية حديثة كالإنترنت، البريد الإلكتروني، الأقراص المضغوطة (CD's) والأقراص المرنة .

- النشر عبر الإنترنت:

اتجه الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني إلى نشر الإحصائيات من خلال سلسلة بيانات تاريخية حيث يتم نشر البيانات تفصيلا لأحدث سنة متوفرة أما بقية السنوات السابقة فيتم نشر المؤشرات الرئيسية لها فقط على شكل سلسلة تاريخية، وإذا احتاج المستخدم لبيانات تفصيلية فإنه يرجع إلى قسم خدمات الجمهور في الجهاز لتزويده في البيانات المطلوبة.

- النشر عبر وسائط إلكترونية أخرى مثل CD's والأقراص المرنة:

حيث أن المستخدم والباحث لا يحتاج إلى شراء الكتب والمراجع وإنما يستطيع الحصول عليها إلكترونيا وذلك بتزويده بأقراص مضغوطة CD's أو مرنة، وتعتبر هذه الوسيلة من الوسائل سهلة النقل والتعامل وأخف وزن وإمكانية وضع كثير من البيانات.



Exit



وقد قام الجهاز بإصدار سلسلة من التقارير الإحصائية على CD's وتم إضافة تقنيات إلكترونية حديثة تتيح التصفح والعرض بشكل سهل ومرن وجذاب وهو PDF.

وقد تم استخدام PDF في تحويل النشرات لأسباب التالية:

- ١- الدقة: بحيث تحفظ تقنية PDF تنسيق الصفحة Page Layout
- ٢- الحجم المضغوط: حيث ان تلك الملفات صغيرة الحجم وذلك يساعد على نقلها بسهولة وبسرعة
- ٣- سهولة قراءتها وذلك عن طريق برنامج Acrobat Reader المتوفر مجانا والمنتشر بشكل واسع.
- ٤- جودة العرض والطباعة حيث يسمح للقارئ بتكبير اجزاء الصفحة دون تاثر الحروف ودون تشويه لشكل الصفحة.
- ٥- اللغة العربية: حيث يسهل قراءة اللغة العربية على اي متصفح بدون وجود مشاكل في العرض.



Exit



تأهيل البيانات الخام (Micro data)

- تأهيل البيانات الخام (Micro data)

يقوم الجهاز بتأهيل البيانات الخام للاستخدام العام من قبل جمهور المستفيدين والباحثين على اختلاف تصنيفاتهم وذلك مع مراعاة سرية البيانات الفردية وفق آلية معينة لنشر هذه البيانات ويتم نشرها من خلال CD'S واعطاء رخصة استخدام حسب نوع الاستخدام ويتيح هذا النوع من النشر توفير البيانات للمستخدمين للتعامل معها بحرية واستخلاص النتائج.

وقد كانت تجربة الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني الأولى في هذا المجال هي معالجة وتأهيل بيانات التعداد العام للسكان والمساكن والمنشآت-١٩٩٧. وحاليا يقوم الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني بتأهيل بيانات معظم المسوح التي ينفذها.



Exit



التحديات المستقبلية

على الرغم من ان الجهاز قام بجهود كبيرة ومتميزة على الصعيد الوطني والاقليمي في مجال نشر وتعميم البيانات الاحصائية الا انه لا يزال هنالك الكثير من التحديات والمهام لمواكبة التطور التكنولوجي السريع حيث يطمح الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني لرفع مستوى الاداء التقني والتكنولوجي للنشر الالكتروني ويتجه الى توفير الامكانيات التالية:

- ✦ بيع المنتجات الاحصائية باستخدام الانترنت وذلك عن طريق تعبئة نموذج شراء مباشرة وارسال النموذج عبر البريد الالكتروني أو عبر الانترنت ومن ثم يتم ارسال هذه المنتجات الاحصائية وفقا للطلب وبشكل الكتروني او عبر البريد العادي حسب الرغبة.
- ✦ انشاء قاعدة بيانات نشر على الصفحة تحتوي على جميع البيانات الاحصائية وعمل نظام اشتراكات يقوم المشترك من خلاله بادخال اسمه وكلمة المرور ليتمكن من التعامل مع البيانات وذلك حسب آلية اشتراكات وصلاحيات محددة سابقا.
- ✦ التقليل من الورقيات من خلال تعزيز استخدام الإنترنت وتطويرها داخل الجهاز
- ✦ انشاء قاعدة بيانات مكتبية على الإنترنت تمكن موظفي الجهاز من الاستفسار عن الكتب الموجودة داخل المكتبة وامكانية استعارتها ويمكن تعميم هذه الخدمة خارج نطاق الجهاز بالمستقبل.



قضايا محددة

ومن أهم مرتكزات عملية النشر أن تكون البيانات المنشورة ذات جودة ومصداقية عالية وأن تصل إلى كافة فئات المستخدمين في نفس الوقت وبأفضل وأسهل الطرق والآليات الممكنة. وتشمل عملية نشر وتعميم البيانات قضايا كثيرة ومتعددة، وفي هذه الورقة سوف نتطرق إلى قضايا محددة حول النشر والتركيز عليها وإعطائها أولوية في التنفيذ. وتتلخص هذه القضايا بالأمور التالية:

- تطوير المنهجيات والوسائل المتبعة حالياً.
- تطوير استراتيجية للاتصال مع الجمهور.
- التوازن بين التسويق والتعميم.
- نشر الوعي الإحصائي لدى المواطنين العاديين.
- الاستثمار في العلاقة مع الأكاديميين ومراكز البحث.
- التحديات المستقبلية.



Exit



تطوير المنهجيات والوسائل المتبعة حاليا

التطور التكنولوجي المتسارع يحتم علينا مواكبة هذا التطور قدر الإمكان وحسب الإمكانيات المتاحة، ومن غير الممكن الاستمرار في نفس المنهجيات والوسائل المتبعة دون مراجعة مستمرة وتطوير لهذه الوسائل بين الحين والآخر لتتلاءم مع المستجدات وقد شرع الجهاز في تطوير الوسائل والمنهجيات المتبعة في نشر وتعميم البيانات الإحصائية، ومن أبرز الأنشطة التي قام الجهاز بتنفيذها في هذا المجال ما يلي:

- تقليل عدد النسخ التي يتم طباعتها من التقارير الإحصائية حيث أصبحت النسخ التي يتم طباعتها ٣٥٠ نسخة فقط من أصل ٥٥٠ نسخة كانت تطبع في السابق.
- توزيع الاهداءات الخارجية من منشورات الجهاز على أقراص مدمجة بدلا من التقارير الورقية.
- إعادة النظر بصورة دورية في شكل ومحتويات التقارير الإحصائية وتطويرها حسب احتياجات المستخدمين.
- العمل على إنشاء قواعد بيانات إحصائية محوسبة (تجميعية وتفصيلية).
- بيع البيانات الخام والإفراج عنها على CD ROM بعد تأهيلها للاستخدام العام.
- إعداد نشرات محوسبة (PDF) بطريقة عرض سهلة على CD ROM.



Exit



تطوير استراتيجية للاتصال مع الجمهور

لقد كانت مهمة بناء الثقة مع الجمهور وتعزيزها من الأولويات الأولى للجهاز وكان لا بد من الاعتماد على مجموعة من السبل التي تحقق حالة من الثقة مع الجمهور، تم تطويرها كلما تراكمت التجربة، ويمكن الإشارة إلى هذه السبل بالآتي:

- التأكيد على حق المواطن بالمعرفة بالرقم الإحصائي في ذات الوقت مع المسؤول " The right to know "، وقد تبنى الجهاز هذا المبدأ وتم إقراره ضمن قانون الإحصاءات العامة لعام ٢٠٠٠ .
- التخطيط والتنفيذ لبرنامج سنوي من ورشات العمل التي كانت تعقد في كافة المحافظات والتي كانت تغطي مختلف البرامج الإحصائية التي يغطيها الجهاز.
- التخطيط والتنفيذ للحملات الإعلامية التي تروج للمسوح الميدانية المختلفة
- لقد تم إنشاء مكاتب خاصة بالجهاز في مختلف المحافظات والتي أنيط بها بناء علاقات مع المجتمع المحلي وتعزيز العلاقات والإبقاء عليها بما يخدم فعاليات الجهاز
- توزيع نشرات إحصائية على الأسر والمنشآت التي تقع في عينات المسوح حول نتائج المسوح التي يجري تنفيذها والتي تحتوي على ملخصات إحصائية للنتائج
- لقد تم توزيع ٥٠٠٠ نسخة من قانون الإحصاءات العامة لعام ٢٠٠٠ على المنشآت الكبيرة لغاية التعريف بالبعد القانوني لعملية جمع البيانات، وإبراز موقع المواطن في مدخلات ومخرجات العملية الإحصائية.



Exit



التوازن بين التسويق والتعميم

- تعتبر عملية تسويق المنتجات الإحصائية مرحلة مهمة من عملية نشر البيانات بحيث يمكن أن تصل هذه المنتجات إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين.
 - تسعير المنتجات الإحصائية يجب أن تراعي الوضع الاقتصادي العام في الدولة وأن تحدد عوامل احتساب سعر أي منتج على أن يكون الحد الأدنى لسعر أي منتج هو سعر التكلفة ولا مانع من هامش صغير للربح في بعض الأحيان.
 - وقد يكون لبعض الخدمات الخاصة مثل إعداد بيانات إحصائية معالجة أهمية خاصة، ولهذا السبب فإن تسويقها يحتاج إلى مجهود مميز وبالتالي يترتب على ذلك تكاليف إضافية. وينطبق الأمر كذلك على الخدمات المباشرة التي يتم إتاحتها على الصفحة الإلكترونية.
- تعميم البيانات المقصود بها إتاحة منتجات إحصائية معينة إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين دون أن يدفع المستخدم أي رسوم أو تكاليف، ويهدف هذا النشاط إلى تعريف المستخدمين بالمنتجات الإحصائية والترويج لها.**
- وتأتي سياسة الإهداءات المتبعة في الجهاز وسياسة تبادل المطبوعات ضمن هذا الإطار حيث يتم تعميم منشورات الجهاز على فئات مختلفة من المستفيدين داخل وخارج الوطن
 - تلعب الصفحة الإلكترونية دورا كبيرا في هذا المجال حيث يتم نشر بيانات إحصائية تفصيلية كبيرة ويتم تحديثها باستمرار. ويمكن إصدار منشورات الجهاز المميزة على CD وتعميمها مثل نشرات التعداد.
- عمليتي التسويق والتعميم عمليتين متلازمتين ويكملان بعضهما البعض والتوازن فيما بينهما أمر مهم وحيوي ولا يجوز أن يطفى أحدهما على الآخر .**



Exit



نشر الوعي الإحصائي للمواطنين العاديين

من أجل تعزيز وبناء ثقة المواطن بالإحصاء وتفعيل دور الإحصاء في حياة المواطن العادية، وحتى نتمكن من تعريف المواطن العادي بعلاقة الإحصاء بالتنمية وحقوق الإنسان فإنه لا بد من إصدار عدد من الكراسات والنشرات إضافة إلى إصدار روزنامة سنوية باسم الإحصاء:

وفيما يلي سرد للإصدارات التي يمكن إعدادها:

- مفكرة/روزنامة باسم الإحصاء وتشمل المواضيع التالية:
(مفكرة العام ، نبذة عن الجهاز ، التجمعات الفلسطينية، إحصائيات مختارة)
- كراس للطلبة وتشمل المواضيع التالية:
(أهمية الإحصاء في المجتمع ، أهمية الإحصاء في تنمية العملية التربوية ، إحصائيات مختارة عن الطلاب والمدارس)
- كراس حول الإحصاء والتنمية ويشمل المواضيع التالية:
(أهمية ودور الإحصاء في تنمية المجتمع ، مساهمة الجهاز في تنمية المجتمع الفلسطيني ، إحصائيات مختارة)
- كراس حول الإحصاء وحقوق الإنسان ويشمل المواضيع التالية:
(أهمية ودور الإحصاء في المجتمع ، مساهمة الجهاز في التوعية بحقوق الإنسان ، إحصائيات مختارة)
- كراس حول قانون الإحصاءات العامة ٢٠٠٠ ويشمل:
(أهمية ودور الإحصاء في المجتمع ، إدراج القانون أو أهم البنود ، التوعية في مجال تعاون المؤسسات مع الجهاز ، المحافظة على خصوصية الفرد)



Exit



الاستثمار في العلاقة مع الأكاديميين ومراكز البحث

يمثل الجانب الأكاديمي ومراكز البحث الخطوة الوسيطة بين منتج الإحصاءات الرسمية ومستخدمها لأغراض السياسات والتخطيط، حيث أن مراكز الأبحاث تسهم بشكل فاعل في تحويل الإحصاءات والجداول الإحصائية إلى معلومات قابلة للفهم والتدخل من جانب متخذ القرار وصانع السياسة.

وفي هذا الإطار فان الجهاز يقوم بعدد من الخطوات الأساسية لتثبيت مبدأ الشراكة بين مؤسسات البحث والأكاديميين والجهاز كمنتج للبيانات:

- توثيق العلاقة وخلق حالة من التوأمة مع مراكز الأبحاث الاقتصادية والاجتماعية، وتوفير البيانات لهم حال اعتمادها رسميا.
- إشراك الباحثين والأكاديميين في جميع ورش العمل والتشاور معهم قبل تنفيذ الأنشطة الإحصائية.
- الاستماع لنصائح الباحثين والأكاديميين في تقييم المخرجات الإحصائية لا سيما الاقتصادية.
- توقيع مذكرات تفاهم مع الجامعات ومراكز الأبحاث وتبادل الخبرات والمنشورات معهم.
- إشراك الباحثين والأكاديميين في المؤتمرات التي عقدها الجهاز للاستماع لوجهات نظرهم في النظام الإحصائي.



التحديات المستقبلية

قام الجهاز بجهود لا بأس بها في مجال نشر وتعميم البيانات بهدف الوصول في النهاية إلى بناء نظام نشر متكامل وفعال والذي من أهم عناصره ما يلي:

- ✦ تطوير سياسة لنشر وتعميم البيانات.
- ✦ تطوير سياسة أمن وحماية البيانات.
- ✦ تطوير آليات وإجراءات ترويج وتسويق المنتجات الإحصائية.
- ✦ تطوير سياسة تسعير المنتجات الإحصائية.
- ✦ تطوير العلاقة مع مستخدمي البيانات.
- ✦ تطوير الأدلة والمعايير اللازمة للنشر.



Exit



التحديات المستقبلية

- أهم التحديات المستقبلية في مجال نشر وتعميم البيانات الإحصائية:
- تطوير تقنيات النشر الإلكتروني وإدخال خدمات فورية ومباشرة وخاصة على الصفحة الإلكترونية الخاصة بالجهاز على أن تشمل قواعد بيانات إحصائية.
 - تطوير عملية نشر وتعميم البيانات لتتلائم مع المعايير الدولية بشكل عام وخاصة المعايير التي صدرت عن صندوق النقد الدولي (SDDS, GDDS) وكذلك المبادئ الأساسية للإحصاءات الرسمية الصادرة عن الأمم المتحدة.
 - بناء علاقة شراكة حقيقية مع مستخدمي البيانات.
 - لا زال هناك حاجة إلى خلق ثقافة أوسع في مجال استخدام الإحصاءات في الأبحاث والمشاريع الدراسية التي تحت إشراف الجامعات.
 - هناك حاجة لتقدم أكثر في مسألة استقطاب أكاديميين للعمل في الجهاز بشكل غير متفرغ لضمان فهم أفضل لاحتياجاتهم.
 - هناك حاجة لتطوير سياسة اتصال تتضمن وسائل نشر مختلفة تتناسب مع مختلف احتياجات المستخدمين.
 - تطوير خطة نشر تركز على احتياجات مستخدمي البيانات.
 - تطوير مركز معلومات لخدمة الجمهور في المقر الرئيسي والمكاتب اللوائية.



Exit

