

أثر العلاقات العامة
في
تحسين أداء العمل الخيري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

والحمد لله رب العالمين له الحمد الحسن والثناء الجميل، وأشهد أن لا إله إلا الله..
يقول الحق وهو يهدي السبيل..

لا تقل أهمية عمل جهاز العلاقات العامة في أية مؤسسة عن عمل الأجهزة الأخرى إن لم تكن أكثر تأثيراً منها في تهيئة المجتمع لتقبل أفكار وآراء المنظمة أو الجهة التي نعمل فيها ما يؤدي بالنهاية إلى تأييد المجتمع أو النطاق المحيط بعمل ذاك الجهاز ومساندة الجهة التي يمثلها بما يقوي الروابط بين هذه الهيئة والمجتمع ويجعل بينهما علاقة تعاونية تساعد في جوهرها الأساس على تماسك المجتمع ككل. ولكون الجمعيات الخيرية لا تختلف عن الجهات والمنظمات الأخرى فإن تكوين الصورة الذهنية الخاصة بها في عقول الجماهير التي تتعامل معها -باعتبار ذلك أولى معالم النجاح في الجمعية- يحتاج إلى جهاز قوي كالعلاقات العامة يتعاون مع الأجهزة الأخرى بداخل الجمعية الخيرية لتكوين تلك الصورة من خلال منتجاته الإعلامية كالمطويات والنشرات والمطبوعات والمجلات والتقارير الدورية وغيرها من وسائل النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد.

في كتابي هذا أحاول تأصيل تلك العلاقة التي تربط بين العلاقات العامة والعمل الخيري ودراسة الأسس والمعايير التي ينبغي أن تُبنى عليها منظومة العمل بالجمعيات الخيرية حتى يكون للحراك الذي تقوم به الجمعية صدقٌ يتناسب مع الجهود التي تبذلها في خدمة المجتمع المحيط بها، والذي يستفيد من خدماتها.

والكتاب مبني على دراسة شاملة استخدمت فيها أدوات البحث العلمي كانت نتيجتها والحمد لله رسالة ماجستير نلتها من جامعة البحرين بتقدير امتياز، وهو شيء أفخر به

لنفسي ولوطني، ما جعلني أفكر في إثراء مكتبتنا العلمية بكتب عن دور العلاقات العامة في المجال الخيري لأنني من خلال البحث في أثناء إعداد الرسالة وجدت هذا المجال فقيراً فيما يتعلق بالمادة العلمية التي تلبي تطلعات الباحثين، ومن يريدون الارتقاء بهذا النطاق، وأعتبر هذا الكتاب هو الأول لي وستعقبه كتب أخرى بإذن الله.

من خلال هذا الكتاب أمكن لي الوقوف على كثير من الجهود المبذولة في الارتقاء بأقسام العلاقات العامة وإداراتها المختلفة في عدد من الجمعيات والمؤسسات والمراكز العاملة في نطاق العمل الخيري.

وفي الكتاب ثمة مساحة كبرى لدراسة العمل الخيري والعلاقات العامة وسبر التطورات التاريخية التي مر بها الاثنان، وصولاً إلى العصر الحديث، وما رافق ذلك من مراحل وتقلبات.

أمل أن يحوز عملي المتواضع إعجاب واهتمام الباحثين والدارسين والمهتمين بعمل العلاقات العامة وكذلك المهتمين بالعمل الخيري في مملكتنا الحبيبة الغالية وكذلك في دول الخليج والعالم العربي بأكمله.

ولست في حاجة للتأكيد على أن هذا جهد المقل، وهو قابل للنقد ومناقشة الرأي والرأي الآخر، وإذا كان فيه خير فهو من الله سبحانه وتعالى، وما كان فيه من نقص أو شر فهو مني ومن الشيطان، والله من وراء القصد.

المحتويات:

- 1-المقدمة.
- 2- نشأة وتطور العمل الخيري.
- 3-تاريخ الجمعيات الخيرية في دول الخليج.
- 4- العمل الخيري وتطوره في المملكة العربية السعودية.
- 5- نشأة المؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية.
- 6- مجالات عمل المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة.
- 7- جمهور المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة.
- 8-مؤسسات العمل الخيري في المملكة.
- 9-مصادر دعم العمل الخيري.
- 10-العلاقات العامة .. الجذور التاريخية والنشأة.
- 11-ما هي العلاقات العامة؟
- 12-أهمية العلاقات العامة.
- 13-أهداف العلاقات العامة.
- 14-وظائف العلاقات العامة.
- 15-المصطلحات الخاصة بالعلاقات العامة .. تداخل وغموض.
- 16-أهمية التنظيم في العلاقات العامة.
- 17-كيف تختار المنظمات موظفي العلاقات العامة ؟
- 18-صفات موظفي العلاقات العامة.
- 19-خصائص وسمات مدير العلاقات العامة.

- 20- أهمية عمل العلاقات العامة في الجهات الخيرية.
- 21- العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال .. التأثير والاستفادة.
- 22- أهمية الاستفادة من الوسائل التقنية في العمل الخيري.
- 23- أهمية استخدام وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة.
- 24- إدارة الموضوعات المتعلقة بالمنظمة عبر شبكة الإنترنت.
- 25- بيئة العمل الخيري في المملكة العربية السعودية.
- 26- أهمية تأصيل العمل الخيري.
- 27- واقع ومستقبل استخدام الوسائل التقنية في العمل الخيري.
- 28- الختام.

نشأة وتطور العمل الخيري ..

ترجع الجذور التاريخية للعمل الخيري والمساعدات المتبادلة بين الناس إلى البدايات الأولى لمعاناة الإنسان وتعرضه لكثير من المحن والأزمات وما صاحبه من مشكلات. وكذلك ما تعرض له من مخاطر وكوارث ونكبات، فقد شكل الانتماء الأسري والانتماء إلى القبيلة دافعاً قوياً لتوفير الحماية لأفراد الأسرة الواحدة، أو القبيلة برمتها ضد المخاطر المختلفة.

وبنمو وزيادة أعداد أفراد القبيلة الواحدة، احتل رجال الدين مراكز القيادة في حماية الضعفاء من الأرامل والأيتام والمرضى.

وأصبح الولاء الديني من أقوى الدوافع التطوعية لتقديم البر والإحسان، ويمكن ملاحظة هذا الدافع في كل الأديان القديمة، وفي الفلسفة الصينية والهندية والمصرية، وفي التقاليد اليونانية الرومانية.⁽¹⁾

وظلت جهود البر والإحسان تأخذ الطابع الفردي، واستمرت على ذلك بالرغم من مشاركة المؤسسات والهيئات الدينية المختلفة.

واستمر الحال هكذا حتى اتسعت رقعة المجتمعات البشرية وتعرضت الإنسانية لهزات اجتماعية واقتصادية قوية، فقد أدت هذه الهزات والتغيرات إلى ضرورة تدخل المجتمع المحلي والدولة لمساعدة وتوحيد الجهود الأهلية، وتجميعها وتنظيمها لتتضافر وتحقق فاعلية أكبر ومردوداً أفضل.

¹ - الشبيكي ، الجازي محمد ، الجهود التطوعية في مجالات الرعاية الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة ،

هنا برزت فكرة إنشاء جمعيات خيرية للبر والإحسان، وكان ذلك في القرن التاسع عشر الميلادي، حيث حدثت تطورات مهمة في ميدان الخدمة الاجتماعية التطوعية، ومن أهم هذه التطورات:

1- ظهور حركة جمعيات الإحسان (charity organization) التي بدأت عام 1869م في مدينة لندن بإنجلترا، وهذه الجمعيات وسعت من دائرة المشاركة المجتمعية، واستطاعت تنظيم الجهود الأهلية في ميادين البر والإحسان بالفقراء وفقاً لبعض الأسس الإنسانية السليمة.

2- أدت حركة الإصلاح في الجامعات إلى قيام حركة المحلات الاجتماعية: (settlement movement social) والمحلة الاجتماعية هي مؤسسة اجتماعية تنشأ في الأحياء الشعبية الفقيرة التي ينتشر فيها الفقر والآفات الاجتماعية الأخرى.

3- تأثرت البلاد العربية بهاتين الحركتين، وكانت مصر من أوائل الدول العربية التي نشأت بها الجمعيات الخيرية، حيث نشأت بها ما يشبه حركة جمعيات الإحسان في إنجلترا.

وتأسست في القاهرة الجمعية الخيرية الإسلامية، ثم الجمعية القبطية وجمعية العروة الوثقى، ثم جمعية المواساة الإسلامية، كما أنشئت محلات الرواد في القاهرة وهي تشبه حركة المحلات الاجتماعية⁽²⁾.

² - وزارة العمل والشؤون الاجتماعية - منشورات الإدارة العامة للرعاية الاجتماعية، 1402هـ، □ 100.

تاريخ الجمعيات الخيرية

في دول الخليج

أما في الدول الخليجية، فإن نشأة الجمعيات الأهلية في البحرين والكويت تعود إلى الفترة ما بين الخمسينيات والستينيات، وتُعدّ الحقبة الممتدة ما بين عامي 1968م وعام 1985م فترة الازدهار حيث شهدت نشأة معظم الجمعيات الأهلية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وسلطنة عُمان والمملكة العربية السعودية، وجمعية الهلال الأحمر بفرعها النسوي في قطر، وبعض الجمعيات المهنية في البحرين، وكذلك بقية الجمعيات الأهلية في الكويت⁽³⁾، وبعد ذلك انتشرت الجمعيات الخيرية في مختلف أنحاء دول الخليج.

ورغم أن غالبية هذه الجمعيات انحصرت نشاطها في بادئ الأمر على تقديم المساعدات المالية والعينية، إلا أن خدماتها سرعان ما تطورت فتعددت مجالات المساعدة والخدمات واختلفت.

³ - النجار، باقر سلمان، العمل الاجتماعي التطوعي في الدول العربية الخليجية : مقوماته، دوره، أبعاده، سلسلة الدراسات الاجتماعية والعمالية، البحرين، مكتب المتابعة لمجلس وزراء العمل والشؤون الاجتماعية بالدول العربية الخليجية، 1408هـ، □ 39.

العمل الخيري وتطوره

في

المملكة العربية السعودية

حرر الملك عبد العزيز آل سعود -رحمه الله- مؤسس الدولة السعودية منذ اليوم الأول لقيام الدولة على تنفيذ الإجراءات الاجتماعية والاقتصادية ووضعها موضع التنفيذ وظل يتابعها مرحلة تلو الأخرى.

كان ذلك بمثابة حركة إصلاح كبيرة، فوضع نواة لنظام جديد للحكم على أسس من الشريعة الإسلامية، ثم طوره وأوجد نظام الوزارة ومجلس الوزراء.

كما أوجد نظاماً مكتوبة حديثة لتطوير الدولة اجتماعياً واقتصادياً وإدارياً استوحاها من التعاليم الإسلامية، وربط البلاد ببرامج تنموية مبكرة، ليوجد لبلده الكفاءات الإدارية والمالية والاجتماعية والاقتصادية والهندسية والطبية، كما وضع أول نظام حديث للعمل والعمال.

وإيماناً منه -رحمه الله- بضرورة كفالة الدولة للفقراء والمحتاجين، فقد أعال المعوز وأعان المحتاج، وأولى الفقراء و المساكين والعجزة والأيتام رعاية خاصة، فأمر بصرف المخصصات لهم وإنشاء المؤسسات للعناية بهم.

كما أمر بافتتاح مدارس للأيتام، وأشرف بنفسه على أحوال طلاب هذه المدارس التي كانت تتبع الخاصة الملكية، وعهد إلى نخبة من كبار العلماء للاهتمام بالأيتام تحت إشراف مفتي الديار السعودية آنذاك الشيخ محمد بن إبراهيم -رحمه الله-.

كانت هذه هي المعجزة الكبرى للملك عبد العزيز -طيب الله ثراه- والتي قفزت بالمجتمع السعودي إلى طور جديد، فكانت أيضاً نقطة انطلاق لمعجزة كبرى تطلع

إليها أبنائه البررة من بعده استهدفت تحويل المملكة العربية السعودية إلى خلية عاملة منتجة لتبني الدولة الحديثة الملتزمة بقيمها الروحية على أسس مستمدة من الشريعة الإسلامية السمحاء .

ولذا جاءت برامج الإصلاح شاملة لقطاعات التعليم والصحة والإدارة والعمران والتنمية الاجتماعية والاقتصادية والنظم المالية.⁽⁴⁾

إنشاء وزارة العمل والشئون الاجتماعية

وكانت الوسيلة التي اعتمدت لتحقيق التنمية الاجتماعية في المملكة بدأت بصدر مرسوم ملكي كريم بإنشاء وزارة العمل والشئون الاجتماعية، في الشهر الأخير من عام 1380هـ.

وقامت هذه الوزارة منذ نشأتها بتنمية المجتمعات المحلية واهتمت بلجان المجتمع ومجالس القرى ورعاية الشباب وبالأسرة وبالجمعيات التعاونية، وحددت الوزارة أهدافها من خلال ثلاثة محاور هي :

1- رسم السياسة العامة للشئون الاجتماعية والعمالية في المملكة ضمن إطار مستوحى من القيم والمبادئ والنظم .

2- تخطيط وتنفيذ البرامج والمشروعات.

3- الإسهام في توجيه التطوير الاجتماعي في المملكة توجيهاً متزاناً يهدف إلى رفع وعي المواطنين وتحسين مستوى معيشتهم.

⁴ - الباز، راشد سعد. الرعاية الاجتماعية في عهد الملك عبد العزيز .. الرياض : مكتبة الملك عبد العزيز العامة، 1421هـ ، ص 320.

وأولت الوزارة عناية خاصة بالبرامج التي مهدت إلى الحفاظ على الترابط العائلي، وحماية الأسرة من التفكك، ورعاية الأمومة، وصون الطفولة باعتبارها أمل الأمة ومستقبلها.

كما تسهم برامج الوزارة في وقاية المجتمع من الانحرافات والمشكلات والظواهر الاجتماعية السلبية التي تعترض مسيرته وتعوق تقدمه وتعمل على تحويل قواه البشرية المعطلة بسبب الإعاقة البدنية أو النفسية أو العقلية أو لظروف اجتماعية واقتصادية قاهرة، تكفل نفسها معيشياً كما تهدف الوزارة إلى تحقيق النمو والاستقرار للمجتمع.

وفي مجال الضمان الاجتماعي في المملكة العربية السعودية وانطلاقاً من تعاليم الشريعة الإسلامية السمحاء، فقد امتدت مظلة الضمان الاجتماعي لتشمل الأسر المحتاجة لتكفل لهم الحياة الكريمة، ولتحسين مستواهم الاجتماعي والاقتصادي.

ويقدم الضمان الاجتماعي خدمات مختلفة على شكل معاشات سنوية تقرر للعاجزين كلياً بسبب الشيخوخة أو المرض، ولالأيتام والأرامل والنساء غير المتزوجات والمطلقات، وفي شكل مساعدات اجتماعية مقطوعة أو متكررة أو عاجلة تقرر للعاجزين جزئياً عن العمل، وأسرى السجون، والمصابين بحوادث فردية، والأسر مجهولة العائل، وحالات أخرى تقتضي المساعدة.

ويكفي للدلالة على ما توليه الدولة من اهتمام بمساعدة المشمولين بالضمان الاجتماعي تلك الاعتمادات المالية الضخمة التي ترصد سنوياً في هذا الشأن.⁽⁵⁾

وقد أخذ العمل الخيري في المجتمع السعودي أشكالاً متعددة، تمثلت في جهود فردية وعائلية وقبلية، قبل أن تظهر الأعمال المنظمة والمؤسسية التي ترعاها الجهات الحكومية وتشرف عليها.

⁵ - وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، «نشوء وتطور الخدمات الاجتماعية والعمالية في المملكة العربية السعودية»، 1426هـ، ص 20.

إلا أنه في كل المراحل والأشكال التي مر بها العمل الخيري في المملكة تتضح قوة القيم التي تدفع المجتمع إلى ممارسة هذه الأعمال العظيمة، وتدفع في المقابل إلى تنوع المجالات التي يطرقها المجتمع (أفراداً ومؤسسات) لفعل الخير. وتؤكد الدراسات العلمية أن ذلك يعد إحدى الخصائص البارزة في المجتمع السعودي، والمميزة له.⁽⁶⁾

⁶ - السيف، محمد بن إبراهيم، 1424هـ، المدخل إلى دراسة المجتمع السعودي، الرياض، 1428هـ، ص 67.

نشأة المؤسسات الخيرية

في

المملكة العربية السعودية

كانت النواة الأولى لهذه المؤسسات هي إنشاء رابطة العالم الإسلامي في مكة المكرمة في شهر ذي الحجة لعام 1381هـ (مايو 1962م)، ثم تتابع إنشاء المؤسسات والجمعيات الخيرية بعد ذلك، وامتدت فروعها إلى مختلف مناطق المملكة ومدنها، ووُضعت اللوائح والأنظمة لتنظيم ذلك، وأنشئت الإدارات المعنية بالإشراف والرقابة والتنظيم.

مجالات عمل المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة

تتنوع مجالات العمل الخيري وتتعدد، بحسب احتياجات الأفراد والجماعات في المجتمع السعودي، وتعمل الجمعيات والمؤسسات الخيرية بالتعاون والتفاعل مع المؤسسات الحكومية لكي تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في تحديد الأولويات، والتحديات التي تواجه المشاريع التنموية، لما تتمتع به هذه المؤسسات من خصوصية، تتمثل في علاقتها بالفئات المستهدفة وقربها منهم، بل واندماجها في بعض الأحيان مع تلك الفئات. وتتيح تلك العلاقة بين المؤسسات الخيرية ومختلف فئات المجتمع رؤية أكثر وضوحاً وعمقاً لاحتياجاته الملحة، والمشاكل والمعوقات التي يمكن أن تصادف المشاريع التنموية، كما يمكنها نقل صورة أكثر وضوحاً ومصادقية عن جوانب تنمية الإنسان وتطوير مجتمعه.

وتتعدد مجالات العمل الخيري وتتنوع بحسب الاحتياجات الاجتماعية، وهي -بحسب الأنظمة واللوائح الصادرة عن وزارة الشؤون الاجتماعية- محصورة في عدد من المجالات، هي:

1-رعاية الطفولة:

تستهدف المؤسسات والجمعيات العاملة في هذا المجال توفير الخدمات التي تختص بالأطفال، سواء كانوا أيتاماً أو من ذوي الظروف الخاصة، وتقدم لهم عدداً من البرامج. ويعمل في هذا المجال عدد من المؤسسات والجمعيات، منها: (الجمعية السعودية الخيرية للتوحد، الجمعية السعودية الخيرية لوهن العظام) وتتمثل خدماتها في:

- الرعاية الصحية للأطفال.

- رياض الأطفال.

- دور الحضانة.

- مراكز الرعاية النهارية.

- أندية الأطفال.

2-الرعاية الصحية:

يُعد المجال الصحي من أهم المجالات التي تحظى باهتمام المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة، خاصة في المناطق النائية عن المدن الرئيسية التي تتوفر فيها الخدمات الصحية الحكومية. وتعود أهمية الخدمات الصحية إلى تجدد الحاجة لهذه الخدمات، ووجود الأمراض المزمنة التي تحتاج إلى الرعاية والمتابعة المستمرة، والقريبة من المريض.

وتحتل الخدمات الصحية المرتبة الثانية في سلم أعداد المستفيدين من خدمات الجمعيات الخيرية في المملكة.

وتتمثل هذه الخدمات في الجوانب التالية:

- مستوصفات وعيادات طبية.
- مراكز للعلاج الطبيعي.
- صيدليات.
- دورات في الإسعافات الأولية.
- سيارات الإسعاف.
- وحدة عمليات القلب المفتوح.
- وحدات علاج وغسيل الكلى.
- وحدات الإسعاف الصحي.
- خدمات خيرية لنزلاء المستشفيات.
- برامج التوعية الصحية.
- المشاركة في الأسابيع والمناسبات الصحية.
- جمعيات مكافحة التدخين.
- مراكز علاج المدمنين.
- جمعيات التوعية الصحية.
- جمعيات أصدقاء المرضى.

3-رعاية العجزة وكبار السن:

وتستهدف المؤسسات والجمعيات العاملة في هذا المجال رعاية العجزة وكبار السن من خلال إيوائهم وعلاجهم، وتقديم البرامج التي تُعنى بصحتهم النفسية، كما تسهم في توعيتهم وتنقيفهم.

وتتمثل هذه الخدمات في الجوانب التالية:

- مراكز صحية لرعاية العجزة.
- مراكز إيوائية لرعاية كبار السن.
- مراكز خدمات لكبار السن.

4-الإسكان الخيري:

ويهدف هذا المجال إلى معالجة المشاكل التي تواجه كثيراً من الأسر المحتاجة في جانب الإقامة، أو أماكن السكن. وتعمل معظم الجمعيات غير المتخصصة في هذا المجال، وتقدم خدمات متنوعة من أبرزها:

- إسكان الأسر الفقيرة.
- تمليك مساكن لبعض الأسر.
- تحسين مساكن بعض الأسر.

5-التعليم والتدريب والتأهيل:

وغالباً ما يستهدف هذا البرنامج أفراد الأسر المحتاجة، من أجل تعليمهم وتدريبهم على بعض المهن التي يمكن أن يتكسبوا من ورائها، ويتحولون بالتالي من تلقي إعانات إلى أشخا □ منتجين في المجتمع.

ومن المجالات التي تركز عليها البرامج التعليمية والتدريبية:

-تعليم التفصيل والخياطة للنساء .

-تعليم الحاسب الآلي والنسخ للجنسين.

تعليم اللغات.

-دروس التقوية في المناهج التعليمية.

-إدارة المشاغل النسائية.

-إعداد مُربّيات حضانات الأطفال.

-مكافحة الأمية.

6-التوعية والتثقيف:

تشرف الجمعيات الخيرية على حوالي اثنتي عشرة مكتبة عامة مفتوحة لعامة المواطنين في مناطق عملها.

كما تقيم سنوياً العديد من المحاضرات والندوات الدينية والثقافية والاجتماعية، والمسابقات العلمية والثقافية، وتنظم معارض الكتاب، وتوزع النشرات والمطبوعات الإرشادية، وتقوم بالإرشاد الاجتماعي وتقديم الخدمات الاستشارية الأسرية.

7-إقامة ورعاية المرافق وتقديم الخدمات العامة:

ومن ذلك:

-إقامة المستودعات الخيرية.

-بناء وترميم المساجد، والمساهمة في صيانتها وتأثيثها.

-حفر الآبار في المناطق النائية.

- العناية بالمقابر ومغاسل الموتى.
- إنارة المناطق النائية.
- القيام بأعمال النظافة العامة والمحافظة على البيئة.
- تأمين المواصلات لنقل الطالبات في المناطق النائية المحتاجة.
- المشاركة في الأسابيع والمناسبات العامة التي يشارك فيها المجتمع بمختلف فئاته.

8-رعاية الأسر:

- تتنوع الخدمات المقدمة في هذا المجال، ويبرز من بينها تقديم المساعدات النقدية والعينية للأسر المحتاجة (الأسر الفقيرة، الأرمال، أسر السجناء، الأسر التي تعيش في المناطق النائية أو البادية) ومن الخدمات المقدمة لهذه الأسر:
- الإعانة المالية الشهرية.
 - تسديد فواتير الخدمات الحكومية.
 - تكاليف العلاج والأدوية.
 - مستلزمات المدارس.
 - كسوة العيدين.
 - الملابس الشتوية.
 - الأثاث والأجهزة الكهربائية.

9-رعاية المعوقين:

- وتتمثل خدمات المراكز الإيوائية والتعليمية والخدمية للمعوقين والمعوقات في الجوانب التالية:

- مراكز إيواء لرعاية المعوقين.
- مراكز للتعليم الخا □ للمعوقين.
- مراكز خدمة المعوقين.
- مشاغل تدريب المعوقات.

10-كفالة الأيتام:

- وتهدف الجمعيات والمؤسسات العاملة في هذا المجال (العامة منها والمتخصصة في كفالة الأيتام فقط) إلى:
- غرس مبادئ الدين الإسلامي لدى اليتيم.
 - توفير أوجه الرعاية المادية والمعنوية له.
 - تقديم المساعدات في مواجهة المشكلات التي يمكن أن تعترضه.
 - إنشاء المراكز الإيوائية للأيتام.

11-إطعام الفقراء والمعوزين:

- وتقوم بعض المؤسسات بجمع فائض الولائم والمناسبات وتوزيعه على المحتاجين، وتوزيع لحوم الأضاحي، وتقدم هذه الجمعيات مشروعات تفتير الصائمين في شهر رمضان. (7)

⁷ - الدليل التعريفي بجمعية إنسان لكفالة الأيتام، الرياض 1427هـ، □ 15.

جمهور المؤسسات والجمعيات الخيرية

في المملكة

يأتي دور العمل الخيري في التنمية الاجتماعية في المجتمع السعودي للاستفادة من الموارد البشرية، والمالية التي يحث عليها النظام الأخلاقي الإسلامي، حيث يتيح العمل الخيري الفرصة لكافة أفراد المجتمع للمساهمة في عمليات البناء الاجتماعي والاقتصادي اللازمة في كل زمان ومكان.

ويساعد العمل الخيري في تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى المشاركين، ويشعرهم بقدرتهم على العطاء، وتقديم الخبرة والنصيحة في المجال الذي يتميزون فيه، أو بالموارد التي يمتلكونها.

كما يشعر المستفيد من العمل الخيري بمكانته وعلاقته بإخوانه في المجتمع، ليتواصل البناء والعطاء الاجتماعي في المجتمع.

ومن خلال التعريف بمجالات العمل الخيري في المجتمع السعودي يمكن تحديد جمهور العمل الخيري في هذا المجتمع على النحو التالي:

1- المتبرعون (الحاليون والمرقبون):

وهم الأفراد والشركات والمؤسسات الخيرية المانحة، سواء كان ذلك على شكل تبرعات أو هبات أو وصايا.

2- المستفيدون (الحاليون والمرقبون):

وهم الأفراد أو الأسر المحتاجة، ويطلق عليهم (العملاء)، حيث تعمل المؤسسات والجمعيات الخيرية على تقديم الإعانات لهم (النقدية أو العينية أو الخدمة).

3- قادة الرأي أو الوسطاء :

وهم مجموعة من الأفراد الفاعلين في المجتمع، لديهم القدرة على تسويق قيم العمل الخيري من خلال المواقف التي يتبنونها، ومن أهم سماتهم:⁽⁸⁾

- الصفة الدينية وهي أبرز سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي.
- الثقة والقبول لدى الجمهور.
- التعرض لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي يقومون بصياغتها وتفسيرها، ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه.

4-المؤسسات ذات العلاقة بالعمل الخيري:

وهي المؤسسات الحكومية والأهلية التي تدعم المؤسسات والجمعيات الخيرية، وتضم هذه المجموعة عدداً من المؤسسات هي:

- المؤسسات الحكومية المشرفة.
- المؤسسات الحكومية الداعمة أو المتعاونة.
- المؤسسات الحكومية والأهلية المانحة.

ويكون الدعم في الجوانب التالية:

أ-تعاوني: من خلال تقديم التسهيلات التي تُعين المؤسسات والجمعيات الخيرية على بلوغ أهدافها.

ب-استشاري: ويكون في جانب تقديم الاستشارات التي تنهض بالعمل الخيري.

⁸ - البشر، محمد بن سعود، 1428هـ، قادة الرأي في المجتمع السعودي، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، محرم، 1428هـ، 1710.

ج-معلوماتي: ويتمثل في تقديم الدعم المعلوماتي الذي يُمكن المؤسسات والجمعيات الخيرية من القيام بمهامها.

1-المجتمع:

يُعد المجتمع السعودي بكافة شرائحه وفئاته الاجتماعية جمهوراً عاماً للمؤسسة، وبذلك يرتبط مفهوم العمل الخيري بالتنمية الشاملة، من خلال الكثير من تلك الأعمال والبرامج التي تستهدف الإنسان، وترقى به، ابتداءً بالفرد ثم الأسرة، ومن ثم تمتد إلى المجتمع، تلك الحلقات الثلاث المترابطة بمجموعها ومفرداتها.

2-العاملون في المؤسسة أو الجمعية :

ويمثل نجاح الاتصال الداخلي في المؤسسة دافعاً قوياً للظهور بصورة جيدة أمام الجمهور. ⁽⁹⁾

⁹ - نور، هاشم حمزة، الخطوات الأساسية نحو إدارة علاقات العملاء في المؤسسات الخيرية، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجهات الخيرية، المنطقة الشرقية، ذو القعدة، 1425هـ، □ 46.

مؤسسات العمل الخيري

في المملكة

تتعدد أنواع المؤسسات العاملة بالمجال الخيري في المملكة وذلك على النحو التالي:

أولاً: مؤسسات إسلامية دولية تعمل في المملكة:

-مؤسسة مكة المكرمة الخيرية:

تأسست في رجب عام 1407هـ على يد عدد من المحسنين، وفي 1418/11/27هـ حصلت المؤسسة على خطاب معالي أمين عام رابطة العالم الإسلامي رقم (12299/404) المبني على موافقة المجلس التأسيسي لرابطة العالم الإسلامي المنعقد في مكة المكرمة في الفترة من 7-10 من شهر شعبان 1418هـ بأن تكون هذه المؤسسة إحدى المؤسسات التابعة للرابطة.

ولهذه المؤسسة الخيرية مجموعة كبيرة من الجهود والبرامج التي يتم من خلالها تقديم المساعدات الصحية والتعليمية والاجتماعية والمالية، مع تركيزها على رعاية الأيتام المسلمين، ولها فروع في عدد من الدول، مثل: العراق (كرديستان)، وبنجلاديش، واليمن.⁽¹⁰⁾.

-الندوة العالمية للشباب الإسلامي:

10- مؤسسة مكة المكرمة الخيرية ، تقرير شامل عن جهود وإنجازات المؤسسة منذ عام 1416-1422هـ، الرياض، رجب 1422هـ، □

أنشئت الندوة -رسمياً- بموجب أمر سام أصدره الملك فيصل بن عبد العزيز -رحمه الله- برقم (7743) وتاريخ 1394/3/21هـ.

وإن كان ظهورها قد بدأ في عام 1392هـ (1972م)، لتكون أول هيئة إسلامية عالمية متخصصة في شؤون الشباب.

وهي هيئة إسلامية عالمية مستقلة وملتقى إسلامي، يدعم جهود العاملين في منظمات الشباب الإسلامي في العالم، وجمعياتهم وهيئاتهم).

وحتى تقوم الندوة بواجبها على الوجه الأكمل فقد تم تقسيم أنشطتها بين عدد من اللجان، لتتولى القيام بالأنشطة والجهود الدعوية والتعليمية والصحية والاجتماعية ونحوها.

3-هيئة الإغاثة الإسلامية العالمية:

انبثقت هيئة الإغاثة الإسلامية العالمية عن رابطة العالم الإسلامي بقرار من مجلسها التأسيسي في دورته العشرين المنعقدة في مكة المكرمة خلال الفترة 15-1398/11/27هـ، وصدرت الموافقة السامية على إنشائها برقم 4843 وتاريخ 1399/2/30هـ.

وأصدر المجلس التأسيسي للرابطة في دورته الخامسة والثلاثين المنعقدة في مكة المكرمة خلال الفترة 7-1418/8/10هـ النظام الأساسي للهيئة الذي تم فيه تحديد أهدافها ووسائلها⁽¹¹⁾.

¹¹ - التقرير السنوي لهيئة الإغاثة الإسلامية لعام 1420هـ ، ص 49.

وتركز الهيئة جهودها في العمل الإغاثي والمشروعات الخيرية المتنوعة، كالخدمات الاجتماعية، والصحية، والتعليمية، ودعم المؤسسات التعليمية، وطباعة الكتب وتوزيعها، وكفالة الطلاب (المنح الدراسية).

4- مؤسسة الوقف الإسلامي:

وهي مؤسسة تعليمية دعوية تأسست رسمياً عام 1408هـ في هولندا، وتتركز جهودها الخيرية والدعوية في أوروبا الشرقية وجمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق. وقد توجهت للعمل في داخل المملكة منذ عام 1422هـ بشكل كبير، ويضم مجلس الأمناء فيها نخبة من العلماء والدعاة والمتخصصين في التخصصات العلمية المتعددة من السعوديين.

ثانياً: مؤسسات خيرية سعودية

ورد في القواعد التنفيذية لللائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية أن المؤسسة الخيرية هي:

(كل منشأة يمولها أحد المحسنين، ويكون غرضها الأساس تقديم خدمة اجتماعية خيرية لأفراد أو جهة معينة، دون أن تستهدف تحقيق الربح المادي، أو جمع التبرعات، أو تحقيق أية أغراض أخرى تتعارض مع أحكام اللائحة، أو القواعد التنفيذية، أو التعليمات الصادرة بمقتضاها).⁽¹²⁾

12- القواعد التنفيذية لللائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية، الصادر بقرار وزير العمل والشؤون الاجتماعية رقم (760) وتاريخ 1412/1/30هـ والمنشور بجريدة أم القرى في عددها رقم (3370) وتاريخ 1412/2/30هـ، ص 12.

وهذه المؤسسات متنوعة ومتعددة يقوم عليها عدد من المحسنين بالتمويل والإشراف،
ومنها:

-مؤسسة الملك عبد العزيز الخيرية.

-مؤسسة الملك فيصل الخيرية.

-مؤسسة الملك خالد الخيرية.

-مؤسسة عبدالله بن عبد العزيز لوالديه للإسكان الخيري.

-مؤسسة سلطان بن عبد العزيز الخيرية.

-لجنة الأمير سلطان بن عبد العزيز الخاصة للإغاثة.

-مؤسسة البراهيم الخيرية.

-مؤسسة الراجحي الخيرية.

-مؤسسة آل الجميح الخيرية.

وغيرها كثير من المؤسسات الخيرية الخاصة لبعض المحسنين التي لها جهود خيرية.

ثالثاً: جمعيات خيرية سعودية:

ورد في القواعد التنفيذية لللائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية أن الجمعية الخيرية هي:
(هيئة أهلية تطوعية تهدف إلى تقديم الخدمات الاجتماعية، مما له علاقة بالخدمات
الإنسانية دون أن يكون هدفها الحصول على الربح المادي، أو تحقيق أية أغراض لا

تتفق والغرض الذي أنشئت من أجله، ويكون بإمكانها جمع التبرعات وقبول الهبات للنهوض بمهمتها).⁽¹³⁾

وتعود بداية نشأة العمل المؤسسي في المجال الخيري - كما أسلفنا في فقرة سابقة - إلى عقد الثمانينيات من القرن الهجري الماضي، حيث ظهرت في تلك المرحلة النواة الأولى للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية التي تركزت جهودها على جانبين رئيسين، هما:

1-الدعوة إلى الله تعالى، عبر مختلف الوسائل والأساليب الدعوية المشروعة.

2-تقديم برامج الإغاثة والبر والإحسان المتنوعة.

والجمعيات واللجان الخيرية، هي:

-**جمعيات البر الخيرية:** وقد أسست في مختلف مدن المملكة وقرأها وبلغ عددها أكثر من 370 جمعية، بالإضافة إلى عدد من الجمعيات التي هي قيد التأسيس. وتقوم هذه الجمعيات بالإسهام في أوجه البر المختلفة للمواطنين والمقيمين.

رابعاً-مؤسسات وجمعيات خيرية مختلفة تتولى جوانب معينة:

وتتعدد مهمات هذه الجمعيات والمؤسسات والدور والمراكز في توفير الرعاية الكاملة للأيتام من الجنسين، والبحث الاجتماعي لتوفير الجو الأسري الطبيعي لتنشئة الأطفال، وتقويم الأحداث وإصلاحهم وتأهيلهم، ورعاية العجزة من كبار السن الذين لا عائل لهم. وكذلك رعاية الفتيات اللاتي لا تزيد أعمارهن عن ثلاثين سنة، أو من يحتجزن للتحقيق والمحاكمة من قبل الجهات الأمنية.

¹³ - المرجع السابق، 5-10.

وتهدف بعض الجمعيات أيضاً إلى تهيئة وسائل الرعاية المختلفة للطلبة من خريجي دور التربية الاجتماعية، ويوجد لهذه المؤسسات والجمعيات والدور فروع مختلفة في المملكة، منها:

أ- جمعيات دور الرعاية والتوجيه، كالرعاية الاجتماعية، والملاحظة الاجتماعية، ودور التربية الاجتماعية، والتنمية الاجتماعية، والتأهيل الاجتماعي، ومعاهد التعليم الخا []؛
كمعاهد النور، والتربية الفكرية، وغيرها.

ب- جمعيات مساعدة الشباب على الزواج.

ج- جمعيات تتولى شؤون المساجين المعسرين، وقضاء ديونهم.

د- جمعية الأطفال المعاقين.

هـ- جمعيات أصدقاء المرضى في عدد من مدن المملكة، وتقوم بقضاء حوائجهم، وشراء مستلزماتهم، والإنفاق على أسرهم.

و- جمعيات وعيادات مكافحة التدخين الخيرية في عدد من مدن المملكة.

ن- الجمعيات الخيرية الصحية، كجمعية أمراض القلب، وجمعية أمراض الكلى، ونحوها.

ي- الجمعيات الخيرية النسائية، في عدد من مدن المملكة. (14)

جمعية الهلال الأحمر السعودي:

تأسست جمعية الهلال الأحمر السعودي بموجب الأمر السامي رقم (1) وتاريخ 1383/1/17هـ القاضي بالموافقة على إنشاء جمعية وطنية تدعى (جمعية الهلال الأحمر السعودي) لها شخصية اعتبارية، ومركزها الرئيس في مدينة الرياض، لتنظيم

أعمال جمعية الإسعاف الخيري التي تم إنشاؤها بموجب الأمر السامي رقم 3306
وتاريخ 1354/3/2هـ.

وقد كانت أعمال الجمعية آنذاك مقتصرة على تقديم الخدمات الإسعافية والصحية
للحجاج والمعتمرين.

مصادر دعم العمل الخيري

امتازت المملكة العربية السعودية بالقدرة على التفاعل مع الأحداث وشجعها على ذلك المكانة التي تحتلها في أوساط المسلمين في جميع أنحاء العالم. وإلى جانب ذلك حرصت الدولة على تذليل العقبات التي تعيق العمل الخيري في الداخل ودفعه ليقوم بدوره وسط المجتمع السعودي لتلبية حاجات الأسر المحتاجة والمساهمة في إقامة بعض المشروعات الخيرية ما سهل مهمته وأدى إلى إنشاء المزيد من الجمعيات الخيرية لسد الاحتياج في هذا الجانب، وهناك عدة مصادر رئيسية للدعم الخيري منها :

أولاً :الدعم الرسمي:

حيث تقدم الدولة دعماً سنوياً لعدد من الجمعيات الخيرية والمؤسسات من أجل مساعدتها على تنفيذ برامجها الإغاثية والدعوية وتوزيع المساعدات في الداخل والخارج. وتجد هذه المؤسسات والجمعيات الدعم المعنوي لأنشطتها المختلفة وفق ضوابط محددة تساهم في تسهيل إجراءات عملها وتذليل العقبات التي تقف أمامها. ولا تكتفي بذلك بل تقدم إعانات إغاثية عاجلة في كثير من الأحيان مع تبرعات مالية وفقاً للحاجة التي تعيشها تلك الدول والمناطق. (15)

ثانياً : الدعم الشعبي:

¹⁵ - وزارة العمل والشؤون الاجتماعية ، وكالة الوزارة لشؤون الرعاية الاجتماعية ، أضواء على الرعاية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية ، 1412هـ ، ص 80.

وهو الدعامة الكبرى التي تعتمد عليها المؤسسات بعد الله سبحانه وتعالى فيما يتعلق بالعمل الخيري في المملكة.

ولا يمكن إغفال دور المواطنين السعوديين والمقيمين وغيرهم من الجاليات المسلمة في دعم قضايا المسلمين من خلال التبرعات التي يقدمونها لدعم قضايا المسلمين سواء عن طريق التبرع المباشر أو الاستقطاع الشهري للمساهمة في مشروعات معينة عن طريق مكاتب ومندوبي المؤسسات أو الجمعيات الخيرية في الداخل الذين يقومون بمهمة إقناع الناس بالمساهمة في مشروعات المؤسسات الخيرية، أو عن طريق بعض المحسنين. ويصبح هذا الدعم أكثر تأثيراً عند الدعوة إليه في دعم بعض القضايا، والتي تكون المؤسسات الخيرية أحد روافد تلقي الدعم لها خصوصاً إذا كانت الدعوة رسمية من قبل ولاية الأمر.

ويحدث ذلك جلياً في الحملات التلفزيونية التي يكون ريعها لإحدى قضايا المسلمين خاصة لمصلحة الشعب الفلسطيني انطلاقاً من حديث النبي ﷺ (المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً).¹⁶

ثالثاً : الأوقاف الخيرية والاستثمارات :

بدأت بعض المؤسسات الخيرية السعودية للتطلع للأفضل حيث لجأت لإنشاء أوقاف كمصدر يدر عليها دخلاً ثابتاً، في ظل الاعتماد الكلي سابقاً على التبرعات، التي قد تتوقف لأي سبب من الأسباب.

16 - أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ عَنْ أَبِي كُرَيْبٍ وَأَخْرَجَهُ مُسْلِمٌ عَنْ أَبِي بَكْرٍ وَابْنُ بَرَّادٍ.

أو الظروف الإجبارية لهم فيكون العمل الخيري مهدداً بالتوقف لعدم وجود مصادر ثابتة، فكانت هذه الأوقاف مطلباً لاستمرارية العمل الخيري، لأن الأعباء تتزايد والجهود تتضاعف فلا بد من استمراريته.

ولن يكون ذلك إلا بوجود مصادر ثابتة كالأوقاف الخيرية لأن هناك ميزانيات كبيرة يحتاجها العمل الخيري حتى تسير برامجه وفق آلية معينة، تساهم في تطوره وتنصب في مصلحة المسلمين في كل مكان.⁽¹⁷⁾

¹⁷ - البلوي ، ضيف الله بن سليم ، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الثالث للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية، 1424هـ ، □ 14.

العلاقات العامة ..

الجزور التاريخية والنشأة

العلاقات العامة (Public Relation)، والتي تُعرف اختصاراً بالانجليزية بـ (PR) أضحت عاملاً هاماً في نجاح أي مشروع، سواء كان سياسياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو ثقافياً.

ولم يعد الاهتمام بالعلاقات العامة منصباً فقط في تسويق السلع أو توسع رقعة الإنتاج بل امتد الاهتمام إلى أبعد من هذا بكثير حيث أصبحت العلاقات العامة وحملاتها تستخدم من قبل العديد من دول العالم لتحسين صورتها أمام الدول الأخرى بشكل مدروس ومنظم.

وتمارس العلاقات العامة دورها ، داخل المؤسسة أو المنشأة ، وتقوم بدور كبير من خلال ما تنفذه من دراسات وأبحاث، والتي من شأنها رفع سمعة المؤسسة أو المنشأة أو تحسين صورتها لدى جمهورها الخارجي.

ولا يعود الاهتمام بالعلاقات العامة إلى اليوم، فالتاريخ يثبت أنها وُجدت منذ أزمان عدة لكن لم يكن مصطلح العلاقات العامة قد ظهر بمفهومه الحالي حينها، ومن ذلك:

-اهتم ملوك الفراعنة بالاتصال بالأهالي في مناسبات كثيرة، واهتمت الدولة المصرية بتسجيل ووصف الأحداث الهامة في المجتمع مثل الانتصارات الحربية والبعثات التجارية وحفر الترع وإقامة الجسور وتعبيد الطرق.

وقد استخدموا واجهات المعابد وجدرانها لنقش التعاليم الدينية كما كانوا يصورون عليها بعض الأحداث البارزة والتي تكشف عن جوانب سياسية أو اقتصادية أو دينية.

فعندما اعتلى الملك مينا العرش وجرى توحيد شطري البلاد (الوجهين القبلي والبحري) أعلنت هذه المناسبة عبر لوحة تذكارية تبين ذلك، واستخدموا لها الرمز الذي أشار إلى توحيد الوجهين، ووضعوا تحت العرش نبات البردي المجلوب من الجنوب مع زهر الزنبق المجلوب من الشمال⁽¹⁸⁾.

-كان لملوك بابل صحف تسجل فيها الحوادث اليومية وتوجه عن طريقها التعليمات، وكان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وخاصة في عيد حصاد القمح، ويذيع أوامره وتعليماته في كافة أنحاء المملكة.⁽¹⁹⁾

-استخدم الآشوريون اللوحات الطينية التي تتضمن النشرات المصورة التي تروي حوادث انتصاراتهم وما فعلته جيوشهم بالأعداء ويعرضونها في قاعاتهم وشوارعهم.⁽²⁰⁾

-عند اليونان والرومان كانت العلاقات العامة تعني : الاتصال بأفراد الشعب، وقد توسعوا في تلك الأنشطة نظراً لارتفاع ثقافة الشعب.

وكانوا يستخدمون العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية مثل أشعار هوميروس، والنشرات اليومية عن أعمال مجلس الإشراف لتعريف الشعب بالأحداث.

-عنى الإسلام بالإنسان وكرامته وأفكاره ورغباته ولم تأخذ الدعوة الإسلامية نهج الإرغام بل اعتمدت البراهين والإقناع والحجة في نشرها.

¹⁸ - منصور ، إبراهيم ، تاريخ العلاقات العامة بين القديم والحديث ، مطبعة الحسين، 1998م، □ 120.

19 - حمورابي عاش وحكم إمبراطورية بابل بين عامي 1792 - 1750 ق. م وكانت بلاد الرافدين وقتها عبارة عن دويلات منقسمة فوحدها مكوناً إمبراطورية ضمت كل العراق والمدن القريبة من بلاد الشام حتى سواحل البحر المتوسط.

20-ينحدر الآشوريون من عدة حضارات قديمة في الشرق الأوسط ويعتبرون من أقدم الشعوب التي اعتنقت المسيحية وساهموا في نشرها، كما قاموا بالدور نفسه عندما اعتنقوا الإسلام وخاصة في عهد الدولة الأموية والعباسية.

واستخدم الرسول (ﷺ) وسائل الاتصال الشخصية وغيرها حيث كان يوفد الرسل ويبعث الكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم إلى الدخول في الإسلام.

ويُعد أسلوب الإقناع من أهم الوسائل الحديثة التي يقوم عليها علم العلاقات العامة، وقد اهتم الإسلام بعد فتح البلاد بكتابات الفقهاء في التوجيه والإرشاد، وكانوا يرون في تلاوة القرآن أثراً قوياً في رفع الروح المعنوية للمسلمين في الحرب والسلام. وقد دعا الدين الإسلامي إلى المعاملة الحسنة والمعشر الطيب لما لذلك من أثر في تصفية النفوس وتقريبها بعضها من بعض (21).

-في العصور الحديثة عرفت العلاقات العامة بمفهومها الحديث مع بداية القرن العشرين حيث كان من نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية ظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير.

كما تضاعفت أعداد الجماهير التي تتعامل معها هذه المؤسسات، الأمر الذي شكل صعوبة على أصحاب الأعمال في الاتصال بهم ، وكسب رضاهم.

وأول من يرجع إليه الفضل في ذلك في هذه الفترة هو "إيفي لي" الذي دعا إلى معاملة المستخدمين معاملة أخلاقية إنسانية، ونبه إلى ضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية.

وبعد الحرب العالمية الثانية تطورت العلاقات العامة، وازدادت أهميتها بصورة ملحوظة، فباتت تؤدي دوراً كبيراً في المجتمعات العصرية.

²¹ - السويلمي ، عبد الله بن عبد الرحمن ، الإسلام والعلاقات العامة ، صحيفة الرياض ، العدد 2145 ، 21

وكان للتقدم العلمي والتكنولوجي وتنوع وسائل الاتصال والإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وأجهزة طباعة ، تأثير كبير في زيادة أهمية وفعالية العلاقات العامة بصفة أكبر مما مر (22).

²² - منصور ، إبراهيم ، تاريخ العلاقات العامة بين القديم والحديث ، مصدر سابق ، □ 131

ما هي العلاقات العامة ؟

تختلف التعاريف الموضوعة للعلاقات العامة وفقاً لاختلاف المنظمات أو الكيان الراعي لها، ونظرتة لأهداف ومهام العلاقات العامة، ويختلف ذلك أيضاً بين مجتمع وآخر .

-يعرف قاموس وسائل الإعلام والاتصال الصادر عن لونغمان Longman العلاقات العامة بأنها:

وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والأنشطة للمنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور .

-وهناك تعريف ثان قدمه ريكس هارلو Rex Harlow أحد علماء الاجتماع ومن الممارسين للعلاقات العامة ، بأن :

"العلاقات العامة وظيفة إدارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال وتعاون متبادل، والمحافظة عليها بين المؤسسة وجمهورها، وتشمل كذلك إدارة المشاكل والقضايا، وتساعد الإدارة على أن تظل على معرفة بالرأي العامة والاستجابة لها".

-ويعرفها كريج ارونوف وأوتيس باسكين (Craig Aronoff & Otis Baskin) بأنها :

"وظيفة إدارية تساعد على تحديد أهداف المنظمة وتسهيل التغيير فيها، ويقوم رجال العلاقات العامة بالاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي ذي الصلة بالمنظمة".

-وتضع الجمعية الدولية للعلاقات العامة تعريفاً آخر يجعل من العلاقات العامة :

"وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم، عبر تقييم

الرأي العام المتعلق بها لربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، وتحقيق تعاون مثمر أكثر، ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها. -فيما يذهب التعريف الوارد في نظام الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة إلى أن العلاقات العامة عبارة عن:

"الجهود التي يبذلها فريق ما، لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه، وبين الفريق وبين الجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة أو غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها المؤسسة" (23).

-كما تُعرف أيضاً بأنها :

"وظيفة الإدارة في تقييم الاتجاهات العامة وتحديد السياسات والأساليب التي يتبناها الفرد والمنظمة".

-كما يعرفها إدوارد ل. بيرنيز وهو أحد خبراء العلاقات العامة بأنها :

"التوصل بالمعلومات والإقناع والتكيف لكسب التأييد العام لنشاط أو هدف أو حركة أو مؤسسة ما".

-وعرفها أندريه تانفيل بأنها:

"وظيفة إدارية متميزة تساعد في تكوين وإدامة خطوط اتصال ثنائية وفي تحقيق التفاهم والتعاون والقبول بين المنظمة وجماهيرها وتشمل هذه الوظيفة إدارة المشكلات أو القضايا، وتساعد الإدارة على الاستمرار في الإطلاع على اتجاهات الرأي العام، كما تساعد الإدارة في مجالات التغيير، وكذلك تُستخدم كنظام إنذار مبكر للمساعدة في التنبؤ، والتعرف على الاتجاهات الجديدة". (24).

23 - الطراونة ، أحمد ، العلاقات العامة في الميزان الدولي ، مطبعة الأندلس ، دمشق ، 12 .

24 - الطراونة ، أحمد ، المصدر السابق ، 16 .

-كذلك يعرفها البعض بأنها:

"الجهود التي تُبذل للتأثير في الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، حتى تكون لديهم فكرة صحيحة عن المؤسسة، فيساندوها في أزماتها، ويعضدوها في أهدافها ويشجعوها في نشاطها).⁽²⁵⁾.

أهمية العلاقات العامة

تتبع أهمية العلاقات العامة من زيادة الاهتمام بالجمهور وتزايد قوته وفاعليته، كما ترجع إلى تنامي النظرة الإنسانية إلى جميع فئات المجتمع، واعتبار رفايتهم ورعايتهم حقاً لكل منهم يجب أن تعمل المجتمعات على تحقيقه.

ويعني ذلك أن تلبية رغبات الجماهير وسيادة القيم والعدالة والمساواة يعطي مردوداً أساسياً، وهو شعور الفرد بالمسؤولية والإخلاص والتضحية في العمل انطلاقاً من إيمانه بوجود جهاز حكومي يرعى مصالحه بشكل موضوعي هادف، وهذا يؤدي إلى تقوية كيان الوطن كوحدة متلاحمة.

وعلى نطاق المؤسسات تبرز أهمية العلاقات العامة فيها عن طريق عملها في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية والتسويقية، والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والجمهور بشكل عام سواء أكان ذلك في المدى القصير أو البعيد.

أما على نطاق المجتمع فتعمل العلاقات العامة حلقة وصل بين المؤسسة وبيئتها المحيطة وتبرز أهميتها هنا في :

أ- المراقبة :

تعمل العلاقات العامة على رصد ما يحدث في البيئة من تطورات، وأحداث وجمع معلومات عن التحديات التي تواجه المؤسسة، والفرص التي يمكنها الاستفادة منها.

ب- التفسير :

يبين القدرة على استيعاب المعلومات وفهمها وتفسيرها التي تم جمعها، ووضع أولويات للقضايا المطروحة ومتطلبات الجماهير، وتوقع التغيرات التي قد تحدث في البيئة المحيطة.

ج- تقديم المشورة :

تعمل العلاقات العامة على التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة، ومساعدة المؤسسة على الاستجابة لتلك المشكلات عن طريق تقديم مقترحات موضوعية لإدارة المؤسسة.⁽²⁶⁾

كما توجد مجموعة من العوامل التي أدت إلى بروز أهمية العلاقات العامة وجعلها عملية متخصصة، تحظى باهتمام الإدارة ويمكن إجمالها فيما يلي:

- 1-الازدياد الكبير في قوة ونفوذ الرأي العام وخاصة في المجتمعات الديمقراطية إذ يجب أن تحصل المؤسسة على تأييد الرأي العام لتحقيق نجاحها، ولابد لهذه المؤسسات أن تكون على اتصال دائم بالجماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تنشط فيه.
- 2-التحول الذي طرأ في المجتمعات من اعتماد اقتصادها على الزراعة إلى الصناعة، وصاحب ذلك تحول السكان أنفسهم من القطاع الزراعي إلى القطاع الصناعي، الذي أصبح يحتاج إلى جهود إعلامية ضخمة لمواجهة التغيرات الاجتماعية.
- 3-تزايد تعقد هيكل الصناعات، وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بجماهيرها.
- 4-ظهور تنافس تتزايد حدته مما فرض احتراماً أكبر للرأي العام، وحاجة أقوى إلى التأييد الجماهيري.

²⁶ - مارغريت سوليفان ، مكتب صحفي مسؤول ، برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية ، 2001 . ص 70.

5- اشتداد الطلب على الحقائق والمعلومات، من جانب الجمهور نتيجة لانتشار العلم والمعرفة.⁽²⁷⁾

²⁷ - ديفيد فن ، العلاقات العامة والإدارة ، ترجمة شفيق أسعد فريد ، دار الكرنك للنشر ، 1986 . ص 83.

أهداف العلاقات العامة

لا يقتصر دور العلاقات العامة على التعريف بأنشطه الجهاز أو المنظمة بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور، ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير الجهاز.

وكما أن لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من نواح مختلفة، وخلق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي فإنها تعمل لتحقيق الأهداف التالية :

- التعريف بنشاط المؤسسة :

وذلك كوسيلة في التعريف الصحيح المقنع بنشاط الجهاز وكسب تأييد الجمهور والرضي عنه.

-البحث وجمع المعلومات :

- إجراء بحوث الرأي والاستطلاع وجمع معلومات عن الشركات المنافسة، ومنتجاتها وجماهيرها وكذلك معلومات عن الشركة ومنتجاتها.

- الاتصال :

توفير قنوات الاتصال المناسبة في الاتجاهين من المنظمة إلى الجماهير، ومن الجماهير إلى المنظمة عن طريق الاتصال الشخصي، أو الاتصال الجماهيري.

- تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها :

من خلال وضع خطط وقائية وعلاجية لتحسين صورة المنشاة الذهنية لدى الجماهير، وتنقسم إلى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى.

- التقييم :

تقوم بتقييم برامجها وخططها تقييماً قلياً ومرحلياً (في أثناء التنفيذ) وتقييماً بعدياً.

- التنسيق :

فالعلاقات العامة تعتبر جهازاً تنسيقياً بين إدارات المنشأة المختلفة، وكذلك التنسيق بين المنشأة وجمهورها (28).

وهناك أهداف أخرى تتقاطع مع الأهداف السابقة وتشارك جميعها في بلورة دور العلاقات العامة، وأهميته داخل المؤسسات المختلفة، ومن ذلك :

- 1-التفاعل الايجابي مع الأحداث ومسايرة اهتمامات الناس ورغباتهم، بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين السائدة التي تنظم الحياة العامة.
- 2-التأثير على الرأي العام، والعمل على المحافظة على وجود رأي عام مرغوب فيه تجاه المؤسسة، والاستفادة من البيانات بعد تحليلها في ترشيد القرارات.
- 3-تقديم المهمات الإدارية والخدمات الاستشارية التي تساعد المؤسسة على تنفيذ برامجها والتخطيط لمشاريعها، وفق تصور كافٍ ودراسة متأنية (29).

28 - الشهري، عبدالله، أسس العلاقات العامة وتطورها، ص 221

29 - الطراونة، أحمد، مصدر سابق، ص 23.

وظائف العلاقات العامة

حددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة (PR.SA) في بحث لها ثمانية وظائف أساسية لمهنة العلاقات العامة على النحو التالي:

1- كتابة التقارير والبيانات الصحفية والكتيبات، ونصوص برامج الراديو والتلفزيون، والخطب ومقالات المجلات والصحف التجارية.

2- تحرير النشرات العمالية والصحفية وتقارير المساهمين، ووسائل المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل فرد من أفراد المؤسسة، والجمهور الخارجية.

3- الاتصال : بالصحافة والراديو، والتلفزيون، وكذلك المجلات والملاحق الأسبوعية، ومحرري الأقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الأخبار، والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة.

4- تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة، كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة، والمعارض، وتنظيم الزيارات، وتقديم التسهيلات، وإقامة الاحتفالات في المناسبات العامة أو الخاصة وتنظيم المسابقات، ورعاية العلاقات مع الضيوف، وتقديم الهدايا التذكارية وإنتاج أفلام عن المؤسسة بالإضافة إلى غيرها من الوسائل البصرية الأخرى كالشرائح وشرائط الفيديو.

5- مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية، وإعداد خطب للغير، وتخصيص متحدث باسم المؤسسة، وتقديم المتحدثين في الحفلات والاجتماعات العامة.

6- إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة ومواد الاتصال المصورة ودوريات المؤسسة، وإخراجها على نحو يتفق مع الذوق العام.

7-تحديد الاحتياجات، والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع.

8-استخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة، وغالباً ما تكون مسؤولية قسمي الإعلان، والعلاقات العامة بالمؤسسة مسؤولية مزدوجة.

ويضيف الباحث عبد العزيز تركستاني إلى هذه الوظائف وظائف أخرى تتعلق بمهام العلاقات العامة الوطنية في تكوين الصور الذهنية للدول التي تعمل فيها، ومن ذلك :

1- التوجيه والتأثير .

2- دعم الرفاهية الاقتصادية.

3- المراقبة وعرض الأحداث المختلفة بموضوعية.

4- عرض المنجزات الحضارية:

ويقول الباحث في ذلك : "إن عرض الإعلام لمنجزات الدولة في مجال البناء والحضارة وشرح الجهود المادية والفنية التي أوجدت هذه المنجزات وتهيئتها لخدمة المجتمع، وحثهم على الرقي والتحضر لمواكبة التطور الذي يعيشه المجتمع العالمي، مع المحافظة على العقيدة والقيم والعادات والتراث والتقاليد، هي أمور ضرورية لا بد من فهمها وكيفية إدارتها، لأنها مهمة في تكوين الصورة الذهنية عن تقدم المجتمع حضارياً".⁽³⁰⁾ وإضافة إلى ما سبق فإن ثمة وظائف أخرى للعلاقات العامة تتعلق بما تؤديه من أعمال داخل المنظمات والجمعيات الخيرية العربية تحديداً، وأهمها:

³⁰ - تركستاني، عبد العزيز، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصور الذهنية للمملكة ، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 1427هـ.

1- الوظائف الإعلامية:

- أ) توعية جمهور المؤسسة بالخدمات وكيفية الاستفادة منها.
- ب) تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية لإحداث التفاعل الايجابي مع المستفيدين من المؤسسة.
- ج) رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

2- وظائف الاستعلام:

- أ) إجراء البحوث المسحية للمستفيدين من المؤسسة أو الرأي العام.
- ب) تحليل مواقف المستفيدين والرأي العام لدعم الجوانب الايجابية، ومعالجة الجوانب السلبية.
- ج) تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف المستفيدين.

3- وظائف التنسيق:

- أ) ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى.
- ب) برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى لمنع التداخل والازدواجية والتعارض.
- ج) تنسيق فعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج العلاقات العامة، في إطار مراقبة البرامج الأخرى. (31)

³¹ - البوعلي، أحمد ، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الثاني للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية ،المملكة العربية السعودية، 1422هـ ص

المصطلحات الخاصة بالعلاقات العامة ..

تداخل وغموض

يرى كثير من المهتمين بعلم ووظائف العلاقات العامة أهمية التفريق بين مجموعة من المصطلحات تتداخل فيما بينها وتثير اضطراباً في المفهوم المعلن والأساسي للعلاقات العامة، ولذا تجب التفرقة بين مصطلحات "العلاقات العامة" و"الإعلان" و"الإشهار".

ويتضح ذلك في أن العلاقات العامة تعرف بشكل عام بأنها :
"مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال المتاحة من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماهيري، وطبيعة الاتصال فيها ذو اتجاهين.

أما الإعلان (Advertising) فهو :

مهمة توثيقية تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري، والاتصال فيها ذو اتجاه واحد.

فيما يعرف الإشهار (Publicity) بأنه :

"نشر القصص الإخبارية في وسائل الإعلان المختلفة".⁽³²⁾

وهكذا يكون "الإعلان" و"الإشهار" من الأدوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في إيصال رسالتها إلى الجمهور المستهدف، ولكنها ليست مرادفاً لها في المعنى أو الوظائف.

ويلاحظ أن عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لدى بعض المؤسسات الخيرية يؤدي إلى عدة أشياء سلبية منها :

1-عدم الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط له أصول، وأسس علمية يقوم عليها.

2-عدم وضوح نشاط العلاقات العامة، وتداخل الاختصاصات بين الإدارات داخل المنظمة.

3-تهميش دور العاملين في مجال العلاقات العامة.

4-صعوبة تحديد ميزانية تقديرية لازمة لتنفيذ برامج العلاقات العامة.

وفي المقابل فإن وضوح مفهوم العلاقات العامة يؤدي إلى:

- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات، وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- إمكانية تحديد أهداف ومسؤوليات إدارة العلاقات العامة بوضوح ، وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي جيد لها.
- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير وفقاً لها نشاط إدارة العلاقات العامة، وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة. (33).

³³ - الجبى ، بحى إبراهيم ، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية ، المملكة العربية السعودية، ذو القعدة، 1425هـ، ص 13

أهمية التنظيم في العلاقات العامة

تتضح أهمية العمل المنظم فيما يتعلق بمجال العلاقات العامة في أن التنظيم يُعد واجباً يقتضيه تشعب الأعمال وتعدد المسؤوليات، فالمؤسسة التي تتسع علاقاتها وتتعدد مسؤولياتها لابد أن تعهد بهذه المسؤوليات إلى عدة أشخاص يكونون خبراء في شؤون الاتصال، والرأي العام، وغيرها من الاختصاصات الضرورية للمؤسسة. لذا فإن التنظيم ضروري ومهم في جميع نواحي النشاط الإنساني لأنه ينطوي على ما يلي :

- التدبير الدقيق والتعاون بين القوى البشرية وبذل الجهود في موضعها.
- تحديد الاختصاصات والحصول على مزايا التخصص.
- تجنب الإسراف والوصول إلى الهدف بأسرع طريق ممكن دون إخلال بالمبادئ، والقيم وروح التعاون، ووحدة الهدف بين العاملين في العلاقات العامة في أية مؤسسة.
- تجميع المسؤوليات المتنوعة ذات الطبيعة الواحدة في إدارة موحدة متناسقة النشاط، يسهل الربط بين أجزائها، وتأدية الواجبات المنوطة بها بإحكام واقتصاد بالوقت والجهد.
- نقل القرارات إلى أقسام المؤسسة سواءً من أسفل إلى أعلى أو بالعكس، أو على المستوى الأفقي كما أنه يمد العاملين بالمؤشرات التي ترشدتهم في أداء الواجبات.
- يوفر التنظيم نظاماً للاتصالات والمعلومات عن طريق شبكة الاتصالات الرسمية بالمؤسسة، إلى جانب شبكة الاتصالات غير الرسمية.

-يحقق التنظيم تنمية وتدريب العاملين وذلك عن إيمان بأهمية التدريب، وإسهامه الأكبر في الوصول بالعاملين إلى اتخاذ قرارات أفضل.(34)

³⁴ - ودني هويسمان نجان شوميلي ، العلاقات العامة ،ترجمة فريد انطونيوس ، مكتبة الفكر الجامعي ، بيروت ، 1998 ،ص 115.

كيف تختار المنظمات موظفي العلاقات العامة ؟

يتوقف النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها، وهذا التوقع يمثل الهدف الذي يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز العلاقات العامة بالعاملين ذوي المقدرة والكفاءة.

أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة أو نسبية، فعددهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً، وحجم العلاقات العامة ومهامه وطبيعة هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخطته ثانياً.

ومن جهة أخرى فإن تسميات المسؤوليات الوظيفية في جهاز العلاقات العامة تختلف من مسؤولية لأخرى ومن دولة لأخرى، فهناك من يستعمل مصطلح الرئيس أو المدير للتعبير عن مسئول جهاز العلاقات العامة، وهكذا بالنسبة للمسؤوليات الأخرى كمدير شعبة، أو رئيس شعبة أو ملاحظ شعبة، ولذا فإن طبيعة المسؤولية يمكن معرفتها عن طريق وصف الوظيفة⁽³⁵⁾.

³⁵ - مركز التميز للمنظمات غير الحكومية، العلاقات العامة في الإدارة، ، ترجمة عيد فريد، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت، 2001، ص

صفات موظفي العلاقات العامة

وبشكل عام فإن العاملين في جهاز العلاقات العامة لا بد أن يتميزوا ببعض الصفات والمميزات، لما لهذه الوظيفة من أهمية وخصوصية في العمل، إضافة إلى التخصص الدراسي والخبرة، ومن ذلك :

- (1)- يجب أن يعرف القائم بالاتصال في مهنة العلاقات العامة أن له دوراً مهماً في حياته- بشكل عام- ونحو مؤسسته ومجتمعه بشكل عام، فبالتالي يقدر عمله، ويحترمه، ويضع نصب عينيه أنه يقدم خدمةً جيدةً للمجتمع يكافأ عليها.
- (2)- أن يقدر عمله، ويؤمن بقيمة هذا العمل، ويضع مسئوليته أمام ضميره، وأمام المولى سبحانه.
- (3)- أن تكون رسالته نابعة من ضميره، وبوازع من خلقه، وأن يكون ملماً بواجباته ومسئوليته محباً لها.
- (4)- أن يكون على قدر من العطاء وتحمل المسؤولية، وأن لا يجد العوض والشكر إلا من الله، وأن يكون هدفه تقديم صورة طيبة عن عمله لمكافأته من قبل المولى.
- (5)- أن يتوافر لديه الإخلاص في عمله والإتقان له، وأن يراعي أن هذا العمل مسئول عنه أمام الله وسيحاسبه عليه.⁽³⁶⁾
- (6)- مراعاة أداء الأعمال بدقة، والذوق السليم، والصدق، والأمانة، والعدل.
- (7)- الموضوعية في الأحكام، وعدم التحيز العنصري أو الشعبي، أو السياسي، أو الديني.

³⁶ - عبد العزيز ،عزة عبد اللاه، مصادقية الصحافة المصرية "القومية والحزبية"، دراسة للمضمون القائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات، كلية الآداب- سوهاج، 2001م .ص 230.

- (8)- السمة الطيبة، والسلوك المقبول اجتماعيًا ودمائة الخلق.
- (9)- التحلي بالصبر والحلم، والشخصية المحببة.
- (10)- المسؤولية الاجتماعية، ومراعاة الضمير هي المحصلة النهائية، وهي أفضل البدائل في العديد من المواقف التي يقع فيها موظفو العلاقات العامة.⁽³⁷⁾
- ثمة خصائص أخرى يرى عدد من الباحثين ضرورة توفرها في المشتغلين بالعلاقات العامة خاصة في العصر الحديث لمواكبة التغيرات التي طرأت على نظم العمل، ومن أهم تلك الخصائص :
- أ)- الحصول على درجة جامعية في العلاقات العامة.
- ب)- عضوية إحدى جمعيات العلاقات العامة (العضوية المهنية لضمان الالتزام بأخلاقيات المهنة).
- ج)- المعرفة بجوانب معينه وهي :
- دور العلاقات العامة في خدمة قطاعات مختلفة، وسائل الإعلام الموجودة في محيط المؤسسة.
- دور العلاقات العامة داخل المؤسسة وخارجها.
- المسؤوليات والأخلاقيات والقوانين والقواعد المنظمة لعمل العلاقات العامة والتسويق والإعلان.
- البحوث وإنتاج المواد الإعلامية.
- دور القيادة.
- أسلوب تقديم الحوافز.

³⁷ - نادر أبو شيحة ،وعبد اللطيف الأسعد ، المرشد إلى توصيف وتصنيف الوظائف ، عمان ،المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1991م ،ص 55.

(د) امتلاك مهارات الكتابة لقطاع العمل الخيري وذلك لإنجاز ما يلي:

- الخطابات والتقارير وكتابة المذكرات.
- الكتابة الصحفية.
- البيانات الصحفية.
- التعليقات المصاحبة للصور الصحفية.
- الخطابات الموجهة للمحررين.
- الدعوات الموجهة لحضور المقابلات.
- كتابة النصوص الإعلامية.

(هـ) امتلاك مهارات العلاقات العامة وأهمها:

- فهم أهداف العلاقات العامة واستراتيجياتها.
- القدرة على تحديد المستفيدين.
- إجراء المقابلات.
- اختيار الوسيلة الملائمة للوصول إلى الجمهور.
- العلاقة الطيبة مع وسائل الإعلام.
- دراية كافية بالبحوث وأساليب التقويم.
- إدارة الأزمات والمخاطر.
- إعداد وتنفيذ خطط الطوارئ.

(و) امتلاك مهارات رئيسة:

- العمل كجزء من فريق عمل، وكجزء من المؤسسة.
- خصائص القيادة مع القدرة على التحفيز.
- التخطيط ووضع الأولويات.

-القدرة على اختيار الموظفين وإجراء المقابلات.

-تكوين فريق العمل وإدارته.

-وضع الميزانية والتحكم فيها.

-الدراية بأساليب التقويم.

-تحليل التقارير السنوية والمعلومات المالية.

-إتقان أساليب التفاوض.

لكن لا يعني عدم توفر تلك الصفات بصفة مجتمعة في رجال ونساء العلاقات العامة أنهم غير مناسبين للقيام بأعباء المهنة، نظراً لأنه ليس هناك رجل مثالي في العلاقات العامة يلم بجميع الصفات المذكورة، وكذلك المرأة، لكونهم جميعاً كائنات إنسانية تتأثر بخبرتها وبيئتها مما يجعل من العسير أن يحوزوا كافة السمات التي ذكرت سابقاً، وإنما المهم أن يحوزوا أكثر الصفات المؤهلة لتلك المهنة، وأن يجتهدوا في اكتساب الصفات الباقية.

خصائص وسمات مدير العلاقات العامة

مدير العلاقات العامة هو بمثابة الرأس المحركة لعمل العلاقات العامة في الجمعية الخيرية وغيرها من المنظمات والمؤسسات، وكي يكون مناسباً للعمل في هذا المنصب فإنه يجب أن تتوفر فيه عدة معايير أهمها :

1) القدرة على وضع أهداف العلاقات العامة، وتطوير استراتيجيات تحقيقها، وتحديد الأولويات ووضع السياسات وفق مخطط جيد.

2) القدرة على إيجاد بيئة ملائمة لعمل العلاقات العامة داخل المؤسسة أو المنظمة.

3) إمكانية الإسهام في وضع تصورات المستقبل بالنسبة للمنظمة بالتعاون مع الإدارة (التخطيط الاستراتيجي).

4) الفهم الكامل للمظاهر الواسعة لعمل العلاقات العامة، أكثر من كونه متخصصاً في بعض وجوه العمل في العلاقات العامة (النظرة الشاملة) .

5) الخبرة الواسعة بعمل العلاقات العامة في منظمات وقطاعات متعددة (الخبرة).

6) القدرة على تحديد المشاكل وإيجاد الحلول المناسبة لها (حل المشكلات).

7) القدرة على التنفيذ - من خلال فريق العمل - والتحكم في مهارات الأفراد لإنجاز المهام المتكاملة لوظيفة العلاقات العامة، والتنسيق بين الأفراد (التنفيذ والعمل في فريق عمل).

8) القدرة على اجتذاب وتجنيد عناصر جديدة لدعم جهاز العلاقات العامة (قوة الجذب والاتصال).

9) امتلاك مهارات التنظيم والقدرة على تدريب العاملين وتحفيزهم وتنمية مهاراتهم (التنظيم والتدريب).

ولاشك أن " الجهات الكبرى التي تعترف بأهمية العلاقات العامة تُخضع اختيار مدير العلاقات العامة لمقياس دقيق، بحيث يكون الرجل الذي يقع عليه الاختيار قد تمارس كافياً ولمدة طويلة بكل أنشطة العلاقات العامة في المنظمة. وقد يدفعها هذا المقياس لاختياره من بين ذوي الخبرة الطويلة في مكاتب استشارات العلاقات العامة ووكالاتها.(38)

³⁸ - البوعلي، أحمد ، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الثاني للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية ،المملكة العربية السعودية، ذو القعدة، 1422هـ، ص ٧٩.

أهمية عمل العلاقات العامة

في الجهات الخيرية

تمثل العلاقات المتميزة بين الجهات الخيرية وسائر المجتمع حصناً منيعاً يدرأ الأخطار عن العمل الخيري، وينمي قدراته وإمكاناته، ويجدد طاقاته، ويزيد من موارد الجمعية، ويقلل الصرف من ميزانيتها، وحتى يمكن للجمعية بناء علاقات حيوية ومتميزة تتناسب كل شريحة من شرائح المجتمع يحسن تقسيم المجتمع إلى الفئات التالية:

1-الجهات الرسمية المشرفة.

2-الجهات الحكومية.

3-المحسنون.

4-العاملون تطوعاً.

5-الإعلاميون.

6-المستفيدون.

7-عامة المجتمع (39).

ويعد هذا التقسيم من الأهمية بمكان نظراً لأن لكل فئة من هذه الفئات تصورات، ومطالب، ومفاهيم تخصها، فتحتاج إلى روابط تتناسب مع مقامها حتى تؤدي العلاقات العامة في العمل الخيري ثمارها على الوجه المقبول، والصورة الصحيحة كالتالي .:

39 - يحيى ، يحيى إبراهيم ، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجمعيات الخيرية بالشرقية ، المملكة العربية السعودية، 1425هـ ، ص ٨٠ .

1-الجهات الرسمية المشرفة:

يقصد بها إمارة المنطقة والجهة المخولة بالإشراف على الجهة الخيرية من قبل الدولة. فمن مهام العلاقات العامة في الجهة الخيرية إطلاع الجهة الرسمية على ما يهمها مما يجري في الجهة الخيرية، سواء عن طريق التقارير أو الصلات المباشرة معها، وهو الأهم لطمأنتها من جانب والذب عنها من جانب آخر، ولكسب دعمها والاستفادة من توجيهها، وإدخال السرور عليها.

2-الجهات الحكومية الأخرى:

الجهات الخيرية جزء من المجتمع لا تستطيع أن تستغني عن خدمات الدولة الممثلة في دوائرها الرسمية، وكثيراً ما تتعثر معاملات الجهات الخيرية، ويغفل القائمون عليها عما يمكن أن يقدم لهم من خدمات ومساندات بسبب ضعف العلاقات مع الجهات الرسمية. وتحتاج تلك الجهات كغيرها من منظمات المجتمع الأخرى إلى معرفة خدمات تلك الجهات الخيرية، والاطلاع على أعمالها عن طريق استضافتها في مواقع الجهات الخيرية، أو عن طريق العرض عليهم في مواقعهم.

3-المحسنون المنفقون من أموالهم في الخيرات:

إن المحسن مسلم محب للخير يفرح ويسر به، وهو كذلك من عامة المجتمع يسمع وتنتقل له الوشائيات من عدة أطراف.

والثابت أن الجهات الخيرية تفقد كل سنة عدداً من الداعمين بسبب ضعف العلاقة معهم وتحول المحسن عندهم إلى مأمور صرف آخر عهده بتلك الجهة وصول خطاب شكر مرفق به سند قبض عن تبرعه لتلك الجهة الخيرية. أما الاستفادة من آرائه وتجاربه وخبراته واقتراحاته فهذا في طي النسيان أو النكران عند الجهات الخيرية.

والمحسن يتطلع إلى معرفة مواقع صرف تبرعه، ليفرح أولاً ويطمئن ثانياً، وتتقطع المقالة والظن عنده ثالثاً، ويبقى متواصلاً مع تلك الجهة الخيرية، ومن المعلوم ضعف جدوى التقارير العامة لدى المتبرعين لأنه يعلم أن هذه التقارير لكل الناس، وهو يحتاج إلى التقارير خاصة وواضحة وشفافة عن مواقع صرف تبرعه حتى ولو وقع فيها خطأ أو خلل.

كما أنه يحتاج إلى الترغيب في الخير، وما أعد الله للمحسنين من الأجر العظيم، والثواب الجزيل، والمنازل العالية في الجنة.

4-العاملون تطوعاً .. المتبرعون

العمل التطوعي مزروع في نفوس أفراد الأمة المسلمة منذ ولادتهم ونعومة أظفارهم، ولا يزال أكثر أعمال الأمة عبر تاريخها تطوعياً ابتغاء الأجر من الله تعالى. ومما يتحتم على الجمعيات الخيرية السعي في تفعيل العمل الخيري في الوسط أسلوب الاستفادة من جميع طاقات المجتمع، ومشاركة الجميع فيه، والعمل على استقطاب أكبر عدد من المتطوعين إذ أن مقياس رقي الجمعيات برصيدها البشري من المتطوعين.(40).

والمتطوعون أنواع:

- فأعلام المتطوع بعلمه ومنهم المتطوع بماله: (صدقات، تبرعات، قروض، مشاركات في شركاته، تنمية مال).

- ومنهم المتطوع ببدنه: (مراسلات، حرف، تحميل، حراسة، ومنهم المشارك بجاهه: (شفاعات، علاقات ..).

- ومنهم المتطوع برئاسته فيمتنها في سبيل الخير.

- ومنهم المتطوع بوقته (كل يوم، ساعة باليوم، ساعة بالأسبوع، في المواسم، عند الطلب والفرغات ..) - ومنهم المتطوع بفكره : (رأي، استشارة، بحث، دراسات، إحصاءات، خطط، نقد، تقويم ..) (41)

فالعلاقات العامة بوابة استقطاب المتطوعين، وهي المسؤولة عن الاحتفاظ بهم، وعدم تسربهم ما يعني أن التعامل الطيب، والتواصل الجيد معهم في جميع مناسباتهم عبر الزيارات والمراسلات، مع التفقد لهم من أقوى عوامل الاحتفاظ بهم.

5- الإعلاميون:

مع ما للإعلام من أهمية كبرى في العمل الخيري سلباً وإيجاباً إلا أن كثيراً من الجهات الخيرية ضعيفة الاتصال بالجهات الإعلامية، ورجال الإعلام حتى أصبح كثير من الصحفيين والإعلاميين يعيش حالة فراغ تام عن العمل الخيري، فتسري لديهم الوشايات والحكايات الموضوعة ضد العمل الخيري كما قيل "صادف قلباً خالياً فتمكنا".

الإعلاميون أيضاً يعيشون نفس الهم الذي تعيشه الجمعيات الخيرية، لكن ضعف الاتصال هو الذي أدى إلى ضعف التغطية الإعلامية السليمة للأنشطة الخيرية.

وهنا تُثار الأسئلة حول قسم العلاقات، وخطته الإعلامية، وكيف يمكن للمتطوعين من رجال الصحافة والإعلام الانضمام إلى الجمعية لتغطية الفراغ الموجود لدى الجهات الخيرية في الأقسام الإعلامية.

6- المستفيدون من العمل الخيري:

المستفيدون من العمل الخيري أنواع :

-منهم: المستفيد من الجانب الإغاثي والتأهيلي وهم الفقراء والمساكين، والأيتام والأرامل.
-ومنهم المستفيد من الجانب التربوي والعلمي، إذا كانت الجهة الخيرية متخصصة في ذلك.

أما الفئة الأولى فتحتاج أولاً إلى حفظ ماء الوجه ورفع الذلة والمنة عنهم، بل رؤية المنة لهم على الجهة الخيرية.

وكان الفقيه التابعي مطرف بن عبدالله يقول : من كان له عندي حاجة فليكتبها في قرطاس ويرسلها إلي، فإني أكره أن أرى ذل المسألة في وجه مسلم، فإن السؤال أرجح من النوال وإن جل) (42).

أما الفئة الثانية فتحتاج إلى حسن التعامل معها من خلال الأمور التالية:

- جودة الخدمة المقدمة لهم.
- احترامهم وإنزالهم منازلهم.
- المتابعة لهم وتوظيفهم فيما هيئوا من أجله.

7- عامة المجتمع:

المجتمع متصل بجميع الفئات ويسمع من الجميع، وتصل الوشائات إليه من المغرضين والمتظلمين وقد يحمل صورة سيئة عن العمل الخيري.

ولذا فهو بحاجة إلى توعيته وإعطائه الصورة الحسنة المشرقة عن العمل الخيري، من خلال التواصل معهم عبر البرامج الإعلامية، والتوعية المتعددة الندوات والحوارات المفتوحة، والأسواق الخيرية وغيرها.

العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال ..

التأثير والاستفادة

لقد أثر التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثيرًا كبيرًا وبالعًا في واقع عمل المؤسسات الخيرية.

وقد حدثت تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أثمرت عن ظهور خدمات معلوماتية عديدة ومتنوعة، تهدف إلى تلبية حاجات المستفيدين من خدمات تلك المؤسسات.

وربما يكون من المفيد في هذا الكتاب توضيح مفهوم الاتصال، وذلك بشيء من الاختصار، وكذلك مدى تأثيرها على الارتقاء بالعمل الخيري في المملكة العربية السعودية وخارجها .

والواقع أن هناك تعريفات كثيرة لمصطلح "الاتصال"، و ليس هناك تعريف واحد جامع شامل متفق عليه لهذا المصطلح.

ويرجع السبب في ذلك إلى أن عملية الاتصال تدخل في جميع مناحي الحياة بالنسبة للإنسان والحيوان والنبات وحتى الجماد.

تعريف الاتصال

وهذا يعني أن تعدد تعريفات مصطلح الاتصال يرجع إلى تعدد مجالاته، لكن ثمة تعريفاتٍ شاملةٍ لهذا المصطلح، منها تعريف " دائرة المعارف البريطانية للاتصال بأنه: "أسلوبٌ لتبادل المعاني بين الأشخاص من خلال نظامٍ مُتعارَفٍ عليه، أو من خلال إشاراتٍ محدودة" (43)

لكن بشكل خاص يمكننا أن نقول إن الاتصال بال جماهير بغرض الإقناع والتأثير والاستمالة على وجه الخصوص، هو الهدف الأبرز لعمل العلاقات العامة. ويمكن أن نطلق على هذا الاصطلاح " الاتصال الإقناعي Persuasive Communication ويمكن تعريفه بأنه: "الاتصال الذي يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال عن قصد رسائله الإعلامية لإحداث تأثير مركز محسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة مستهدفة من الجمهور، وهذا التعريف يستند أساساً إلى التعريف الخاص بالإقناع من حيث أنه "اتصال هادف إلى التأثير في الاختيار". (44)

⁴³ - الشهران ،جمال عبد العزيز ،. الوسائل التعليمية ومستجدات تكنولوجيا التعليم ،، الرياض، 1421 هـ ،ص 36

⁴⁴ إمام، إبراهيم، الإعلام والاتصال بال جماهير، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1975م،. الطبعة الثانية،ص 145

أهمية الاستفادة من الوسائل التقنية

في العمل الخيري

لاشك أن الرغبة في تطوير العمل الخيري الإسلامي والارتقاء به دوماً، تدفع بالضرورة إلى البحث الدائم والمستمر عن أفضل السبل لتطوير الأداء، وتفعيل الآليات والوسائل المتبعة حتى وإن كانت معروفة مسبقاً بإيجابيتها.

وهو ما يتحقق من خلال العمل على تعظيم المزايا والفرص التي تمنحها التكنولوجيا للعمل الخيري بشكل عام، وذي الطابع الإسلامي منه على وجه التحديد.

وتمثل التكنولوجيا الحديثة بأوجهها المتعددة إضافة ودعماً لمختلف التفاعلات الإنسانية في العالم المعاصر، لذلك لدى النظر إلى تقييم دور التكنولوجيا في العمل الخيري يفضل تتبع هذا الدور وفقاً لمراحل العمل كل على حدة، وذلك كما يلي:

-مرحلة التخطيط:

المراحل التحضيرية للعمل الخيري -على تنوع نطاقاته- تشمل استكشاف كلاً من مجال العمل والمحور الذي سيهتم به، وكذلك الفئة أو الشريحة أو النطاق المستهدف.

وفي هذا الخصوص يمكن للتقنيات الحديثة الاضطلاع بدور مهم في تسريع وتيرة المرحلة التحضيرية، وزيادة دقتها، وذلك بواسطة:

1- استخدام الوسائل التقنية الحديثة في البحث والاتصال لاختيار وتحديد كلاً من

القطاع المستهدف ومجال العمل.

ولا يقتصر الأمر هنا على استخدام الشبكة الدولية للمعلومات في استقصاء أوضاع، وظروف الشعوب في مناطق مختلفة من العالم.

لكن يمكن أيضاً الاعتماد على ما تنقله وسائل الإعلام في التعرف على خارطة المناطق، والشعوب والجماعات ذات الحاجة إلى أعمال خيرية.

ثم تأتي بعد ذلك إمكانية تخصيص أو توظيف بعض وسائل النقل والاتصال، خصوصاً تقنيات التصوير عبر الأقمار الصناعية في التركيز على مناطق بعينها، ربما لا تتوفر عنها معلومات كافية وأوضاعها غير معلومة بدقة، خصوصاً تلك التي يقطنها مسلمون يعانون من تردي الأوضاع المعيشية والتنمية سواء نتيجة تمييز مقصود أو كجزء من الأوضاع العامة في دولهم.

وقد تطورت تلك التقنيات وأصبحت متاحة حتى أصبح استخدامها مفتوحاً أمام أي شخص في أي بقعة في الأرض، والمثال الأبرز في هذا الإطار تقنية (Google Earth).

2- يمكن الاستفادة من ذات الوسائل المشار إليها، في جمع المعلومات الأساسية الضرورية عند الشروع في مباشرة المشروعات، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو غيرها من الأعمال ذات الطابع الخيري، بمعنى أن عمليات الاستقصاء والاختيار بين البدائل المحتملة، تسهل بدورها التعرف على طبيعة واتجاهات الاحتياجات الخاصة بالمنطقة المختارة، بل وتساعد على توفير معلومات كافية أو على الأقل تمهيدية عن تلك الاحتياجات وأولوياتها.

3- يمكن بعد ذلك الاستناد إلى تقنيات الحواسب الآلية في تكوين قواعد بيانات تشمل كلاً من المناطق التي يجري العمل عليها، وكذلك التي لم تُدرج بعد في الخطط

المقترحة، ما يساعد على تسريع المراحل التحضيرية المستقبلية عند الانتقال إلى مناطق أخرى، أو توسيع نطاق العمل في المناطق والمجالات القائمة بالفعل. ويمكن الاسترشاد في هذه المرحلة بما يتوافر من بيانات ومعلومات تتضمنها قواعد البيانات والتقارير والإحصاءات التي تعدها المنظمات والهيئات الدولية. مع مراعاة أن ثمة اختلافات تحدث في المعلومات الخاصة بكل منها، لذا تمكن المقارنة والمفاضلة بين مصادر البيانات في ضوء المعلومات التي يتم الحصول عليها من المناطق المعنية بشكل خاص ومباشر.⁽⁴⁵⁾

مرحلة التنفيذ:

ربما كانت أوجه الاعتماد على التكنولوجيا في المراحل التنفيذية تتشابه بين الأعمال الخيرية ومختلف أشكال العمل العام، سواء كان في النواحي الإدارية أو الميدانية.. ويمكن في هذا الخصوص الإشارة إلى ما يلي:

1- الجمع بين المركزية والتفويض:

فمن خلال سهولة الاتصال والتنقل يمكن تطبيق درجات متفاوتة من المركزية واللامركزية في العمل.

بمعنى الجمع بين أسلوب حصر بعض القرارات والاختصاصات في المراكز ونقاط التحكم سواء الرئيسية أو الفرعية، مع أسلوب التفويض وفتح المجال أمام القيادات الميدانية لاتخاذ القرارات المطلوبة في التوقيت والظرف الملائمين.

⁴⁵ - راشد ، سامح ، أثر التكنولوجيا على تطور العمل الخيري في البلاد الإسلامية ، جريدة الرياض السعودية ، العدد 3937، ص 21.

وتؤدي وسائل الاتصال والتفاعل المباشر والحي دوراً أساسياً في نجاح هذا النمط من الإدارة، حيث تتيح المتابعة المستمرة والإشراف الدائم مع السرعة والمرونة في آن معاً، ما يجعل الحواجز التقليدية المعروفة بين المركز والفروع تتلاشى تقريباً.

2- ضمان كفاءة الإدارة والعمل الميداني:

إذ تساعد التطبيقات المتنوعة للعلوم التقنية في مختلف المجالات على الارتقاء بالأداء بدءاً بالنطاق الإداري بما فيه النظم الإدارية المتبعة وطريقة إدارة العمل بين الوحدات والأقسام، ومعايير التقييم والإنجاز. وكذلك في النطاق الميداني من خلال سهولة مراقبة ومتابعة العمل، وإجراء عمليات الحصر والمراجعة بواسطة نظم المعلومات وأساليب الإحصاء، وحصر البيانات وتحليلها.

3- توسيع مساحة العمل الخيري:

خصوصاً في المجالات المتعلقة بالتدريب والتعليم ورفع المستوى المعرفي والمهاري للمتلقين، حيث يمكن من خلال وسائط التدريب والوسائل التعليمية الحديثة توصيل تنفيذ برامج تدريبية وتعليمية وتنقيفية على نطاق واسع، دون الحاجة إلى تخصيص رؤوس أموال كبيرة، فضلاً عن الاقتصاد في الطاقة البشرية اللازمة للقيام بهذه المهام. وإجمالاً، تتمحور مزايا التكنولوجيا في مرحلة التنفيذ حول شقين:..

-الأول هو سرعة وسهولة تدفق المعلومات والبيانات إدارياً وميدانياً من وإلى مختلف الوحدات (رأسياً بين المراكز والفروع أو أفقياً بين الفروع وبعضها البعض).

-والثاني : في توسيع نطاق العمل الخيري من خلال استخدام التكنولوجيا في خدمة أكبر عدد من المتلقين والمستخدمين، بقدر أقل من المخصصات النقدية أو العينية.⁽⁴⁶⁾

والواضح أن أغلب مزايا التكنولوجيا في العمل الخيري تتركز في المسار المعلوماتي، مع تنوع وتعدد أوجه الاستفادة من هذا المسار. بيد أن الوجه الأكثر بروزاً هو سرعة وانخفاض كلفة نقل المعلومة، وهو ما يجعل المسافات والفواصل بين مراحل العمل تتقلص حتى أنه أحياناً تتداخل معاً. مثال ذلك عملية جمع البيانات عن المناطق الأكثر احتياجاً لمشروعات خيرية، فتلك العملية تسهم في مرحلتي التخطيط والاختيار بين البدائل. كما تمثل في الوقت ذاته جزءاً مباشراً من مرحلة التنفيذ ومباشرة العمل الخيري، كذلك الأمر بالنسبة لعملية التقييم والمراجعة وتعديل أو تطوير العمل، إذ تتم بشكل سريع يكاد يتزامن مع العمل اليومي.

أهمية استخدام وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة

تشكل وسائل الاتصال الحديثة الذراع الأيمن لعمل العلاقات العامة، أو إن شئنا الدقة العمود الفقري فبدونها لا يمكن لجهاز العلاقات العامة أن يحقق أهداف المؤسسة أو الجمعية التي يتبعها .

وتختلف وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسات والمنظمات، باختلاف الأهداف والإمكانيات ولكل منها مميزات وعيوبه، ويمكن أن نعرض لبعضها كالتالي :

(1) الكتيبات :

تعتبر الكتيبات من وسائل الاتصال التي تعتمد علي الكلمة المكتوبة، وهي عبارة عن رسالة يزيد حجمها عن المألوف، وتعتبر صورة مصغرة من الكتاب، وتُعد بطريقة تشد الناظر إليها، وتدفعه إلي مطالعتها.

ومن هنا ينبغي ألا يزيد حجم الكتيب عن (50) صفحة، وعادة ما يتناول الكتيب أحد المواضيع بصورة مفصلة، أو عدة موضوعات يكون لها علاقة بالمنظمة التي أصدرت الكتيب.

مميزات الكتيب:

- قلة التكاليف وسهولة إنتاجها بصورة سريعة.

-ترك انطباع جيد لدى القراء إذا تم اختيار مادتها بعناية بحيث تسهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة وفي تلبية حاجات المنظمة.

ولذا يجب أن يُحرر الكتيب بطريقة جذابة ومقنعة للجمهور المستهدف، كما يُراعي تصميم الغلاف الخارجي بصورة مشوقة لافتة للنظر، وتحديد طريقة التوزيع المناسبة ضماناً للوصول للجمهور المستهدف.

(2) النشرة الصحفية :

تعد النشرة الصحفية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة الوسيلة الأساسية لإذاعة أخبار المنظمة في الصحف، ولا يوجد هناك شكل معين لها.

ويجب مراعاة عدة أشياء عند إعداد النشرة الصحفية منها :

- أن تكون هذه النشرة مطبوعة، وأن تكون جملها وفقراتها قصيرة بحيث لا تزيد علي عدد معين من الكلمات.

-ينبغي وضع اسم المنظمة وأرقام هواتف العلاقات العامة، وأن يوضح اسم المسئول عن إعداد وإصدار النشرة حتى يسهل الاتصال به من قبل الصحف والمجلات، عندما تدعو الحاجة إلي ذلك .

-يجب أن تُرتب هذه النشرات ترتيباً منطقياً متسلسلاً من حيث المعني والأفكار وترتيب الأحداث، بحيث لا يكون هناك تناقض في محتوياتها.

-عند الرغبة في إرسالها إلي الصحف العامة يجب أن يكون ذلك في وقت مبكر، وأن يحدد تاريخ النشر، وذلك لتجنب الضغط علي الصحف، وحتى لا يحدث سوء تفاهم بين إدارة العلاقات العامة وبين المسئولين في الصحف.

- عند اشتغال النشرة علي أكثر من صفحة يجب أن ترقيم كل صفحة، وأن يُشار في الركن الأيمن من أسفل كل صفحة ملحوظة إلي أن هناك بقية، وفي نهاية المقال أو النشرة تكتب كلمة "تمت" في مكان بعيد عن صلب الموضوع.
- يجب علي أخصائي العلاقات العامة ألا يكتب علي المظروف كلمة "خاص" حتى لا تُهمل الرسالة في حالة عدم تسليمها للمحرر.
- ينبغي البعد عن التأنق الزائد في اللفظ وعن الحشو الممل الذي لا فائدة منه، وذلك لسهولة فهم الرسالة الصحفية.
- أن يكون أخصائي العلاقات العامة علي استعداد تام للإجابة علي أسئلة الصحفيين، ومدّهم بالمعلومات التي يحتاجون إليها.
- يجب الحرص علي إقامة علاقات جيدة مع الصحفيين.(47)

صفات النشرات الصحفية

-الاختصار:

فالمحررون في الصحف المحلية يتلقون أسبوعياً مئات النشرات الصحفية، ولكن اختيارهم يقع علي النشرات التي تمت صياغتها بأسلوب مباشر ومختصر.

-الصياغة الصحيحة:

نص النشرة يجب أن يكون مصاغاً بطريقة صحيحة، كأن تكون أفكاره متناسقة ومتسلسلة بطريقة منطقية، وخالية من الأخطاء الإملائية.

47 - العوضي، عادل بن عبد الله، العلاقات العامة .. النظرية والتطبيق ، مطبوعات الشركة الكويتية العربية للدعاية والإعلان، الكويت، 2004م، ص 208.

-الواقعية:

بمعني أن يكون الموضوع الذي تكتب عنه يتصل بحدث، ويستجيب للأحداث التي تجري علي أرض الواقع.

-الإفادة:

بالإضافة إلي دورها الإعلامي يجب أن تُصاغ النشرة بطريقة تجعل لها دوراً تثقيفياً وتعريفياً، فالنشرة الناجحة هي النشرة التي تفيد القارئ ليس فقط للتعرف علي نشاط ما وحسب، بل أيضاً مادة مفيدة للقارئ.

3) الملصقات

وهي عبارة عن مجموعة من الرموز والأشكال والإشارات والعبارات ذات الدلالة المحددة، والتي تستخدمها العديد من المنظمات لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة والمنافسة.

وتكون عادة علي شكل لوحات مصورة علي صحائف كبيرة من الورق تلتصق داخل إطارات خشبية أو معدنية، وتعلق علي قوائم خاصة بذلك أو علي جدران أو علي جوانب الطريق أو المعارض ..، وتعتمد في مشاهدتها علي الضوء الصناعي الذي يتخلل بعضها للمشاهدة الليلية.

أنواع الملصقات :

-ملصقات ورقية كبيرة الحجم:

وهذه تُلصق بعد طبعها أو رسمها علي لوحات خشبية معدة لذلك، ويمكن أن تتغير بسهولة كل فترة زمنية.

-لوحات مصنوعة من المعادن والخشب والزجاج:

ويتم وضع الرسالة الإعلامية في داخلها، وهي تُعتبر رسالة مستمرة طويلة الأجل.

-لافتات تكتب علي القماش:

وتُوضع في الشوارع أو علي أبواب المنشآت في المناسبات المختلفة.(48).

(4) مجلة المنظمة:

تعتبر مجلة المنظمة صورة مصغرة من المجالات العامة، حيث تحتوي علي معلومات وبيانات وحقائق تتعلق بطبيعة العمل، والعاملين وإسهاماتهم المختلفة لتحقيق الأهداف.

(5) شبكة الإنترنت:

تُعتبر شبكة الإنترنت من أحدث وسائل الاتصال المقروءة، وهي وسيلة مهمة يجب علي العلاقات العامة أن تعد رسالتها بعناية فائقة، لأنها تعتبر وسيلة محلية وعالمية.

ويجب أن يحدد مضمونها وهدفها، وأن تكون رسالة ومختصرة ومفيدة وشاملة للمعلومات كلها التي تريد أن توصلها العلاقات العامة إلي الجماهير المستهدفة.(49)

(6) الموقع الإلكتروني للمنظمة أو المؤسسة:

يجب علي إدارة العلاقات العامة العمل علي تصميم موقع المنظمة داخل شبكة الإنترنت، ويتم الإعلان عن عنوان هذه المواقع لينتج الفرصة أمام الجماهير المختلفة لزيارته والاطلاع علي ما فيه من معلومات وبيانات وأخبار عن المنظمة وخدماتها،

⁴⁸ - العوضي، عادل بن عبد الله، مصدر سابق، ص 221

⁴⁹ - أبو الخير، مختار محمد فؤاد، "دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر" رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، 2002م، ص 139.

حيث يعتبر دليل للزائر يمكن من خلاله الاطلاع علي كل ما يتعلق بالمنظمة، وأهدافها وسياساتها ومنتجاتها.

وتقدم شبكة الإنترنت خدمات كثيرة لمستخدمي هذه الشبكة منها:

-البريد الالكتروني:

وهو عبارة عن صندوق بريد يمكن من خلاله إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من جهاز كمبيوتر لآخر ضمن شبكة الإنترنت.

وقد تشمل هذه الرسائل إعلانات أو نشرات أو معلومات أو أخبار معينة، ويجب علي أخصائي العلاقات العامة الإلمام بكيفية استخدام البريد الالكتروني، واستخدامه في إرسال واستقبال الرسائل المختلفة بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.

-المحادثات:

تتيح شبكة الإنترنت للمشارك بها الفرصة لمحادثة أي مشترك آخر، ويمكن أن تكون هذه المحادثة كتابية أو صوتية أو مرئية.

-تبادل المعلومات الالكترونية :

حيث تتيح خدمات الإنترنت للمشارك الفرصة لتبادل المعلومات الموجودة بجهاز كمبيوتر آخر ضمن الشبكة، ولكن يتم ذلك بناء علي قواعد وقوانين وبروتوكول خاص بشبكة الإنترنت.

مميزات خدمة الانترنت :

من أهم ما يميز هذه الخدمة وجود الصوت والصورة المتحركة والفيديو والمجسمات ،التي تسترعي اهتمام المشترك بهذه الخدمة وتجذب انتباهه إلي المنظمة.

وهناك مجموعة من الخطوات التي يمكن إتباعها لجذب الجمهور عبر الإنترنت :

-تحديد وتوضيح الموضوع ذي الصلة الوثيقة بين المنظمة والجمهور .

- معرفة نوعية وخصائص الجمهور المستهدف، بحيث يتم تحديد الجماهير الواعية والنشيطة والكاملة.

- تحديد شكل التواجد المناسب علي الإنترنت، سواء كان ذلك من خلال تقديم المحتوى أو من خلال التصفح، أو من خلال معرفة المشاكل التي سيعمل علي حلها الموقع أو من خلال معرفة المنافع التي سيحصل عليها من هذا الموقع.

- تحديد الوسيلة المناسبة أو الاستجابة إلي احتياجات الزائرين لموقع المنظمة علي شبكة الإنترنت. (50)

- توفير إمكانية الوصول إلي المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة وإدراجها علي موقع المنظمة علي شبكة الإنترنت.

وذلك للوفاء بالاحتياجات الخاصة بالجماهير المستهدفة، ويمكن الحصول علي هذه المعلومات من الأفراد داخل المنظمة أو من المصادر الموجودة علي شبكة الإنترنت أو خارجها .

- عند توافر المعلومات يجب تحديد القضايا التي تتفاعل مع مختلف جماهير المنظمة المستفيدة من العرض علي الإنترنت، وأيضاً تحديد الوسائل المستخدمة مثل وسائل الإعلام الإخبارية.

- تنمية المهارات والخبرات في التعامل مع الإنترنت، ومحاولة تطوير المحتوى والتأثير علي قنوات الاتصال ذات الصلة، ويمكن أن يتم ذلك من خلال عمليات داخلية أو عن طريق الاستعانة بمستشارين خارجيين.

⁵⁰ - العوضي، عادل بن عبد الله، العلاقات العامة .. النظرية والتطبيق ، مطبوعات الشركة الكويتية العربية للدعاية والإعلان ، الكويت،

-تقييم الخطة أو المبدأ الخاص بالتأثير علي السمعة، والذي ينشأ عن الانكشاف المترتب للمعلومات.

-انتقال المعلومات من شخص إلي شخص(الطريقة التي يعبر بها جمهور الإنترنت عن المعلومات المتاحة له، ثم عرض رؤيتهم عن المناقشة وإبداء الرأي علي الإنترنت).

-المتابعة لضمان عدم وجود أخطاء في النظام ولضمان عدم وجود أي تأثيرات أخرى مضادة قد تؤثر علي سمعة المنظمة وعلاقاتها .

-استعراض الفرص المتاحة والنتائج المترتبة عليها، وذلك لمعرفة هل أحد الإجراءات سيؤدي إلي إيجاد فرصة أخرى ويجذب انتباه المزيد من الجماهير، ويعطي مصداقية للمنظمة ويزيد من الفوائد؟.

-رفع كفاءة الموقع عن طريق توفير الشعارات الخاصة بالماركات المسجلة الشهيرة ولقطات الأفلام وغيرها.

إدارة الموضوعات المتعلقة بالمنظمة

عبر شبكة الإنترنت

ليس مهماً أن يكون هدف مسئول العلاقات العامة هو منع وقوع أو وجود مشكلة معينة بين مستخدمي الإنترنت ، وإنما يكفي أن يكون الهدف هو تغيير هذه المشاكل. كما أن كمية المعلومات التي تعطي لجمهور الإنترنت لها أثر طيب في تكوين علاقة جيدة مع هذا الجمهور، ويتم ذلك من خلال معرفة القضايا والمشكلات ذات الصلة الوثيقة بالجمهور، ومن خلال معرفة الجمهور المستهدف.

التحديث المستمر للموقع علي الإنترنت:

ينبغي قبل ذلك مراعاة :

- تقدير التكاليف مقابل الفوائد الناتجة عن الإدراج اليومي أو الأسبوعي أو الشهري لمحتوي جديد علي الموقع.
- تحديد المسئول عن تحديث الموقع.
- تحديد التحديثات التي يمكن عملها يدوياً والتي تتم آلياً.
- البحث عن برنامج يعمل علي تيسير عملية التحديث بالنسبة لغير المبرمجين في المنظمة.
- تحديد جدول زمني لصيانة الموقع والالتزام به.

-إخبار زائري الموقع بكل ما هو حديث عن الموقع. (51).

⁵¹ - أبو الخير ،مختار مجد فؤاد."دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر، مصدر سابق
،ص 150.

بيئة العمل الخيري في المملكة العربية السعودية

يُعد العمل الخيري المنظم عبر الجمعيات والمؤسسات الخيرية أحد نماذج التكافل والتراحم الاجتماعي الذي يدل على تماسك الأمة الواحدة، وقد عني الإسلام عناية بالغة بالترغيب في عمل الخير بشتى أنواعه، فقال تعالى: {فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ} (52).

والخيرات تشمل جميع أنواع البر والإحسان، وكذلك كل عمل يقدم لمنفعة الآخرين، بدءاً من إدخال السرور إلى نفوسهم وانتهاءً بتفريج كربهم وقضاء حوائجهم، كما قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (53).

فكما أن المسلم مطالب بالركوع والسجود والعبادة لله وحده لا شريك له؛ فهو مُطالب كذلك بفعل الخير؛ بل إنه مطالب بالمشاركة في فعل الخير.

وتعد الجمعيات والمؤسسات الخيرية أنموذجاً للعمل الخيري التطوعي المنظم؛ لأن تلك الجمعيات والمؤسسات الخيرية تنظم تلك الأعمال، وتسهل تطويرها، واستمرارها، وحمايتها من الانحراف أو الاستغلال، بما تتصف به من الثقة والنزاهة والسمعة الحسنة.

ويرجع ذلك إلى أن القائمين على هذه الجمعيات والمؤسسات الخيرية يتم اختيارهم بعناية فائقة، جعلتهم محل الثقة، ومصدق ذلك الخطابات المتعددة المتكررة التي ترد لهذه الجمعيات والمؤسسات الخيرية من الداخل والخارج تشكر فيها القائمين على هذه

⁵² - سورة البقرة: 148

⁵³ - سورة الحج: 77

الجمعيات على ما قدمته للناس من صدقات وعلم ودعوة، فضلاً عما يستقبل به دعائها
ومسئوليتها من حفاوة وترحيب في كل بلد تطأه أقدامهم).

أهمية تأصيل العمل الخيري

يُعد العمل الخيري بصمة مشرفة على جبين أمتنا الإسلامية، وقد حاز الاهتمام بقواعد وأسس العمل الخيري بفكر نخبة كبيرة من المهتمين ودارات الحوارات والندوات وكتب عنه في العديد من الصحف والمجلات وتناقلت الألسن العديد من الاقتراحات والتصويبات.

كما احتضنت الجمعيات الخيرية بأنواعها العديد من الكوادر المتطوعة والمتخصصة والمتفرغة والاستشارية، فيما عُقدت العديد من الاجتماعات حول آليات وضوابط العمل الخيري.

ورغم جميع ما ذكر إلا أنه يلاحظ أن التأصيل للعمل الخيري يبدو ضعيفاً جداً إن لم يكن مفقوداً.

والعمل الخيري بشكل عام مبني على الآتي:

1-الموارد.

2-الوسيط.

3-المحتاجين أو المستحقين للمساعدة.

أولاً: الموارد ويقصد بها : مصدر وصول التبرعات والمساهمات والمشاركات المالية والعينية.

وهذه الموارد تأتي إما مباشرة من منبعها الأصلي، أو تكون من خلال قنوات غير مباشرة، فمثلاً يمكن جمع التبرعات من أهل الأموال، وخصوصاً كبار التجار مباشرة .

وهناك أساليب أخرى مثل استحداث وسائل غير مباشرة كتوزيع قسائم تبرع، أو حصالات نقود على أهل الخير والمحسنين ومنهم أهل الأموال. (54) وتتطلب تنمية الموارد الآتي من الناحية الفعلية:

- (1)- تنمية إعداد منابع ومصادر الأموال.
- (2)- استخدام الوسائل والطرق الحديثة تجمع التبرعات كان ذلك من الناحية الفعلية. أما من الناحية المعنوية فإن تنمية الموارد تحتاج إلى الآتي:
 - (1)- وجود الوسيط الثقة ابتداء لتنفيذ الأموال المخصصة للأعمال الخيرية.
 - (2)- وجود الحاجة والأولوية للإنفاق وإظهارها للمحسنين لإقناعهم بها.
 - (3)- وجود الوازع للإنفاق والمردود والمتحقق، واستشعار هذا المردود وفي ديننا الإسلامي يتحقق ذلك في عظم أجر المنفقين في سبيل الله.

ولذا فإنه عند الرغبة في تنمية الموارد لابد من الاعتناء بالوازع الديني، فتذكير الناس بعظم الأجر والمردود يعتبر جزءاً كبيراً من عملية تنمية الموارد.

كما أن إظهار الحاجة الماسة للمحتاجين أيضاً عامل أساسي لتنمية الموارد (أما وجود الوسيط الثقة فهي من عوامل تكاد تكون في مقدمة اهتمامات المحسنين، وهذه الأصول تدور حولها جميع طرق تنمية الموارد الفعلية والمعنوية) (55).

ثانياً: الوسيط

⁵⁴ - المغلوب، محيي الدين، الأساليب والنظم المعينة على تأصيل العمل الخيري، مجلة الدعوة السعودية 1430هـ، ص 33

⁵⁵ - المغلوب، محيي الدين، الأساليب والنظم المعينة على تأصيل العمل الخيري، مجلة الدعوة السعودية 1430هـ، مصدر سابق ص 38

ويُقصد بالوسيط هنا : الجمعية الخيرية والتي تعتبر الوسيط بين المنفقين والمحتاجين أو المتضررين، وعناصر العمل الخيري من حيث هي وسيط كالآتي:

(1)-المتطوع.

(2)-المتعاون.

(3)-الموظف.

(4)-المندوب.

(5)-إدارة الجمعية والمجلس الإداري.

ثالثاً: المحتاجين أو المستحقين للمساعدة.

واقع ومستقبل استخدام الوسائل التقنية

في العمل الخيري

نظراً لأهمية الدور الذي تقوم به أقسام وإدارات العلاقات العامة، وكذلك الوسائل التكنولوجية وتأثيراتها الإيجابية، ومساهمتها في إيصال رسالة الجمعيات والمؤسسات الخيرية، حاولت أن أتلّس واقع العمل، وتأثير أقسام وإدارات العلاقات العامة في العمل الخيري من خلال دراسة الأبحاث التي قام بوضعها زملاء سابقون في هذا المجال.

وارتأيت أنه من الأفضل تقسيم تلك الدراسات وفقاً لمدى الارتباط بينها وبين المحاور السابقة، فجاءت كالتالي:

المحور الأول: دراسات تتعلق بالعمل الخيري ولا علاقة لها بالعلاقات العامة، أو تكنولوجيا الاتصال:

1-دراسة نادية محمد الطاهر الساسي،"دور الجمعيات النسائية في تنمية المجتمع"، عام 1981م.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى :

-تناول الدور الذي تقوم به المرأة في مجالات التنمية المختلفة، والخدمات التي تقدمها الجمعيات النسائية لتسهم في تنمية المجتمع، ومدى كفايتها.

-مناقشة التغيرات التي طرأت على الجمعيات النسائية لمقابلة الاحتياجات المتجددة وعالجت الباحثة موضوعها بدراسة وصفية استخدمت فيها منهج المسح الاجتماعي بطريقة الحصر الشامل لعضوات مجالس إدارة الجمعيات النسائية، وتوصلت في نتائجها إلى :

-الجمعيات الخيرية دور كبير في تنمية المجتمع.

-إسهام المرأة في التنمية من خلال دورها بكونها أمّاً ومواطنة وعاملة منتجة.

-أهم مجالات مشاركة المرأة في التنمية بالمملكة تنحصر في مجال الخدمات الاجتماعية الخيرية البشرية، ومجال الخدمات التعليمية، ومجال الطب والتمريض ثم مجال الرعاية الأسرية والطفولة. (56).

وأوصت الدراسة بالاهتمام بتفعيل دور المرأة باعتبارها عاملة منتجة وليس فقط ربة منزل، وإفساح المجال أمامها للمشاركة الفعلية في المجالات المناسبة لها حتى تتمكن من إفادة وطنها ونفسها.

2-دراسة حصة محمد المنيف، "تقويم الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية

في المملكة العربية السعودية" عام 1999م.

وهدفت الدراسة إلى :

-التعرف على واقع البرامج والخدمات التربوية وتحديد مدى فاعلية الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية في المملكة من حيث التخطيط والإدارة وتنفيذ برامجها التربوية.

-الوقوف على أهم المعوقات التي تحول دون فاعلية هذا الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية في المملكة .

⁵⁶ - الساسي ، نادية محمد الطاهر . 1981م ، دور الجمعيات النسائية في تنمية المجتمع ، دراسة تطبيقية في مدينتي مكة وجدة بالمملكة

العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان ، كلية الخدمة الاجتماعية .

واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي، واشتملت عينة الدراسة على جميع قيادات الجمعيات الخيرية النسائية وعددهن تسع عشرة قيادة موزعة على مناطق المملكة العربية السعودية.

واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها :

-هناك إجماع من قبل قيادات الجمعيات الخيرية النسائية على أهمية الدور التربوي في الجمعيات. -يوجد اهتمام كبير من قبل الجمعيات الخيرية النسائية برعاية الطفولة من خلال دور الحضانة ورياض الأطفال.

-أبرز المعوقات التي تحول دون فاعلية الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية في المملكة هي:

(أ)الافتقار إلى الجهود التطوعية المناسبة لأداء المهام التربوية.

ب)عدم توافر الدعم المادي والتمويل اللازم للأنشطة التربوية.

ج)ارتفاع تكلفة الخدمات التربوية، مما يقلل من حجم ومستوى تلك الخدمات.

د)قلة وجود النشاط الإعلامي المناسب لخدمة الأغراض التربوية (57).

وأوصت الدراسة بضرورة توفير الدعم المادي والتمويل اللازم للأنشطة التربوية،

وإفساح المجال أمام الجهود التطوعية المناسبة لأداء المهام التربوية ، وتطوير

أدائها.

3-دراسة الجازي محمد الشبيكي ،" الجهود النسائية التطوعية في مجالات الرعاية

الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.

⁵⁷ - المنيف ، حصة محمد . 1999م ، تقويم الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية في المملكة العربية السعودية ، الرياض ، جامعة

وهدفت الدراسة إلى التعرف على:

- الجهود النسائية التطوعية من حيث الجذور التاريخية، ودوافع رائداتها.
- الكشف عن واقع الجهود النسائية التطوعية الراهنة.
- التعرف على إنجازات الجهود النسائية التطوعية، وإسهاماتها في تدعيم برامج الرعاية الاجتماعية في المملكة.
- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :
 - ارتفاع عدد الجمعيات النسائية الخيرية.
 - إشراف مكاتب الإشراف النسائي التابعة لوزارة العمل والشئون الاجتماعية على الجمعيات النسائية إشرافاً مالياً وفنياً، وتنظيماً.
 - شكّلت العلاقات والاتصالات الشخصية عاملاً مهماً في معرفة العضوة لأهداف الجمعية وأغراضها وأنشطتها، بينما وضح قصور وسائل الإعلام في ذلك .
 - تواضع نسبة من تلقّين تدريباً على العمل التطوع من المتطوعات قبل انضمامهن للجمعية قياساً بالنسبة الكبيرة لمن لم يتلقّين التدريب.⁽⁵⁸⁾
 - وأوصت الدراسة بأهمية التدريب لدى المتطوعات للعمل في الجمعيات الخيرية، وضرورة تشكيل البرامج التأهيلية المختلفة المساعدة على انخراطهم في العمل بجدية.

4- دراسة عبدالله بن محمد آل تويم، (نشاطات العلاقات العامة في المؤسسات الإسلامية الدولية العاملة في المملكة العربية السعودية) ⁽⁵⁹⁾، 1417هـ.

⁵⁸ - الشبيكي، الجازي محمد، الجهود التطوعية في مجالات الرعاية الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة،

وهدفت الدراسة إلى :

التعرف على نشاطات أجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الخيرية وتنظيماتها، ومستويات الاتصال بالجمهور وقنواته.

ومن أهم نتائج الدراسة:

-التأكيد على أن إدارات العلاقات العامة تمارس ست وظائف رئيسة هي : وظيفة الشؤون العامة، والوظيفة النوعية الخاصة بالمؤسسات الإسلامية، والوظيفة الإعلامية، والوظيفة الاتصالية، ووظيفة التخطيط، والوظيفة الاستشارية.

-ارتفاع نسبة الاهتمام بوظيفة الشؤون العامة، مما أثر على نشاطاتٍ أخرى لها أهميتها، مثل نشاطات الوظيفة الاستشارية، والاتصالية، والإعلامية.

-قيام أجهزة العلاقات في المؤسسات الإسلامية بوظيفة نوعية خاصة، تناسب طبيعة نشاطات المؤسسة، وتتمثل نشاطات هذه الوظيفة في الحث على التبرع للمشروعات الخيرية، وتنسيق عمل المتطوعين.

-اهتمام المؤسسات الخيرية بإقامة المعارض أو المشاركة فيها للوصول إلى الجمهور، عبر أساليب وطرق متعددة، مع قصور واضح في الاستفادة من وسائل الإعلام.

وأوصت الدراسة بضرورة التوسعة في استخدام أساليب وطرق أخرى متعددة للوصول إلى الجماهير، والاستفادة من وسائل الإعلام بشكل أكبر يتجاوز ما هو واقع وقت تنفيذ الرسالة.

⁵⁹ - آل تويم، عبدالله بن محمد، 1417هـ، نشاطات العلاقات العامة في المؤسسات الإسلامية الدولية العاملة في المملكة العربية السعودية،

رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام.

5- دراسة عبد الله بن محمد المطوع، "الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية - دراسة وصفية تقويمية"، 1425هـ (60).

وهدفت الدراسة بشكل رئيس إلى :

-بيان الجهود التي تبذلها المؤسسات الخيرية، وأهدافها وبرامجها ومنجزاتها في خدمة الدعوة، وتقديم الخير للناس، كونها تبذل جهوداً جلية وعظيمة في نشر العقيدة الصحيحة، وتعليم أحكام الدين، وتقديم المساعدات المادية.

كما تحرص أيضاً على العناية الصحية بالمحتاجين عن طريق إنشاء المراكز الصحية، وإقامة المخيمات الطبية في المناطق المتضررة.

كما تسهم في إغاثة المناطق المتضررة عن طريق بعض أعمال البر والإغاثة المتنوعة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، من أبرزها :

أولاً: في الجانب النظري:

-اتساع مفهوم العمل الخيري الذي حث عليه الإسلام ، فمنه ما يقتصر على فاعله، ومنه ما يكون متعدياً، والنوع الثاني أفضل من الأول لكون أثره يصل إلى الآخرين، وقد رَتَّبَ الدين الحنيف على القيام بهذه الأعمال أجوراً عظيمة.

كما تبين أن الآثار الاجتماعية عديدة؛ فمنها: ما يعود بالنفع والخير على المجتمع عامة؛ ومنها ما يعود بالآثر الطيب على المستفيدين من برامجه وأعماله المتنوعة، ومنها ما يعود بآثار جلية على القائمين به، وهذا مما يؤكد فضله وأهميته.

ثانياً : الجانب الميداني :

⁶⁰ - المطوع، عبدالله بن محمد، 1425هـ، الجهود الدعوية للمؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية ، دراسة وصفية تقويمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الدعوة.

-هناك نوع من التنسيق بين المؤسسات الخيرية في مجال تقسيم مناطق جمع التبرعات في بعض المدن، خصوصاً في مدينة الرياض.

-التأكيد على أهمية التخطيط والتنسيق في عملية استقطاب المتبرعين.

-تميز الجهود التي تبذلها المؤسسات الخيرية في نشر القيم الإسلامية وتعليمها للناس، حيث تكشف عن تقدم المستوى التنظيمي والمؤسسي الذي وصلت إليه مؤسسات العمل الخيري في مجتمعنا. وأوصت الدراسة بأهمية تفعيل العلاقة بين الجمعيات الخيرية والجماهير التي تتعامل معها لإيجاد نوع من التواصل الوثيق بين الاثنين لتحقيق الأهداف المشتركة بينهما، وتوضيح البرامج والأنشطة التي تقوم بها تلك الجمعيات حتى يتعرف عليها الناس بشكل أكبر.

6- دراسة أمني قنديل ،"المجتمع المدني في العالم العربي" عام 1994م.

وهدفت الدراسة إلى :

تحليل القطاع الأهلي في عموم المنطقة العربية.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وأسلوب الزيارات الميدانية ،وكذلك المقابلات الشخصية مع رموز القيادات العربية النشطة في هذا المجال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كما يلي:

-هناك مجموعة من المتغيرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، يؤدي تفاعلها معاً إلى صياغة ملامح محددة للجمعيات الأهلية ،مما أدى إلى وجود بعض الاختلافات بين الجمعيات الأهلية من قطر إلى آخر.

-الجمعيات الخيرية مازالت مستمرة في دورها المتمثل في دعم الفئات المحتاجة في كل الأقطار العربية، إلا أنه قد حدث تحول في الشكل التقليدي لمساعدة كل الفئات مادياً

ومعنوياً، حيث بات يعتمد على منهجية التدريب والتأهيل والإسهام في توفير فرص عمل منتجة.⁽⁶¹⁾

وأوصت الدراسة بضرورة الالتفات إلى أهمية التعاون بين منظمات المجتمع المدني والتنسيق فيما بينها للوصول إلى صيغة تكاملية من العمل المثمر، دون التقيد بجنسية البلد التي تتبع لها المنظمة باعتبار أن عمل المنظمات هو في حقيقته عملاً تنموياً يستهدف تطور ورقي البلاد التي تتبع لها المنظمات بما يشكل هدفاً عاماً للعمل ككل.

7- دراسة أمل فيصل الشمري ،"رصد العلاقة بين خدمات الجمعيات الأهلية وتحقيق المساعدة الذاتية للمستفيدات"، عام 1420هـ. (62)

وهدفت الدراسة إلى:

- معرفة أثر الممارسة المهنية في تحقيق استقلالية العملاء.

- معرفة كيفية تنمية قدرات العملاء وإمكاناتهم الذاتية لتحقيق المساعدة الذاتية.

وتمت معالجة الدراسة بالطريقة الوصفية التحليلية، واستخدمت منهج المسح الاجتماعي الشامل للأخصائيات الاجتماعيات بالجمعيات الأهلية، والمسح بطريقة العينة مع المستفيدات من خدمات الجمعيات الخيرية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

61- قنديل ، أماني . 1994 م ، المجتمع المدني في العالم العربي ، دراسة للجمعيات الأهلية العربية ، القاهرة ، دار المستقبل العربي .

62 - الشمري ، أمل فيصل . 1420هـ العلاقة بين خدمات الجمعيات الأهلية وتحقيق المساعدة الذاتية للمستفيدات ، الرياض ، جامعة

-أهم الخدمات التي تقدمها الجمعية لمساعدة المستفيدات من وجهة نظر الباحثات الأخصائيات الاجتماعيات هي المساعدات العينية والمالية والمعنوية.

-مفهوم المساعدة الذاتية للمستفيدات اللاتي ترعاهن الجمعية من وجهة نظر الباحثات من الأخصائيات الاجتماعيات هو: تبصير المستفيدات بالجوانب الإيجابية في حياتهن، ومساعدة المستفيدات في اكتساب مهارات جديدة لازمة لحياتهن، وحل مشكلات المستفيدات.

وأوصت الدراسة بأهمية أن تعيد الجمعية النظر في الأساسيات التي يبنى عليها العمل داخلها من واقع النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك بتوسعة مفهوم المساعدات التي تقدمها الجمعية إلى المستفيدات منها بأن يشمل الارتقاء بقدرات المستفيدات وتطويرها، وألا يقتصر على المساعدات العينية أو المادية فقط.

8- دراسة عواطف أسعد أشرف (63) ،"المشاركة التطوعية للمرأة في الجمعيات الخيرية"، عام 1408هـ.

وهدفَت الدراسة إلى:

-التعرف على المشاركة التطوعية للمرأة في الجمعيات الخيرية من حيث الدور الذي تقوم به المرأة عبر المشاركة التطوعية في الجمعيات الخيرية، والعوامل المختلفة التي تساعد المرأة على هذه المشاركة.

-دراسة العوامل التي تؤدي إلى إحجام المرأة عن هذه المشاركة.

⁶³ - أشرف ، عواطف أسعد .1408هـ ، المشاركة التطوعية للمرأة في الجمعيات الخيرية : دراسة وصفية مطبقة على الجمعيات الخيرية النسائية بمدينة الرياض ، رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية للنابات ، الرياض .

واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بطريقة الحصر الشامل للجمعيات الخيرية النسائية بمدينة الرياض، وللعضوات المتطوعات والمقيدات بسجلات الجمعيات، كما استعانت الباحثة بالمقابلات شبه المقننة واستمارة البحث في إجراء دراستها.

ويمكن تلخيص النتائج التي توصلت إليها الدراسة في :

وضع إطار مقترح لدور تنظيم المجتمع في استثارة المشاركة التطوعية في الجمعيات الخيرية من جانب المجتمع السعودي، في ضوء إمكاناته وظروفه وقيمه وعاداته واحتياجاته.

وأوصت الدراسة بأهمية إتاحة الفرصة أمام المرأة لزيادة وتفعيل دورها داخل الجمعيات الخيرية، وأن يتزامن ذلك مع تذليل الصعاب التي تواجهها المرأة، إزاء المشاركة التطوعية في أعمال الجمعيات.

9- دراسة شهيدة الباز (64)، "المنظمات الأهلية العربية على مشارف القرن الحادي والعشرين"، في عام 1997م.

وهدفت الدراسة إلى :

- التعرف على البناء المؤسس للمنظمات، والأهلية في بعض الأقطار العربية وهي: (تونس، المغرب، فلسطين، البحرين، الإمارات، الكويت، عمان، مصر).

- الكشف عن المشكلات والمعوقات التي تواجه المنظمات الأهلية في عملها، والاحتياجات التي يمكن أن تسهم في تطويرها وتحسين أدائها.

⁶⁴ - الباز ، شهيدة ، 1997م ، المنظمات الأهلية العربية على مشارف القرن الحادي والعشرين : محددات الواقع وأفاق المستقبل ، القاهرة ، لجنة المتابعة لمؤتمر المنظمات الأهلية العربية .

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المقارن، واعتمدت في جمع البيانات الميدانية على استبيان موحد لكل الأقطار.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

-بعد المنظمات العربية عن الدور التنموي الذي تتطلبه الظروف الحالية، وإن كانت هناك مؤشرات على ظهور منظمات عربية تقترب في نشاطها من الدور التنموي المطلوب.

-العلاقة بين المنظمات الأهلية العربية والفئات المستفيدة تتسم بالوصاية، حيث يتم جعل الفئات المستهدفة ضعيفة ومستحقة للرعاية أكثر منها طرفاً مشاركاً.

وفي سياق توصياتها دعت الدراسة المنظمات العربية إلى أن تعي أهمية الدور التنموي المطلوب منها تأديته على الوجه الأكمل.

وآلا يقتصر دورها على مجرد عقد الاجتماعات والمؤتمرات، مع أهمية إتاحة الفرصة أمام الفئات المستفيدة من المنظمات للمشاركة الفعلية في سياساتها وخريطة أعمالها، وعدم معاملتها كفئة مستفيدة وإنما كشريك فاعل.

10- دراسة أشرف حسين⁽⁶⁵⁾، "المنظمات الأهلية ودورها في التنمية في مصر" عام 1994م.

⁶⁵ - حسين ، أشرف . 1994 م ، المنظمات الأهلية ودورها في التنمية في مصر، القاهرة ، مركز البحوث العربية للدراسات والتوثيق والنشر

وهدفت الدراسة إلى إجراء دراسة تقويمية لدور المنظمات الأهلية في مصر في عملية التنمية، وذلك لاستشراف مستقبل العلاقة بين الدولة والمجتمع الأهلي، في ضوء تحليل سياسات عمل هذه الجمعيات وميادين نشاطها.

وتوصلت الدراسة إلى:

-يمكن تقسيم أنشطة التعليم التي تمارسها المنظمات الأهلية إلى ثلاث فئات:

الأولى: تشمل الأنشطة المتعلقة بمحور الأمية.

والثانية: تشمل استكمال الجهد التعليمي في المدارس.

أما الثالثة: فتتمثل في زيادة مهارات الأفراد من خلال أنشطة التدريب على اكتساب مهارات جديدة.

-تبين أن أنشطة التدريب والتأهيل المهني قد انتعشت بصورة ملحوظة في الثمانينيات، ولكن تظل المشكلة في افتقاد الصلة بين عملية إكساب المهارات وعملية توظيفها، فلا توجد لدى الجمعيات الأهلية تصورات متكاملة عن احتياجات سوق العمل، لذا فأغلب الأنشطة التدريبية تركز على قطاعات تقليدية (المشغولات اليدوية النسائية من حياكة وتطريز، أعمال سباكة، إصلاح أجهزة).

وأوصت الدراسة المنظمات الأهلية بدراسة واقع العمل العربي جيداً خاصة السوق المصري حتى تكون هناك مواءمة مناسبة بين مخرجات التدريب والتأهيل التي تجريها المنظمات وبين سوق العمل، بما يؤدي إلى الاستفادة الكاملة من البرامج والخطط التي تنتهجها المنظمات، وبما يعود على المشاركين في تلك الدورات بالفائدة الكبرى.

المحور الثاني :

دراسات بحثية تتعلق بالعلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال:

1-دراسة سعود بن عبد العزيز بركات، "دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية"، عام 1989م (66).

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى نظرة متعمقة وشاملة لرأي العاملين في العلاقات العامة المؤسسة العامة للبترول والمعادن (بترومين)، ومعرفة مدى إدراكهم لنشاط العلاقات العامة بهذه المؤسسة والعوامل المؤثرة في هذا الرأي وذاك الإدراك.

وكان من أهم نتائج الدراسة :

-هناك علاقة ارتباط بين تبعية أجهزة العلاقات العامة للإدارة العليا وبين قيامها بأجراء قياسات للرأي العام.

-نسبة استخدام الطرق المختلفة لمعرفة الرأي العام من جانب أجهزة العلاقات العامة التي تتبع الإدارة العليا أعلى في جميع الحالات، من نسبة أجهزة العلاقات العامة التي تستخدم هذه الطرق وتتبع مستويات إدارية أقل.

-أجهزة العلاقات العامة التي تتبع الإدارة العليا تستطيع تحقيق أهداف المنظمة، والاتصال ب جماهيرها الداخلية والخارجية، وتحسين صورتها الذهنية نتيجة للتنسيق المتكامل مع الإدارة العليا.

وأوصت الدراسة بضرورة التقريب في العمل والأداء بين المستويات الإدارية الأعلى والأدنى داخل أجهزة العلاقات العامة، حتى يكون استنباطها لعوامل وأداء الرأي العام

66 - بركات ،سعود بن عبد العزيز"دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على المؤسسة العامة للبترول والمعادن (بترومين) "رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1989م).

متسقاً، وحتى يكون هذا الاستنباط مبنياً على وسائل موحدة لضمان المصادقية في التوصل إلى النتائج التي تبني عليها القرارات.

2- دراسة خالد فؤاد عياد بشارة، "دور التكنولوجيا الجديدة في العلاقات العامة دراسة تطبيقية على شركة المقاولون العرب" عام 1990م،⁽⁶⁷⁾.

وهدفَت الدراسة إلى التعرف على دور التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على أداء العاملين بالعلاقات العامة في شركة المقاولون العرب.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- يمكن استخدام الكمبيوتر في تناول ومعالجة أخبار وموضوعات العلاقات العامة سواء كانت نشرات أو معلومات.

- يستخدم الفيديو تكس في مجال العلاقات العامة في إمكانية الوصول إلى شرائح معينة من الجمهور لبيع سلعة أو خدمة معينة.

- تتيح تكنولوجيا البريد الإلكتروني نقل الرسائل من خلال تكنولوجيا الفاكس.

- تتيح تكنولوجيا عقد المؤتمرات عن بعد المشاركة في المؤتمرات دون الانتقال لمكان الاجتماع وإمكانية المشاركة في أي وقت طوال فترة الانعقاد.

- هناك علاقة ارتباطية قوية بين المستوى التعليمي للعاملين ومدى إحساسهم بالحاجة إلى التكنولوجيا الجديدة.

⁶⁷ - بشارة، خالد فؤاد عياد "دور التكنولوجيا الجديدة في العلاقات العامة دراسة تطبيقية على شركة المقاولون العرب" رسالة ماجستير.

(القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1990م).

وأوصت الدراسة بتطوير العمل داخل جهاز العلاقات العامة بالشركة، وتمكين العاملين فيها من التدريب على الوسائل التكنولوجية الحديثة في الاتصال بالجمهور، واستخدامها بشكل يحقق أهداف جهاز العلاقات العامة ويطور أدائه.

3- دراسة مختار محمد فؤاد أبو الخير، "دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر" عام 1980م،⁽⁶⁸⁾.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على وظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر .

ومن أهم نتائج الدراسة:

-تركيز منظمات الخدمة العامة على بعض مصادر التأثير المباشر التي تنخفض فاعليتها في التأثير في الجمهور، بينما ظهرت مصادر أخرى في التأثير تُعد مصادر تلقائية، حيث تزايد تأثير الجيران والأصدقاء كمصدر مباشر لنقل المعلومات.

-انخفاض نسبة استعانة منظمات الخدمة العامة على المستوى اللامركزي، بوسائل الاتصال الجماهيرية في الاتصال بالجمهور في الريف.

-ازدياد نسبة تركيز المنظمات المركزية على الراديو كوسيلة جماهيرية أساسية لنشر المعرفة بموضوعات الخدمة العامة.

-ازدياد ثقة الجمهور في الاتصال المباشر كمصدر للمعلومات في مجال الصحة، وتنظيم الأسرة بصورة أكثر من الاتصال الجماهيري للمعلومات في هذا المجال.

68 - أبو الخير، مختار محمد فؤاد. "دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر" رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم العلاقات عامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1980م .

وأوصت الدراسة بتفعيل أجهزة الاتصال بال جماهير وعدم الاعتماد على الراديو كجهاز وحيد في الاتصال والتأثير على الجماهير، ودعم أطر الاتصال المنهجية عبر تنشيط العامل الاتصالي بالتفاعل مع الجماهير في المناطق الريفية، وذلك باستحداث وسائل جديدة للاتصال بهم تتناسب ومؤهلاتهم الذهنية وثقافتهم البيئية.

4- دراسة شريفة رحمة الله سليمان، "دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الالكترونية"، عام 2006م⁽⁶⁹⁾.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ساهمت تقنية شبكة الانترنت في تغيير أساليب تفاعل المؤسسات الحكومية مع الجمهور، وأضافت بعداً جديداً يتصف بالثنائية في التفاعل.
- هناك اهتمام من قبل المؤسسات الحكومية في إمارة دبي بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين جمهورها، على ضوء مفهوم الحكومة الالكترونية.
- اتجهت بلدية دبي إلى إتباع الأسلوب التدريجي في تشجيع الجمهور على استخدام الموقع الإلكتروني، وتجزئة المسائل المعقدة إلى مكونات سهلة الفهم.
- الدور الذي يقوم به ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بدبي يقتصر على تزويد الموقع بأخبار وأنشطة المؤسسة، لذا لم تكن جهود العلاقات العامة ذات طابع متناسق مع جهود المؤسسة، وبالتالي لم تلب الأهداف الأساسية للجمهور.
- حققت المواقع الالكترونية عينة التحليل مبدأ المسؤولية الاجتماعية من خلال مشاركتها في أنشطة المجتمع بكافة أشكالها.

⁶⁹ - سليمان ،شريفة رحمة الله. "دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الالكترونية

دراسة حالة على إمارة دبي"رسالة ماجستير. (القاهرة: قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الأعلام جامعة القاهرة، 2006م

-هناك تكامل بين الاتصال التقليدي والإلكتروني حققته بلدية دبي، حيث أظهرت النتائج وجود تقارب في مستويات الرضا بين الوسيلتين الاتصاليتين، واستخدام أفراد العينة لكافة وسائل الاتصال التي توفرها بلدية دبي.

وأوصت الدراسة بضرورة تدريب منسوبي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في إمارة دبي على التحول من دور المزود للمواقع الالكترونية بالأخبار، إلى دور المشارك في صناعة الحدث من حيث تزويد تلك المواقع بأحداث تفاعلية تلبي رغبة زوار الموقع، وتحقيق مطالبهم الخدمية، وتُعطي من فن التواصل معهم.

5- دراسة إيهاب أحمد مدحت، "إسهامات تكنولوجيا المعلومات في تفعيل أداء المنظمات الأهلية"، عام 2000م،⁽⁷⁰⁾.

وهدفَت الدراسة إلى:

-التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير أداء المنظمات الأهلية داخل المجتمع المصري.

-دراسة الروابط التي تجمع بين وسائل تكنولوجيا المعلومات وبين التفاعل الأدائي داخل المنظمات الأهلية.

-معرفة مدى قدرة موظفي المنظمات الأهلية على التعاطي الجيد مع تكنولوجيا المعلومات المتطورة.

⁷⁰ - مدحت، إيهاب أحمد: "إسهامات تكنولوجيا المعلومات في تفعيل أداء المنظمات الأهلية"، قدمت في مؤتمر الجمعيات الأهلية

وتحديات القرن الحادي والعشرين، الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الأهلية، القاهرة، 2000م.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

-إبراز أهمية ودور تكنولوجيا المعلومات في الإسهامات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات.
-تفعيل وتقييم أداء المنظمات الأهلية، للوصول بمستوى العاملين إلى المستوى الأفضل،
في ظل التكنولوجيا الحديثة.

-ضرورة ربط هذه المنظمات الأهلية بشبكة المعلومات للتوصل إلى تبادل الأفكار
والآراء بين تلك الجمعيات.

وأوصت الدراسة بـ :

-إنشاء وحدات معلومات بالاتحادات الإقليمية والنوعية والجمعيات الأهلية والتعامل مع
شبكة الانترنت بشكل أعمق.

-ضرورة إنشاء شبكة معلومات تربط بين الجمعيات الأهلية في مصر، للتوصل إلى
تبادل الأفكار والآراء بين تلك الجمعيات، وضرورة التدريب على مهارات الحاسب الآلي
داخل المنظمات الأهلية.

**6-دراسة فالح بن فواز سليمان المطيري، "دور العلاقات العامة في الجمعيات
الخيرية، عام 2002م"(71).**

وهدفت الدراسة إلى :

⁷¹ - المطيري، فالح بن فواز سليمان "دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية" الجامعة الأهلية بالبحرين، كلية الآداب والعلوم والتربية
،قسم الإعلام والعلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة.

-البحث والتقصي إذا كان دور العلاقات العامة فاعلاً أم لا، ويسير باتجاه المأمول منه أم يترفع جيئةً وذهاباً.

-التعمق باتجاه البحث في دور تلك الإدارات فيما يختص بتنمية المجتمع الكويتي، زيادة الوعي الديني والثقافي، والعمل على حل المشاكل في المجتمع، والسعي الجاد في خدمة المحتاجين.

-التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة فيما يتعلق بالتعامل مع المعوقات التي تواجه أداء جمعياتها الخيرية من ضغوط تمارس على إدارتها، أو تدخلات رسمية من قبل النظام وغيره.

-معرفة دور العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية تجاه استخدام وسائل الاتصال الحديثة للتواصل مع الجمهور المستهدف، سواء كان متبرعين أو مستفيدين. وتوصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها:

-بعض القائمين على الجمعيات الخيرية اهتموا بإنشاء جهاز علاقات عامة في الجمعيات التي يتولون إدارتها، وحرصوا أن يكون مجهزاً بكافة الإمكانيات، أما البعض الآخر فما زال ينظر إلى العلاقات العامة بأنها وظيفة هامشية تؤدي عملاً روتينياً، وليست ذات أهمية بالغة تؤدي دوراً بارزاً في المؤسسة.

وأوصت الدراسة بـ:

-أهمية تفهم دور أجهزة العلاقات العامة في الجمعيات الخيرية.

-التنبه لعظم هذا الدور في التواصل مع جماهير الجمعيات الخيرية.

-التأكيد على أهمية عدم اعتبار العلاقات العامة مجرد جهاز تكميلي لأذرع الإدارة العامة في الجمعيات، بما يتطلب الاهتمام بإنشاء أجهزة للعلاقات العامة داخل كل جمعية وتطوير أداء العاملين فيها.

المحور الثالث:

دراسات جمعت بين الأعمال الخيرية والعلاقات العامة ووسائل الاتصال

-دراسة ياسر بن علي الشهري، " تسويق قيم العمل الخيري في ضوء نظرية التسويق الاجتماعي- دراسة تحليلية تقويمية للجهود الاتصالية في المؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية"(72).

وهدفت الدراسة إلى:

-التعرف على أسس ومنطلقات نظرية التسويق الاجتماعي.

-التعرف على مدى سلامة تطبيقات نظرية التسويق الاجتماعي في الجهود الاتصالية لتسويق قيم العمل الخيري.

-تحليل العوامل الاتصالية المؤثرة على نتائج البرامج الاتصالية للمؤسسات الخيرية، سلباً وإيجاباً.

-استخلاص العوامل التي تحقق زيادة فعالية حملات التسويق الاجتماعي، وتسهم في تطور العمل الإعلامي في هذا المجال.

⁷² - الشهري ، ياسر بن علي ، تسويق قيم العمل الخيري في ضوء نظرية التسويق الاجتماعي - دراسة تحليلية تقويمية للجهود الاتصالية في المؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

-التعرف على علاقة نظرية التسويق الاجتماعي، بالنظرية التكاملية للعملية الاتصالية، وأثر ذلك في الرسائل والأساليب الاتصالية، وفي فاعلية العملية الاتصالية.

-شرح الأهمية العملية للتسويق الاجتماعي على مستوى الأفكار والقيم، والمفاهيم والأنشطة التي تقدمها مختلف القطاعات والمؤسسات في المجتمع، وفي مقدمتها المؤسسات المعنية بالعمل الخيري الذي يحتل مكانة عظيمة في الإسلام.

-تقديم تصور عملي لنظرية التسويق الاجتماعي يمكن تطبيقه في المجتمع السعودي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

-الواقع الإداري ومركزية القرار في المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة لا يدعم التوجه نحو الاتصال التسويقي بمفاهيمه وآلياته الحديثة.

-صعوبة الوصول إلى تكامل تنظيمي يقوم على أساس فرز أنشطة الاتصال التسويقي كمرحلة أولى، ثم دمجها أو توحيد ارتباطها الإداري في إدارة واحدة في المرحلة التالية، ليتحقق للمؤسسات والجمعيات الخيرية إنتاج صيغ جديدة لتسويق قيم العمل الخيري.

-نقص الكوادر المؤهلة في مجالات الاتصال التسويقي داخل المؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة، إلى جانب ضعف الإنفاق، وضعف التوجه نحو التدريب، وتطوير المهارات على المستوى الشخصي أو المستوى الإداري.

-هناك مجموعة من العوامل تدعم الوصول إلى مرحلة البدء الفعلي في الأخذ بنظرية التسويق الاجتماعي للمؤسسات والجمعيات الخيرية في المملكة، من خلال أبرز تطبيقاتها المتمثلة في مفهوم الاتصال، وكذلك متوسط استخدام أنشطة الاتصال التسويقي، وهي:

عدد العاملين في المؤسسة الذي يمثل مؤشراً على حجم نشاطها الخيري وحجم أعمالها وخدماتها الاجتماعية، إلى جانب عدد العاملين في وحدات الاتصال التسويقي الذي يُعد مؤشراً لحجم النشاط الاتصالي وتنوعه وتعدد وسائله، كذلك إيرادات المؤسسة والجمعية الخيرية الذي يمثل مؤشراً للعائد من الأنشطة الاتصالية التسويقية. وأوصت الدراسة بأهمية تعزيز تكامل الفعل الإداري والاتصالي في المؤسسات والجمعيات الخيرية لتحقيق الفاعلية للنشاط الاتصالي.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال إطلاعي على الدراسات السابقة أمكن لي تحقيق عدة فوائد منها:

-الاطلاع الواسع على المناهج البحثية التي احتوتها الدراسات السابقة بما يشكله من مخزون علمي وبحثي كبير.

-التعرف على الجهود المبذولة من الباحثين في سبيل إنجاز أبحاثهم، وهو ما يعد بمثابة خبرة علمية كبرى أفادتني كثيراً في الإلمام بالخطوات البحثية الدقيقة المتبعة في الجامعات وخطوات إنجاز الدراسات المعرفية.

-الاستفادة المعلوماتية من الدراسات السابقة حيث استعنت بالكثير من المصادر في صقل المادة العلمية والبحثية.

-الاطلاع على الدراسات السابقة أمكنني من تفادي بعض القصور الذي شاب العمل في بعض جزئيات الأبحاث السابقة، وذلك فيما يتعلق بالحرص على تكملة جوانب الدراسة البحثية من كافة جوانبها، وإن كنت مؤمنة بأن الكمال وحده لله، وأنه ليس هناك عمل كامل مهما بلغ حرص القائمين عليه.

-من خلال إطلاعي على تفاصيل الدراسات السابقة اكتشفت أن معظمها تركز على دراسة وتوضيح دور الجمعيات الخيرية في تنمية المجتمع ودور المشاركة التطوعية للمرأة في تلك الجمعيات ثم تقييم الدور التربوي لتلك الجمعيات، لكنها لم تتطرق إلى دراسة الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال في تطوير المجهود الاتصالي والتفاعلي للعلاقات العامة.

وأعتقد أن ذلك راجع بالطبع إلى أن تلك الدراسات كانت تستهدف أهدافاً أخرى وتعمل على بحثها وتمحيصها لتكون عوناً للباحثين في تلك المجالات، وكى تثري المكتبة العربية بدراسات تتناول العلاقات العامة والعمل الخيري من خلال زوايا متعددة ومختلفة. -من خلال الدراسات السابقة تولد لدي إحساس بأن الدراسة التي أعمل عليها والتي هي الآن مادة هذا الكتاب مع الكثير من التصرف تتميز بكونها تُعدُّ إسهاماً جديداً يبرز علاقة ودور وسائل الاتصال الحديثة بتلك الجمعيات الخيرية، أي أنها يمكن أن تسهم في تعويض النقص الذي أشارت إليه الدراسات السابقة عن غياب البحوث والدراسات العلمية التي تهتم بالدور المركب للعلاقات العامة ووسائل الاتصال تجاه العمل الخيري بوجه عام.

وبالطبع فإن ذلك لا ينفي أهمية الدراسات السابقة ولا النيل من مجهود القائمين عليها، فهي تُعد بمثابة مخزون معلوماتي ضخم لأية دراسة بحثية تتناول مجالات العمل الخيري والعلاقات العامة، ولا يسعنا إلا توجيه الشكر للقائمين عليها بما أضافوه من إسهامات لمكتبة البحث العربي.

العلاقات العامة وتأثيرها في الجمعيات الخيرية

لأجهزة العلاقات العامة دور وتأثير في عمل الجمعيات الخيرية وما يؤكد ذلك دراسة أجراها الباحث الكويتي فالح فواز سليمان المطيري اشتملت على العديد من الأسئلة لعينة مكونة من 50 فرداً، وكشفت نتائج الاستقصاء عن أن 31 فرداً من العينة وهم يمثلون 62% يرون أن دور وسائل الاتصال بالعلاقات العامة في الجمعيات الخيرية كان إيجابياً وملموساً في تنمية المجتمع الكويتي ، وذلك من خلال تدعيم القيم الديمقراطية كالتسامح والاعتدال من خلال منهج مرن لا تحركه بواعث الربح.

كما أوضحت نتائج الاستبيان أن 34 فرداً من العينة وهم يمثلون 68% من إجمالي عدد العينة يرون أن دور وسائل الاتصال بالعلاقات العامة في الجمعيات الخيرية في زيادة الوعي الديني كان إيجابياً، حيث تقوم هذه الجمعيات بتنفيذ العديد من الأنشطة كالدورات الدينية والمسابقات الثقافية والمحاضرات وإصدار وتوزيع الكتب والنشرات الشرعية، كما تقوم بطباعة وتوزيع الأشرطة الإسلامية، إضافة إلى تنظيم الكثير من الأنشطة ومنها إقامة أسابيع

اجتماعية في عدة مناطق عن خطر المخدرات، وكذلك إقامة دورات خاصة في كيفية الدعوة والنصيحة إلى الله عز وجل.

كما قال 39 فرداً من العينة وهم يمثلون 78% من إجمالي عدد العينة إن دور وسائل الاتصال بالعلاقات العامة في الجمعيات الخيرية في خدمة المحتاجين كان إيجابياً.

تأثير الإعلام على عمل العلاقات العامة

السؤال الآن .. ما هي حدود العلاقة الممتدة بين الإعلام والعلاقات العامة؟ وكيف يؤثر كل منهما في الآخر؟

خلاصة الإجابة على هذا السؤال أن اشتغال العمل الخيري بنفسه دون مساعدة من وسائل الإعلام، يجعله يتحرك في دائرة مغلقة لا تؤثر ولا تتأثر بغيرها من أنشطة، بل يصعب سريانها في نفوس الناس وتحريك دوافع العمل الخيري فيها، وكذلك الإعلام نفسه فانه من غير مضمون خيري يصير بوقاً فارغاً لا قيمة له.

ولذا لم يعد لأية مؤسسة أو جمعية خيرية غنى عن جهاز إعلامي متطور يقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية التي يمكن من خلالها إحاطة المجتمع علماً بأوجه العمل الخيري للمشاركة الإيجابية فيه.

كما أن التعاون بين المجالين يضيف للعمل الخيري عدة مكاسب تصب كلها في تحقيق النفع العام للمستفيدين من عمل تلك الجمعيات، حيث تصبح وسائل الإعلام طريقاً للجمعيات الخيرية للوصول إلى الناس والتعريف بمناشطها وأعمالها وبالتالي التبرع لبرامجها المتنوعة.

كما يؤدي حسن اختيار الوسيلة المناسبة والرسالة المضمونة المبلغة إلى الناس إلى تحقيق النتائج المثمرة لما تريد توصيله الجمعيات، هذا فضلاً عن الوصول إلى مساحات واسعة ومخاطبة شريحة كبيرة من الناس، وكذلك فهم الناس لما تريده الجمعية الخيرية فيتم التفاعل معها وتفعيل دورها الخيري في المجتمع.

ومن هنا تبدو أهمية التخطيط الإعلامي للرسالة التي تريد الجمعيات الخيرية إيصالها إلى الجمهور المستهدف كونها تتناول الرسالة الإعلامية (الأهداف والمضامين) ووسائل الإعلام (المقروء والمسموع والمرئي) ووظائف الإعلام والتطور الاجتماعي والاقتصادي والتكنولوجي.

والمقصود بالتخطيط الإعلامي : توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات البحث من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.

ويعني ذلك أنه إذا أرادت الجمعيات الخيرية الوصول إلى أهدافها وتحقيق رسالتها والتعريف بأنشطتها وبرامجها وأعمالها الخيرية، فلا بد لها من تخطيط إعلامي موسمي على الأقل تجند له الطاقات البشرية والخبرات العلمية والميزانية المالية، على أن يكون هذا التخطيط وفق برنامج محدد لا يمكن تجاوزه إلا للضرورة القصوى. ويُشترط في الشخص الذي يتولى التخطيط أن يمتلك خبرة في الصحافة والإذاعة وإدارة المؤسسات الإعلامية، مع امتلاكه معلومات فنية عن الهندسة الإذاعية والطباعة الإلكترونية والاتصال الإلكتروني.

الإعلام الخيري

هذا المصطلح بات متداولاً على نطاق كبير داخل أروقة العمل الخيري باعتباره ضرورة فعلية، كما أصبح من الأشياء التي يطالب بها عدد من المشتغلين بالعمل الخيري، ولذا يرون أنه لا بد من تدريب بعض المشتغلين بالعمل الخيري على بعض المهارات الإعلامية والفنون المتخصصة من خلال ورش العمل المتعددة، والإفادة من الأكاديميين الإعلاميين في مختلف التخصصات بتفعيل عملية الإعلام بالعمل الخيري، والعمل على إيجاد مركز إعلامي متخصص متكامل ليقوم بهذه المهنة.

وهناك من يطالب بوضع آليات لإيجاد إستراتيجية إعلامية مقننة وفاعلة في الإعلام الخيري محملاً المؤسسات الخيرية مسؤولية الاستفادة من معطيات ودور وسائل الإعلام المختلفة من خلال إنشاء إدارات للإعلام والعلاقات العامة في تلك المؤسسات الخيرية ووضع الخطط والدراسات اللازمة لتفعيل دور الإعلام في العمل الخيري والسعي نحو إيجاد آلية دائمة للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة.

ولا شك أن ذلك يؤكد ما للإعلام من دور كبير في مساندة العمل الخيري سواء على الصعيد الاجتماعي الذي يحدد وظيفة الإعلام في شرح خصائص العمل الخيري ، أو البعد العلمي المنطقي الذي يعكس قدرة الإنسان المسلم على المشاركة والسيطرة على محيطه البيئي ، وكذلك على صعيد البعد التربوي الذي يتم عبره تطوير الذات والتقدم من مرحلة التواجد بالاسم فقط إلى التواجد بالفعل.

كما يؤكد ذلك أن الإعلام يتحمل مسؤولية كبرى في دعم العمل الخيري ومساندته والتعريف به وبالأثار الإيجابية المترتبة على الأعمال الخيرية عموماً التي تتلخص في التعريف بالجهات العاملة في القطاع الخيري، والتشجيع على دعمها، وكذلك عرض الآثار الإيجابية للأعمال الخيرية، ودفع الشبهات التي تحاك ضدها.

ويقوم الإعلام بهذا الدور عبر تنظيم آليات لاستقبال المعلومات الخاصة بعمل المؤسسات والجمعيات الخيرية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها، وفتح قنوات اتصال دائمة مع هذه الجمعيات الخيرية واستضافة القائمين عليها وإلقاء الضوء على النتائج الإيجابية للأعمال الخيرية وغيرها من الأعمال الأخرى.

ولأداء الرسالة الكاملة الخاصة بها تحتاج الجمعيات الخيرية إلى إعلاميين متخصصين ذوي مهنية عالية لتغطية أنشطة وأعمال الجمعيات الخيرية حتى يأخذ العمل الخيري

مساحة مناسبة للنشر في وسائل الإعلام إذ أن العمل الخيري قائم على تلمس حاجات ومتطلبات المجتمع لتقديم الخدمة المطلوبة لهم من خلال إمكانياته وقدراته.

الختام

لا شك أن ما مر يثبت أهمية عمل أجهزة العلاقات العامة والإعلام في أداء الرسالة الخيرية لصالح الجمعيات العاملة في هذا المجال، ما يساعد تلك الجمعيات على النجاح في تحقيق المعادلة الصعبة وهي تطوير جهاز العلاقات العامة الخاص بها والمحافظة في الوقت نفسه على سير عملياتها الأخرى على الوجه الأفضل ، ما يعني أن اهتمامها بموظفي تلك الإدارة لا يهتم على حساب آلية العمل بها ، وهو ما تقع فيه الكثير من الجهات الأخرى للأسف.

فبعض تلك الجهات يقوم بإيقاف أنشطته أو تعطيلها مؤقتاً حتى ينتهي من تطوير جهاز العلاقات العامة، وبعضها الآخر يعتقد أن تكملة منظومة العمل تسبق الأعمال الرئيسة والمنوطة بالجهة نفسها.

إيمان الجمعيات الخيرية بإنشاء إدارات خاصة للعلاقات العامة وتوفير السبل الكفيلة بتنفيذ أعمال تلك الإدارة من شأنه أن يعزز أهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في المجتمع، وهو يقوم في صورته الأولى على ربط المؤسسة أو الجهة بجمهورها برباط متين يقوم على الصدق والمصداقية والأمانة قبل أي شيء آخر.

ولا شك أن عمل الجمعيات الخيرية وأنشطتها المتعددة يؤكد قوة العمل الخيري المنظم ويشير إلى المدى الذي بات يحققه هذا العمل باعتباره أحد نماذج التكافل والتراحم الاجتماعي، والذي يدل على تماسك الأمة الواحدة، ولذا عني الإسلام عناية كبيرة بالترغيب في عمل الخير بشتى أنواعه، ومن ذلك قوله تعالى: (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ). (سورة المائدة: 2).

وقد اعتنت المملكة العربية السعودية بالعمل الخيري في الداخل والخارج وجعلت ذلك من أولى اهتماماتها، وشملت برعايتها عدداً كبيراً من الجمعيات والمؤسسات الخيرية، دعماً وتشجيعاً لما تقوم به تلك الجهات من جهود في رعاية المحتاجين وتأمين المساعدات ، وكذلك توجيهها والعمل على تسهيل مهمتها لما يحقق أهدافها بفعالية وسرعة، وغير ذلك.

ونظراً لحاجة تلك الجمعيات الخيرية إلى التواصل مع المجتمع للتعريف ببرامجها وأنشطتها فكان لابد لها من إنشاء إدارة خاصة للعلاقات العامة، باعتباره الوسيلة التي تربط المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي.

ومع التقدم والتطور الحاصلين في العالم ككل استتبع ذلك تزويد تلك الإدارة بأحدث التقنيات اللازمة للتواصل مع جمهور الجمعية، لكن ذلك لم يحدث بشكل كامل، إذ تختلف الجمعيات الخيرية فيما بينها فيما يتعلق بالوسائل المتوفرة لديها من التقنية الحديثة، ومدى رضا العاملين بها عن الواقع الذي يعملون من خلاله.

ولاشك أن توفر وسائل الاتصال الحديثة في الجمعيات الخيرية وتطورها من شأنه أن يساهم في إيصال رسالتها إلى الشرائح المستهدفة، خاصة أن من أهم الخصائص التي تتميز بها هذه الوسائل الاتصالية الحديثة - وفي مقدمتها شبكة الانترنت - امتلاكها لأدوات تفاعل بين المرسل والمستقبل، وقدرتها علي النقل الحي السريع للمعلومات، واستخدامها للوسائط المتعددة كالصوت والصورة الثابتة والمتحركة.

وهذا كله في حال استخدامه من شأنه أن يوفر الكثير من الوقت والجهد والمال، ويزيد من نسبة التفاعل بين الجمعية وجمهورها، ويكرس لعلاقة تواصلية دائمة بين الطرفين.

وآمل أن تشهد الفترة المقبلة -إن شاء الله- اهتماماً أكبر من قبل الجمعيات الخيرية بإدارة العلاقات العامة وألا تتعامل تلك الجمعيات مع أفراد تلك الإدارة باعتبارهم مجرد موظفين يتقاضون رواتبهم الشهرية، وإنما شركاء في النهوض بعمل الجمعية أو المنشأة والارتقاء بأعمالها، وتحقيق الأهداف التي أنشئت من أجلها.

قائمة المراجع

أولاً : الكتب والدراسات العربية والمترجمة :

- النجار، باقر سلمان، العمل الاجتماعي التطوعي في الدول العربية الخليجية : مقوماته، دوره، أبعاده، سلسلة الدراسات الاجتماعية والعمالية، البحرين، 1408 هـ .
- الباز، راشد سعد، الرعاية الاجتماعية في عهد الملك عبد العزيز، الرياض، مكتبة الملك عبد العزيز العامة، 1421 هـ.
- وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، نشوء وتطور الخدمات الاجتماعية والعمالية في المملكة العربية السعودية، الرياض، 1426 هـ.
- السيف، محمد بن إبراهيم، المدخل إلى دراسة المجتمع السعودي، الرياض، 1428 هـ.
- حمادة ، بسيوني إبراهيم : دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت:1993م.
- أبو العلا، زينب حسين، وآخرون، الاتجاهات المعاصرة في خدمة الفرد، القاهرة، 1989م
- الباز، شهيدة، المنظمات الأهلية العربية على مشارف القرن الحادي والعشرين: محددات الواقع وآفاق المستقبل، القاهرة، لجنة المتابعة لمؤتمر المنظمات الأهلية العربية، 1997م.
- الصادي، أحمد فوزي، الميادين الواسعة للخدمة الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية، الثقافة الأمنية، سلسلة محاضرات الموسم الثقافي الثاني، الرياض، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1408 هـ .
- حسين، أشرف، المنظمات الأهلية ودورها في التنمية في مصر، القاهرة، مركز البحوث العربية للدراسات والتوثيق والنشر، 1994م.
- أبو العلا، زينب حسين، وآخرون، الاتجاهات المعاصرة في خدمة الفرد، القاهرة، 1989م.

- قنديل، أماني، المجتمع المدني في العالم العربي، دراسة للجمعيات الأهلية العربية، القاهرة، دار المستقبل العربي، 1994م.
- أشرف، عواطف أسعد، المشاركة التطوعية للمرأة في الجمعيات الخيرية : دراسة وصفية مطبقة على الجمعيات الخيرية النسائية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية للنبات، الرياض، 1408هـ.
- الساسى، نادية محمد الطاهر، دور الجمعيات النسائية في تنمية المجتمع : دراسة تطبيقية في مدينتي مكة وجدة بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، 1981م.
- الشبيكي، الجازي محمد، الجهود التطوعية في مجالات الرعاية الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية الآداب.
- المنيف، حصة محمد، تقويم الدور التربوي للجمعيات الخيرية النسائية في المملكة العربية السعودية، الرياض، جامعة الملك سعود، 1999م.
- أبو الخير، مختار محمد فؤاد،"دراسة تحليلية لوظيفة الاتصال في العلاقات العامة في منظمات الخدمة العامة في مصر"-رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، 2002م.
- سليمان ، شريفة رحمة الله ، دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الالكترونية، دراسة حالة على إمارة دبي " - رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، 2006م.
- عياد بشار، خالد فؤاد، دور التكنولوجيا الجديدة في العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على شركة المقاولون العرب، رسالة ماجستير جامعة القاهرة، 1990م.
- الغريب، عبد العزيز بن علي، الرياض : المدينة الإنسانية : دراسة مسحية لمؤسسات الرعاية الاجتماعية والخيرية في مدينة الرياض، 1424هـ.
- ماكويل، دنس، وسفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، تعريب حمزة بيت المال، ط1، المغرب، 1418هـ.

-ادوارد. ل. بيرنيز ، العلاقات العامة فن، ترجمة وديع فلسطين وآخرون، دار المعارف، مصر، 1997م.

-مارغريت سوليفان ، برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، 2001م.
-ديفيد فن، العلاقات العامة والإدارة، ترجمة شفيق أسعد فريد، دار الكرنك للنشر، 1986م.

-ودني هويسمان نجان شوميلي، العلاقات العامة، ترجمة فريد انطونيوس، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت، 1998م.

-مارشال، ماكلوهان، كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة خليل صابات، وآخرون، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975م.

-مركز التميز للمنظمات غير الحكومية، العلاقات العامة في الإدارة، ترجمة عيد فريد، مكتبة الفكر الجامعي، بيروت، 2001م.

ثانياً : الكتب والدراسات الأجنبية :

William, J.Stanton , Fundamentals of Marketing ,1989

Weiens Ronald, Marketing Research ,New Jersey, 1984

Groge. M. Zinkhar and Agnes, Cherry. "Marketing Communications. Intensity Across, Industries decision, Science Magazine, 1992

Francis Rummel & Wesley Ballaine, Research Methodology in Business (New Yourk,1963

Aspinall:Radio Programme Production, UNESCO, Richard Paris,1990

E.M : Communication and Development, Sage Rogers .2002 Publication, London,

Gary Grankhit: communication and Awareness,2003.
M. Willery and S.A.Rice. communication Agencies and Social
life,2002.
Phillip Lee. Communication For All, New York, Orbis Books,
2001.

ثالثاً: الدوريات والمجلات العربية:

- الروقي ،سهل بن رفاع بن سهيل، أثر العمل الخيري في تحجيم التطرف ونشر الاعتدال، مجلة الدعوة السعودية، 1430هـ.
- المغلوب، محيي الدين، الأساليب والنظم المعينة على تأصيل العمل الخيري، مجلة الدعوة السعودية 1430هـ.
- عبد الرحمن، عواطف، الحق في الاتصال بين الجمهور والقائمين بالاتصال، عالم الفكر، المجلد الثالث والعشرون، الكويت، 1994م.
- راشد ، سامح، أثر التكنولوجيا على تطور العمل الخيري في البلاد الإسلامية، جريدة الرياض السعودية، العدد 3937.
- العوضي، عادل بن عبد الله، العلاقات العامة .. النظرية والتطبيق، مطبوعات الشركة الكويتية العربية للدعاية والإعلان ، الكويت، 2004م.
- البلوي، ضيف الله بن سليم، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الثالث للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية، 1424هـ.
- الشبيكي، الجازي، الجمعيات النسائية الخيرية والمساهمة في التنمية الاجتماعية : ورقة عمل مقدمة إلى جمعية الملك عبد العزيز بالقصيم، 2001م.
- الباز، راشد بن سعد، الشباب والعمل التطوعي، مجلة البحوث الأمنية، المجلد 10، العدد 1422، 20هـ.
- صحيفة الرياض، العدد 11422، يونيو، 2001م.

-اللياني، مساعد، التطوع مفهومه وأهميته وآثاره الفردية والاجتماعية وعوامل نجاحه ومعوقاته، ورقة عمل في المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية- جامعة أم القرى بمكة 1418هـ.

رابعاً: الأبحاث العلمية والتقارير والوثائق غير المنشورة:

- جمعية البر بالمنطقة الشرقية، التقرير السنوي الثالث والثلاثون، 1429هـ.
- البلوي ، ضيف الله بن سليم ، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الثالث للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية، 1424هـ.
- وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، وكالة الوزارة لشئون الرعاية الاجتماعية، أضواء على الرعاية الاجتماعية في المملكة العربية السعودية، 1412هـ.
- نور، هاشم حمزة، الخطوات الأساسية نحو إدارة علاقات العملاء في المؤسسات الخيرية، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجهات الخيرية، المنطقة الشرقية، 1425هـ.
- البشر، محمد بن سعود، 1428، قادة الرأي في المجتمع السعودي، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، محرم، 1428هـ.
- الدليل التعريفي بجمعية إنسان لكفالة الأيتام، الرياض 1427هـ.
- وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، منشورات الإدارة العامة للرعاية الاجتماعية، 1402هـ.
- البوعلي، أحمد، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الثاني للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية، المملكة العربية السعودية، ذو القعدة، 1422هـ.
- اليحيى، يحيى إبراهيم، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجمعيات الخيرية بالشرقية، المملكة العربية السعودية.