

الفصل الرابع عشر
دور العلاقات العامة والإعلان

الفصل الرابع عشر دور العلاقات العامة والإعلان في خدمة الجهود التطوعية لرعاية المعوقين

أولاً: دور الاتصال والعلاقات العامة والإعلان في تفعيل الجهود التطوعية لرعاية المعوقين.

إن الأهداف الاستراتيجية للإعلام هي التوعية والتنشئة الاجتماعية للأجيال الجديدة في المجتمع، وإتاحة حق الاتصال لجميع الفئات وقد كفل الإسلام الحق لكل فرد وكل جماعة في أن تعبر عن نفسها وأن يعرف الآخرون عنها لكي يتفاعلوا معها.

أ - حق المعوقين في الاتصال من منظور إسلامي:

حق الاتصال منبثق من حق الإنسان أن يكون حراً قادراً على الاختيار للارتقاء بكيانه وإنسانيته، فإذا كان حق الوجود أو الحياة من الأمور التي لا يجادل فيها البشر، لأنها - أي الحياة - منحة من الخالق، وهي ذاتها لا يمكن أن يكون لها قوام إلا بعملية الاتصال مع الآخرين، يتحقق من خلالها استمرار الوجود، وبقاء المجتمع.

وبذلك فإن حق الاتصال وجه آخر لحق الوجود أو الحياة، فهو منحة من الله لا يجب أن يتناول عليها أحد من البشر، وأن أي عدوان على حق الاتصال هو اعتداء على حرمة الله، لا يقل عن جرائم سلب الحياة سواء كان هذا الإنسان عادياً أو ذو إعاقة خاصة بقدر من الله تعالى، لان الجميع سواسية أمام الله.

وإن من حق الإنسان أياً كان وضعه أن يعلم ويُعلم عنه ويعرف ويُعرف به.

ب - كفالة الإسلام لحريّة الاتصال للمعوقين:

لا يعرف الإسلام معياراً للتفرقة بين الناس إلا على أساس التقوى. ولم يفرق بين الشخص ونظيره ذي الحاجة الخاصة في الحقوق والواجبات. بل أن هناك عتاباً من الله سبحانه وتعالى لرسوله صلى الله عليه وسلم حينما

أعرض مؤقتا عن بن أم مكتوم ذلك الرجل الأعمى، واخبر الرسول صلى الله عليه وسلم انه ليس هناك فرق بين الأعمى والبصير وان له حق الاتصال مثل غيره.

بل إن القرآن قد غير مفاهيم السلامة والصحة حين اعتبر العمى والصمم ليس مقصورا على حاستي السمع والبصر بل يتعدى لما هو أعمق قال تعالى: ((أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونْ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ (46) الحج.

ت- أن على العلماء المسلمين ورجال الفكر وغيرهم ممن يحملون لواء الفكر والثقافة والإعلام دورا وواجب كبيرا في أن يزيدوا تعريف العامة بحقوق أصحاب الإعاقات الخاصة، ولعل ذلك يكون مباشرا أو من خلال وسائل الإعلام.

ث- ثم يأتي دور مؤسسات الرعاية الخاصة للمعوقين في نقل الصورة الحقيقية لمعاناة هذه الفئة ومدى حاجتهم للاندماج في المجتمع من خلال التوظيف الأمثل للإعلام وأنشطة العلاقات العامة والإعلان.

وبناء على ذلك فإن المسلم مطالب بان يمارس حقه في الاتصال بما يخدم فكره ويوصل رسالته للناس وفق منطق " الحكمة " ومبدأ الانتفاع المتبادل في الأدوات والأساليب ومنها مستجدات العصر الاتصالية والتقنية. وأن كثيرا من الخبرات الإعلامية ليست مقصورة على من ليس به إعاقة بل هناك في العمل الإعلامي من أبدعوا من ذوي الحاجات الخاصة ولو أجريت دراسة علمية لأمكن أن نتعرف على ما قدمه هؤلاء من إسهامات متميزة للإعلام في العالم كله.

والمملكة العربية السعودية - حماها الله - كانت ولا زالت من أوائل الدول التي تعمل دوما على كفاءة المواطن وأسرتة في حالة المرض، أو الطوارئ، أو العجز؛ ودعمت بكل قوة نظام الضمان الاجتماعي، وتقوم

بتشجيع المؤسسات والأفراد على الإسهام في الأعمال الخيرية والجهود التطوعية التي هي من منبع ديننا الحنيف.

❖ العمل التطوعي والإسلام:

إن الجهد الذي يبذله الإنسان بلا مقابل مادي في خدمة مجتمعه الإسلامي الذي يعيش فيه هو من منطلق إسلامي حيث يحثنا الإسلام في أكثر من موقع في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة على عمل الخير فهو (عمل خير ويؤدي إلى خير) ، قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴾ البقرة.

ولقد انتشر الإسلام في بقاع الأرض منذ القرن الأول الميلادي وساهم في تطور الحضارة الانسانية وربط العلاقة بين عمل المسلم في اليوم والليلة والدنيا والآخرة ، كما وضع الأسس الأولى للعمل التطوعي ومنه استسقى الغرب الكثير من الأفكار التي طورها بطبيعة الحال على شكل برامج، ومن منا ليعرف العمل التطوعي و الخيري التي بدأت به زوجة رسول الله صلى الله عليه وسلم السيدة خديجة رضی الله عنها.

ان سماحة هذا الدين العظيم تكمن في ان أحب الناس إلى الله انفعهم للناس " كما قال رسولنا ومعلمنا صلى الله عليه وسلم ، والشعور بالسعادة والراحة النفسية للمسلم عندما يقوم بعمل الخير ، فما بالك عندما يتعلق هذا العمل بالفئة الخاصة العزيزة علينا جميعا وهي فئة الاحتياجات الخاصة. ان الفرد منا ذكرا أو انثى لابد وان يرغب الخير له ويريد النجاة يوم القيامة وان تزيد حسناته من خلال العمل التطوعي، وقد لا يكون الجميع منا يحب أو يرغب - في العمل التطوعي - لان مفهومه ببساطه هو مفهوم يتجاوز مرحلة الفرض او السنّة ، ولذلك فلقد اختص الله سبحانه وتعالى بعضا من عباده لكي يقوموا بهذا الدور " إن لله عبادا اختصهم لقضاء حوائج الناس حبيبهم للخير وحبب الخير لهم ، أولئك الناجون من عذاب يوم القيامة " .

ولعل من خير الأمور التي يحثنا الدين الحنيف على عملها هي السنة الحسنة لحياتنا الدنيا ولآخرتنا وهو فعل حميد يكافئنا الله سبحانه وتعالى عليه وهي

ميزة جميلة قد ينفرد بها هذا الدين عن غيره، فتلمس معي حديث رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم حين قال " من سن سنة حسنة كان له أجرها وأجر من عمل بها إلى يوم القيامة من غير أن ينقص من أجورهم شيء ".
ثانياً: حملات العلاقات العامة والإعلان ودورها في التوعية والإقناع في مجال العمل التطوعي:

1- وسائل الإعلام والعمل التطوعي:

قد لا أكون مبالغاً إذا قلت إن قليلاً من الاهتمام الفعلي قد أعطي لتعريف الناس بالعمل التطوعي من خلال وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها في مجتمعنا المحلي، وبدا ارتباط عمل الخير يتوسع في مفهومه بشكل أو بآخر وذلك في تربية وكفالة يتيم وحضر بئر وبناء مسجد فقط، وكأن عمل الخير التطوعي في الإسلام وأفعال رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم انحصرت في هذا الجانب فقط مع اغفال الجوانب الأخرى من الحياة اليومية للمسلم وخاصة عندما يتعلق الأمر بالفئات الخاصة في المجتمع مثل المعاقين.

والشيء الملفت للنظر هنا هو أن الإعلام ووسائله من مكتوبة ومرئية لا تعرف ولا تخصص الوقت ولا الجهد في تعريف منسوبيها باحتياجات الفئة الخاصة، ناهيك عن المساهمة في بث ونشر الوعي في المجتمع وفي التفاعل والتعامل معهم بشكل حضاري يتناسب والتطور في بلادنا العزيزة .

وحتى نكون واقعيين أكثر فان الجهود الإعلامية للتعريف بفئة المعوقين

تتصب في معظم الاحيان :

أ- عند وجود حدث رسمي يحضره المسؤولين.

ب- عند حصول إعاقة بدنية أو ذهنية لدى بعض الأسر التي لها علاقة بالعمل الإعلامي .

ت- حصول أي من المعاقين على جائزة أو تكريم من جهة معينة.

وتنتهي هذه الأخبار بنهاية الحدث

ولذلك فان مثل هذا المهرجان الذي يشرفه كبار المسؤولين في الدولة

حماها الله ويرعاه خادم الحرمين الشريفين ويشرفه ولي هذه الأمين

يحفظهما الله، فرصة لكي تقوم دور النشر ووسائل الإعلام في المبادرة الجريئة و التفكير الجدي في وضع استراتيجيات خاصة بها للتعريف المستمر والمتواصل بالمعوقين في المجتمع فهم لهم حق التواصل والاتصال والتعريف والاهتمام بشكل متواصل، وهو في نظري ليس بالعمل الشاق والمطلوب هو روح المبادرة والاستمرار.

ووسائل الاتصال بمختلف إشكالها سوف تساعد ولاشك في التعريف بالجهود التطوعية التي تسعى إليها الكثير من المؤسسات الخيرية، ولعلنا في هذه الورقة نستطيع إن نسلط الضوء قليلا على بعض من المميزات التي تتمتع بها وسائل الاتصال.

ووسائل الاتصال نعني بها هنا كل ما يتعلق بالاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي المباشر ولعل أهمها :

أ- وسائل الإعلام الجماهيري (الصحافة، الراديو، الانترنت).
ب- العلاقات العامة وبرامجها بشقيها الخاص بالوظائف، والمراسم والبروتوكول.

ت- الندوات ، الملتقيات ، المؤتمرات .

ث- الإعلان.

ج- وسائل الترويج والدعاية وغيرها..

ومن ناحية أخرى نجد ان لازالت الكثير من المؤسسات الخيرية غير الريحية - لازالت - تُعَرَّف وتُمارس دور العلاقات العامة على أنه : إعلام خبري عن المؤسسة ومراسم استقبال وتوديع وإسكان الضيوف.

❖ العلاقات العامة والإعلان:

" العلاقات العامة PUBLIC RELATIONS في العمل الخيري تعني دوما الجهود المنظمة والمستمرة التي تقوم بها المؤسسة من اجل إقامة تفاهم مشترك بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي وكسب ثقتهم تحقيقا للمنافع المتبادلة وضمان دعم المجتمع لأنشطة المؤسسة والتواصل معها " .

والعلاقات العامة في المؤسسات الاعاقية تحمل نفس الأهداف وتتميز بان لها علاقات مع الجماهير ، فجماهيرها من نوعية خاصة ، وهي عملية اتصالية مخططة وهادفة ، وتركز في وظيفتها على إيجاد البرامج العلمية والعملية الاتصالية ونشر المعلومات والحقائق الصحيحة عن العمل الخيري والجهود التطوعية في مجال الإعاقة بمختلف إشكالها وأنواعها ، بالإضافة إلى الجهود التي تبذلُ نحو خدمتهم وذلك باستخدام كافة الوسائل والقنوات الإعلامية والاتصالية.

اذن فوظيفة العلاقات العامة تعتبر مهمة جدا للعمل الخيري بصفة عامة وللمؤسسات الخيرية والمؤسسات الاجتماعية - غير الهادفة للربح - والتي تقدم الخدمات لفئات معينة وذوي الاحتياجات الخاصة - بصفة خاصة - وهي جزء مكملٌ للجهود الادارية والطبية والفنية التي تقوم بها .

ويأتي بعد ذلك دور الإعلان بمختلف أشكاله التجارية وغير التجارية

التي تهدف إلى بث الوعي بشكل معين ومنه ما يسمى الإعلان الاجتماعي:

SOCIAL ADVERTISING وهو الذي يساعد على إيصال الأفكار

المطلوبة لخدمة العمل التطوعي والمؤسسات الخيرية من خلال المجتمع بشكل - جمالي إعلاني ترويجي - قصير الكلمات عميق المعنى بسيط ، ويمثل فكرة إقناع المستهلك بشراء سلعة ما ، وفي هذه الحالة بالطبع هو التعريف بخدمة خاصة لمجتمع خاص .

ويلاحظ الباحث أن القليل من الجهد قد أعطى لهذين المفهومين وتطويعهما في خدمة العمل التطوعي وذلك لأسباب كثيرة من أهمها :

أ - عدم وجود الوعي الكامل لدى بعض هذه المؤسسات الخيرية في كيفية استخدام برامج العلاقات العامة وصناعة الإعلان .

ب - عدم وجود المتخصصين من الإعلاميين في مجال الاعاقة والعمل التطوعي ، وعدم بذل الجهد من المؤسسات الإعلامية في تدريب بعض صحفييها لذلك.

ت- ومن الطرف الآخر نجد ان هناك عدم رغبة معظم أصحاب الوكالات الإعلامية والتسويقية و الإعلانية في تخصيص جزء من مهمتها الاجتماعية في خدمة وتطوير مفهوم العمل التطوعي والخيري في المجتمع الذي اعطاها رأس ماله . (1)

(1) دخل الوكالات الإعلانبة بالمملكة من الإعلان التجاري والحملات التسويقية يتجاوز ألف مليون ريال سعودي - إحصائية عام 2002 م. والمطلوب هو أن تكون هناك برامج توعية مزدوجة للقائمين على المؤسسات الخيرية ولأصحاب هذه الوكالات لتأسيس الدور الصحيح للعمل الخيري وخاصة في المجالات الخاصة بالعمل الاعاقية.

وإذا افترضنا ان المفهوم لازال حديثا في مجتمعنا السعودي فان الأمر يحتاج إلى وقفة صادقة و تكثيف الجهود بين جميع الأطراف وان يكون لصاحب القرار دور جريء في بعض الأحيان لممارسة نوع من - الضغط - على الوكالات الإعلانبة والإعلامية الغير متعاونة ، وذلك بالطريقة العلمية المناسبة لان هذا جزء من دورها في خدمة المجتمع.

إن حملات العلاقات العامة والإعلان لها دور كبير إذا وجدت في الوقت المناسب وفي المكان المناسب، في زيادة الوعي والإقناع في المجتمع لانهما في النهاية هما عنصران أساسيان في العمل الاتصالي الإعلامي في أي مجتمع ولا ينجح بيدهما (24)

ثالثا: برامج العلاقات العامة والإعلان والتخطيط في دعم الجهود التطوعية في المؤسسات الخاصة بالمعوقين:

سوف نستعرض هنا بعض العناصر المهمة لتخطيط البرامج الخاصة بالعلاقات العامة والإعلان، والتي من المفترض إن يقوم بها أي مسؤول للعلاقات

²⁴) نفس هذه الوكالات الإعلانبة - الدولية - والتي لها فروع بالمملكة ومن خلال مكاتبها الرئيسية بالخارج تقوم بدور اجتماعي في خدمة المجتمع وتدفع جزء من إرباحها السنوية لخدمة المجتمع SOCIAL CONTRUBUTIONS.

العامة والإعلان في المؤسسات الخاصة بالمعوقين لتنفيذ الجهود التطوعية للعمل الخيري، بحيث تقوم هذه الأقسام بعقد اجتماعات دورية مكثفة بين العاملين بها عند القيام بأي برنامج خاص يهدف في النهاية إلى التعريف الصحيح والوصول إلى الجمهور المستهدف بشكل يساعد على الحصول على النتائج المتوخاة.

ولعل النقاط التالية سوف تساعد فعلا على وضع تخطيط شامل لأي جهود تطوعية لبرامج أو حملات العلاقات العامة والإعلان لتنفيذ العمل التطوعي لخدمة المؤسسات العاملة في مجال رعاية المعاقين :

1- تحليل الموقف:

إن من أهم العوامل التي تساعد على إنجاح أي برنامج للعلاقات العامة لتنفيذ العمل التطوعي للمعاقين، يبدأ من تحليل الموقف بالنسبة للبرنامج أو مجموعة من البرامج المراد وضع الخطط لها.

فالكثير من المسؤولين في الإدارة العليا وأصحاب القرار يريدون "القفز للنتائج" فورا ويبحثون عنها من خلال أقسام العلاقات العامة ويطلبون العمل بطريقة سريعة ارتجالية عشوائية رغبة منهم في النجاح وفي النهاية، فإنهم يُقيمون دورها من خلال النتائج السلبية التي تتمخض عن مثل هذه البرامج الغير مدروسة.

وهو ولاشك حُكم غير دقيق، بل انه يسئ إلى المفهوم العلمي للعلاقات العامة كعلم مستقل له نفس الخصوصية التي تتمتع بها العلوم الأخرى، ويقيمون دورها بشكل غير دقيق.

ولذلك فان هذه الخطوة تحتاج إلى:

أ- تحديد الاحتياجات ومعرفة الأولويات:

وهذا يستدعي بالطبع دراسة الجهود التطوعية الحالية فيما يتعلق بالاخوة المعوقين في المملكة وتحديد احتياجاتهم وخصائصهم والمؤسسات التي تعمل في مجال رعايتهم وتأهيلهم، وهذا يقتضي أيضا التريث ورصد ومتابعة وتحليل الموقف ماديا ومؤسسيا وبشريا ومكانيا وزمانيا، ويتم الإجابة على

تساؤلات من قبيل: ما حجم المشكلة ؟ وما انسب طرق التعامل معها ؟ وما الاحتياجات اللازمة للحملة أو البرنامج المراد القيام به ؟

بد إنشاء قاعدة للمعلومات :

أو مجموعة قواعد للمعلومات الأساسية والضرورية الخاصة

تتعلق بالجمهور المستهدف ومنها :

- معلومات متكاملة عن المؤسسة نفسها واهم نشاطاتها وتوثيقها.
- معلومات عن المؤسسات الأهلية والحكومية المساندة في العمل الخيري.
- معلومات عن الجهود التطوعية المماثلة.
- نوعية البرامج المشابهة والتي تم تنفيذها من قبل.
- معلومات عن الجمهور المستهدف وغيرها من المعلومات الضرورية التي تساعد على وضع المعلومة المناسبة في المكان المناسب.

تد التريث والتحليل العميق:

والمقصود به هو عدم الاستعجال في الدخول في تخطيط وتنفيذ البرامج، فلابد من الحصول على كافة المعلومات والإعداد الجيد لها ، واخذ الوقت الكافي لدراستها وللوصول إلى وضع اللبنة الأولى من التخطيط، وقد يستغرق الانتهاء من هذه الجزئية اكثر من (20%) من الوقت المخصص لهذه الحملة كما هو موضح بالشكل رقم(1).

2- تحديد الأهداف وإستراتيجيات الاتصال:

1- إن مرحلة وضع الأهداف تحتاج - كما قلنا - إلى بيانات عن كل تفاصيل الحملة وعلاقتها بمجمل الوضع الراهن للعمل في مجال الجهود التطوعية والتي تتعلق بالرعاية والتأهيل للمعوقين، وتحديد الرؤية المستقبلية للمطلوب الوصول إليه في هذا المجال. وغنى عن القول أن تكون الأهداف واقعية وقابلة للتنفيذ ودقيقة وتشمل هذه المرحلة وضع الاستراتيجية الاتصالية وتحديد ملامحها ومراحلها ونطاقها المكاني والزمني ونتائجها المتوقعة.

2- إن استراتيجية برامج العلاقات العامة والإعلان تعتمد على مجموعة من العناصر المهمة منها:

أ. معرفة المدى الجغرافي للحملة:

والمقصود بها هو معرفة المناطق التي سوف تشملها الحملة وهل هي على مستوى المملكة، أو على مستوى المناطق، أو على مستوى المدن، بل وحتى القرى.

ب. الزمان:

إن الكثير من حملات وبرامج العلاقات العامة تفتقد دوماً إلى اختيار الوقت المناسب لبدء الحملة، ولذلك فإن تقسيم برامج الحملة على مدى (12) شهر مثلاً، والى (365) يوماً بشكل يساعد على التقسيم الزمني للبرنامج وتنفيذه بشكل هادئ، هذا بالإضافة إلى الوقت المناسب خلال العام وعدم ازدواجيته مع برامج رسمية مشابهة، والنظام الوحيد الذي ربما يساعد على التغلب على مثل هذه المشاكل هو ما يسمى بالجدول الزمني العام لكافة النشاطات والبرامج الأخرى المماثلة أو المشابهة بالإضافة إلى معرفة أوقات الإجازات على مستوى المملكة أو المناطق، وهذا سوف يساعد ولاشك على وضع الخطط السليمة وما يسمى بـ ((الخطة الزمنية الشاملة MASTER PLAN)) .

ث. استراتيجية المدى الطويل:

والمقصود به هو أن وضع الاستراتيجيات تصل في بعض الأحيان إلى خمس سنوات (5) سنوات بدلا من الاستراتيجيات الوقتية - قصيرة المدى - ولأما نع طبعاً من استخدام هاتين الاستراتيجيتين ولكن بشرط معرفة صلاحية كل منهما.

إن استراتيجية التخطيط على مستوى بعيد أو بما نسميها استراتيجية النفس الطويل - لها عدة مميزات - أهمها هو المساهمة في وضع خطة متأنية

ومفصلة لا تعتمد على أشخاص بل على نظام شامل متكامل - لتحقيق

الأهداف المرجوة: RELAY ON SYSTEM NOT ON PEOPLE

❖ تحديد الجماهير المستهدفة:

أ- هذه المرحلة تحتاج إلى تحديد دقيق لمن نريد مخاطبته سواء كانت أجهزة أو مؤسسات أو أفراد إعلاميين وغير إعلاميين، متطوعين أم غير متطوعين، رسميين أو غير رسميين وكلما حددنا الجمهور المخاطب بدقة كانت بقية المراحل أكثر إحكاما وتأثيرا.

ب- والخطأ الشائع الآخر هو إن معظم العاملين في أقسام العلاقات العامة لا يفرقون - عند وضع برامجهم التسويقية والجمهور المستهدف لها - بين الجمهور العام و بين الجمهور النوعي، وخاصة فيما يتعلق بالجماهير التي يمكن الاستفادة منها في العمل التطوعي.

وفي تصوري انه لا بد من وضع برامج منفصلة لكل جمهور مستهدف،

وهذه بعض أنواع الجمهور:

- الأطفال (ذكور وإناثا).
- الرجال .
- النساء
- رجال الأعمال
- نساء الأعمال.

كيف يتطوعون ومتى يمكن الاستفادة من أوقات فراغهم في العمل

التطوعي وهل جميعا مُلزمين بتخصيص وقت معين أو جزء معين من أعمالهم أو أموالهم أو أولادهم للعمل الخيري.

كل هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات مقننة لكي يتم تحديد الجمهور

المستهدف في العمل الخيري وتحديد الميزانية التي يمكن العمل من خلالها.

وهكذا نجد أن هناك الكثير من الشرائح لو استهدفت بشكل منفصل

سوف يكون نجاح أي حملة مضمونا بإذن الله تعالى.

3. وضع الميزانية الشاملة:

مثل هذه الحملات تحتاج إلى ميزانية محددة بدقة فكم من المبالغ مطلوب على وجه الدقة لتنفيذ الحملة ؟ وفيما يستخدم هذا المال تحديداً وإلى أي حد يمكن اختصار التكلفة دون أن يؤثر ذلك على الحملة ونتائجها ؟ وما الوسائل المستخدمة وما مصادر وأوجه الإنفاق ؟ الخ
وهل هناك فرص بان يتم تمويل هذه البرامج ذاتياً أو من خلال ممولين ورعاة ومشاركين في التنفيذ.

4. تصميم الرسالة:

هذه المرحلة من أخطر المراحل حيث تتم صياغة مقولات الحملة ورسائلها الاتصالية ولذا فالحاجة للخبراء وذوى الاختصاص النفسي والاجتماعي والديني والاتصالي والثقافة مطلوبة لأن الأخطاء في صياغة الرسائل قد تأتي بنتائج عكسية .

5. اختيار الوسائل:

الوسائل الآن متاحة بقدر لم يكن موجوداً من قبل من صحف وإذاعة وفضائيات وإنترنت ومعارض ومؤتمرات، ومطبوعات بكل أنواعها، ولكن المهم اختيار الوسيلة الأكثر نفاذاً للجمهور المستهدف وأماكن تواجدها وانتشارها، وذلك يخضع لخبرات العلماء والمختصين في هذه الميادين.
ومن خلال الخبرات السابقة يمكن القول بان الاتصال الشخصي في العلاقات العامة هو احد ابرز هذه الوسائل في مجتمعنا السعودي .

6. التقويم المرحلي للحملة أو البرنامج:

وحتى تكون الحملة ناجحة لابد من جهاز تقويم للأنشطة بشكل مرحلي للوقوف على النتائج والسلبيات وتعديل المسار أولاً بأول، هذا بالإضافة إلى عمل الدراسات الميدانية واستطلاعات الرأي، والاستفادة من الخبراء المتخصصين من شركات الإعلام والعلاقات العامة أو الإحصاء.
وكذلك الاستفادة من خبرات بعض الشركات والمؤسسات الخيرية

التي تعمل في مجالات العمل التطوعي.

هذا بالإضافة إلى الاستعانة ببعض شركات البحوث الإعلامية لإجراء هذه البحوث بكافة أشكالها وهي فعلا سوف تساعد على التقويم الصحيح وبالتالي الإعداد للبرامج المستقبلية.

7- إدارة الحملة:

من الأفضل دوماً أن يتم تعيين مستشار للحملة أو مجموعة مستشارين كل حسب تخصصه من خارج الهيئة ، ويمكن الاتفاق معهم على تدريب بعض العاملين بالمؤسسات الاعاقية فيما يتعلق بالجهود التطوعية والعمل الخيري والذي له علاقة بالإعاقة.

8- جدولة الحملة:

يتم جدولة حملات الإعلان والعلاقات العامة وفقاً لجدول زمني معين.

التخطيط لبرامج العلاقات العامة (الشكل رقم 1)

العنصر	البرنامج الزمني المتوقع
تحليل الموقف	20%
تحديد الأهداف	20%
تحديد الجماهير المستهدفة	15%
الميزانية والتمويل	5%
تصميم الرسالة واختيار الوسائل	10%
التنفيذ	10%
التقويم والمتابعة	10%
التطوير	10%

❖ الملاحظ هنا أن العناصر الأربع الأولى قد أخذت (60%) من الوقت المخصص للتخطيط للحملة، وهو ما يجب أن يكون عليه التخطيط السليم.

رابعاً: نماذج من أنشطة العلاقات العامة للتعريف بالجهود التطوعية والمتطوعين:

وبعد التخطيط تأتي مرحلة تحديد الأنشطة الاتصالية المباشرة وغير المباشرة ونقدم هنا مجموعة من هذه الأنشطة يمكن أن تكون مرشداً لمخططي الحملة ومنها:

- 1- دعوة الراغبين في العمل التطوعي لزيارة مؤسسات وجمعيات ومراكز المعوقين وعمل جولات ولقاءات تعريفية منظمة لمزيد من التعريف بواقع الموضوع على الأرض، مما ينتج عنه تغطية إعلامية وتوعوية للمجتمع بهذه المؤسسات واحتياجاتها، وبث المفاهيم والقيم الدينية والاجتماعية لهذه الفئات.
- 2- دعوة كبار الشخصيات من المسؤولين ورجال الأعمال لحضور ندوات ومؤتمرات تنظم حول موضوع الرعاية والتأهيل للمعوقين والاطلاع على أحوال مؤسساتهم، وحثهم على التبرع بوقتهم المعنوي في الالتصاق بالمعوقين.
- 3- استثمار زيارات أصحاب السمو الملكي الأمراء لهذه المناطق وتصميم مجموعة من البرامج أثناء إقامتهم في مناطق معينة للقيام بزيارات لمواقع مؤسسات الرعاية والتأهيل، وتكريم بعض المتطوعين من الرجال والنساء بمختلف أنواع تطوعهم.
- 4- الإعداد للمؤتمرات الصحفية بشكل مستمر على مدار العام، ويمكن أن تكون شهرياً مثلاً، مع مجموعة من المتطوعين والذين يعملون في خدمة المعوقين لتوضيح الصورة، ولتقديم نماذج ناجحة من هذه الفئة.
- 5- تصميم حملة أو مجموعة حملات إعلانية مباشرة بالتنسيق مع وكالات الإعلان لكي تقوم باستخدام كافة الوسائل الإعلانية المتاحة - ودعوتها في خدمة المجتمع، وخاصة فيما يتعلق بالتعريف بالجهود التطوعية.
- 6- الاتفاق مع الإعلاميين بشكل رسمي وعن طريق مؤسسات إعلامية لإجراء التحقيقات الصحفية الميدانية التي تغطي نشاط المتطوعين وإبرازهم كعنصر فعال في خدمة المجتمع.

7- **عمل ملفات صحفية** بكل ما تنشره وسائل الإعلام عن مؤسسات المعوقين، لكي تزود بها كل الجهات والمراكز الداعمة بهدف الاستفادة منها في نجاح البرامج الخاصة بالعمل التطوعي.

8- **الإعداد والتنسيق** لإجراء اللقاءات الإذاعية والتلفزيونية وترتيب ظهور مسؤولين عن مؤسسات المعوقين مع بعض القائمين على العمل التطوعي - المنظم - في القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية - بشكل منظم - لتوضيح الصورة الصحيحة للعمل والاحتياجات المطلوبة للارتقاء بخدمة المعوقين وتأهيلهم.

9- **توثيق الأنشطة** التي تقوم بها الحملة أو التي تشارك فيها أجهزة العلاقات العامة إذاعياً وتلفزيونياً وأرشفتها كوثائق تاريخية مهمة، واستخدامها دوماً في التعريف بالنشاطات الخاصة بالمؤسسة المعنية، وتساعد في النهاية على بناء " قاعدة معلومات " مهمة للعمل والتخطيط المستقبلي للجهود التطوعية في المجتمع المسلم مثل المجتمع السعودي واعتباره كنموذج يمكن الاحتذاء به.

10 - **إعداد الكتيبات والنشرات** التي تحمل مفاهيم معينة عن طبيعة العمل التطوعي والجهود التي تبذلها هذه المؤسسات بالتعاون مع فئة المتطوعين، وتوثيق علاقة المجتمع بهذه المؤسسات. وطباعتها وتوزيعها على الجهات المعنية وال جماهير المستهدفة.

10- **إقامة المعارض الخاصة** بالإعاقة والمشاركة في المعارض التي تقيمها جهات أخرى في الداخل والخارج لعرض الأنشطة التي تُعبر عن رعاية المملكة بالمعوقين وربطها في كل مرة بالعمل التطوعي .

11- **ونجاحات هذه المؤسسات** لم يتم إلا من خلال التعاون في مجالات العمل الخيري والتطوعي ومنها:

- معارض خاصة بالمعاقين - محلية ، إقليمية ، دولية.
- معارض ذات علاقة مباشرة بالمعوقين.

• معارض ذات علاقة غير مباشرة - وهي من انجح الوسائل التي تثير الانتباه - .

12- **المشاركة في استثمار المناسبات الاجتماعية والثقافية** كأسابيع الأمن والسلامة والمرور والشجرة، والمناسبات الرياضية للالتقاء بالقطاعات الشبابية وتوضيح رسالة المؤسسات التي يجب تبنيها وربط العمل التطوعي بالعمل الخيري الاعاقي.

13- **تقديم نماذج - ناجحة -** في المجتمع من هذه الفئات.

14- **تطوير التعاون** مع الجامعات ومراكز البحث والدراسات العلمية حول مستقبل العمل الخيري وربطه بمجالات الإعاقة والعمل الخيري التطوعي.

15- **التنسيق مع** بعض الوزارات ذات العلاقة المباشرة مع الجمهور العام، مثل وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، وذلك في مجالات عديدة منها:

• تعميق المفاهيم الإسلامية الصحيحة عند قادة الرأي من رجال الدين ليتمكنهم الوصول إلى الجمهور العام.

• إبراز دور الصحابة رضوان الله عليهم و العلماء والمفكرين والمتميزين في التاريخ الإسلامي من أصحاب الجهود التطوعية.

• الاستفادة من الخطب والمحاضرات في بث التوعية.

• تأليف مجموعة من الكتيبات والمطويات والكتب حول هذا الموضوع.

• المساهمة في وضع بعض الأوقاف يعود دخلها للصرف على العمل التطوعي الخيري وحث العلماء على التبرع لذلك واعتباره من أوجه البر والخير والصدقة الجارية في المجتمع المسلم.

خامسا: الاقتراحات والتوصيات:

• الاستعانة بفريق من الخبراء أو ذوي الاختصاص لوضع الاستراتيجيات بالاتفاق مع الإدارة العليا ولتقوم بدور المنسق مع بيوت الخبرة من خارج المؤسسة.

• الاعتماد على بيوت الخبرة في المجالات الإعلامية . (MEDIA HOUSE)

- تكوين فريق عمل إعلامي يقوم على وضع الاستراتيجيات الخاصة بالمعوقين وتقديمها لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية.
 - تكوين لجنة إعلامية عليا تحت إشراف وزارة العمل والشؤون الاجتماعية وذلك للتنسيق بين الجمعيات والمؤسسات الخاصة بالإعاقة وذلك لتنسيق العمل الإعلامي للعمل الخيري ووضع الخطط والبرامج المناسبة وحث المجتمع على دعم هذا النشاط ماديا ومعنويا.
 - الاستفادة من الدعم الكامل من المقام السامي ورعايته لهذه التظاهرة العلمية الهامة ، في وضع آلية إعلامية دائمة للتعريف بالجهود التطوعية.
 - التوصية برفع اسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان لولاة الامر على رعايتهم الدائمة في خدمة المعوقين .
- أخيرا فان لبرامج للعلاقات العامة والإعلان دور كبير في إنجاح أي عمل تطوعي خاص ببرنامج الإعاقة لو تم تخطيطه وتنفيذه بالطرق السليمة بإذن الله ولنتمكن من خدمة قطاع هام وعزيز وغالي في المجتمع السعودي المحافظ.

المراجع

1. أبو نيان، إبراهيم سعد (2001) صعوبات التعلم ، أكاديمية التربية الخاصة الرياض، ط الأولى 1422هـ - 2001م.
2. البجه، عبد الفتاح حسن (2002) ، تعليم الأطفال المهارات القرائية والكتابية، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط الأولى 1422هـ_2002م.
3. بن طالب، عادل (2003) واقع الوسائل التعليمية في تدريس التربية الفنية بمعاهد التربية الفكرية في المملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الملك سعود.
4. الحديدي، منى/ الخطيب، جمال (2005)، استراتيجيات تعليم الطلبة ذوي الحاجات الخاصة، دار الفكر الأردن، ط الأولى 1426هـ_2005م.
5. حماد، آمال (1994) فاعلية استخدام الحاسوب في اكتساب مفاهيم رياضية أساسية لدى الطلبة المعوقين عقلياً إعاقة بسيطة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الأردنية.
6. دريفت، ترجمة العامري (2004)، متطلبات التعليم المبكر للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة، دار الفاروق لنشر والتوزيع ط الأولى 2004م.
7. الدعيثم، خالد إبراهيم (2002) أثر تدريس الكيمياء بالحاسب الآلي لطلاب المرحلة الثانوية في تنمية التفكير العلمي والاتجاه نحو مادة الكيمياء.
8. دياب، فتحية (2001) تعليم مهارتي الجمع والطرح للطلبة المعوقين عقلياً باستخدام الحاسوب. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الأردنية.
9. الرصيص، ريم فهد (2003) فاعلية برنامج تعليمي لمساعدة الحاسوب في تعليم مهارة الجمع للتلاميذ ذوي التخلف العقلي البسيط. رسالة ماجستير، البحرين: كلية التربية جامعة الخليج العربي.
10. ربيع، سمية (2005) فاعلية برنامج كومبيوتر بالوسائط المتعددة في تحصيل التلاميذ المعاقين عقلياً (القابلين للتعلم) لبعض مفاهيم العلوم والتربية الصحية في المملكة العربية السعودية. مجلة القراءة والمعرفة. (49). جامعة عين شمس. ص 73_49.

11. السليمان، لبنى خالد(2003) تقييم فاعلية برنامج تدريبي لتنمية بعض المهارات الاجتماعية لدى تلميذات من ذوي التأخر العقلي البسيط (رسالة ماجستير).
12. سلامة، عبد الحافظ، أبو فعلي، سميح (2005)، تعليم الأطفال القراءة والكتابة، دار البداية عمان الأردن، ط الأولى - 2005م.
13. سفر، عهد عدنان (2005) فاعلية برنامج حاسوبي في تعديل سلوك النشاط الزائد وخفض وقت التعديل باستخدام تصميم العينة الفردي لفئة الإعاقة البسيطة. رسالة ماجستير كلية التربية جامعة الملك سعود الرياض.
14. الظاهر، قحطان أحمد (2004)، صعوبات التعلم، دار وائل للنشر، ط الأولى 2004م.
15. القريوني، يوسف، السرطاوي، عبد العزيز (2001)، المدخل إلى التربية الخاصة. للنشر والتوزيع ط الثانية - 2001م.
16. عبيد، ماجدة السيد (2000) الوسائل التعليمية في التربية الخاصة، دار عمان للنشر والتوزيع، ط1 ، عمان.
17. علي، صلاح عميره، (2005)، تعليم الأطفال القراءة والكتابة التشخيص والعلاج ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط الأولى - 2005م.
18. عطيه، محمد عطيه(1996)، طرق تعليم الأطفال القراءة والكتابة، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان الأردن ط الثانية.
19. جيمي ليندسي (2002) استخدام الحاسوب والأجهزة مع الأفراد غير العاديين (ترجمة : عبد العزيز السرطاوي، أيمن خشان، ووائل أبوجوده) دبي، دار القلم الإمارات العربية المتحدة.
20. عبد الغفار، أحلام رجب(2003)، الرعاية التربوية لذوي الاحتياجات الخاصة دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 2003م.
21. -السليمان لبنى بنت خالد (1424هـ - 2003) تقييم فاعلية برنامج تدريبي لتنمية بعض المهارات الاجتماعية لدى تلميذات من ذوي التأخر العقلي البسيط (رسالة ماجستير).
22. القرشي، اعتماد محمد(2004)، فاعلية استخدام التعليم المبرمج على التحصيل والاتجاه نحو الرياضيات لدى طالبات الصف الأول الثانوي بمكة المكرمة.

23. لينوسي، جيمي(2002) استخدام الحاسوب والأجهزة مع الأفراد غير العاديين(ترجمة: عبد العزيز السرطاوي، أيمن خشان، ووائل أبوجوده) دبي، دار القلم الإمارات العربية المتحدة.
24. Behrmann, M. (Ed.). (1984). Handbook of microcomputers in special education. San Diego: College-Hill press.
25. Bork, A. (1997). The future of computers and learning. Technology Horizons in Education, 24 (11), 69-77.
26. Brodine, Jane(1998):Implementation of new technology for persons with mental retardation and the importance of staff education. International Journal of Rehabilitation Research, Vol.21, No. 68-155.
27. Cheever, M. S. (1987). The effect of using a word processor on the acquisition of composition skills by the elementary student. Unpublished doctoral dissertation, Northwestern University.
28. Chidsay, R. (2000). Making the most of computers: An investigation of the attitudes and opinions of students and teachers concerning the use of computers for the instruction of students with special learning needs. Unpublished doctoral dissertation, University of Massachusetts, Amherst.
29. Choi, A. (1995). Free to learn. (1995, November 13). The Wall Street Journal, R29.
30. Copel, H. (1991). Tech use guide: students with moderate cognitive abilities (Technical Report). Reston, VA: Center for Special Education Technology.
31. Dattilo, J., & Kleiber, D. (1993). Psychological perspectives for therapeutic recreation research. In M. J. Malkin & C. Z. Howe (Eds.), Research in therapeutic recreation: Basic concepts and methods (pp. 57 – 73). State college, PA: Vetur.
32. Evaciew, C. (2003). Preparing technology education teachers to work with special needs students. The Education Teacher, April 7-9.
33. Fitzgerald, G.E., & Koury, K.A. (1996) Empirical advances in technology-assisted instruction for students with mild and moderate disabilities. Journal Research on Computing in Education, 28(4), 526-553.
34. Ford, A, Lonza, H. (2002) Computers and Exceptional Individuals. New York: Haworth Press.

34. (b). Goldenberg, E.P. & Russell, S. J. (1984). Computers, education and special needs. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co.
35. Hawsawi, A. (2002). Teachers perceptions of computers technology competencies working with students with mild cognitive delay. Unpublished doctoral dissertation, University of Idaho, Moscow, ID. USA.
36. Heiman, M. T.,jus. & Nelson, K, E. (2001). Interaction patterns between children and their teachers when using a pacific multimedia and communication strategy: observation- from children with autism.
37. Holstein, J. & Gubrium, J. (1995). The active interview. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
38. Holzberg, C. S. (1996). What works: special education success stories. *Technology and Learning*, 17(2), 35-41.
39. Lankatis, T. (2004). Special needs technologies: An administrator's guide. *Technology and learning*, September, 30-35.
40. Male, M. (1994). Technology for inclusion: Meeting the needs of all students. Boston: Allyn & Bacon.
41. McConkie, G., & Zola, D. (1987). Two examples of computer-based research on reading: Eye movement monitoring and computer-aided reading. In D. Reinking (Ed.), *Reading and computers: Issues for Theory and Practice* (pp. 97-110). NY: Teacher's College Press.
42. Mechling, L. C., Gast, D. L., & Langone, J. (2002). Computer Based video instruction to teach persons with moderate intellectual disabilities to read grocery aisle signs and locate items. **The Journal of Special Education**, 35(4), 224-240.
43. Milone, M. N. (1997). Technology for everyone: Assistive devices for students with special needs. *Technology and Learning*, 17(5), 44-49.
44. Podell, D. M., Rein T.N., & Lin. A. (1992). Autoimmunization of mathematics skill via computer-assisted instruction among students with mild mental handicapped. **Education and Training in Mental-Retardation**, 27(3), 200-206.
45. Ray, J., & Warden, M. (1995). Technology, computers, and the special needs learner. Albany, NY: Delmar Publishers.

46. Robenson - Stavely, K., & Cooper, J. (1990). The use of computers for writing: Effect on an English composition class. *Journal of Educational Computing Research*, 6(1), 41-48.
47. Roger, L, Aveyard. (2001). A visual attention study for developing learning cues for individual with mental retardation. *Psychological and Cultural Studies*, Lincoln, Nebraska.
48. Rondal, J. & Carmack, F.F(1997) *Language in Metal Retardation*. San Diego, CA. Singular Publishing group, Inc.
49. Rondal, J. E. Edwards, S (1997). *Language In mental Retardation*. San Diego, CA. Singular Publishing Group, Inc.
50. Schery, K. & Oconnor, Lisa, (1992). The effectiveness of school-based computer language intervention with severely handicapped. *Children. Language, Speech, and Hearing Services in schools*, Vol. 23.
51. Sklar, L. (2000). How do special education teachers use the computer with students with challenging behaviors as a classroom management tool? Unpublished doctoral dissertation, the University of Akron, Akron, OH.
52. Smith, M. (1988). Spoken language, in p.scholoss, C. Hughes and M. Smith (Eds), *community integrating for person with mental retardation* (pp. 173-217). Boston, MA. College-Hill Press.
53. Steinberg, E. (1991). *Computer-assisted instruction: A synthesis of theory, practice, and technology*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
54. Thormann, J., Gersten, R., Moore., & Morvant, M. (1987). Microcomputer in special education classrooms: Themes from Research and Implication for practice. *Computer in the Schools*, 3(3), 97-109.
55. Mechling, L. C., Gast, D. L., & Langone, J. (2002). Computer Based video instruction to teach persons with moderate intellectual disabilities to read grocery aisle signs and locate items. *The Journal of Special Education*, 35(4), 224-240.