

---

**عنوان الورقة :**

**دور الإعلام والعلاقات العامة في تنمية الموارد**

**مقدمها :**

**الدكتور/ إسماعيل بن أحمد النزاري**

### ملخص الورقة

الحمد لله رب العالمين القائل : ( وقولوا للناس حسنا )<sup>١</sup> والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين القائل : ( من دلّ على خير فله مثل أجر فاعله )<sup>٢</sup> وبعد :  
فإن علماء الاتصال يعدون وظيفة التنمية إحدى الوظائف الهامة للإعلام في المجتمع بالمفهوم الشامل للتنمية ، وفي ورقة العمل هذه سأسعى إلى إبراز دور الإعلام والعلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية والمالية للجمعيات والمنظمات الخيرية ، لعظيم أثر هذه الجمعيات ودورها في المجتمع المعاصر .

#### أولا : توضيح للمفاهيم :

- ١- **الإعلام** : ( هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف ، بما يؤدي إلى إيجاد أكبر درجة ممكنة من الوعي والإدراك لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية بكل الحقائق والمعلومات بما يساهم في تنوير الجمهور وتكوين رأي عام صائب )<sup>٣</sup>
- ٢- **العلاقات العامة** : ( هي الوظيفة الإدارية التي تعمل على تقييم اتجاهات الرأي للجمهور ، وتطابق سياسات وإجراءات المنظمة مع الصالح العام ، وتنفيذ برنامج للعمل والإعلام يهدف إلى كسب تفهم الجمهور للمنظمة وتأييده لها )<sup>٤</sup>
- ٣- **تنمية الموارد البشرية والمالية** : ( تطوير وتحسين أداء العاملين في المنظمة ، ورفع كفاءاتهم الإنتاجية ، وإكسابهم المهارات الضرورية لإنجاز العمل في أسرع وقت ، ورفع موارد المنظمة المالية بإيجاد برامج ووسائل جديدة ، أو تفعيل دور القائم منها )

<sup>١</sup> الآية ٨٣ من سورة البقرة

<sup>٢</sup> رواه مسلم في كتاب الجهاد ، باب فضل من حمل على ناقه في سبيل الله ، والترمذي في باب العلم ، ١٤

<sup>٣</sup> حسين ، سمير حسين : الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام ، ص ٢٢ بشي من الاختصار .

<sup>٤</sup> سلمان ، فخري جاسم وآخرون : العلاقات العامة ، ص ٣٠ ، وهو تعريف جمعية العلاقات العامة الفرنسية الذي يعمل به الاتحاد الأوربي .

٤- **الجمعية الخيرية** : ( هي كيان تنظيمي غير ربحي يهدف إلى تحقيق أغراض معينة من خلال أنشطة متعددة ووظائف محددة باستخدام موارد مختلفة تعتمد في معظمها على التبرعات ، ويقوم على إدارتها مجموعة من المتطوعين والمتعاونين والموظفين ) .

#### ثانياً : هل للإعلام والعلاقات العامة دور في تنمية الموارد البشرية والمالية ؟

الإجابة عن هذا السؤال هي نعم . ونعم بدون شك ، ويدل على هذا تأكيد الباحثين والقائمين على المؤسسات الخيرية والإعلامية على أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام للنهوض بالجمعية أو المؤسسة الخيرية ومن ذلك :

يقول مؤلفو كتاب : تجربة المنتدى الإسلامي في العمل الدعوي عن أهمية النشاط الإعلامي للجمعيات والمنظمات الإسلامية ما نصّه ( تأتي وسائل الإعلام على رأس المؤثرات الفعّالة التي تصوغ حياة المجتمع بمختلف شرائحه ، وتشكل طريقة تفكيره .. مما يدعو جدياً لضرورة الانتقال بوسائل الدعوة إلى مراحل أخرى أكثر فاعلية مهما بلغت تكاليفها لشدة تأثيرها وعمومها : لكي تبلغ رسالة الإسلام كل صقع ، وتدخل كل بلد ، وتخطب كل إنسان بما يصلح حاله ، وتمارس التأثير عليه بكل وسيلة مشروعة )<sup>٥</sup>

إن عملية الاتصال إحدى أهم الأدوات التي يمكن أن تستخدمها المنظمات الخيرية في محاولة لشرح دورها الأساس في خدمة المستفيدين ، ولجذب المتبرعين للتعامل معها لضمان استمرار نمو المنظمة وأداء رسالتها بشكل فعّال ، وهي قوة هائلة تستخدم لتشكيل الرأي العام وصنع المواقف والانطباعات ، والملاحظ أن المتبرع غالباً ما يُعوّل على انطباعاته الاجتهادية عند قرار التبرع<sup>٦</sup> ، أو يعمد إلى القسمة بالتساوي ، ولذلك يبرز دور العلاقات العامة في ترتيب عمليات الاتصال الفعال مع الجمهور المتبرع وكبار المتبرعين منهم بالذات .

ويقول أحد الباحثين في مجال الإعلام :

<sup>٥</sup> المنتدى الإسلامي ، تجربة المنتدى في العمل الدعوي ، ص ٨٧

<sup>٦</sup> الرشيد ، صالح بن سليمان : اللقاء السنوي الثاني للجهات الخيرية بالمنطقة الشرقية ، ١٤٢٢ تبادل الخبرات بين الجهات الخيرية / الدمام . ص ١٣ .

( إن وجود قسم أو لجنة للإعلام أو العلاقات العامة أمر بالغ الأهمية للجمعيات الخيرية: لأن موارد تلك الجمعيات تعتمد على قدرة هذه الجمعية في مخاطبة الجمهور و إقناعه في التبرع لها و وجود هذا القسم هو اللبنة الأولى من أجل تحقيق ذلك الهدف )<sup>٧</sup>

**الدور المفقود :** تُظهر دراسة ميدانية أن نسبة الجمعيات التي تحتوي على أقسام إعلام أو لجان علاقات عامة في المملكة العربية السعودية بلغت ٤١,٦٪ أما بقية الجمعيات فهي تفتقد لهذا الدور المنظم ، كما تُظهر ضعفاً في الإنفاق على الجانب الإعلامي حيث لم تزد ميزانية أكثر من ٤٧٪ من الجمعيات عن خمسين ألفاً سنوياً في هذا الجانب<sup>٨</sup>.

### ثالثاً : وسائل وأساليب تنمية الموارد البشرية والمالية .

تنقسم تنمية الموارد في الجمعيات و المنظمات الخيرية إلى مجالين هما :

١- تنمية الموارد البشرية .

٢- تنمية الموارد المالية .

والموارد البشرية والمالية دعامتا العمل الخيري وعليهما يرتكز . ولو نظرنا إلى الجمعيات الخيرية لوجدنا أن مدخلاتها لا تتعدى إلا أن تكون : (موارد مالية ، أو موارد بشرية) تتفاعل مع العناصر الأخرى لتخرج إلى المجتمع بمخرجات على هيئة خدمات: مساعدات، رعاية أيتام، بناء مساجد، حضرة آبار وغيرها والنتيجة هي توفير حياة كريمة للفقراء والمساكين.<sup>٩</sup>

**أهمية تنمية الموارد :-** العضو الذي لا يعمل و لا يتحرك و لا ينمو يذبل، و يتوقف، و يموت ، و الحركة و العمل و التنمية المبنية على خطة مدروسة مطلب في العمل الخيري للأسباب التالية :-

١- المسؤوليات الجسام في المجتمع المسلم التي تقوم بها الجمعيات الخيرية ؛ لأن حاجة الفقراء و الأيتام و أصحاب الكوارث في العالم الإسلامي تتفاقم و تتزايد و هذا يزيد

<sup>٧</sup> النزاري ، إسماعيل أحمد : الأنشطة الإعلامية ص ٤٣

<sup>٨</sup> النزاري ، إسماعيل أحمد : الأنشطة الإعلامية ص ٤٣ و ٤٥

<sup>٩</sup> السيد، صالح ، المرشد في إدارة العمل الخيري ص ٧٧ و ٧٨

من الحاجة لتنمية الموارد و تعاون الحكومات و الجمعيات و الشعوب على سدّ هذه الثغرة .

٢- الهجمة الشرسة من أعداء الإسلام على العمل الخيري و محاولة إيقاف مصادره و عوامل تميته ، و إبعاد كوادره ، وإرجاف تجاره ، وتخويف متطوعيه حتى يتوقف عن تنمية موارده فيفتسر الأعداء أولئك الضعفاء في صحراء قاحلة و أوضاع بائسة .

#### صورة من الواقع :-

كان أحد التُّجار يتبرع بزكاة ماله إلى ثلاث جمعيات خيرية في إحدى المدن ، و بعد حملة التشكيك في أداء الجمعيات الخيرية ، قام هذا التاجر بإيقاف كفالة جميع الأيتام و إيقاف مبالغ الزكاة عن تلك الجمعيات و أنشأ لجنة في شركته توزع الزكاة ، و تأخذ التوقيعات على كل فقير دون أن يكون لديه أي قسم للبحث و التحري.

#### ٢/أ - وسائل تنمية الموارد البشرية:

١- المحافظة على الأكفاء و المتميزين سواءً من الموظفين أم من المتعاونين أم من المتطوعين (و هم أولئك المتميزون بحسن التفكير و التخطيط و حسن تعاونهم و جدارتهم في التسويق و التنفيذ) .

٢- الحرص على التدريب ، لأن تدريب القوى البشرية هو الاستثمار الحقيقي وفقاً لاحتياجات الجمعية و بخطط مدروسة .

٣- تعريف الناشئة بالعمل الخيري ؛ لغرس حبّ الخير في نفوسهم و تعويدهم على ممارسته و من ذلك حبّ الوالدين على غرس حب الخير في نفوسهم و تعويدهم على البذل و العطاء وإشراكهم في حملات جمع التبرعات و توزيع النشرات و الاشتراك في الاحتفالات و توزيع الحصالات للغير و اقتنائهم للحصالات .

#### ٢/ب - وسائل تنمية الموارد المالية :

تظهر إحصائية دولية عن حركة التبرعات اليومية في العالم بأنها تبلغ ٨٥٦ مليون دولار يومياً وهي تصنف كما يلي : ٣١ مليون دولار حجم تبرعات المؤسسات الخيرية في العالم يومياً ، ٢٠ مليون تبرعات الشركات التجارية ، و ٣٨٦ مليون تبرعات الحكومات المختلفة ، و ٢٠٠ مليون

تبرعات الأفراد والمؤسسات الدينية و ٢٠٠ مليون تبرعات المؤسسات غير الدينية (١١). ويذكر الدكتور السميّط : إن مصروفات الجمعيات الخيرية في الدول الغربية وفي الدول الأجنبية التي بها كائنات تابعة لها بلغت ١٠٣ مليار ، وأن ماتبرعت به شركة مايكروسفت وحدها في عام واحد فقط بلغ مليار دولار<sup>١١</sup>

وتتنوع وسائل وأساليب تنمية الموارد من مجتمع لآخر ، ويذكر الأستاذ المغلوث عددا من الوسائل الجيدة ومنها ١٢ : السندات ذات القيمة ، الجمع بالمساجد ، الجمع بالندوات العامة ، الحفلات الخيرية ، الاقتطاع الشهري ، المزاد الخيري ، التبرعات العينية ، المبيعات الترويجية ، الحملات البريدية ، فواتير الخدمات ، الإعلانات الدعائية ، الحصالات والصناديق ، المعارض الثابتة والمتنقلة ، الأكشاك ، الزيارات الميدانية ، الهبات والأوقاف ، الطبق الخيري ، الأسواق الخيرية ، التبرع بيوم من الراتب ، استضافة طلاب المدارس والجامعات ، المشاركة في المعارض ، الاستفادة من المخلفات ، وغيرها .

وتذكر دراسة لتنمية أعمال هيئة الإغاثة عددا من الوسائل منها : برنامج أحب الأعمال ، التمويل الدولي ، خصم الاستهلاك ، برنامج الحملات الموسمية ، مراكز الخير ، التبرعات العينية ، برنامج المسافرين والقادمين ، العمل في الوسط النسائي<sup>١٣</sup> .

ويعرض الباحث صالح السيد الوسائل التالية<sup>١٤</sup> :

- ١- تشكيل لجان للاستثمار من الاقتصاديين ورجال الأعمال .
- ٢- إعداد دراسات للمشروعات و تسويقها على المحسنين مثل المشروعات الوقفية والاستثمارية و العقارية .
- ٣- تسويق البرامج القائمة مثل كفالة اليتيم و كفالة المعلم و كفالة الداعية و غيرها .
- ٤- إقامة المشروعات ذات الربح العالي قليلة المخاطر، مثل المباني السكنية و محطات الوقود و المستوصفات و نحوها .

١٠ العلي ، سليمان بن علي : تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية ص ٢٤٧

١١ جريدة المدينة : ملحق الرسالة ، ١٤٢٥/٥/٧ هـ ، ص ١

١٢ المغلوث ، محيي الدين : الأساليب والنظم العينية على تنمية الموارد والتبرعات بالهيئات والجمعيات والمؤسسات والمنظمات الخيرية ، ص ١٢-١٧ .

١٣ مركز السجيني : الخطوط العريضة للخطة التطويرية لتنمية الموارد المالية بهيئة الإغاثة الإسلامية العالمية ص ٩٠-١٤٠ .

١٤ السيد ، صالح : المرشد في إدارة العمل الخيري ص ١٢٠-١٢١ .

- ٥- المشاركة في بعض المشروعات مع رجال الأعمال مقابل نسبة من الأرباح يُتفق عليها .
- ٦- إقامة معارض البيع الخاص بالجمعية لبيع ما يصل إليها من منتجات عينية أو لتسويق برامج الأسر المنتجة .
- ٧- تمويل الجمعية لبعض المشروعات الصغيرة متى ما اطمأنت إلى نجاحها .
- ٨- تأمين بعض الأجهزة و الأدوات و السيارات التي يمكن تأجيرها و تشغيلها و استثمار العائد منها مع الفقراء و غيرهم ، مثل مكائن الخياطة و سيارات الأجرة و قوارب الصيد .

#### رابعاً : دور الإعلام والعلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية والمالية .

يمكن تقسيم دور العلاقات العامة والإعلام إلى عدة أقسام منها :

- ١- الدور المباشر : وأقصد به النشاط الخاص بقسم العلاقات العامة والإعلام دون علاقة مباشرة بالأقسام الأخرى في الجمعية كالتعريف بالجمعية ، وإصدار نشرتها .
- ٢- الدور غير المباشر : وأقصد به النشاط المساند للبرامج والمشاريع في الأقسام الأخرى ، كالتسويق لكفالة معلم أو داعية مع الشؤون التعليمية أو التسويق لبناء دار للأيتام بالتسويق مع الرعاية الاجتماعية وهكذا .

ويمكن تقسيم دور العلاقات العامة والإعلام إلى :

- ١- دور الإعلام والعلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية : ويقصد به النشاط الذي يقوم به قسم الإعلام والعلاقات العامة من أجل استقطاب المتعاونين و المتطوعين ، ورفع الروح المعنوية للعاملين وإعداد رسائل الشكر للمتبرعين.
  - ٢- دور الإعلام والعلاقات العامة في تنمية الموارد المالية : ويقصد به النشاط الذي يقوم به غالباً قسم العلاقات العامة والإعلام مع تنمية الموارد ، والتسويق ، أو الإدارة الهندسية ، وغيرها لجمع الأموال لمشاريع بعينها أو برامج محددة .
- ويمكن تقسيم دور العلاقات العامة والإعلام إلى :
- ١- دور الإعلام في تنمية الموارد البشرية والمالية .
  - ٢- دور العلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية والمالية .

وسوف أكتفي بالتفصيل في هذا التقسيم ، دون سابقه بـعداً عن التكرار والاستطراد ، ولأن هذا التقسيم هو التنظيم الإداري المعمول به -حسب علمي - في كثير من الجمعيات والشركات والإدارات .

#### ٤/أ - دور الإعلام في تنمية الموارد البشرية والمالية :

ينقسم النشاط الإعلامي إلى عدة مجالات هي :

- ١- مجال المطبوعات .
- ٢- مجال الصحف و المجلات .
- ٣- مجال الإذاعة و التلفزيون .
- ٤- مجال الإنترنت .

و التفصيل فيه كما يلي :-

١- مجال المطبوعات :- من أمثلتها ( التقارير السنوية و المطويات و لافتات الشوارع و النشرات و الملصقات و التقويم اليدوي و المكتبي و الحائطي و سندات النقود و الكتب و الكتيبات و الإعلان في دليل الهاتف و لوحات الطرق السريعة ، و الإعلان على فواتير الخدمات العامة و اللوحات الإلكترونية و غيرها ، حيث يقوم القسم بإعداد تلك النشرات و المطبوعات ، ثم توزيعها .

و أشير إلى أن هذا النوع هو من أكثر الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها الجمعيات الخيرية<sup>١٥</sup> .

ويبرز دور هذه الوسائل المطبوعة في تنمية الموارد المالية و البشرية من خلال : تعريفها بالجمعية و أهدافها و إقناعها لكبار التجار و المسؤولين من خلال بياناتها الدقيقة بعظم عمل الجمعية و قوة أدائها .

٢- مجال الصحف و المجلات :- ومن أمثلته الصحف اليومية الصباحية و المسائية و المجلات الأسبوعية و الشهرية و الصحف المتخصصة .

١٥ النزاري ، إسماعيل أحمد : الأنشطة الإعلامية ، ص٩٧ .



ويبرز دورها في استهدافها للطبقة المثقفة وقدرتها على الإقناع والتوجيه وفي وصولها إلى شريحة كبيرة من المجتمع ، وعلى عاتق هذا لقسم تقع مسؤولية إصدار صحيفة الجمعية أو نشرتها ، وتبرز صحيفة الجمعية أو نشرتها إن وجدت أعمال الجمعية وأنشطتها وإنجازاتها ، وتساهم الإعلانات مدفوعة الأجر في الصحف واسعة الانتشار في التسويق لبعض المشروعات كالأوقاف ومساهمات البناء ، ودعم الكفالات وغيرها .

ويساهم نشر الأخبار عبر الصحف والمجلات في ارتفاع نسبة مساهمة رجال الأعمال في مشروعات الجمعية وزيادة معدلات تبرعات الجمهور العام ومعرفة الجمهور لحجم المساعدات والخدمات التي تقدمها الجمعية ، وزيادة عدد الأعضاء المنتسبين لها بعد اللقاءات مع مسؤولي الجمعيات .

٣ - مجال الإذاعة والتلفاز : - ومن أمثلته الإعلان عن البرامج والأنشطة من خلال الإذاعة والتلفاز والأشرطة السمعية والمرئية ، وكذلك المساهمة في بعض البرامج الجماهيرية أو المسابقات أو إنتاج برامج إذاعية أو تلفازية ، تخدم أهداف الجمعية الأساسية . ويبرز هنا دور اللجنة الإعلامية في تزويد الإذاعة والتلفاز بأخبار وأنشطة الجمعية ، وتزويد هما بالتقارير المفصلة عن مشاريع بعينها ، والتنسيق مع الإذاعة والتلفاز لاستضافة مسؤولي الجمعية أو المستفيدين منها في برامج جماهيرية تبرز دورها ، ومن هذا الدور التنسيق لقيام الإذاعة والتلفاز بنقل احتفالات الجمعية ومناسباتها العامة نقلاً كاملاً إلى الجمهور .

كما يبرز هذا الدور بأن يتولى القسم الإعلامي إنتاج أشرطة سمعية ومرئية خاصة لإبراز مشاريع أو قضايا هامة ومن ثم يقوم بإهدائها إلى الجمهور.

٤ - مجال الإنترنت :- وذلك إما بإنشاء مواقع خاصة بالجمعية أو الاستفادة من المواقع الأخرى إعلاناً وتعريفياً ، أو الاستفادة من رسائل البريد الإلكتروني ، أو تقديم خدمات معلوماتية للموضوعات التي تهتم بها الجمعية ، باستخدام محركات البحث .

ويبرز دور القسم هنا في تصميم الموقع ، وإدارته وجذب الجماهير إليه ، وتزويده بالأخبار والمواد الإعلامية الواردة من كل الأقسام ، والعناية برسائل الزوار ، وسرعة الرد عليها

والتفاعل معهم ، وتزويدهم بأخبار الجمعية عبر البريد الإلكتروني ، وإتاحة فرصة التبرع عبر الموقع .

#### ب/ ٤ - دور العلاقات العامة في تنمية الموارد البشرية والمالية .

يقوم قسم العلاقات العامة بأدوار هامة في الجمعية من أهمها :

- ١- العمل على التعريف بالجمعية وأهدافها .
  - ٢- معرفة آراء المجتمع والمستفيدين من خدماتها .
  - ٣- استقبال زوار الجمعية وتعريفهم بها .
  - ٤- الإعداد للمناسبات والاحتفالات وإقامة المعارض .
  - ٥- المشاركة في إعداد التقارير الدورية والسنوية .
  - ٦- تسويق المشروعات والبرامج .
  - ٧- إعداد رسائل الشكر للمتبرعين وتزويدهم بالتقارير .
  - ٨- متابعة ما ينشر عن الجمعية والردّ عليه إذا تطلب الأمر ذلك.<sup>١٦</sup>
  - ٩- استقطاب متطوعين ومتعاونين جدد .
  - ١٠- إيجاد وعي عام بدور الجمعية .
  - ١١- حث الجمهور للتفاعل معها وتزويدهم بأفكار جديدة للبرامج المستقبلية .
  - ١٢- حث الجمهور للمساهمة في برامجها المختلفة .
  - ١٣- إيجاد التفاعل العاطفي مع الجمعية وأنشطتها بحيث يشعر الجمهور بأن هذه الجمعية جمعيته ، وبحيث يبكي إن صدر قرار بإغلاقها مثلاً .
- وفي مجال الاتصال الجمعي ، على قسم العلاقات العامة الإعداد لـ ( المحاضرات و الندوات وإقامة المعارض و الحفلات و المشاركة في معارض الجهات الأخرى وإقامة الأطباق الخيرية وإقامة الأيام و الأسابيع ) .
- و يبرز دور هذا النوع في تقوية العلاقة مع قادة الرأي و الفئات الفاعلة في المجتمع من الرجال و النساء كما تساهم في التعريف بالجمعية و زيادة الثقة بها و لاسيما في محاضرات كبار

<sup>١٦</sup> السيد ، صالح : المرشد ص ٤٧

العلماء و المشاهير من الدعاة و المحاضرين ، كما تساهم الحفلات في إذكاء روح التفاعل مع الجمعية مما يستقطب عدداً من المتعاونين و المتطوعين .  
 و يبرز دور قسم العلاقات العامة في توثيق علاقته بالصحفيين و المسؤولين الإعلاميين للحصول على مزايا خاصة للجمعية .  
 و من الدّور أيضا ، رصد الإعلام المضاد ولاسيما في هذه الفترة أي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر .

ومن أبرز الأدوار للعلاقات العامة كذلك : استقطاب المتطوعين في المشاركة في مجالات العمل الخيري المختلفة وحل العوائق التي تقف أمامهم ، وبتفصيل أكثر نقول: على قسم العلاقات مايلي: دفع المتطوعين أولا للمشاركة والاتحاق بالجمعية ، ثم توثيق العلاقة والتواصل مع المتطوعين لاستمرار أدائهم ، وتنظيم علاقة المتطوع بالموظف الرسمي ، ودورها في تكريم المتطوعين وتقديم شهادات الشكر للمبرزين منهم ، أو إشعاره بالتكريم بأي أسلوب من أساليب التكريم ، وربما يصل عند بعض الجمعيات إلى تقديم المكافآت ، وعلى قسم العلاقات العامة دراسة المعوقات التي تقف أمام المتطوعين والسعي في تذليلها والعمل على تقديم حوافز للمتطوعين مع وكالات السفر والمراكز التجارية الكبرى.<sup>١٧</sup>

#### أدوار عامة ومشاركة :

من الأدوار المشتركة بين الإعلام والعلاقات العامة ما يلي :

- ❖ تهيئة الوضع مع الجمهور لجمع التبرعات بالتنسيق مع لجنة الموارد للوصول إلى الجمهور المستهدف في المساجد والمدارس والأسواق والمراكز التجارية ، والأندية الرياضية والمراكز الشبابية ، والإدارات الحكومية ، والمعارض . بإعداد النشرات التي تستهدف الجمهور في هذه الأماكن ، أو إعداد برنامج مناسب للعلاقات العامة حسب الفئة المستهدفة .
- ❖ ربط أقسام تنمية الموارد البشرية ، والمالية ، والعلاقات العامة والإعلام بمشرف واحد.

<sup>١٧</sup> السيد ، صالح : المرشد ، ص ٩٤ و ١١١ .

- ❖ شرح وتوضيح هدف الجمعية الرئيس لكل العاملين وعدم تشعب هذا الهدف ، والتأكيد عليه بين فترة وأخرى .
- ❖ الاهتمام ببرامج تنمية وتأهيل القوى البشرية الموجودة ، والسعي لجذب القوى البشرية المتخصصة ، ولاسيما في مجالي العلاقات العامة والتسويق .
- ❖ التخطيط الجيد والدقيق لأنشطة وبرامج العلاقات العامة ، وإجراء الدراسات قبل تنفيذ أي مشروع .
- ❖ العناية بالأرشفة أو التوثيق للصوت و الصورة و المعلومة للقضايا الهامة و المشاريع التي تقوم بها الجمعية و سيظهر أهمية هذا الأمر في المستقبل حيث تصبح للصورة الواحدة أهمية عظيمة .
- ❖ دراسة وضع الصورة الذهنية عن المؤسسة في المجتمع ، وإعادة رسمها بشكلها الصحيح بين الفينة والأخرى .
- ❖ إيقاف الهدر الإنفاقي أحيانا في بعض الجمعيات التي يتم الصرف فيها أحيانا حسب الميول الشخصية .
- ❖ وضع معايير تقويم الأداء لكل الأقسام ولكل الأفراد في الجمعية مما يساهم في التنمية المالية والبشرية .
- ❖ ومن الأدوار الهامة أمر التنسيق مع الجمعيات الأخرى في كثير من البرامج كالتدريب والحفلات... والإعلان ، والتعاون في القيام بالبرامج المشتركة أو التنسيق مع الجهات الحكومية أو القيام بالدراسات المشتركة .
- ❖ العناية بتجديد قاعدة المعلومات المتصلة بالمتبرعين ، والجهات ذات العلاقة ، والاهتمام بالتواصل مع المتبرعين وإرسال البيانات الدورية لهم عن مكفولتهم أو عن مشاريعهم .

#### أربع وسائل هامة لتنمية الموارد المالية :

طرق جمع التبرعات أو تنمية الموارد كثيرة جدا ، وقد عرضنا باختصار مجموعة منها إلا أن أهمها أربعة طرق هي<sup>١٨</sup> :

<sup>١٨</sup> مذكرة قسم العلاقات العامة جمع التبرعات بواسطة المقابلة الشخصية ، الندوة العالمية للشباب الإسلامي ، مكتب جدة ، بدون تاريخ ، ص ١

- ١- المقابلة الشخصية ٢- الاستقطاع الشهري ، ٣- الحفلات ٤- الحملات البريدية ، حيث تجمع ٨٠٪ من التبرعات في العالم بواسطة هذه الطرق الأربع ، وتحظى المقابلة الشخصية بنسبة ٨٠٪ من هذه التبرعات .
- جمع التبرعات عن طريق المقابلة الشخصية كان فناً وأصبح علماً له أصوله وقواعده ، وأرى لزاماً على الجمعيات تعليمه لموظفي تنمية الموارد والعلاقات العامة وتدريبهم عليه ، وسأعرض هنا فكرة سريعة جداً عن الخطوات التي يجب اتباعها للقيام بمقابلة ناجحة ، والخطوات هي<sup>١٩</sup> :
- ١- الحصول على قوائم التجار ثم إنزال الأسماء في برنامج العلاقات العامة ثم توزيعها على الموظفين في القسم<sup>٢٠</sup> .
- ٢- تبدأ مرحلة الاتصال بالمحسن : وهنا ينصح الموظف بعدم تجاوز السكرتير أو مدير المكتب ، ويسعى لإنشاء علاقة مودّة معه ويفكر في العبارات التي سيستخدمها مع المحسن عند بداية الحديث معه ، وما هي المداخل الجيدة لطلب موعد المقابلة ، ومن سيقود المكالمة ، وعليه ألا يفقد الأمل في الحصول على موعد ، ويفكر في العوامل المؤثرة في إيجابية الاتصال ، وهذا يعتمد على مهارة الموظف وحسن التوقيت والتوطئة النفسية التي يبدأ بها مع المحسن ، ثم بعد تحديد الموعد تبدأ المرحلة التالية .
- ٣- مرحلة ما قبل المقابلة الشخصية : حيث يتم فيها تجهيز مستلزمات الزيارة ، وإعداد محتويات حقيبة الزيارة ، وجمع المعلومات عن التاجر كـ معرفة كنيته وميوله وتبرعاته السابقة والتأكد الدقيق من اسمه ، والاستعداد لأسئلته ( ومن الأسئلة المتوقعة : من أعطاكم اسمي وعنواني ؟ ، وكم جمعت لمشروعك ؟ ، وما هو المبلغ الذي تريده مني ؟ ... ) ، وفي هذه المرحلة يتم تجهيز ملف جمع التبرعات الذي يوضح فكرة المشروع ، وخطوات تنفيذه ، وتكاليفه ، وتجهيز بعض المرفقات الهامة ، التزكيات وبعض الصور المؤثرة ، ورسائل المحتاجين ونحو ذلك .

<sup>١٩</sup> مذكرة قسم العلاقات العامة جمع التبرعات بواسطة المقابلة الشخصية ، الندوة العالمية للشباب الإسلامي ، مكتب جدة ، بدون تاريخ ، ص ١-١٥ .

<sup>٢٠</sup> يجب أن يتصف موظف هذا الفن ( فن المقابلة ) بصفات من أهمها : الإخلاص ، والصدق ، وتحمل المسؤولية ، والصبر ، والحلم ، واستشعار الأجر ، ومعايشة القضية التي يجمع لها ، وحسن التصرف ، والمظهر الجيد وأن يكون من أهل البلد ، ومتحدثاً لبقاً ، ويحترم المواعيد

٤- مرحلة المقابلة الشخصية : وهنا لابد من الوصول قبل الموعد بدقائق ، وتخصيص جزء من الوقت للحديث مع مدير المكتب ، واختيار المكان المناسب للجلوس ، وتقديم (كرت) التعارف ، وعند الدخول على التاجر عليك أولاً بمحاولة إزالة الحاجز النفسي بالسؤال عن الصحة والأخبار ومحاولة قراءة نفسيته من خلال محتويات مكتبه ، ودعه يتحدث ولا تقاطعه ولا تنظر لساعتك ، وتعرّف على شخصيته وميوله من خلال حديثه ، ولا تقم بالوعظ والإرشاد وكن دائم الابتسامة ، و(تجاهل) أحياناً ، واعتمد على قاعدة لكل مقام مقال . وليكن كلامك في حدود ثمان دقائق : أربع دقائق للتعريف بمشروعك ، ودقيقتان للتحفيز والتحميس ، ودقيقتان للتفاوض حول المبلغ المطلوب ، واستشعر بالعزة وأنت تطلب التبرع وليكن الإلحاح بذوق وأدب ، وقدم الشكر والمدح ، والدعاء له بالتوفيق في تجارته ، ولا تخرج إلا بنتيجة واضحة وهي : إما التبرع - أو موعد للتبرع - أو الاعتذار .

وقفات :

#### لا أكبر ولا أصغر:

من الدّور الذي تقوم به العلاقات العامة التغطية الإعلامية للأنشطة أو بمعنى آخر ( تعريف الناس و أهل العلم و الفضل بالعمل الذي تقوم به الجمعية ، وعلى رجل العلاقات العامة هنا أن يتجنب التضخيم الذي يدفع إليه رغبة إثبات الوجود أو رغبة إقناع المحسنين بالتبرع ، بل عليه أن يقدم إعلاماً بقدر العمل ، ويحجم الجمعية ، لا أكبر ولا أصغر .

#### قطف الثمر :

في إحدى الجمع في رمضان وفي أحد الحرمين الشريفين ، أعد الإمام خطبة مؤثرة و قوية في الحثّ على الإنفاق والبذل ، وتأثر الحضور أيما تأثر ، ولما لم يكن هناك أي تنسيق مع أي جهة خيرية كانت تلك فرصة ثمينة جداً للمتسولين في جني ثمار هذه الخطبة ، حتى وصل الثناء والشكر من أحد المتسولين بأن قام بزيارة إحدى الجمعيات ليقدم لها الشكر على عدم حضورها إلى ساحة الحرم في ذلك اليوم .

---

وأخيرا يقول شاعرنا العربي:

أزرع جميلا ولو في غير موضعه==== فلا يضيع جميل أينما وضعا  
إن الجميل ولو طال الزمان به==== فليس يحصده إلا الذي زرعا<sup>٢١</sup>.

---

<sup>٢١</sup> السيد ، صالح : المرشد في إدارة العمل الخيري ص ١٦٤

## المراجع :-

- ١- عجوة ، علي : العلاقات العامة و الصورة الذهنية ، ١٩٨٣ ، ط ١ ، القاهرة عالم الكتب .
- ٢- السيد ، صالح بن عبداللطيف : المرشد في إدارة العمل الخيري ١٤٢٠ ، ط ١ ، الرياض .
- ٣- النزاري ، إسماعيل أحمد : الأنشطة الإعلامية للجمعيات الخيرية العاملة في المملكة العربية السعودية ، ١٤٢٢ هـ ، مركز الدراسات الإنسانية و الاجتماعية بجمعية البر بالمنطقة الشرقية ، الدمام
- ٤- مركز السجيني للاستشارات الاقتصادية و الإدارية : الخطوط العريضة للخطة التطويرية لتنمية الموارد المالية بهيئة الإغاثة الإسلامية العالمية ، ١٤٢١ هـ ، جدة ( تقرير ) .
- ٥- المنتدى الإسلامي : تجربة المنتدى في العمل الدعوي ، المنتدى الإسلامي ، ١٤٢٠ هـ ، ط ٢ ، الرياض .
- ٦- سلمان ، فخري جاسم و آخرون : العلاقات العامة ، ١٩٨١ م ، ط ١ ، بغداد .
- ٧- المغلوث ، محيي الدين بن سعود : الأساليب والنظم المعينة على تنمية الموارد والتبرعات بالهيئات والجمعيات والمؤسسات والمنظمات الخيرية . ط ١ ، الدمام .
- ٨- مذكرة قسم العلاقات العامة جمع التبرعات بواسطة المقابلة الشخصية ، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، مكتب جدة، بدون تاريخ .