

الدليل الإعلامي جمعية الأمل لتأهيل المعاقين

أبريل 2019

فهرس المحتويات

أولاً: مقدمة حول مدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية وحقيبة المصادر :	4
ثانياً : تعريف الدليل:	6
ثالثاً: هدف الدليل:	7
رابعاً: شروط الدليل:	9
خامساً: كيفية استخدام الدليل:	9
سادساً: من يستخدم الدليل:	9
سابعاً:تعريف المصطلحات و المفاهيم:	10
جمعية الأمل لتأهيل المعاقين... في سطور	12
رؤيتنا :	13
رسالتنا :	13
غاياتنا :	13
الهيكلية	14
أولاً/ بناء إستراتيجية إعلامية للجمعية:	15
1 / السياسات المتعلقة بتأسيس إستراتيجية إعلامية:	15
1 - الإجراءات العامة لتأسيس الإستراتيجية الإعلامية:	15
الإجراءات اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية للجمعية:	16
2 / السياسات المتعلقة بتطوير الأداء الإعلامي:	16
الإجراءات المتعلقة بتطوير الأداء الإعلامي:	16
3 / السياسات المتعلقة بقواعد التعامل مع وسائل الإعلام:	17
إجراءات لتعزيز العلاقة مع الإعلاميين :	18
ثانياً / السياسات المتعلقة بالتغطية الإخبارية لفعاليات الجمعية :	19
إجراءات وقواعد تتعلق بنشر الأخبار:	19
إجراءات وقواعد عامة لتغطية الخبر المتعلق بنشاط الجمعية:	20
إجراءات وقواعد عامة تتعلق بالإجابة على الأسئلة الستة الأساسية للخبر:	21
ثالثاً / السياسات المتعلقة بنشر آراء المؤسسة وبياناتها :	22
إجراءات وقواعد عامة لكتابة البيان الصحفي:	23
إجراءات وقواعد خاصة بتنظيم المؤتمرات الصحفية :	25
رابعاً / السياسات المتعلقة بإنتاج المواد الإعلامية المطبوعة للمؤسسة :	25
إجراءات وقواعد خاصة بإنتاج المطويات:	27
إجراءات وقواعد عامة لنشر التقارير السنوية تحقيقاً لمبدأ الشفافية:	28
خامساً / السياسات المتعلقة بتنظيم الحملات الإعلامية:	29
إجراءات وقواعد خاصة بالإعداد للحملة الإعلامية :	30

- 31..... سادسا / السياسات المتعلقة بالموقع الإلكتروني للجمعية واستخداماته:
- 32..... إجراءات وقواعد خاصة بالموقع الإلكتروني :
- 34..... ملاحق الدليل :

أولاً: مقدمة حول مدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية وحقيبة المصادر:

مدونة السلوك هي معيار لأخلاقيات وسلوك العمل في إطار عمل المؤسسات تحدد لمجالس إدارتها وللموظفين فيها مجموعة السلوكيات و القيم الواجب مراعاتها أثناء أدائهم مهامهم.

ومنذ عام 2007 ومن خلال مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية تم تشكيل الائتلاف الأهلي لمدونة السلوك من الشبكات والاتحادات الأهلية الرئيسية الأربعة في فلسطين وهي : الاتحاد العام الفلسطيني وتعزيز للجمعيات الخيرية، شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية، الهيئة الوطنية للمؤسسات الأهلية الفلسطينية والاتحاد الفلسطيني العام للمنظمات غير الحكومية - غزة.

ويهدف هذا الائتلاف إلى حشد جهد القطاع الأهلي الفلسطيني وتعزيز دوره في تعزيز وترسيخ مبادئ عمل الحكم الصالح داخل القطاع الأهلي ، وجاء دور مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية ليمثل سكرتاريا الائتلاف كجسم تنفيذي يلقي على عاتقه متابعة القضايا الفنية والإدارية والاعدادت اللوجستية.

كانت نتيجة العمل الدؤوب للائتلاف خلال العام المنصرم الخروج ب "مدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية" التي تمت صياغتها من خلال تطوير مسودة جاءت نتيجة جلسات تشاورية عقدها الائتلاف مع أعضاء الشبكات والاتحادات .

وجاء إعداد هذه المدونة بناء واستمرارا لميثاق الشرف الذي تم تطويره في حزيران من العام 2006 من خلال مشروع المؤسسات الأهلية الفلسطينية الثاني والذي يتضمن أهداف هذه المؤسسات ومدى سعيها لتحقيق تلك الأهداف المرتبطة بقيم ومبادئ الحكم الصالح وغاياتها ودورها في إحداث التنمية المجتمعية ومساهمتها في تحقيق آمال الشعب الفلسطيني في الحرية والاستقلال .

وهذا الميثاق مبني على مبدأ التنوع في المجتمع الفلسطيني والتعددية ومبادئ الديمقراطية ، والمشاركة والحق المكفول في تأسيس المؤسسات ، وان المؤسسات الأهلية هي دعامة رئيسية في إحقاق حقوق المجتمع وقد تم إعداد هذا الميثاق من قبل الهيئات المظلاتية للمؤسسات الأهلية الفلسطينية من خلال عملية تشاور مع أكثر من 200 مؤسسة أهلية فلسطينية أجريت في الضفة الغربية وقطاع غزة.

وتم إقرار المدونة بصورتها الحالية من قبل المؤسسات الأهلية الفلسطينية في 2008/2/28 إذ وقعت حوالي 400 مؤسسة أهلية فلسطينية من الضفة الغربية وغزة على مدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية.

وتهدف مدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية التي تهيئة مؤسسات العمل الأهلي والمجتمع المحلي للاستجابة لتحديات التغيير الديمقراطي، وعملية المشاركة لخلق بيئة فعالة تتيح للمجتمع بشكل فردي أو جماعي أن يقرر مصيره.

و من خلال المبادئ الواردة في هذه المدونة فان المؤسسات - التي سنتبناها بشكل اختياري - تلتزم بان تكون عملية التحرر الوطني والتنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في فلسطين وعملية اللحاق بركب التطور والتقدم الحضاري من أولويات عملها.

كما تلتزم بان تكون آلية عملها مستجيبة لاحتياجات وآمال الشعب الفلسطيني الذي تخدمه وان تحترم في الوقت ذاته قيم المجتمع الفلسطيني وحقوق الإنسان و تلتزم بمعايير الشفافية في أعمالها والمساءلة عن كيفية استخدام مواردها.

وبشكل عام تؤكد المدونة في مبادئها على تطبيق الحكم الصالح وتحقيق للمؤسسة إمكانية الوعي بمبادئ الحكم الصالح وسعيها لكي تكون القدوة وتعزز الرقابة داخل المؤسسة مما يسهم في حمايتها من التشويه والتضليل. كما أنها تؤكد بان مدونة السلوك هذه هي ترجمة للقانون الأساسي الفلسطيني المقر في التاسع والعشرين من أيار عام 2002 والذي اعتبر إنشاء هذه المؤسسات حقا أساسيا للمواطن الفلسطيني يجب حمايته.

حقيبة المصادر :

حقيبة المصادر هي أداة حيوية وشاملة تهدف إلى تزويد المؤسسات الأهلية الفلسطينية بالأدلة التي تدعم الالتزام بمبادئ مدونة السلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية وتتكون الحقيبة من مجموعة من الأدلة التدريبية المختلفة.

وبعد هذا الدليل الإرشادي جزءا من حقيبة المصادر التي تم إعدادها ليتم استخدامها كمرجع أساسي للمؤسسات الأهلية الفلسطينية المشاركة في مشروع "تعزيز قدرات المؤسسات الأهلية" الممول من البنك الدولي. إدارة مركز تطوير المؤسسات الأهلية و تنفيذ معهد الإدارة والتدريب " تامي " .

لقد تم تصميم الدليل الإعلامي ليتناسب مع أحجام المؤسسات الأهلية كافة وقدراتها المادية عبر طريق تزويد الدليل بإجراءات مفصلة تناسب المؤسسات الكبيرة والطاقت المتخصصة، إضافة إلى الإشارة إلى كيفية تبسيط الإجراءات بما يتناسب مع المؤسسات صغيرة الحجم التي تعتمد بالأساس على العمل التطوعي لتسيير شئونها اليومية، حيث يعد هذا الدليل تحديدا مناسباً للمؤسسات التي يعمل بها عدد لا بأس به من الموظفين وهذا لا يعني عدم ملائمة لاحتياجات المؤسسات الصغيرة التي قد يقل عدد موظفيها عن ثلاثة أفراد، إذ يوصي في هذه الحال باعتماد روح الدليل وهو الالتزام بالحد الأدنى من المعايير التي نصت عليها مدونة السلوك وتمت الإشارة إليها في أجزاء مختلفة من هذا الدليل. وبعد هذا الدليل واحدا من عدة أدلة تشكل مجموعها حقيبة مصادر متكاملة للمؤسسة وتشمل إضافة إلى الدليل الإعلامي:

◀ دليل التخطيط الإستراتيجي.

◀ دليل إجراءات مجلس الإدارة.

◀ دليل الممارسات الإدارية ويشمل:

الدليل الإداري.

دليل الإجراءات المالية.

دليل الموارد البشرية.

دليل إجراءات التوريدات.

ثانيا : تعريف الدليل:

إن هذا الدليل بمثابة جزء من مجموعة أنظمة السياسات والإجراءات التي أعدتها المؤسسة بدعم فني من معهد الإدارة والتدريب " تامي " إستناداً على حقيقة المصادر (Resource Kit) المعدة في إطار مشروع "تعزيز قدرات المؤسسات الأهلية" الممول من البنك الدولي بإدارة مركز تطوير المؤسسات الأهلية ، ليتم استخدامها كمرجع أساسي للمؤسسات التي تعهدت بالالتزام بمدونة سلوك المؤسسات الأهلية الفلسطينية الموقعة بتاريخ 2008/2/28 برعاية الائتلاف الأهلي.

كما يعتبر هذا الدليل وسيلة تستخدمها المؤسسات الأهلية لرفع قدراتها في مجال الإعلام ، ولضمان استخدام أفضل المعايير الوطنية والعالمية المعمول بها في المؤسسات الحكومية والمنظمات والاتحادات الأهلية.

ويتضمن الدليل السياسات الإعلامية والإجراءات التي تترجم تلك السياسات التي يجب على المؤسسة الأهلية أن تنفذها من أجل تطوير أدائها الإعلامي وتعزيز مكانتها في المجتمع. كما يشتمل على الإجراءات الإعلامية التي تسهم في تعزيز علاقة المؤسسة مع وسائل الإعلام ومساعدتها على رسم إستراتيجية إعلامية للمؤسسة تضم في إطارها عددا من الأنشطة الإعلامية المتنوعة و المستمرة مثل: التغطية الإخبارية لنشاطات المؤسسة و برامجها ، وكيفية إصدار بيان صحفي أو مطوية أو مطبوعة أخرى والإشراف على الموقع الإلكتروني تطوراتها بما يعكس صورة إيجابية عن المؤسسة لدى شرائح المجتمع المختلفة.

ولأن الحاجة إلى التطوير والتجديد حاجة ملحة وملزمة لأي عمل ناجح بل وضرورة من ضرورات التميز والإبداع، فإن الإعلام يقف على رأس تطوير المنظمة على اعتبار أنه يمثل وجه المؤسسة وصورتها المشرقة أمام الجماهير المختلفة.

ويعد العمل الإعلامي ركيزة أساسية من ركائز تطوير العمل الأهلي ، وتعزيز مكانته في المجتمع وتحقيق التواصل بينه وبين الفئات المستهدفة كافة ، على اعتبار أن الإعلام هو الأساس الأقوى لتسويق المؤسسة على الصعد كافة .

ثالثاً: هدف الدليل:

تعد الحاجة إلى توظيف ثورة الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في العمل الأهلي ضرورة لا غنى عنها لنقل رسالة المؤسسة ودمجها في المجتمع بفاعلية وتحقيق أهدافها. ولما كانت المؤسسات الأهلية تمثل جزءاً حيوياً من نسيج المجتمع وتؤدي دوراً فاعلاً في تنميته في كافة المجالات ومع تنوع تخصصاتها وتجدد برامجها ومشروعاتها أصبحت الحاجة إلى الوصول إلى وسائل الاتصال والإعلام أكثر ضرورة وأهمية من ذي قبل وأصبح لزاماً على المسؤولين في هذه المؤسسات التعامل مع المؤسسات الإعلامية والتعرف على سبل الوصول إليها والتفاعل معها وخلق قنوات اتصال حية ومباشرة في اتجاهين من أجل الارتقاء بخدمات المؤسسة وتعزيز رسالتها والتعريف بها. وهذا الدليل الإعلامي الإرشادي يأتي ليسد نقصاً في مجال الأداء الإعلامي المؤسساتي ويحاول جسر الهوة بين المؤسسات الأهلية ووسائل الإعلام عامة وبين الأداء الإعلامي للعاملين في هذه المؤسسات خاصة من خلال تطوير وتعزيز المهارات لديهم .

أهداف الدليل الإعلامي:

- 1/ مساعدة الأشخاص المعنيين في المؤسسات الأهلية (تحديداً في المجال الإعلامي) على كسب المهارات اللازمة لممارسة النشاطات الإعلامية فيها وتغطية فعاليتها.
- 2/ تعريف المعنيين بوسائل الاتصال والإعلام المتداولة من أجل التواصل معها والتبادل المعلوماتي.
- 3/ تمكين المؤسسات الأهلية من الوصول إلى كافة القطاعات والفئات المعنية والمهتمة برسالتها وخدماتها.
- 4/ التدريب على تنظيم الحملات الإعلامية وتنفيذها باستخدام وسائل الإعلام المختلفة .
- 5/ التعرف على المواد الإعلامية المطبوعة في المؤسسة وسبل إنتاجها مثل: البيان الصحفي ، والمطوية والنشرة والتقرير السنوي .

وتم أهمية أخرى لهذا الدليل توضح علاقة الإعلام بالعمل الأهلي ودوره في تطوير أداء العمل الأهلي من خلال:

- 1- العمل الأهلي بدون إعلام سيظل محصوراً داخل دائرة ضيقة، ولا يحقق واحداً من أهم أهدافه وهو الوصول إلى كل المجتمع وطبقاته .
 - 2- الإعلام له دور هام و أساسي في تقديم صورة ذهنية إيجابية عن العمل الأهلي بما يعزز مصداقيته لدى المجتمع .
 - 3- ضرورة التفريق بين الدعاية الشخصية لمسئولي المشروع أو المنظمة الأهلية نفسها ، وبين الإعلام عن الأهداف الحقيقية والإنجاز الفعلي لها.
 - 4- تفاعل الإعلام مع الأفكار المعوقة للنشاط الأهلي و طرحها للنقاش من خلال الوسائل المختلفة.
 - 5- ضرورة إسهام الشخصيات الإعلامية الأكثر قبولاً لدى القراء في الكتابة والترويج لأفكار العمل الأهلي وأغراضه وأهميته .
 - 6- الحرص على ابتكار أشكال جديدة للإعلام و بوسائل مستحدثة لنقل رسالة المؤسسة ، وأن يقوم بالإعلام مهنيون ذوو مستوى من الكفاءة والخبرة المهنية العالية، لتقديم مادة إعلامية مقروءة أو مسموعة، تجذب المتلقي وتشده .
 - 7- أجهزة الإعلام داخل المنظمة الأهلية - إن وجدت - ما زالت تمارس عملها بروتينية كموظفين عاديين، دون إدراك حقيقي لأهمية الإعلام ودوره ورسالته لذا نجد أحياناً كثيرة أن رسائلها الإعلامية قاصرة على لقاءات المديرين، و اجتماعاتهم، واستقبالاتهم وليس عن نشاط المنفذين الفعليين للبرامج والمشروعات والخدمات و المستفيدين من هذه المشروعات.
 - 8- أهمية تطوير مفهوم الاتصال و الإعلام لدى المنظمة الأهلية على اعتبار أنه ليس مقصوراً على الوسائل الإعلامية الجماهيرية المتعارف عليها ، ولكنه يشمل الملصق و المطوية و الفيلم الوثائقي و التسجيلي و المواقع الإلكترونية و غيرها.
- ويتضمن الدليل الإجراءات والقواعد الخاصة بالعمل الإعلامي الواجب إتباعها في المؤسسات الأهلية من أجل تسويق المؤسسة و إبراز نشاطاتها وفعاليتها المختلفة أمام الجمهور الداخلي والخارجي ، والمواد الإعلامية المطبوعة و الإلكترونية والمرئية التي تنتجها المؤسسة.
- كما يشتمل الدليل على قواعد وأسس وأبجديات التعامل مع وسائل الإعلام وإدارة العملية الإعلامية ذاتها من أجل تقديم المؤسسة للجمهور بشكل أفضل وبصورة تعكس حقيقة وطبيعة نشاطاتها التي تمارسها وخدماتها التي تقدمها للمواطنين مع التأكيد على أهمية التدريب المستمر لتطوير الأداء وزيادة كفاءة الأفراد ورفع مستوياتهم المهنية .

رابعاً: شروط الدليل:

يعد هذا الدليل قابلاً للتنفيذ في المؤسسة الأهلية بعد موافقة مجلس الإدارة عليه ، مع مراعاة مراجعته سنوياً وتحديثه حسب احتياجات المؤسسة و نموها و مشروعاتها المنفذة ، شريطة أن تتم موافقة مجلس الإدارة خطياً على هذه التعديلات قبل أن يبدأ العمل بها.

خامساً: كيفية استخدام الدليل:

يتم استخدام الدليل الإعلامي كمرجعية أساسية للعمل في المؤسسة ، للاسترشاد به في نقل رسالة المؤسسة بأشكال إعلامية مختلفة ، علماً بأن الدليل موحد في أصوله و سياساته الإعلامية و الإجرائية للمؤسسات الأهلية كافة ، مع مراعاة الفوارق بين المؤسسات بما يتناسب مع خصوصيتها وحجمها و برامجها.

ويسند إلى مجالس الإدارات في تلك المؤسسات مهمة إجراء عملية مراجعة دورية لهذا الدليل ، بهدف تقييم مدى ملاءمته وقابليته للتنفيذ والعمل بمقتضاه ، مع مراعاة حاجته إلى التعديل وفقاً للتغيرات التي قد تطرأ على المؤسسة و المحيطية بها.

ويتضمن الدليل أجزاء عدة على هيئة إجراءات عامة وخطوات عملية ضرورية لضمان تنفيذ السياسات الإعلامية المتبعة في المؤسسة التي تجسد سياسة المؤسسة ، إلى جانب الإجراءات التفصيلية الخاصة بنشاطات المؤسسة الإعلامية وآليات تنفيذها وترجمتها على أرض الواقع.

سادساً: من يستخدم الدليل:

في إطار خطة التطوير التي يجب أن تنتهجها المؤسسة وضمن مشروع تعزيز قدرات المؤسسات الأهلية يأتي هذا الدليل لتطوير مهارات الأفراد القائمين على الاتصال والإعلام في المؤسسة والمتعلقة بقدراتهم الخاصة بالأداء الإعلامي.

وهذا الدليل موجه بشكل عام إلى المؤسسات الأهلية الفلسطينية المهتمة بتطوير أدائها الإعلامي وتعزيز مهارات العاملين لديها في هذا الإطار ، وبشكل خاص إلى موظفي المؤسسة الذين يتولون مهمة إنتاج الرسائل الإعلامية للمؤسسة والتواصل مع وسائل الإعلام (الإدارة التنفيذية). ويمكن أيضاً للعاملين في المستويات الإدارية العليا بالمؤسسة (رئيس وأعضاء مجلس الإدارة) الاستفادة من الدليل على اعتبار أن جزءاً كبيراً من مهامهم التي يؤديونها هي مهام اتصالية و إعلامية في حقيقتها.

سابعا: تعريف المصطلحات و المفاهيم:

«الاتصال : (Communication) يعتبر الاتصال أساس العمليات الإنسانية قاطبة وعصب الحياة البشرية حيث يستخدمه الإنسان لتسيير شئون حياته جميعها. ويعرفه الخبراء على أنه " عملية انتقال معلومات أو أفكار أو اتجاهات من شخص أو جماعة أو مؤسسة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز لإحداث تأثير معين " .

«عناصر العملية الاتصالية : تضم العملية الاتصالية في إطارها عناصر أساسية هي: المرسل (مصدر المعلومة _ المؤسسة مثلا) ، والرسالة الإعلامية (المضمون) و الوسيلة (مثل الصحيفة والتلفزيون والإذاعة) ، والمستقبل (الجمهور والأشخاص المستهدفين بالرسالة الإعلامية) ، إضافة إلى التأثير (الهدف والنتائج المتحققة) ورد الفعل (Feed Back) ويقصد به معرفة رأي الجمهور ورد فعله على رسالة المؤسسة ومدى تفاعله معها ويتم من خلال الدراسات والأبحاث والاستبانات .

«الإعلام : (Information) : ويقصد به " تزويد الجمهور بالمعلومات الصادقة عن القضايا والأحداث والفعاليات بهدف تنمية معرفته بها وتفعيل مشاركته تجاهها " . وبناء على التعريفين السابقين فإن الإعلام يعد جزءا أساسيا ومهما من الاتصال الذي يعد هو أساس العمليات الإنسانية و البشرية كلها.

«وسائل الاتصال والإعلام : (The Media) : تتعدد وسائل الاتصال والإعلام التي تطورت بفعل الثورة العالمية التكنولوجية في ظل تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة يمكن لأقصاها أن يتبادل المعلومات والأفكار والخبرات مع أديانها في نفس الوقت. وينبغي على العاملين في المؤسسات الأهلية وخاصة دوائر العلاقات العامة والإعلام التعرف على هذه الوسائل وتصنيفاتها بهدف حسن استخدامها وتوظيفها في تحقيق أهداف المؤسسة. وهناك وسائل مطبوعة تضم الصحف والمجلات والمطبوعات المختلفة التي تصدرها المؤسسة من نشرات وكتيبات وتقارير سنوية ومطويات وصحف حائط وإعلانات وملصقات وبيانات صحفية وغيرها ، ووسائل مسموعة تتمثل خاصة في الإذاعات ، إلى جانب الوسائل المرئية الأكثر تأثيرا لتوفر عنصر الصوت والصورة فيها مثل التلفزيون وحديثا الوسائل الإلكترونية التي يقف على رأسها شبكة الإنترنت العالمية.

«الفنون الصحفية (فنون الكتابة الصحفية): وهي الفنون الصحفية (الخبر الصحفي والحديث و التقرير والتحقيق الصحفي والمقال الصحفي) التي يمارسها القائم بالاتصال في المؤسسة الأهلية بهدف

نشر بيانات و نشاطات المؤسسة المختلفة و نقلها إلى وسائل الإعلام وصولاً إلى الجماهير المستهدفة في كل مكان وزمان.

« **الخبر الصحفي:** تتعدد تعريفات الخبر الصحفي ومن أبرزها: " الرواية الآمنة وغير المنحازة والكاملة للأحداث ذات الأهمية والنفع والفائدة بالنسبة للجمهور".

« **البيان الصحفي** فهو وسيلة من وسائل الاتصال المطبوعة التي تستخدمها المؤسسة للتعبير عن رأيها في حدث من الأحداث أو استعراض بعض فعاليتها بهدف الترويج للمؤسسة وتعزيز أواصر الصلة مع الجمهور والوصول إلى وسائل الإعلام.

« **التقرير السنوي :** هو تقرير تصدره المؤسسة نهاية كل عام ويتضمن تفصيلاً عن أحوالها ورصداً لأنشطتها وبرامجها وإنجازاتها وخططها وأوضاعها ومركزها المالي و الخطة الإستراتيجية بما يسهم في تعزيز مفهوم الشفافية.

« **الحملة الإعلامية:** هي مضمون أو محتوى يوضع في قالب تحريري سواء أكان خبراً أو تحقيقاً أو مقالاً بهدف دعم قضية أو رسالة وحشد التأييد لها وزيادة وعي المجتمع بهذه القضية ودفعه إلى متابعتها والاهتمام بها.

جمعية الأمل لتأهيل المعاقين... في سطور

تأسس مركز رفح لتأهيل المعاقين في نهاية العام 1991م وتم ترخيص المركز كجمعية عثمانية في العام 1998 تحت اسم جمعية الأمل لتأهيل المعاقين - رفح، حيث تشكلت لجنة محلية من مدينة رفح ضمت العديد من الأخوة المهتمين وعدد أ من الأخصائيين، الذين أخذوا على عاتقهم مسؤولية إنشاء المركز ووضع البدايات لتوفير الخدمات لأبنائنا المعاقين في مدينة رفح. و جاءت انطلاقة جمعية الأمل لتأهيل المعاقين برفح كحاجة ملحة نتيجة لازدياد عدد الجرحى خلال انتفاضة الشعب الفلسطيني الأولى والتي خلفت العديد من الإعاقات مما دعا مجموعة من المهتمين للتداعي والبدء في التفكير بإنشاء مركز يعتني بشئون المعاقين بمحافظة رفح وما يتطلبه ذلك من جهد كبير نتيجة عدم وجود أي مراكز تقدم خدمات للمعاقين بالمحافظة وقلة هذه المراكز على مستوى فلسطين.

وقد تمثلت المشكلة في البداية في نقص المعلومات والإحصاءات وكذلك عدم وجود الطواقم المتخصصة والتي تعمل في هذا المجال ، بالإضافة إلى نقص الموارد المالية نتيجة الظروف الاقتصادية التي تعاني منها محافظة رفح وقد بدأ العمل خلال مرحلة التأسيس على عدة محاور رئيسية لإنجاز العمل ومواجهة المشاكل.

إن سر النجاح الأساسي لاستمرار العمل بالجمعية وتطورها وأخذها الدور المميز على صعيد محافظة رفح بين مراكز التأهيل المختلفة هو تركيزها على استغلال الطاقات البشرية بالصورة الأمثل وتوظيفها بما يخدم تنمية المجتمع الفلسطيني. وكان لهذه السياسة عظيم الأثر في تقوية علاقة الجمعية بالمجتمع المحلي واستمرار الدعم المعنوي لها مما ساهم في تطورهما و اتساع نطاق خدماتها وتعدد الأدوار التي تسهم بها على صعيد محافظة رفح والبدء في مشاريع نوعية تتناسب مع الاحتياجات الأساسية والطارئة لأبناء شعبنا.

كما كان لعمل المتطوعين في الجمعية لفترة تزيد على ثلاث سنوات وكذلك مشاركة العديد من المتطوعين من المجتمع المحلي في أعمال البناء والترميم أثر كبير في استمرار أنشطة الجمعية في بدايات العمل.

وتبنت الجمعية وبالاتماد على تمويل من البنك الدولي من خلال مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية مسألة وضع خطة إستراتيجية شاملة للثلاث سنوات القادمة، وذلك لتتمكن من القيام بدورها الطليعي في المجتمع ومواجهة العديد من التحديات الكامنة في السنوات القليلة القادمة.

رؤيتنا :

1. " نطمح بالمشاركة المتميزة والفاعلة في إحداث تغيير نوعي في تنمية المجتمع الفلسطيني".

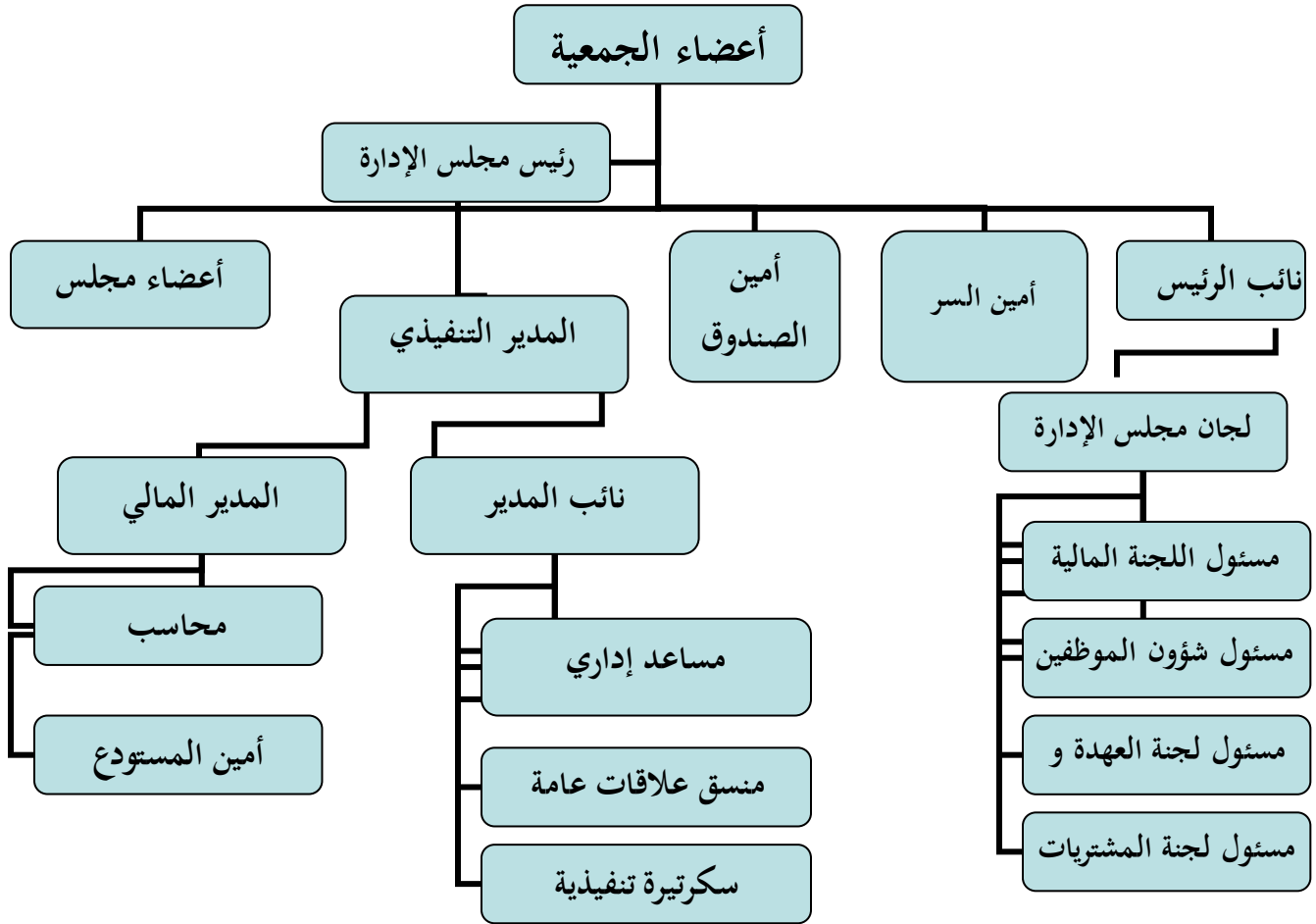
رسالتنا :

2. " نسعى لبناء مجتمع مدني يتمتع أفراداه بالحقوق الكاملة والمشاركة الفاعلة، من خلال تقديم خدمات تنموية لتمكين الصم والأطفال معتمدين على كادر مهني مؤهل وأحدث الأساليب".

غاياتنا :

3. بناء مؤسسة متطورة تتمتع بالمصداقية والمرونة، قادرة على استثمار الموارد المتاحة لتقديم خدمات نوعية ومتميزة للفئات المستهدفة
4. العمل على استمرارية المؤسسة والخدمات المقدمة وتكثيف جهود تجنيد الأموال.
5. تحسين جودة الحياة للصم بما يكفل مشاركتهم الفاعلة في المجتمع.
6. تعزيز فرص النمو والتطور للأطفال.
7. تعزيز العلاقة مع المجتمع المحلي بما يكفل تحقيق رسالة الجمعية.

الهيكلية



أولاً/ بناء إستراتيجية إعلامية للجمعية:

1/ السياسات المتعلقة بتأسيس إستراتيجية إعلامية:

يبين هذا الفصل السياسات الإعلامية العامة الواجب على الجمعية تبنيها من أجل تأسيس إستراتيجية إعلامية لها لنقل رسالتها و تعزيز مكانتها وتسويق برامجها و مشروعاتها خاصة أن جمعية الأمل لديها العديد من المشروعات و البرامج المنفذة من خلال أقسامها و مدرستها والنادي التابع لها.

1 - الإجراءات العامة لتأسيس الإستراتيجية الإعلامية:

من أجل تأسيس تلك الإستراتيجية يجب أن تتعامل مع الموضوع الإعلامي بصورة متكاملة حتى لا يكون العمل "موسمياً" أو متعلقاً فقط بنشاط أو مشروع معين.
ولذا يجب الأخذ بعين الاعتبار الإجراءات التالية لترجمة تلك السياسة إلى واقع ملموس ، وهذه الإجراءات هي:

- ✓ إقامة دائرة أو وحدة أو تحديد ممثل لممارسة مهام العلاقات العامة والإعلام للمؤسسة.
- ✓ التغطية الإخبارية لفعاليات المؤسسة المختلفة (أخبار وتقارير).
- ✓ إصدار بيانات صحفية للتعبير عن مواقف المؤسسة و اتجاهاتها نحو القضايا المجتمعية المختلفة.
- ✓ إنشاء موقع إلكتروني للمؤسسة مع الحرص على تحديث بياناته باستمرار ونشر المعلومات الخاصة بالمؤسسة في المجالات المختلفة.
- ✓ إنتاج مواد إعلامية و اتصالية مطبوعة مختلفة مثل: (المطوية والنشرة و التقرير السنوي ...).
- ✓ تنظيم حملات إعلامية حول بعض القضايا الهامة التي تعمل عليها المؤسسة من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بالحملة إضافة إلى تسويق المؤسسة و تعزيز مكانتها مجتمعياً.
- ✓ تعزيز علاقة المؤسسة مع المؤسسات الإعلامية وإقامة جسور التواصل فيما بينهم.

الإجراءات اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية للجمعية:

دائرة أو وحدة أو ممثل للعلاقات العامة والإعلام	التغطية الإخبارية لفعاليات المؤسسة (أخبار وتقارير)	إصدار بيانات صحفية وعقد مؤتمرات صحفية	إنتاج مطبوعات: (المطوية والنشرة و التقرير السنوي)	الموقع الإلكتروني	الحملات الإعلامية
--	--	---------------------------------------	---	-------------------	-------------------

2 / السياسات المتعلقة بتطوير الأداء الإعلامي:

يبين الدليل الإجراءات الخاصة بتطوير مهارات العاملين في مجال الإعلام و العلاقات العامة في المؤسسة على اعتبار أن تطوير الأداء الإعلامي في الجمعية يستلزم تطوير مهاراتهم لأداء أعمالهم الإعلامية بالصورة التي تضمن تحقيق نتائج أفضل .

الإجراءات المتعلقة بتطوير الأداء الإعلامي:

1/ تطوير مهارات اللغة والكتابة والتحرير :

ويقصد بها قدرة القائم على الاتصال في الجمعية على توظيف لغته بشكل علمي صحيح وقويم وممارسته لعملية الكتابة الهادفة التي تتوفر فيها عناصر البساطة والوضوح والقوة معا من أجل تقديم مضمون جيد بعيدا عن التشويش ، أما التحرير الإعلامي فيعني هنا جعل الأحداث والمعلومات في متناول الجميع بطريقة واضحة ومشوقة ودرامية في بعض الأحيان .
ومهمة التحرير تقع ليس على كاهل المؤسسة الأهلية إنما المحرر الصحفي الذي ترسل له المعلومات والبيانات من أجل إخراجها وتقديمها بصورتها النهائية المنقحة لغويا وأسلوبيا .

2/ مهارة فن التعامل (العلاقات العامة) :

ويقصد بها حسن التعامل والتصرف مع الجماهير على اختلاف شرائحها وممارسة فن الإنصات باهتمام وتقدير ، والقدرة على الوصول إلى عقل وقلب الجمهور المستهدف إضافة إلى إيجاد قنوات الاتصال المستديمة مع وسائل الإعلام ومع الجمهور من خلال وسائل الإعلام والاتصال .

3/ مهارات فنية وتقنية :

وتتنوع المهارات الفنية والتقنية ما بين القدرة على التصميم وإصدار المطبوعات بأشكال مختلفة تتناسب وطبيعة الرسالة والجمهور والوسيلة الإعلامية (فن الإخراج الصحفي) إلى القدرة على التعامل مع وسائل الاتصال والمعلومات من أجهزة كمبيوتر وإنشاء مواقع إلكترونية وغيرها .

4/ مهارات إدارية :

كافة العاملين في المجال الإعلامي يحتاجون إلى مهارات إدارية لتمكينهم من اتخاذ القرارات اللازمة والخاصة بمعرفة أسس التخطيط المبدئي لاختيار وسيلة الاتصال المناسبة ولتحديد سمات الجمهور ومدى ملائمة الرسالة له وللتعرف على الميزانية التقديرية اللازمة لإنتاج بعض المطبوعات ، ومتابعة عملية التنفيذ والتوزيع لضمان نجاح الهدف المراد تحقيقه .

5/ مهارات ذاتية:

ومن بينها مهارة الاستماع الفعال ومهارة التفاوض ومهارة الإقناع والتأثير وغيرها من مهارات الاتصال و التواصل.

3 / السياسات المتعلقة بقواعد التعامل مع وسائل الإعلام:

لا يمكن لأي مؤسسة أهلية أن تعمل بعيدا عن وسائل الإعلام لأن ذلك يعني فرض "عزلة" على المؤسسة و قطع علاقاتها مع المجتمع سواء المحلي أم الخارجي ، لذا فإن حرص المؤسسة على تعزيز علاقاتها مع المؤسسات الإعلامية يعد من أسس الإستراتيجية الإعلامية التي تتبناها المؤسسة.

كما أن العلاقة بين المؤسسات الأهلية و الإعلامية قائمة على مصالح متداخلة ، فكل طرف حريص على علاقته مع الآخر لأهداف ومبررات تتعلق به ، فمثلا وسائل الإعلام تهتم بالحصول على معلومات و آراء و مواقف حول التطورات الجارية والمشروعات و البرامج

والأفكار التي تطرحها تلك المؤسسات فيما تسعى المؤسسات الأهلية جاهدة إلى إيصال رسالتها للفئات كافة ولرسم صورة إيجابية عن نشاطاتها من خلال استخدام وسائل الإعلام.

مدى حاجة مؤسستك إلى وسائل الإعلام:

يوجد العديد من الأسباب التي تدفع مؤسستك إلى التواصل مع وسائل الإعلام وتزويدها بآخر المعلومات و الأخبار حول نشاطاتكم و مواقفكم المختلفة ، ومن بين هذه الأسباب:

- رغبة مؤسستك تزويد الجمهور بمعلومات معينة عن نشاطاتكم ومشروعاتكم .
- الحرص على تحسين صورة مؤسستك أمام الجمهور .
- الحفاظ على موقع مؤسستك بين سائر المؤسسات من خلال وسائل الإعلام.
- مخاطبة الرأي العام والتوجه إليه عند طرح الموضوعات المجتمعية الهامة.

إجراءات لتعزيز العلاقة مع الإعلاميين :

يمكن أن يتم تعزيز تلك العلاقة من خلال :

- 1/ عقد اللقاءات المفتوحة مع الإعلاميين للاستماع إلى وجهات نظرهم وتقديم الموجه لأداء المؤسسة وإمكانية تطويره.
- 2/ إقامة حفلات التكريم للإعلاميين ومنحهم شهادات التقدير خلال المناسبات الخاصة بالمؤسسة أو الخاصة بالإعلاميين أنفسهم .
- 3/ دعوة الإعلاميين إلى زيارة المؤسسة والإطلاع ميدانيا عليها وعلى أقسامها وإداراتها من أجل زيادة تعريفهم بها وتوثيق أواصر الصلة معهم .
- 4/ مشاركة الإعلاميين في مناسباتهم وأفراحهم وأحزانهم من خلال الزيارات الشخصية .
- 5/ عقد وتنظيم المسابقات الإعلامية حسب مجال تخصص المؤسسة من خلال الإعلان عن مسابقة خاصة بالإعلاميين ترصد لها جوائز قيمة وتستفيد كذلك المؤسسة من موضوعاتها المطروحة .
- 6/ مشاركة المؤسسة الإعلامية بالإعلان فيها لأن الإعلان يحقق الاستقلالية للصحيفة ويعتبر أحد الدعائم الرئيسة لدخلها.

7/ إبداء الاهتمام الكافي بالإعلاميين عند توجيه دعوات لهم سواء أكانت لحضور مؤتمر صحفي أو للمشاركة في نشاط اجتماعي من خلال حسن الاستقبال ومنحهم مكاناً مميزاً في الحفل وغيره وتوفير كافة التسهيلات الممكنة لهم مثل الاتصال وغيره .

ثانياً / السياسات المتعلقة بالتغطية الإخبارية لفعاليات الجمعية :

تعد التغطية الخبرية لنشاطات الجمعية ومشروعاتها أهم أدوات التواصل مع الجماهير بمختلف فئاتها ، لذا تحرص الجمعية على تغطية تلك النشاطات و نقلها إلى وسائل الإعلام المختلفة وصولاً من خلالها إلى الجمهور المستهدف.

◀ وحجر الأساس في التغطية الخبرية هو الخبر الصحفي الذي يعد أهم الفنون التحريرية ويمثل العمود الفقري للصحيفة والمادة الرئيسة للصحفي وللعاملين في مجال الكتابة الإخبارية ومتابعة نشاطات المؤسسات.

◀ ومن خلال كتابة الأخبار تضمن الجمعية متابعة نشاطاتها وتغطيتها في وسائل الإعلام بما يسهم في تقديم صورة ذهنية جيدة عنها ويزيد من قدرها ومكانتها ، خاصة إذا ارتبطت هذه الأخبار بخدمات حقيقية تقدمها الجمعية للمجتمع في شتى المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية وغيرها.

إجراءات وقواعد تتعلق بنشر الأخبار :

تمر عملية صناعة الخبر وتجهيزه للنشر والتوزيع على وسائل الإعلام بعدة مراحل و خطوات وصولاً إلى تغطية ناجحة لأحد الفعاليات أو الأحداث التي تعكس نشاطات الجمعية . ونظراً لتعدد أنشطة الجمعية وفعاليتها فإن إجراءات نشر الأخبار تتطلب جاهزية أعلى لمواكبة التطورات الميدانية كافة بهدف إطلاع الجمهور عليها وتزويد وسائل الإعلام بها .

وتنقسم المراحل الخاصة بصناعة الخبر إلى :

- 1/ مرحلة التغطية الإخبارية الأولية (مرحلة جمع المعلومات من الميدان) .
- 2/ مرحلة الكتابة التحريرية .
- 3/ مرحلة المراجعة النهائية.

إجراءات وقواعد عامة لتغطية الخبر المتعلق بنشاط الجمعية:

1. ابدأ بوضع خطة أولية للتغطية تغطي كافة جوانب الموضوع من حيث التعرف على طبيعة الموضوع أو الفعالية ومستلزمات التغطية من جمع معلومات وإجراء أحاديث وغيرها ، إلى تجهيز أسماء المعنيين والأرقام الخاصة بهم والتعرف على مكان الحدث توفيراً للوقت والجهد.
2. توجه أولاً إلى المصدر الرئيس للمعلومة قبل التوجه إلى المصادر الثانوية مع ضرورة عدم إغفال المصادر الأخرى .
3. حاول جاهداً توفير معلومات عن الحدث والشخصيات المرتبطة به من خلال الأرشيف الصحفي أو المكتبة أو المصادر الحية والدوريات ، لأن ذلك يساعدك أكثر في تكوين صورة ذهنية عنه .
4. اهتم أكثر بذكر الأسماء صحيحة للأشخاص المتعلقين بالحدث ووصفهم الوظيفي دونما أخطاء لأن الأخطاء في هذا المجال تنعكس سلباً على الوسيلة الإعلامية .
5. تأكد دائماً من صحة المعلومات الواردة في الخبر قبل نشرها ، ويمكن تحقيق ذلك من خلال الحصول على معلومات متعلقة بالحدث من أكثر من مصدر ثم إجراء مقارنة سريعة بينها.
6. لا تعتمد خلال كتابتك على مجرد السماع دون التكلف بمتابعة الموضوع ولو من خلال الهاتف أو وسائل الاتصال الأخرى المتوفرة تفادياً للوقوع في أي زلل أو أخطاء غير مقبولة .
7. ضرورة نسب المعلومات التي يتم جمعها إلى مصدر معرف (تعريف المصدر يستوجب ذكر الاسم و المنصب الوظيفي بدقة) لمنح الخبر ثقة أكبر.
8. استكمال المادة الخبرية التي تم تجميعها ومعرفة مواطن الضعف والنقص فيها لمتابعتها مستعينا بالأسئلة الستة (من ؟ ماذا ؟ كيف ؟ أين ؟ متى ؟ لماذا ؟) والإجابة عليها بقدر الاحتياج إليها في الحدث وليس شرطاً الإجابة عليها جميعها في كل خبر .
9. تهذيب وصقل المادة وإعادة ترتيبها وتنقيتها من الأخطاء والشوائب المختلفة مع الحفاظ على التسلسل في العرض والترابط بين أجزائها ، واختيار الأفعال والكلمات والمصطلحات الدارجة المعبرة عن المضمون بحيوية دونما تكلف.
10. من الضروري قبل إرسال الخبر إلى وسائل الإعلام والمعنيين أو قبل نشره في صحيفة ومجلة ونشرة المؤسسة أن تتم عملية مراجعة نهائية للخبر .

إجراءات وقواعد عامة تتعلق بالإجابة على الأسئلة الستة الأساسية للخبر:

يجب أن نراعي عند كتابة الخبر الإجابة على التساؤلات الستة ، مع مراعاة أن السؤال الواحد يمكن أن يوجه بأكثر من طريقة للإجابة عليه و ، ذلك على النحو التالي:

1 / من؟ :

- من الجهة المشرفة على الحدث؟
- من الجهة الممولة للمشروع؟
- من الشركاء؟
- من المستفيدين؟ (الجمهور المستهدف)

2 / ماذا؟ :

- ما هو الحدث؟
- ما الفكرة التي يبنى عليها النشاط أو المشروع؟
- ماذا تتوقعون من نتائج؟

3 / متى؟ :

- متى سينطلق المشروع؟
- متى سيتم الافتتاح؟
- متى سينتهي؟
- ما مراحل الزمنية؟

4 / أين؟ :

يتعلق بالمكان والنطاق الجغرافي الذي يشمل تنفيذ المشروع أو الحدث.

5 / كيف؟ :

سؤال يتعلق بالكيفية و آليات التنفيذ المتبعة وسبل التعاطي مع الظروف والمستجدات المختلفة؟

6 / لماذا؟ :

سؤال يتعلق بالتفسير و التحليل وتحديد الأهداف وتبرير المواقف والقرارات وغير ذلك وقد لا يحتوي الخبر إجابة عليه لأنه يحتاج إلى وقت أطول للحصول على معلومات بخصوصه.

ملاحظة: نظرا لأن الجمعية تضم عددا من قصص النجاح سواء لمتفوقين أو مبدعين أو مستفيدين من مشروعاتها المختلفة فإن ثمة حاجة ملحة لتسليط الأضواء على مثل هؤلاء المتميزين وإبراز قصص نجاحهم ليس من خلال الخبر فقط بل باستخدام فن التقرير الصحفي و القصة الصحفية الخيرية مدعمة بالصور

ثالثا / السياسات المتعلقة بنشر آراء المؤسسة وبياناتها :

ولا يتوقف استخدام الجمعية لوسائل الإعلام عند حد نشر الأخبار و التقارير فقط ، بل تهتم أيضا بإبداء آرائها و توضيح مواقفها المختلفة من القضايا والمشكلات ذات العلاقة بتخصصها إلى جانب وضع بياناتها الإدارية و المالية بين يدي المجتمع بكافة فئات مستفيديه تحقيقا لمبدأ الشفافية وذلك بهدف تفعيل دورها مجتمعيًا. ويتم إبداء آراء الجمعية وتقديم بياناتها المالية و الإدارية عادة من خلال الوسائل التالية:

1 / البيان الصحفي

يعد البيان الصحفي وسيلة من وسائل الاتصال المطبوعة التي تستخدمها المؤسسة للتعبير عن رأيها في حدث من الأحداث أو استعراض بعض فعاليتها وذلك بهدف الترويج للمؤسسة وتعزيز أواصر الصلة مع الجمهور والوصول إلى وسائل الإعلام.

أهميته :

- 1/ يستخدم البيان للإعلان عن شيء جديد وهام للمؤسسة .
- 2/ إظهار موقف المؤسسة من قضية مجتمعية .
- 3/ الرد على الحملات الإعلامية المضادة.
- 4/ إعلام الجمهور عما تتعرض له المؤسسة أو المجتمع من مخاطر _ بيان تحذيري وقائي _ .
- 5/ وسيلة تواصل مع الجمهور في حال حدوث الأزمات والكوارث .

إجراءات وقواعد عامة لكتابة البيان الصحفي:

- 1/ تحديد الهدف من البيان وفكرته الرئيسية التي يقوم عليها والأفكار الفرعية المنبثقة عنها .
- 2/ جمع المعلومات والبيانات والآراء من أجل تصنيفها وتفسيرها .
- 3/ اختيار الفقرات والبنود القانونية التي تدعم فكرة البيان .
- 4/ تحديد لغة البيان التي سيكتب بها .
- 5/ يتكون البيان عادة من عدة أجزاء هي: العنوان و المقدمة و الجسم والخاتمة التي غالبا ما تتضمن مطالب المؤسسة أو مناشدة للتحرك أو نتائج وتوصيات موجهة لمعنيين أو خلاصة موقف المؤسسة من الموضوع .
- 6/ الحرص على استخدام لغة بسيطة وجمل وفقرات قصيرة مع عدم الإطالة قدر الإمكان .
- 7/ الاهتمام بأسلوب تقديم المعلومات ، فثمة معلومات هامة تقدم بطريقة تقلل من أهميتها ومكانتها.
- 8/ اختيار عنوان بارز إيجابي للبيان بدلا من العناوين السلبية ، مثال : شبكة المنظمات الأهلية تدعو لتحرك عاجل لوقف بناء الجدار العنصري بدلا من بيان هام صادر عن شبكة المنظمات الأهلية.
- 9/ الواقعية والبعد عن المبالغة والمغالاة في تقديم الأوصاف والوقائع قدر الإمكان حفاظا على الموضوعية والقبول لدى القارئ .
- 10/ مراعاة توقيت النشر والاهتمام بإرساله لوسائل الإعلام مع كتابة التاريخ والمعلومات الأساسية عن المؤسسة و مراعاة النواحي الفنية الخاصة بتصميم البيان علما بأنه غالبا ما يتم إصداره على ورق المؤسسة المجهز والمعد سلفاً .

أمثلة لاستخدام البيان الصحفي:

- يمكن لجوء الجمعية إلى استخدام البيان الصحفي في عدة مواضع من بينها:
- للمشاركة في المناسبات الوطنية الهامة .
 - للإدلاء برأي الجمعية في قضية مهمة تتعلق بنطاق عملها و اهتماماتها.
 - من أجل توجيه نداء أو مناشدة بخصوص قضية محددة.
 - من أجل فضح انتهاكات الاحتلال خاصة بعد اهتمام الجمعية بتوثيق تلك الانتهاكات و إصدارها في تقرير أسبوعي لإطلاع المعنيين و الجمهور عليه.

2 / المؤتمرات الصحفية :

تعد المؤتمرات الصحفية شكلاً من أشكال الحديث الصحفي حيث يتم خلالها إدلاء بعض الشخصيات الهامة بمعلومات وآراء تختص بمناقشة قضية من القضايا التي تهم الرأي العام المحلي أو الدولي وذلك بحضور العديد من ممثلي وسائل الإعلام المختلفة .

وتعتبر المؤتمرات الصحفية ركيزة أساسية من الركائز التي تعتمدها المؤسسات الأهلية لشرح سياساتها أو توضيح قضية وموقف أو للتعريف بمشروع جديد تنوي إطلاقه وهو ما يوفر على المؤسسة الكثير من الجهد والوقت حيث تجتمع كافة وسائل الإعلام وتتاح فرصة طرح الأسئلة للجميع مرة واحدة.

وعندما يكون بحوزتك فكرة جيدة أو شيء تود الإعلان عنه أو مصارحة الجمهور به فإن أنسب الوسائل وأسرعها هو المبادرة بعقد مؤتمر صحفي تدلي خلاله بالمعلومات التي تريدها أمام حشد من ممثلي وسائل الإعلام.

أهداف المؤتمر الصحفي :

- حاجة المؤسسة لعقد المؤتمرات الصحفية تنبع من الأهمية التي يؤديها المؤتمر ذاته والأهداف المتحققة من عقده والتي يمكن إجمالها في :
- 1/ التعريف بافتتاح مؤسسة أو هيئة أو مشروع جديد .
 - 2/ التعليق على قضية حساسة أو حدث طارئ ويكثر هذا النوع من المؤتمرات مع الموضوعات السياسية مثل الموقف من وثيقة وكالة التنمية الأمريكية الخاصة بالتمويل المشروط.
 - 3/ الإعلان عن نتائج تحقيق أو استعراض نتائج استطلاع رأي نفذته المؤسسة .

- 4/ يمكن عقد مؤتمر صحفي باستضافة وفود أو شهود عيان على قضية هامة مثل المؤتمرات التي عقدتها المؤسسات الفلسطينية بمشاركة وفود أجنبية ضد الفصل العنصري وضد العدوان الإسرائيلي.
- 5/ الإعلان عن خبر هام وحدث مفصلي يتعلق بمصير شخص أو مؤسسة أو فئة من فئات المجتمع ، أو بهدف نفي أخبار ومعلومات منسوبة للشخصية أو للمؤسسة .

إجراءات وقواعد خاصة بتنظيم المؤتمرات الصحفية :

يحتاج المؤتمر الصحفي قبل انعقاده إلى جملة من الترتيبات والتجهيزات اللازمة لإنجاحه وتحقيق الهدف الأساسي لعقده ، ويمكن إجمال هذه الترتيبات في :

- 1/ تحديد موضوع المؤتمر ودراسته مع تحديد الشخصية المتحدث أو المتحدثين وموعد ومكان انعقاده.
- 2/ توجيه الدعوات للمؤسسات والأشخاص المعنيين على أن تشمل الدعوة معلومات واضحة عن موضوع المؤتمر ومحاوره إن أمكن والمشاركين الفعليين فيه وباقي المعلومات الأساسية عن الزمان والمكان .
- 3/ في حالة المؤتمرات الهامة يفضل إجراء اتصال إلى جانب الدعوة مع وسائل الإعلام والمؤسسات المعنية للتأكيد على حضورهم .
- 4/ تجهز المواد المطبوعة الخاصة بمؤسستك لتوزيعها على الأشخاص الذين سيحضرون المؤتمر.
- 5/ جهز الأجهزة الإلكترونية اللازمة لموضوع المؤتمر من أجهزة عرض صور أو أفلام تدعم الموضوع مع اختيار المكان المناسب لوضعها .
- 6/ يمكن تصوير بعض الكلمات لكبار المتحدثين بهدف توزيعها على مندوبي وسائل الإعلام .
- 7/ ضرورة تسجيل أسماء كافة الجهات المشاركة وممثلي وسائل الإعلام مع أرقام هواتفهم وبريدهم الإلكتروني لتبقى وثيقة هامة يمكن الاستفادة منها وقت الحاجة .
- 8/ ضرورة أن تكون هناك إدارة ناجحة للمؤتمر وشخص يتولى إدارة المؤتمر من خلال التقديم والتعريف بالشخصيات المتحدث وإتاحة الفرصة أمام الإعلاميين لطرح أسئلتهم على الضيوف وفق ترتيب معين .
- 9/ إذا كان موضوع المؤتمر الصحفي موجهاً لدول غير عربية فيفضل وجود تصريحات باللغة الإنجليزية .
- 10/ اهتم بتقديم التسهيلات اللازمة للإعلاميين وتوفير أجهزة الاتصال اللازمة لهم وتوفير المكان المناسب الذي يمكنهم من خلاله متابعة تفاصيل المؤتمر .
- 11/ يحتاج المؤتمر إلى تسجيل وتصوير بهدف التوثيق .

رابعاً / السياسات المتعلقة بإنتاج المواد الإعلامية المطبوعة للمؤسسة :

تعد وسائل الاتصال المطبوعة في المؤسسات الأهلية والمعروفة باسم (مطبوعات العلاقات العامة) من أهم الوسائل التي تحفظ للمؤسسة قنواتها المفتوحة مع كافة الشرائح المجتمعية وتسهم بفاعلية في إيصال رسالتها بأشكال ومضامين مختلفة تتلاءم مع طبيعة الجمهور المستهدف والرسالة المطلوبة والتوقيت الزمني .

وتتميز مطبوعات العلاقات العامة بخصوصية تزيد من أهميتها وهي قدرتها على نقل المضمون والرسالة الاتصالية للمؤسسة بأكثر من شكل وصورة وبأسلوب فني يتسم بالجاذبية و البساطة في عملية نقل المعلومات إلى المستفيدين .

مطبوعات العلاقات العامة في المؤسسة:

أما وسائل الاتصال المطبوعة المستخدمة في المؤسسة والتي عادة ما تنتجها دائرة العلاقات العامة أو من يمارس دورها في المؤسسة فهي :

1/النشرات	2 / الدوريات	3/ الملصقات
4/ التقارير السنوية	5/ الكتب والكتيبات	6/ المطويات
7/ صحف الحائط	8/ الإعلان المؤسسي	9 / صحيفة ومجلة المؤسسة
10/ البيان الصحفي	11/ الأدلة والكتالوجات	12/ الخطابات والمراسلات .

وجميع هذه الوسائل المطبوعة تصدر عادة إما لجمهور المؤسسة الداخلي أو جمهورها الخارجي أو الجمهورين معا ، مع ملاحظة أن النسبة الأكبر من مطبوعات العلاقات العامة داخل المؤسسات الأهلية تندرج تحت مظلة المطبوعات الداخلية لأنها موجهة إلى جماهير ترتبط أساسا بالمؤسسة .

1 / المطوية (بروشور)

تعد المطوية أداة مهمة من أدوات العلاقات العامة في عمل المنظمات غير الحكومية، حالها كحال بطاقة العمل الخاصة بك، بل تتجاوزها بالأهمية، حيث أن بطاقة عملك تعرف بك كفرد، بينما تعرف المطوية بالمنظمة بأكملها، فهي بمثابة ملخص عن المنظمة والخدمات التي تقدمها والفئات التي تستفيد من هذه الخدمات.

وسميت " مطوية " لأنها تصدر على هيئة طيات عدة تسهل حملها والاحتفاظ بها وتوزيعها حتى أنه يمكن استخدامها أحيانا كملصق .

مميزاتها :

إنتاج المطوية فيه قدر كبير من الإبداع والتميز الذي جعلها من الوسائل المطبوعة الأكثر انتشاراً ، خاصة مع المشروعات وهذه المميزات هي :

- 1/ وجود غلافين لها مثل المجلة .
- 2/ توظيفها لأداء أكثر من هدف .
- 3/ شكلها الفني الجذاب .
- 4/ سرعة الإنتاج وسهولة التوزيع .
- 5/ قلة التكاليف مقارنة بوسائل أخرى .
- 6/ تقدم مادة مطبوعة مختصرة .

أنواع المطويات المستخدمة لدى المؤسسة:

يوجد العديد من أنواع المطويات غير أننا نركز في هذا الإطار على نوعين للمؤسسة ، هما:

◀ مطوية عامة عن المؤسسة بكافة أقسامها و خدماتها و أهم مشروعاتها المنفذة ، وعادة ما يتم تحديث بياناتها بين الحين و الآخر من خلال إصدار مطوية محدثة عن المؤسسة.

◀ مطوية متخصصة ، وعادة ما يتم إنتاجها في إطار المشروع و حسب مجال العمل ، فعندما تنفذ المؤسسة مشروعاً ما تنتج مطوية خاصة به أو أكثر لتقديم معلومات وافية و ملخصة عن هذا المشروع لفئات المستهدفين .

إجراءات وقواعد خاصة بإنتاج المطويات:

حتى تؤدي المطوية هدفها بفاعلية أكبر ، يجب الأخذ بعين الاعتبار عدداً من القواعد والاعتبارات المتعلقة بمضمونها ، وأهمها :

- 1/ التركيز على الفكرة الرئيسة للمطوية بعيداً عن التشتت .
- 2/ الحرص على توفر صفة الموضوعية في الكتابة دون المبالغة والإفراط في تقديم الحقائق عن المؤسسة أو المشروع الذي تتناوله.
- 3/ الترابط بين أجزاء المطوية ، والحفاظ على التسلسل المنطقي في عرض محاورها ونقاطها .
- 4/ المعالجة الواضحة والمباشرة للموضوع لتحقيق الهدف الرئيس .
- 5/ الاستفادة من الأسلوب الأدبي إلى جانب العلمي في كتابة المضمون.
- 6/ عدم استخدام مصطلحات غير مألوفة للجمهور وضرورة تفسير أي مصطلح غريب يتم استخدامه.
- 7/ الاستفادة من عناصر الصورة والألوان وغيرها من العناصر التيبوغرافية الفنية حتى تكون بأفضل صورة وشكل فني جذاب .

2 / التقارير السنوية Annual Report

التقرير السنوي هو تقرير تصدره الجمعيات والمؤسسات نهاية كل عام ويتضمن تفصيلاً عن أحوالها ورصداً لأنشطتها وبرامجها وإنجازاتها وخططها وأوضاعها ومركزها المالي و الخطة الإستراتيجية بما يسهم في تعزيز مفهوم الشفافية.

أهمية التقرير السنوي :

التقرير يعد وثيقة هامة للجمعية تحرص على إصدارها بصورة سنوية دورية لنشر بياناتها الإدارية و خططها الإستراتيجية و بياناتها المالية وتصوراتها المستقبلية وغير ذلك ،وتتمثل أهميته في:

- 1/ إبراز دور الجمعية في المجتمع .
- 2/ تقديم نشاط الجمعية وتتبع أوضاعها وتطوراتها .
- 3/ الترويج والتسويق للجمعية وخدماتها وأفكارها .
- 4/ جذب واستقطاب مساهمين جدد .
- 5/ تحقيق نوع من التنافس مع المؤسسات الأخرى .
- 6/ الحفاظ على الشفافية والمصداقية .

إجراءات وقواعد عامة لنشر التقارير السنوية تحقيقاً لمبدأ الشفافية:

- 1/ التقرير السنوي يضم عدداً من العناصر الثابتة وأخرى متغيرة من مؤسسة إلى أخرى وأهم هذه العناصر هي :

- كلمة رئيس مجلس الإدارة (أو من ينوب عنه)
- نبذة عامة عن الجمعية
- والتطورات التي طرأت عليها
- أهم مشروعات الجمعية وإنجازاتها التي تحققت
- ملامح خططها الإستراتيجية
- وضع المؤسسة المالي من خلال الجداول
- والإحصاءات والبيانات المالية
- استعراض موجز لأهم العقبات والتحديات أمامها

التوجهات والخطط المستقبلية .

- 2/ استخدام الرسوم البيانية والصور والخرائط والجداول لدعم المضمون وتوضيح المعلومات .
- 3/ شكل التقرير العام يمتاز بالثبات النسبي من عام لآخر .
- 4/ إمكانية الاستعانة بمختصين وفنيين لإعداده .
- 5/ الالتزام بالصدق والموضوعية في عرض الحقائق وعدم المبالغة.
- 6/ مراعاة التجديد والابتكار وعدم الرتابة والتقليدية في تقديم المعلومات كما وكيفا وشكلا .
- 7/ يمكن عرض التقرير على عينة من الجمهور المستهدف لتقييم مضمونه وشكله قبل إصداره في صورته النهائية (تقييم قبلي).
- 8/ استخدام ألوان هادئة بدون مبالغة مع اللجوء أحيانا إلى العلاقات اللونية والتدرج في الألوان لزيادة الجاذبية إليه.

خامسا / السياسات المتعلقة بتنظيم الحملات الإعلامية:

تشكل الحملات الإعلامية واحدا من أشكال التوظيف الجيد لفنون الكتابة والتحرير الصحفي ولكنها ليست فنا من فنونها .

وتحتاج الجمعية إلى تبني مثل هذه الحملات الإعلامية التوعوية و التنمية لتبني وطرح قضايا تهم المعاقين وتسويق بعض الأفكار مجتمعا .

مثال : تنظيم حملة إعلامية للمطالبة بتوفير الدعم اللازم للطلبة الجامعيين لاستكمال مسيرتهم التعليمية في ظل تردي الأوضاع الاقتصادية لأسرهم .

وهي قضية تتعلق بآلاف الطلبة الذين يواجهون مخاطر عدم القدرة على مواصلة دراستهم لعدم قدرتهم على تسديد الرسوم الجامعية ، وهو ما يحتاج إلى حملة إعلامية تستهدف عدة مستويات محلية و عربية و دولية وصولا إلى توفير المساعدات و المنح اللازمة لهم.

وقد تبدأ الحملة بخبر أو نشاط اتصالي معين ثم تتطور لتشمل أكثر من وسيلة إعلامية إلى أن يتحول الموضوع المطروح إلى حملة إعلامية أو إلى قضية رأي عام تأخذ العديد من الأشكال الكتابية والفنية والتعبيرية من فنون صحفية ورسوم كاريكاتورية وصور فوتوغرافية وغير ذلك .

أهداف الحملات الإعلامية :

تمثل الحملات الإعلامية أدوات تثقيفية تهدف إلى توفير معلومات للمجتمع حول بعض القضايا وحشد التأييد لها إضافة إلى التأثير على درجة القناعة أو الممارسة المجتمعية لها من شرائح محددة من المجتمع أو من المجتمع بأسره .

والحملات الإعلامية ضرورية لتحقيق الأهداف والوظائف التالية :

1/ المساهمة في تعزيز إستراتيجية البناء التراكمي الإعلامي لعمل المؤسسة وتطوير الوعي العام برسالتها وأهدافها .

2/ تعبئة الرأي العام نحو سياسة أو قانون أو قرار واتفاق معين أو تعبئته ضد هذه السياسات والقوانين والأفكار .

3/ محاربة الفساد في المجتمع سواء كان مصدره أشخاص أم مؤسسات وترسيخ أسس المساءلة والمحاسبة والشفافية .

إجراءات وقواعد خاصة بالإعداد للحملة الإعلامية :

حتى يتحقق للحملة الإعلامية النجاح وتحقق أهدافها الموضوعية يتم التخطيط لها بحيث تضم عددا من العناصر الأساسية اللازمة لإنجاحها وهذه العناصر هي :

- 1/ تحديد موضوع وقضية الحملة .
- 2/ تحديد هدف الحملة بدقة .
- 3/ تحديد جمهور الحملة المستهدف لتحديد آليات الوصول إليه وأنسب الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها في هذا الإطار .
- 4/ تحديد وسائل الاتصال والإعلام المناسبة للحملة.
- 5/ تحديد الجهات المشاركة في الحملة وأدوارهم ، وفي إطار تحديد الشركاء في الحملة ينبغي تحديد الممولين والداعمين للحملة .
- 6/ تجهيز ملف الحملة المعلوماتي الذي يتضمن معلومات ووثائق وبيانات حول الموضوع والمؤسسة من حيث طبيعتها ونشاطاتها وبرامجها وغير ذلك .
- 7 / تشكيل فريق العمل وتحديد هيكله التنظيمي لإنجاح العمل .
- 8 / تجهيز رسالة الحملة الإعلامية.
- 9 / تحديد جداول زمنية لتنفيذ فعاليات الحملة.
- 10 / تحديد موازنة تقديرية للحملة.

سادسا / السياسات المتعلقة بالموقع الإلكتروني للجمعية واستخداماته:

لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها و تعزز مكانتها محليا و دوليا دون أن يكون لها موقع إلكتروني يمثل بالنسبة لها رسالة إعلامية متجددة ويفتح أمامها آفاقاً عدة للتواصل مع الجماهير في الداخل و الخارج.

وكل السياسات التي سبق ذكرها في هذا الدليل يتم تجميعها و نشرها عبر الموقع الإلكتروني الذي يعد واجهة الجمعية و قناة الاتصال و التواصل الحية مع الجماهير المختلفة سواء أكانت أخبار أو تقارير أو نشرات إخبارية إلكترونية أو بيانات صحفية أو تقارير سنوية ووثائق وصور و غير ذلك من روابط ذات علاقة بعمل الجمعية.

ومن هذا المنطلق يعد الموقع الإلكتروني للجمعية أحد الركائز الأساسية لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية لها.

ونعرض فيما يلي الجوانب التي بإمكان ال جمعية أن تستخدمها في مواقع الإنترنت لخدمة رسالتها الإعلامية:

1. إيصال رسالة الجمعية إلى شرائح واسعة ومختلفة من الجمهور داخل الوطن و خارجه بما يسهم في تعزيز مكانتها و تسليط الأضواء بصورة أدق على نشاطاتها.
2. الإسهام في تحسين صورة الجمعية الذهنية عبر استعراض ما تقدمه من خدمات جليلة و إنسانية للمعاقين ولأسوياء على حد سواء.
3. تطوير وتجديد الرسالة الإعلامية للجمعية وتحديثها بأقل تكلفة ممكنة.
4. تخفيض نفقات المطبوعات في الجمعية عبر إصدار بعضها إلكترونياً مثل: النشرة الإخبارية أو البيانات .
5. الاستفادة من الموقع في دعم و تسويق الحملات الإعلامية التي يمكن أن تنفذها الجمعية.

إجراءات وقواعد خاصة بالموقع الإلكتروني :

- حتى يتم الاستفادة المثلى من الموقع الإلكتروني الخاص بالجمعية ينبغي أن يراعي الموقع ما يلي:
- 1 -نشر الأخبار و التقارير التي تستعرض أنشطة و فعاليات الجمعية.
 - 2 -نشر البيانات المالية الخاصة بالجمعية بما يسهم في تعزيز مبدأ الشفافية.
 - 3 -نشر التقرير السنوي للجمعية بشقيه الإداري و المالي.
 - 4 -نشر نسخ إلكترونية من المطويات و المطبوعات المختلفة التي يمكن أن تنتجها الجمعية.
 - 5 -نشر وثائق مصورة من أفلام وثائقية تعدها الجمعية عن نشاطاتها و مشروعاتها أو مواد مصورة عن فعالياتها المختلفة.

- 6 - وضع عناوين لمؤسسات و جمعيات ذات علاقة بتخصص الجمعية من أجل تعزيز التواصل وخاصة مع المؤسسات الشريكة و الداعمة.
- 7 - الحرص على تصميم الموقع بصورة تتلاءم مع رسالته و أهدافه دون المبالغة في العناصر الفنية المستخدمة حتى لا يحدث تشتتاً لدى المستخدم.
- 8 - الحرص على الاستفادة من التغذية الراجعة من جمهور المستفيدين و المرتادين للموقع عبر إتاحة الفرصة لهم للرد والتعقيب على ما يحتويه الموقع من مواد وموضوعات مختلفة.
- 9 - مراعاة تحديث الموقع باستمرار وعدم تركه مدة طويلة بدون تحديث و تطوير حتى لا تنقطع أواصر العلاقة بين الجمعية و جماهيرها.
- 10 - الاهتمام بتسويق الموقع إلكترونياً من خلال مواقع أخرى سواء عن طريق الإعلان أو عبر المؤسسات الشريكة و الداعمة .

ملاحق الدليل :

الملحق رقم (1): نموذج عن خطة إعلامية تنفيذية للمؤسسة للعام 2010 :

م	وصف النشاط	الاحتياجات	فترة التنفيذ
1.	تغطية برامج وأنشطة الجمعية من خلال الموقع الإلكتروني www.elamal.ps ، بشكل دوري من خلال تزويده بالأخبار الموثقة بالصور .	- جهاز كمبيوتر بمواصفات عالية. - خط انترنت سريع وفعال .	على مدار السنة
2.	إعداد قائمة بأسماء مراسلي الصحف ووكالات الأنباء والإذاعات المحلية والتنسيق معهم عبر الاتصال المباشر والبريد الإلكتروني من أجل تعزيز العلاقة مع وسائل الإعلام لتيسير عملية نشر أخبار الجمعية في وسائلهم الإعلامية المختلفة.	- وسيلة اتصال تلفون وجوال وفاكس . - خط انترنت سريع	2009/12/01
3.	إعداد تقويم (رزنامة) سنوي للعام 2010 باسم الجمعية يوزع على المؤسسات الأهلية و الشركاء في المشاريع المختلفة و أفراد من المجتمع المحلي في إطار عملية التسويق.	التنسيق مع أي مطبعة لتصميم وطباعة الرزنامة .	2010/1/25
4.	إنتاج مطوية (بروشور) تعريفية بالجمعية وأنشطتها يتم توزيعها أثناء زيارة الوفود للجمعية مع إنتاج مطوية خاصة بكل برنامج يتم تنفيذه في إطار عمل الجمعية.	جهاز كمبيوتر . برنامج لتصميم المطبوعات. التنسيق مع مطبعة حسب الإمكانيات المتاحة	2010/2/15
5.	التواصل مع مدراء البرامج في تغطية الأنشطة اليومية في فرعي الجمعية ومتابعة تقاريرهم الشهرية أولاً بأول.	سرعة التعاون مع الدائرة الإعلامية وإبلاغهم بأي نشاط قبل تنفيذه	على مدار الشهر
6.	التواصل مع منسقي المشاريع لتغطية الأنشطة القائمة بها من خلال الموقع والوكالات الأخرى .	تعاون من قبل المنسقين ووجود وسائل اتصال جيدة	خلال فترة تنفيذ المشروع
7.	زيارة الإذاعات المحلية وتعريفها بطبيعة عمل الجمعية والتنسيق معها لتغطية كافة أنشطة وفعاليات الجمعية	نشرة تعريفية بالجمعية وأنشطتها وبدل مواصلات	مرة في بداية العام ودوريا كل 3

شهور	وكل المستجدات .
2010/2/20	8. زيارة خاصة لإذاعة فرسان الإرادة والتنسيق معهم للإعداد لبرنامج إذاعي يهتم بتغطية أنشطة الجمعية وبرامجها المختلفة.
بشكل ربعي علي مدار العام	9. إصدار نشرة غير دورية تتضمن كافة أنشطة وأخبار الجمعية على مدار الشهر أو حسب النشاط المنفذ.
بانتهاء العام تعد اسطوانة الجمعية . بانتهاء كل مشروع	10. إعداد ألبوم خاص بصور برامج ومشاريع الجمعية وتسميتها وحفظها بعدة نسخ مع ضرورة تحديث هذه الاسطوانات بشكل دوري .
شهريا	11. تصميم نموذج إعلامي ، لتوزيعه علي مدراء البرامج لتعبئته نهاية كل شهر ليتسنى لمدير الدائرة الإعلامية تغطية جميع الأخبار والأنشطة بشكل دائم .
على مدار العام	12. التنسيق مع المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وتزويدهم بموضوعات صادرة عن الجمعية تنشر لديهم .
على مدار العام	13. متابعة إصدار النشرات غير الدورية حسب النشاط ، وتصميم وطباعة الياقات الخاصة بالمشاريع .

الملحق رقم (2): نموذج من أخبار صحفية منشورة لمؤسسة أهلية:

جمعية الأمل لتأهيل المعاقين" تبدأ تركيب معينات سمعية للصم وضعفاء السمع

غزة - بدأت "جمعية الأمل لتأهيل المعاقين" برفح تنفيذ مشروع تركيب معينات سمعية للصم وضعفاء السمع في قطاع غزة بتمويل من "الإغاثة الإسلامية" البلجيكية وتنفيذ الإغاثة الإسلامية في فلسطين. ويهدف المشروع إلى التخفيف من معاناة ذوي الإعاقة السمعية في قطاع غزة من خلال توفير عدد من المعينات السمعية للصم وضعفاء السمع من سن يوم وحتى كبار السن مع مراعاة أن الأولوية للأطفال ووفقا لدراسة حالة يتم بموجبها تطبيق المعايير المطلوبة لتنفيذ المشروع. ويقدر اختصاصيون نسبة الذين يعانون من الإعاقة السمعية بنحو 1.5 في المئة من مجموع سكان قطاع غزة. وقال مدير عام برامج الجمعية درويش أبو شرح: "نسبة المشاكل السمعية ازدادت بنسبة 80 في المئة من مجموع المترددين على العيادة من كافة الفئات العمرية خاصة بعد الحرب الأخيرة على غزة نظرا لتأثير القصف وأصوات الانفجارات على المواطنين". وأكد أبو شرح على ضرورة تنفيذ مثل هذه المشاريع التي تخدم الصم وضعفاء السمع من ذوي الاحتياجات الخاصة وتساعدهم للتغلب على إعاقاتهم ودمجهم في مجتمع الأسوياء". و ينفذ المشروع على ثلاث مراحل يجري خلالها تركيب (125) معينة سمعية، في وقت يبدو فيه الحصول على سماعة أمرا غاية في الصعوبة "لارتفاع ثمنها الذي يبدأ من (1300) شيكل ويصل إلى (6000) شيكل حسب نوع وشكل السماعة ، ويسبب الحصار المفروض على قطاع غزة وقلة المشاريع التي تدعم تركيب السماعات "حسب هدى السوالمه مدير عيادة السمعيات بالجمعية. وأوضحت السوالمه أن المرحلة الأولى تتضمن تركيب (42) سماعة بدأ العمل في تركيبها مطلع شهر آب (أغسطس) وانتهت مطلع شهر تشرين الأول (أكتوبر) الجاري. وقالت: "يتم في هذه الأثناء تنفيذ المرحلة الثانية حيث التجهيز لعمل قوالب للمعينات السمعية لعدد (42) سماعة حيث تنتهي هذه المرحلة مع نهاية شهر تشرين الثاني (نوفمبر)". وتبدأ المرحلة الثالثة مع بداية العام القادم ليتم تركيب (41) سماعة وتنتهي هذه المرحلة مع انتهاء مدة تنفيذ المشروع مع نهاية شهر فبراير من العام المقبل 2010.

الملحق رقم (3): نموذج من أخبار صحفية منشورة لمؤسسة أهلية:

الإغاثة الطبية تنفذ مسح ميداني للمعوقين شمال غزة

غزة - نفذت جمعية الإغاثة الطبية الفلسطينية مسحا ميدانيا شاملا "من منزل إلى منزل" بحثا عن الأشخاص المعوقين في قرية أم النصر في شمال غزة من اجل تحديث البيانات الخاصة بالمعوقين وتسجيل الحالات الجديدة.

وقال مصطفى عابد مشرف برنامج التأهيل في قطاع غزة التابع لجمعية الإغاثة الطبية الفلسطينية: إن عملية المسح الميداني شملت كافة سكان القرية ، وأن المسح أضاف للبرنامج تسجيل 84 حالة إعاقة مختلفة جديدة من كافة أنواع الإعاقات.

وأشار عابد إلى أن نسبة الإعاقة في قرية أم النصر قدرت بنحو 2% من مجموع السكان البالغ عددهم نحو ثلاثة آلاف نسمة، موضحاً أن المسح بين أن نسبة الإعاقة الحركية وصلت إلى 35% من مجموع الإعاقات المختلفة في حين وصلت نسبة الإعاقات المتعددة إلى 29% .

يشار إلى أن نسبة البطالة في قرية أم النصر تتجاوز 80% حيث أن معظم الرجال كانوا يعملون داخل الخط الأخضر، وتعتبر هذه القرية من القرى المهمشة والحدودية التي تتعرض للاجتياحات المتكررة

من جانبه قال الدكتور عائد ياغي مدير البرامج بالإغاثة الطبية: "الإغاثة تولي اهتماما كبيرا لهذه المنطقة من النواحي الصحية والتأهيلية"، مشيراً إلى أنه يوجد عيادة طبية تقدم خدمات صحية مجانية وبرنامج التأهيل المجتمعي يقدم خدماته لشريحة المعوقين فيها.

وأفاد ياغي أن الإغاثة تعمل علي تمكين السكان المقيمين داخل القرية من اخذ حقوقهم الأساسية وخاصة الصحية، مطالباً بزيادة الخدمات المقدمة لأهالي قرية أم النصر

الملحق رقم (4): نموذج من بيان صحفي منشور لمؤسسات أهلية:

الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان تصدر نداء عاجل

حول الوضع في قطاع غزة

2009/1/4

مع بدء المرحلة الثانية من العدوان العسكري الإسرائيلي، مساء السبت 2009/1/3، والمتمثل بالاجتياح البري لقطاع غزة، والذي أدى، في أقل من يومين، إلى سقوط أكثر من (125) شهيداً معظمهم من النساء والأطفال، و (550) جريحاً.

تتوجه الهيئة ومن خلال هذا النداء العاجل إلى المجتمع الدولي ومؤسسات حقوق الإنسان الوطنية والأهلية، إلى ضرورة التحرك العاجل لوقف العدوان الهامجي على قطاع غزة. إن أعداد الشهداء الذين سقطوا منذ بدء العدوان وصل إلى (530) شهيداً وأكثر من (2500) جريحاً، الأمر الذي ينذر بوقوع المزيد من الشهداء والجرحى في حال استمرار هذا العدوان الغاشم . إن قوات الاحتلال المعتدية تخرق القانون الدولي الإنساني واتفاقية جنيف الرابعة بشأن حماية المدنيين وقت الحرب لعام 1949، وترتكب جرائم حرب وجرائم ضد الإنسانية الأمر يتطلب من الأطراف السامية المتعاقدة على الاتفاقية تحمل مسؤولياتها القانونية .

الهيئة ومن خلال هذا النداء العاجل تستنهض ضمائر الأحرار في العالم، وتدعوهم إلى التحرك العاجل والفعال لوقف هذا العدوان الوحشي عبر الضغط على المسؤولين وصناع القرار في بلدانهم، للتحرك والضغط على دولة الاحتلال للتوقف عما ترتكبه من مجازر، تحت ذرائع واهية لا تستند إلى أي قانون .

وعليه فإننا في الهيئة نتوجه ونطالب:

- 1 / الأطراف السامية المتعاقدة على اتفاقية جنيف الرابعة الوفاء بالتزاماتها الواردة في المادة الأولى من الاتفاقية، والتي تتعهد بموجبها بالضغط على حكومة إسرائيل لضمان احترامها للاتفاقية.
 - 2 / المجتمع الدولي إلى اتخاذ مواقف واضحة وحازمة تدين به العدوان وتتخذ ما يلزم من إجراءات لوقف هذا العدوان فوراً، ورفع الحصار وفتح المعابر .
 - 3 / السلطة الوطنية الفلسطينية إلى تحمل مسؤولياتها بالطلب رسمياً من جمهورية مصر العربية لفتح معبر رفح لإدخال المساعدات الإنسانية والطبية.
 - 4 / ضرورة حماية أماكن العبادة والمستشفيات والمساكن الخاصة من أية اعتداءات إسرائيلية، من خلال إصدار مواقف واضحة وصریحة من الصليب الأحمر والمنظمات الدولية العاملة في قطاع غزة
- الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان**

الملحق رقم (5): نموذج من بيان صحفي منشور لمؤسسة أهلية:

في ذكرى يوم الطفل العالمي و ذكرى اليوم العالمي لضحايا العنف من الأطفال الأبرياء "أنقذوا أطفال فلسطين"

3 يونيو 2009

تمر الذكرى السنوية ليوم الطفل العالمي و ذكرى اليوم العالمي لضحايا العنف من الأطفال الأبرياء في الوقت الذي ما زال يتعرض فيه الأطفال الفلسطينيين لشتى أشكال ممارسات العنف على يد قوات الاحتلال الإسرائيلي أخطرها الحصار المشدد المفروض على قطاع غزة والحرب المدمرة التي شنت ضد القطاع لمدة 22 يوماً والتي راح ضحيتها حوالي 1417 فلسطيني بينهم حوالي 313 طفل وجرح حوالي 5303 بينهم 1606 طفل.

وقد أدت هذه الحرب إلى زعزعة الصلادة النفسية للأطفال الفلسطينيين مما قد يجعلهم عرضة للعديد من المشاكل النفسية والاجتماعية على مدار أجيال قادمة.

وفي هذا الشأن يؤكد برنامج غزة للصحة النفسية على حقيقة أن هؤلاء الأطفال الفلسطينيين الأبرياء هم ضحايا العنف الإسرائيلي بشتى أشكاله من قتل وجرح و سجن وفقدان وحصار اقتصادي ومادي. وقد أدى تراكم هذه الأشكال المختلفة من العنف وتعرض الأطفال الفلسطينيين للتجارب الصادمة إلى ظهور ردود أفعال نفسية وسلوكية سلبية لدى هؤلاء الأطفال بشكل يهدد سلامتهم النفسية بصورة كبيرة. وتؤكد نتائج الدراسات البحثية التي قام بها البرنامج عن وجود علاقة بين العنف وتأثيراته الصادمة من جهة وسلوك الأطفال السلبي وعلى طريقة تفكيرهم فيما يتعلق بالسلم السياسي والاجتماعي من جهة أخرى. ففي دراسة أجراها البرنامج بعد الحرب الأخيرة على غزة بعنوان "مدى تأثير الحرب على الصحة النفسية للأطفال في قطاع غزة" وكانت النتائج كالتالي:

- 66.6% من الأطفال ظهرت لديهم بعض أعراض القلق والمخاوف النفسية.
- 42.0% من الأطفال يتوقعون حدوث أحداث مشابهة لما مروا به وعاشوه.
- 36.4% من الأطفال يشعرون بالانزعاج والتوتر عندما يتعرضون لمشاهد تذكرهم بأحداث الحرب.
- 98.5% منهم لم يشعروا بالأمن أثناء فترة الحرب لشعورهم بالعجز عن حماية أنفسهم وعجز الآخرين عن حمايتهم.
- 61.5% من الآباء أشاروا إلى ظهور سلوكيات غير اعتيادية لدى أطفالهم (وذلك من قبيل البكاء المستمر، وعدم القدرة على البقاء في مكان محدد لفترة طويلة).
- 40.6% من الآباء عبروا عن مشاكل لدى أطفالهم مع الأقران.
- 82.1% من الأطفال عبروا عن اقتناعهم بأن غزة مكان غير آمن.

- 73.5% من الأطفال كانت لديهم مخاوف من استهدافهم بالقتل.
- 76.6% من الأطفال وقعوا أسرى لمخاوفهم من تكرار ما حدث لهم خلال الحرب.

إننا في برنامج غزة للصحة النفسية نؤكد على أهمية أن يعبر المجتمع الدولي اهتماماً خاصاً بالأطفال ضحايا العنف في فلسطين خاصة بعد الحرب الإسرائيلية على غزة. ونؤكد أيضاً على أن تجاهل مثل هذه القضايا يعتبر انتهاكاً لاتفاقية حقوق الطفل وعنفاً غير مباشر ضد الأطفال. وبهذه المناسبة ندعو المجتمع الدولي ومنظمات الأمم المتحدة ومنظمات حقوق الإنسان في العالم إلى تحمل مسؤولياتها والضغط على إسرائيل كدولة محتلة لوقف عدوانها المتصاعد ضد الفلسطينيين وإلزامها بقواعد القانون الدولي ورفع الحصار وإعادة فتح المعابر والسماح بحرية حركة البضائع والأدوية والتي عادة ما يكون الأطفال والمرضى أكثر المتضررين من نقصها، كما ندعو مؤسسات المجتمع الدولي لضمان الإفراج عن الأطفال الأسرى في سجون الاحتلال والذين يبلغ عددهم حوالي 246 طفلاً. إن المجتمع الدولي مطالب أن يعمل بإخلاص من أجل إيقاف كل أشكال العنف المباشر على الأطفال في فلسطين والعالم وكذلك مراقبة وتوثيق كل الاعتداءات عليهم. وأيضاً دعم برامج التأهيل النفسية والاجتماعية من أجل تمكين الأطفال ودمجهم من جديد في المجتمع لضمان حقهم في الحماية من العواقب السلبية للعنف من أجل الحفاظ على سلامتهم النفسية والاجتماعية وتمتعهم بمستقبل أفضل. ويجب أن يكون معلوماً أن الخبرات الصادمة والعنف الذي يتعرض له أطفال فلسطين نتيجة العدوان الإسرائيلي المتواصل من قصف وقتل وتدمير تؤثر سلباً على استجابتهم لأفكار السلام وتهدد مستقبل التعايش السلمي بين الشعوب و تهدد الأمن والاستقرار في المنطقة بشكل عام.

برنامج غزة للصحة النفسية

الملحق رقم (6): نموذج من تقارير سنوية للمؤسسة:



جمعية الأمل لتأهيل المعاقين

التقرير السنوي

للعام 2009

الملحق رقم (7): نموذج لخطة اتصالات شاملة

من الفئات المستهدفة	الهدف من الاتصال بهم	ما رسالتك لهم؟	ما الأدوات التي ستستخدمها؟	متى وأين ستتواصل معهم؟	تكلفة تقديرية	المسئول عن الاتصال	تقييم النتائج/ ملاحظات
الفئات الرئيسية: - - - - الفئات الثانوية: - - - -							

الملحق رقم (8): عناوين مؤسسات إعلامية للمراسلة و التغطية الإخبارية:

عناوين مؤسسات إعلامية للمراسلة و التغطية الإخبارية :

Web site	مواقع إخبارية إلكترونية
khadra@maannews.net may@maannews.net	وكالة معا الإخبارية
ypress78@hotmail.com	وكالة الصحافة الفلسطينية "صفا"
edit@wafa.ps	وكالة الأنباء الفلسطينية "وفا"
samanews.agency@gmail.com info@samanews.com	وكالة سما الإخبارية للأنباء
Web site	الصحف الفلسطينية اليومية
almajd_press@yahoo.com Almajd2003@hotmail.com	صحيفة القدس (محسن الإفرنجي)
mohammedabed10@hotmail.com mohammed_abed27@yahoo.com	صحيفة الأيام (محمد البابا)
hassandouhan@yahoo.com	صحيفة الحياة الجديدة (حسن دوحان)
ma785med@hotmail.com edit@felesteen.ps	صحيفة فلسطين (محمد الدلو)
Web site	مواقع إلكترونية لمؤسسات أهلية (لنشر الأخبار)
www.masader.ps	البوابة الفلسطينية للمؤسسات الأهلية
www.pngoportal.ps	شبكة المنظمات الأهلية الفلسطينية

← مواقع إلكترونية تهتم بنشر الأخبار :

omog@googlegroups.com
omogpalestine@gmail.com

شبكة عمق