

# 100

## فكرة ووسيلة وطريقة

لقسم العلاقات والإعلام

بالجهات الدعوية والخيرية والاجتماعية

جمع وإعداد  
مجموعة تواصل بمحافظة الرس





- المقدمت
- أهمية الإعلام
- أفكار ومقترحات للجان العلاقات
- أفكار ومقترحات للجان الإعلام
- مقترحات للحملات القيمية
- مقترحات لنجاح الرسائل الإعلامية
- أماكن التوزيع المقترحة
- متطلبات لجان العلاقات والإعلام
- تنبيهات أخيرة
- الخاتمة

## المقدمت

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله .. وبعد

إلى الأخوة العاملين في القطاع الخيري وأخص منهم العاملين في لجان العلاقات والإعلام أقدم لهم هذا المجهود المتواضع الذي أضعه بين أيديكم .. سعيت بعد توفيق الله لي في إعدادها رغبة مني في إهدائها لكم ومشاركتكم الأجر.. فبإمكانكم اختيار المناسب لكم حسب القدرة.. فربما تكون مناسبة وتجدون فيها بغيتكم فهذا ولا شك من فضل الله علي وإن لم تكن كذلك فحسبي أنني مجتهد .. آملا من الله عز وجل أن يكون في ذلك الفائدة المرجوة إنه ولي ذلك والقادر عليه وصلى الله على نبينا محمد .

أبو سليمان  
0505287641

## أهمية الإعلام

الإعلام ، وهو الوسيلة العصرية المؤثرة في البلاغ والقادرة على شرح ما يراد شرحه بوسائل متعددة فأجهزة الإعلام في هذا العصر تشكل أداة مؤثرة في البلاغ مقنعة للأفكار سواء عن طريق الكلمة المكتوبة أو الشريط أو الإذاعة المسموعة أو الصورة المرئية ، أو الإعلان المنشور، فتأثيره على المجتمعات في اطراد مستمر ، بسبب تطور أساليبه العلمية وابتكاراته الجديدة ومؤثراته المتنوعة، هذا بالإضافة إلى طول ملازمته لهم في حلهم وترحالهم ، لأنه يخاطبهم في أوقات فراغهم الذي يملكونه ، وهو يوازي ضعف وقت عملهم على الأقل ، فيصل إليهم بأساليب تشدهم وتأسرهم ، ولاسيما الصورة المعبرة ، فيخضعون لتأثيرها ، وما دام الإعلام إسلامياً يقوم بالدعوة إلى الخير والبر ، فهو لا يخرج عن إطار مفهوم العبادة في الإسلام، وهذا ما يجب أن يعتقده المسلم الحق ويسير عليه إن الهاجس الإنساني يجعلنا ننوه إلى ضرورة دعم النشاط الخيري عبر الجهات الخيرية، وأهمية الدور الإعلامي والرؤية الاستراتيجية، بهدف تحقيق الانتشار الإعلامي وتأكيد الحضور المميز في ذهن المتبرعين والمستفيدين والمجتمع.

والأداء الإعلامي للجمعيات يشوبه قصور واضح، وهذا يعني أن النشاط الفعلي في الاتصال بالناس داخل المجتمع ضعيف جداً، بينما المطلوب أداء إعلامي نشط بارز. وسبب ضعف إعلام الجمعيات هو قلّة إيرادات بعضها، بما ينسحب على ضعف الدعم المادي لبرامجها، وحول الدور الإعلامي نحتاج لرجال ووسائل الإعلام المختلفة لنقل الدور الإنساني والنبيل الذي تقوم به الجمعية.

٣

## أهمية الإعلام

هناك مسؤولية دينية وتوعوية للإعلام يجب أن تراعى لخدمة المجتمع وخاصة الأعمال الخيرية، فإذا وجدت هذه المسؤولية من الجانبين ( الوسائل الإعلامية والجمعيات الخيرية ) فإن ذلك سوف يثمر - بإذن الله عز وجل - إلى علاقة تكاملية بين هاتين المؤسساتين لخدمة المجتمع المسلم، وقد أصبحت هذه العلاقة من الضرورة بمكان، «الإعلام مقصر بحق الجمعيات الخيرية التي تقدم خدماتها لفئات محدودة تحتاج للسند» داعياً ذوي الخبرة في المجال الإعلامي للالتحاق بهذه البرامج لتفعيلها.

ونأمل باتخاذ آليات إعلامية تنسجم مع الأهداف المرسومة والجمهور المستهدف، إن ذلك قد يخدم القارئ ويتيح إمكانية الاحتفاظ بالرسائل الإعلامية والرجوع إليها في كل الأوقات، وإن الآلية المناسبة التي يجب أن تتبعها الجهات الخيرية في الأداء الإعلامي هو أن تنشئ مؤسسات إعلامية خاصة بها، وتشمل الأعلام بأنواعه المقروء والمسموع والمرئي، مطالباً ببذل رؤوس أموال ، إلى جانب وضع خطط مادية وإعلامية بعيدة المدى إضافة إلى التخطيط.

وجدير بأهل الفكر والدعوة أن يعلموا الناس بحاجة إخوانهم المسلمين ، إقتداء برسولهم محمد صلى الله عليه وسلم - كما أنه يجدر برجال المال والأعمال أن يبذلوا من أموالهم في ميدان الخير كما بذل سلفهم الصالح من أمثال أبي بكر الصديق ، وعثمان بن عفان وعبد الرحمن بن عوف وأبي طلحة ، وأبي الدرداء رضي الله عنهم أجمعين .

٤

### 1. الهدف

( حدد أهدافك قبل بداية العمل )

### 2. فريق العمل

( كون لك فريق عمل يساعد ونك على تنفيذ أهدافك )

### 3. التطوير والتدريب

( طور ودرّب فريق العمل بدورات تدريبية مثل : مهارات التواصل -

مهارات التعامل - مهارات الحوار ... )

### 4. التخطيط

( خطط - نظم - وجه - تابع ) في سبيل إتمام العمل على الوجه المراد .

### 5. الخبرات والتجارب

( اقم لقاء فصلي بين أقسام العلاقات في الجهات الخيرية في المنطقة لتبادل

التجارب والخبرات وكل ما هو جديد .. )

### 6. دفتر الزيارات

( أحرص على توفير دفتر للزيارات ومن أهدافه كتابة التزكيات ... ) .

5

### 7. التواصل

( وفر عنوان متكامل للجهات الخيرية :

هاتف - الهاتف المجاني 800 - الهاتف الموحد 92 - فاكس - جوال - صندوق

بريد بريد الكتروني - موقع الكتروني - رسم كروكي للموقع - حسابات

بنكية ... ) وجميع سبل التواصل الحديثة ..

### 8. اللقاءات

نسق لقاءات سنوية وذلك مع :

• **الأئمة والمؤذنين والخطباء** ( يطرح لهم تقارير للتعرف على المشاريع

ليكونوا حلقة وصل بينهم وبين المجتمع ولأخذ آراءهم ومقترحاتهم ولسد الفجوة

التي بينهم وبين الجهة الخيرية ... )

• **الإعلاميين** ( يطرح لهم تقارير للتعرف على المشاريع ليكونوا حلقة وصل بينهم

وبين المجتمع ولأخذ آراءهم ومقترحاتهم ولسد الفجوة التي بينهم وبين الجهة

الخيرية ... )

• **الموظفين والمتعاونين ومجلس الإدارة** ( لمناقشة العقبات وإيجاد الحلول وإبداء

الآراء والمقترحات ولسد الفجوة التي بينهم ... )

• **لقاء مفتوح لجميع شرائح المجتمع** ( يطرح لهم تقارير للتعرف على المشاريع

ولأخذ آراءهم ومقترحاتهم ولسد الفجوة التي بينهم وبين الجهة الخيرية ... )

6

### 9. الدليل الداخلي

( إصدار دليل أرقام لمنسوبي الجهة الخيرية من موظفين ومتعاونين يحدث كل سنة ويوزع على كل الأقسام ... )

### 10. دليلك

( إصدار دليل تواصل لجميع الجهات الخيرية ذات الصلة ويحدث بين الحين والآخر .... يبين فيه الهاتف - الهاتف المجاني - الهاتف الموحد 800 92 فاكس - جوال - صندوق بريد - بريد الكتروني - موقع الكتروني - حسابات بنكية .... ) وجميع سبل التواصل الحديثة .

### 11. المشاركة في جميع المناسبات

- على مستوى القطاع الحكومي والخاص والخيري في مناسباتهم ...
- على مستوى الموظفين والمتعاونين في مناسباتهم ... ( برسائل الجوال ) .
- لجميع شرائح المجتمع في مناسبة الأعياد وشهر رمضان ... وغيرها ( برسائل جوال ، وغيرها من الوسائل ) .

### 12. المعايدة

( إعداد حفل معايدة لمنسوبي الجهة الخيرية .. )

٧

### 13. الزيارات

( مخاطبة المدارس والحلق لفتح باب الزيارة لهم للاطلاع على المشاريع والتعريف بالجهة الخيرية ... )

### 14. رفع الهمم

( ويكون بتكريم الموظفين المتميزين والمتعاونين والداعمين ... )

**الإعلام والعلاقات العامة في الجهات الخيرية .**  
إن هناك خلطاً ملموساً في التفرقة بين الإعلام والعلاقات العامة، بالرغم من أن العلاقات العامة قد تؤدي وظائفها مستخدمة بعض أدوات الإعلام ووسائطه إلا إنها ليست هي الإعلام.

### 1. الهدف

( حدد أهدافك قبل بداية العمل .. )

### 2. فريق العمل

( كون لك فريق عمل يساعدونك على تنفيذ أهدافك .. )

### 3. التطوير والتدريب

(إسعى بتطوير وتدريب فريق العمل بدورات تدريبية مثل: التصوير الفوتوغرافي - إخراج الفيديو - تصميم مواقع النت - البريد الإلكتروني - كتابة التقارير والتحرير الصحفي - برامج التصميم .. الفلاش والبوربوينت والفوتوشوب والوورد وغيرها من برامج الحاسب ... )

### 4. التخطيط

( خطط - نظم - وجه - تابع ) في سبيل إتمام العمل على الوجه المراد .

### 5. الرعاية

( ابحث عن داعم لك ماديا .. )

### 6. المناقصة

(أطرح مناقصة بين المصممين والمطابع لتنفيذ أعمالك .. )

٩

### 7. الشعار

( حدد شعاراتك أثناء الإعلان ... )

### 8. التجارب والخبرات

( أقم لقاء فصلي بين أقسام الإعلامية في الجهات الخيرية في المنطقة لتبادل التجارب والخبرات وكل ما هو جديد .. )

### 9. تواصل

( ضع عنوان متكامل للتواصل مع الجهة الخيرية في جميع إعلاناتك ) هاتف - 800 الهاتف المجاني - 92 الهاتف الموحد - فاكس - جوال - صندوق بريد - بريد إلكتروني - موقع إلكتروني - رسم كروكي للموقع - حسابات بنكية .

### 10. دفتر الزيارات

( أستعن بدفتر الزيارات بكتابة التذكيات أو مما قيل أو كتب عبر وسائل الإعلام خلال التقارير والإعلانات ... )

### 11. اللقاءات

( نسق عدة جلسات تعرض فيها ما لديك من تقارير ومشاريع واستقبال الاستفسارات والملاحظات والمقترحات مع عدة شرائح : الأولى الإعلاميين في الصحف والمجلات والتلفاز والإذاعات والمواقع الإلكترونية .... - الشريحة الثانية الخطباء والأئمة والمؤذنين والدعاة .. - والثالثة كافة شرائح المجتمع .. )

١٠

### 12. موقع الكتروني

( صمم موقعا واعرض فيه جميع ما لديك ... من تقارير وأخبار وإعلانات وأرقام للتواصل ويوضع به مواقع متخصصة بنفس المجال ... )

### 13. المجموعات البريدية

( كون مجموعة و ذلك بجمع إيميلات بريدية وتتم مراسلتهم بالتقارير والأخبار والاستفادة من المجموعات البريدية التي تحتوي على شريحة كبيرة من المشتركين ... )

### 14. الصفحات الاجتماعية

( الاستفادة من الصفحات الاجتماعية المجانية الفيس بوك والتويتر والقوغل بلس واليوتيوب ... )

### 15. قناة دعوية وخيرية

( استفد من موقع اليوتيوب بإصدار بعض العروض المرئية التي تحقق أهداف الجهة الخيرية .. )

### 16. النقل المباشر

( استفد من بعض البرامج والمواقع التي تبث برامج الجهات الخيرية والاحتفالات والمناسبات لنقل الحدث لأكبر شريحة لمن داخل البيوت وخارج المنطقة .. )

### 17. رسائل الجوال

( ويكون ذلك بجمع أرقام الجوال والتواصل وإرسال الجديد عن طريق بعض المواقع .. )

### 18. المنتديات

( استغل المنتديات بكتابة التقارير والأخبار والإعلانات والمواضيع المتعلقة بالجهة الخيرية )

### 19. الصحف الالكترونية

( استفد من الصحف وذلك باستغلالها بكتابة التقارير والأخبار والإعلانات والمواضيع المتعلقة بالجهة الخيرية )

### 20. الإعلان المجاني

( استغل بعض المواقع التي تقدم الإعلان المجاني للجهات الخيرية والدعوية )

### 21. التبادل الاعلاني

( قم بخاطبة إدارات المواقع بالتبادل الاعلاني بوضع بنر لرابط الموقع للجهة الخيرية .. )

### 22. الاستفادة من بعض المواقع

( المتطوع العربي - رابطة الجرافكس الدعوي - رجال الإسلام - نساء الإسلام ) وتتميز هذه المواقع بمساعدة أهل الخير مجاناً بعمل التصاميم بجميع أنواعها وبرامجها .. )



### 23. المجلة الدورية

( أصدر مجلة ويقترح أن تكون دورية شهرية أو كل ست أشهر أو سنوية وتحتوي كل ما يتعلق بالجهة الخيرية من أخبار ومشاريع وتقارير وأخبار وبعض المواضيع التي تحقق الأهداف ... )

### 24. الشريط أو cd

( إصدار شريط سمعي أو مرئي أو سيدي .. ) وتكون المادة الموجودة تخدم أهداف المؤسسة الخيرية .

### 25. القنوات الفضائية

( أعلن بالقنوات الفضائية ) ويكون ذلك بعدة طرق إما عن طريق الإعلانات أو بعض برامج التغطيات أو رعاية برنامج أو عن طريق شريط القناة .... )

### 26. الإذاعة

( أعلن عن طريق الإذاعة مثل إذاعة القرآن في برنامج بك أصبحنا أو غيرها ... )

### 27. الصحف والمجلات

( أعلن عن طريق الصحف والمجلات بالإعلانات أو كتابة التقارير والتغطيات والأخبار .. )

١٣

### 28. الجوال

( أعلن عن طريق الجوال ) ويكون ذلك إما برسائل نصية أو الرسائل التبادلية أو الوسائط أو خدمة البلوتوث أو خدمة صدى أو البلاك بيري و برامج الأيضون أو خدمة البلوتوث (بلوكونكت) أو غيرها ... )

### 29. الفواتير

( أعلن عن طريق فواتير الخدمات مثل ( فواتير الكهرباء والجوال ... )

### 30. صندوق البريد

( ضع إعلانك عن طريق صناديق البريد بالاتفاق مع البريد السعودي )

### 31. صناديق الصحف

( ضع إعلانك عن طريق صناديق الصحف والمجلات بالمنازل ويكون التنسيق مع شركة التوزيع .. )

### 32. أماكن الانتظار

( استغل وضع التقارير في أماكن الانتظار في القطاع الحكومي والخاص والخيري والأماكن العامة ... )

### 33. لوحات الشوارع

( ضع إعلانك في لوحات الشوارع التلفزيونية والمتحركة والمضيئة والثابتة والمعلقة ولوحات مداخل ومخارج المدينة ... )

### 34. المساجد

( ضع إعلانيك في لوحات المساجد ... )

### 35. الإعلان المتحرك

( ضع إعلانيك بوسائل النقل مثل الباصات بوضع ملصقات عليها )

### 36. القافلة الإعلامية

( قم بقافلة إعلامية وذلك بعد التنسيق مع الجهات المختصة تسير هذه القافلة في الشوارع وتوزع الإعلانات والتقارير ... )

### 37. المركز الإعلامي

( أنشئ كشك صغير للجهة الخيرية لتوزيع الإعلانات والتقارير واستقبال التبرعات ويكون ذلك باختيار مكان مناسب في أحد الأسواق أو الطرق المشهورة ... )

### 38. جدار المبني

استفد من جدار مبني الجهة الخيرية إعلاميا ..

### 39. المعرض المتحرك

( جهز معرضاً باستندات ويكون محتواها يحقق أهداف المؤسسة الخيرية )

### 40. المعارض

شارك بالمعارض مثل : معرض كن داعيا - معرض الكتاب -  
المخيمات - ومعارض حملات القطاع الحكومي والخاص والخيري.

### 41. قم برعاية بعض الأنشطة أو المخيمات أو البرامج والمشاريع

### الاجتماعية .

### 42. المسابقات

قم بطرح مسابقات تحقق بها أهدافك ، وتستهدف ميول أكبر شريحة من المجتمع  
مثال ( أفضل تصميم .. أفضل فكرة .. أفضل شعار .. تعريفية بالجهة الخيرية .. )

### 43. الأكياس

( قم بالاتفاق مع أصحاب المحلات بوضع إعلان للجهة الخيرية على الأكياس -  
مع مراعاة عدم كتابة الآيات والأحاديث عليها - )

### 44. المطبوعات الصغيرة

( تتميز هذه المطبوعات بقلتها تكلفتها مثل الأدوات المدرسية من جداول وأقلام  
ومساطر .. الأدوات المكتبية مثل المظاريف والملفات والمدونات ... والمطبوعات  
الموسمية مثل التقويم والمفكرة وإسكيت رمضان ... الكروت الشخصية  
ودعاء السفر ووقفات التلاوة وحافظات لبطاقات الصرافة والبالونات ... )

#### 45. التبادل الإعلاني

قم بالاتفاق مع بعض المؤسسات الخيرية بوضع إعلاناتك بمطبوعاتها.

#### 46. الاستبانة

( قم بتوزيع استبانته على عدة شرائح بالمجتمع تتضمن الوسائل الإعلامية المستخدمة ومدى نفعها وجذبها والتعريف بالمؤسسة الخيرية )

#### 47. الترجمة

(من شرائح المجتمع الجاليات المسلمة فمن حقها التواصل معها وذلك بترجمة بعض المطبوعات بالتعاون مع مكاتب توعية الجاليات ..

#### 48. التقرير السنوي

( أخرج تقريراً سنوياً عن كل ما نفذ خلال العام .. )

#### 49. التوثيق

( وثق أعمالك وإن مما يؤسف له ضياع الكثير من المعلومات والأحداث والمواقف التاريخية المتصلة بمؤسسات العمل الخيري نظراً لضعف وقلّة العناية بالتوثيق التاريخي والأرشفة الإلكترونية داخل بعض قطاعات العمل الخيري كما أن انشغال قيادات العمل الخيري بالعطاء والعمل والبذل أدى في حالات كثيرة إلى عدم امتلاكهم للوقت والآليات التي تساعدهم على نقل خبراتهم وتجاربهم للأخرين . )

#### أماكن التوزيع المقترحة:

- الجوامع (صلاة الجمعة)
- المساجد
- المنازل
- نقاط التفتيش
- الإشارات المرورية
- الأسواق الكبيرة
- المدارس والحلق والدور
- والمراكز التربوية ..

#### متطلبات اللجنة الإعلامية:

- كاميرة تصوير رقمية
- كاميرة تصوير فيديو
- حاسب آلي وطابعة
- بروجكتر وشاشة عرض
- تلفاز
- مسجل
- جهاز فيديو و dvd
- جهاز أستديو صوتي

## مقترحات للحملات القيمية (1)

- (التخطيط - التنظيم - التوجيه - الرقابة) في سبيل إتمام العمل على الوجه المراد .
- إقامة المحاضرات والدروس ومجالس العشاء وكلمات ما بعد الصلاة والندوات واللقاءات والدورات ( بالتعاون مع مكتب الدعوة والإرشاد ) .
- العمل على الاستفادة من جميع الوسائل العلمية ( الدراسة ، البحث ، الاستبيانات ، الاستشارة ) من أجل تحقيق أهداف الحملة بالتعاون مع مركز رؤية للدراسات .
- حث الخطباء على التحدث عن الحملة ( بالتعاون مع إدارة الأوقاف ) .
- تفعيل الحملة بالمدارس ( بالتعاون مع إدارة التربية والتعليم بنين وبنات ( والكليات والمعاهد والحلقات والدور والسجون ودور الملاحظة ... ) .
- مخاطبة الدوائر الحكومية والقطاع الخاص للتفاعل مع الحملة .
- إيصال أهداف الحملة لغير المتحدثين بالعربية ( بالتعاون مع مكتب دعوة وتوعية الجاليات ) .
- مخاطبة التسجيلات والمكتبات ومعرض الوسائل لتوفير أركان تخدم أهداف الحملة .
- الاستفادة من جميع وسائل الإعلام السمعية والمرئية والمقروءة ( الإذاعات و القنوات والجرائد والمجلات ... وغيرها ( بتغطية الحملة ) .

١٩

## مقترحات للحملات القيمية (2)

- الاستفادة من العروض السمعية والمرئية ( الفيديو ، الحاسب ، الـ DVD ، المسجل ... ) .
- إنشاء موقع للحملة وكتابة المواضيع وتقارير تحقق أهداف الحملة ...
- تعليق الملصقات والبنرات التوعوية الخاصة بهذه المناسبة في أماكن مختلفة .
- تفعيل خدمات الجوال من رسائل ووسائط والبلوتوث لخدمة الحملة وبرامج الأيفون .
- تفعيل الخط الساخن ( للاستشارات والملاحظات والاستفسارات ... ) .
- توفير صندوق استقبال المشاركات والأسئلة والفتاوى والاقتراحات ....
- يقترح توزيع الكتب والأشرطة والمطويات والكتيبات التوعوية .
- الإشراف على المساجد والتأكد من جودتها ومحاولة تكميلها .
- توثيق ما تم تنفيذه ( تقارير - إحصاءات - تصوير - اجتماعات ) للاستفادة منها في مناسبات قادمة مع بيان السلبيات والإيجابيات وأبداء المقترحات (

**الأحقية بوصول الإعلان لهم ( منسوبي الجهة الخيرية ..**  
الداعمين .. مدراء الدوائر الحكومية .. المشائخ وطلبة العلم  
والأنتم والمؤذنين .. الجمعيات والمكاتب الخيرية والدعوية على  
مستوى المنطقة والمملكة ..

٢٠

- الاستفادة من التقنيات الحديثة .
- البحث عن داعم لهذا المشروع .
- الاستفادة من القنوات الفضائية .
- تفعيل الحملة في مواقع النت .
- تكريم المشاركين والداعمين .
- إقامة معرض توعوي مصاحب للحملة .
- إقامة المسابقات بشتى أنواعها .

**مقترحات لنجاح الرسائل الإعلامية للجهات الخيرية:**

- التنوع في بث الرسائل الإعلامية من وسيله إعلاميه إلى أخرى .
- اختيار المادة الإعلامية التي تحقق هدف الجمعية قبل بثها إعلاميا .
- استغلال الأحداث اليومية في بث الرسائل والمواد الإعلامية المختلفة .
- اختيار الأوقات المناسبة لبث الرسائل الإعلامية .

- أطلق حملتك في أفضل الشهور
- زد دائما من كمية مطبوعاتك
- لكي تستفيد من خفض التكلفة .
- مراعاة عدم كتابة الآيات والأحاديث على بعض المطبوعات .

## مهمة الإعلام - أسباب القصور

### مهمة الإعلام بالنسبة للعمل الخيري .

1. التعريف بالعمل الخيري ومجالاته .
2. التصدي للحملة المعادية التي يتعرض لها .
3. إبراز الدور الرائد الذي قام بها العمل الخيري في دعم المسيرة الإنسانية .
4. تجميع الطاقات العاملة فكراً وثقافةً وعلماً وقوة بشرية وحشدها في سبيل دعم وخدمة العمل الخيري .

### أسباب القصور الإعلامي في الجهات الخيرية .

1. نقص الخبرة .
2. عدم وجود الموارد الإعلامية .
3. ضعف الإمكانيات والتخطيط .
4. غياب المفهوم الشامل للعمل المؤسسي .
5. توهم التعارض بين الإخلاص ونشر الأخبار والأفكار والمشروعات .
6. الاعتقاد بأن العمل الإعلامي يعني التزيين والمبالغة أو الكذب .
7. عدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية العمل الإعلامي .
8. ضعف توظيف الإمكانيات الإعلامية الموجودة .
9. القيام بالعمل الخيري على أنه هواية لا مهنة .

### وأخيرا ..

أقول إن كل الطامحين للتجديد والإبداع في المجال الإعلامي داخل القطاع الخيري يدركون أن ثمة صعوبات حقيقة قد تعترض سبيلهم عند سعيهم لتحقيق غايتهم وأن بعض الصعوبات يمكن تجاوزه بالحكمة والمصابرة والتخطيط السليم وأن بعضها الآخر بحاجة إلى تضافر جهود أكثر من مؤسسة للتغلب عليها وإن قليل من هذه العقبات لا يملك القطاع الخيري ورجالته الصلاحيات الكافية للتعامل معه وحدهم نظرا لتداخله وتقاطعه مع أعمال ومسؤوليات وصلاحيات مؤسسات المجتمع الأخرى ولكن الأمل بالله كبير .