

الفصل الأول

1. العنوان المقترح

"اسهام العلاقات العامة في تعزيز المسؤولية المجتمعية تجاه مكافحة عمالة الأطفال ودعم العملية التعليمية في سوريا: دراسة ميدانية على المنظمات غير الحكومية"

2. مقدمة الدراسة

تُعد ظاهرة عمالة الأطفال من أخطر التحديات التي تواجه المجتمع السوري في الوقت الراهن، إذ تعكس الأزمات الاقتصادية المستمرة والنزوح المتزايد أبعاداً اجتماعية وإنسانية معقدة تؤثر على نمو الأطفال وتعليمهم ومستقبلهم بشكل مباشر. وفي هذا السياق، تبرز أهمية دور العلاقات العامة ليس فقط كأداة لتحسين صورة المنظمات، بل كآلية استراتيجية لإدارة حملات توعية فعالة تهدف إلى تغيير السلوك المجتمعي وتعزيز الوعي بأهمية التعليم للأطفال. فالعلاقات العامة تسهم في حشد الموارد المادية والبشرية اللازمة لهذه المبادرات، وبناء جسور الثقة والتواصل مع الأسر والمجتمعات المحلية، بما يمكن من إقناع الأهالي بأولوية التعليم على العمل، وإبراز الفوائد الطويلة الأمد للتعليم على حياة الأطفال ومستقبلهم المهني والاجتماعي. كما تلعب هذه الاستراتيجيات الاتصالية دوراً محورياً في توظيف الوسائل الإعلامية المتنوعة، والرموز الثقافية، والشراكات المجتمعية، لضمان وصول الرسائل بطريقة مؤثرة ومستدامة، ما يعزز من قدرة المبادرات على تحقيق نتائج ملموسة في الحد من عمالة الأطفال وتحسين فرص التعليم ضمن بيئات عالية الخطورة.

3. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التحديات المتزايدة التي تواجه المجتمع السوري في مجال حماية الأطفال، نتيجة للفقوة المتسعة بين أعداد الأطفال المتسربين من المدارس وإمكانيات المبادرات المجتمعية على احتوائهم وإعادة دمجهم في النظام التعليمي. فقد أدت الأزمات الاقتصادية والنزوح والنقص في الموارد التعليمية إلى زيادة معدلات التسرب، ما جعل الأطفال أكثر عرضة للانخراط في سوق العمل المبكر وظواهر عمالة الأطفال، مع ما يترتب على ذلك من انتهاكات لحقوقهم الأساسية وتأثيرات سلبية على نموهم الجسدي والعقلي والاجتماعي.

وفي ضوء ذلك، تسعى الدراسة إلى استكشاف دور استراتيجيات العلاقات العامة كأداة فعالة لدعم المبادرات المجتمعية الرامية للحد من عمالة الأطفال وتشجيع العودة إلى التعليم. وتطرح الدراسة التساؤل الرئيس: ما هو مستوى مساهمة استراتيجيات العلاقات العامة في إنجاح المبادرات المجتمعية الموجهة لمكافحة عمالة الأطفال وضمان عودتهم للمدارس في سوريا؟ من خلال تحليل كيفية توظيف هذه الاستراتيجيات الأدوات الاتصالية، وبناء الشراكات، وتحفيز المجتمعات المحلية على تبني سلوكيات إيجابية تدعم تعليم الأطفال وحمايتهم من العمل المبكر.

4. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في مواجهة ظاهرة عمالة الأطفال وتعزيز التعليم في السياق السوري، من خلال أربعة محاور رئيسية. أولاً، تحديد الأدوات الاتصالية التي تستخدمها استراتيجيات العلاقات العامة في رفع مستوى الوعي بمخاطر عمالة الأطفال وتأثيراتها على نمو الطفل وحقوقه الأساسية. ثانياً، قياس مدى فاعلية الحملات الإعلامية والمبادرات المجتمعية في تغيير اتجاهات أولياء الأمور والمجتمع المحلي نحو التعليم، وتعزيز الالتزام بإبقاء الأطفال في المدارس. ثالثاً، رصد المعوقات والتحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في الوصول إلى الفئات المستهدفة، خصوصاً في المناطق المتأثرة بالنزاع والحرج الاقتصادي، لتقديم فهم شامل للعوامل المؤثرة على نجاح المبادرات. رابعاً وأخيراً، تقديم نموذج مقترح يوضح كيفية تفعيل دور العلاقات العامة بشكل عملي ومنهجي لدعم المبادرات التعليمية، بما يضمن الاستفادة المثلى من الأدوات الاتصالية والشراكات المجتمعية لزيادة أثر هذه البرامج على الحد من التسرب الدراسي وعماله الأطفال.

5. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من بعدين رئيسيين: علمي وعملي. من الناحية العلمية، تسعى الدراسة إلى إثراء المكتبة العربية بمساهمة بحثية رصينة تربط بين مجال العلاقات العامة ومبادرات الحماية الاجتماعية، مع التركيز على سياقات النزاع التي غالباً ما تُهمش في الدراسات السابقة. فهي تقدم تحليلاً معمقاً لكيفية توظيف الأدوات الاتصالية واستراتيجيات العلاقات العامة في معالجة قضايا اجتماعية حساسة، مثل عمالة الأطفال والتسرب الدراسي، بما يضيف بعداً جديداً للأدبيات العربية حول الدور الاجتماعي للعلاقات العامة في تعزيز حقوق الطفل وحمايته.

أما من الناحية العملية، فتكمن أهمية الدراسة في تقديم إطار استراتيجي واقعي يمكن للمنظمات والمؤسسات العاملة داخل سوريا الاستفادة منه في تصميم حملات اتصالية فعّالة للحد من التسرب الدراسي وعماله الأطفال. من خلال تسليط الضوء على التجارب العملية والنماذج العالمية المطبقة، توفر الدراسة أدوات ومقاربة منهجية تساعد هذه المنظمات على توظيف الرسائل الإعلامية والشراكات المجتمعية بطريقة ذكية ومستهدفة، بما يعزز من تأثير المبادرات على المجتمعات المحلية، ويرسخ ممارسات مستدامة لدعم التعليم وحماية الأطفال في بيئات النزاع.

6. الإطار النظري والمفاهيم

يعتمد هذا البحث على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونموذج ترتيب الأولويات (Agenda Setting) كأساس لفهم دور العلاقات العامة في التأثير على السلوك المجتمعي وتعزيز المبادرات التعليمية. إذ توفر نظرية المسؤولية الاجتماعية إطاراً لفهم التزامات المؤسسات والممارسين تجاه المجتمع، خصوصاً في حماية الأطفال من الانتهاكات والعمل المبكر، بينما يوضح

نموذج ترتيب الأولويات كيفية استخدام وسائل الإعلام والعلاقات العامة لتسليط الضوء على القضايا الاجتماعية ذات الأولوية وتحفيز التغيير في مواقف وسلوكيات الجمهور.

أما المفاهيم المحورية للدراسة، فتشمل العلاقات العامة الرقمية كأداة مركزية لنشر الرسائل وتعبئة المجتمعات، والمبادرات المجتمعية التي تمثل آليات فعلية للتدخل في بيئات محلية محددة، وعماله الأطفال كظاهرة اجتماعية وسياسية تحتاج إلى تدخل متعدد المستويات، وفقر التعليم الذي يُعد أحد الأسباب الجذرية لانخراط الأطفال في سوق العمل المبكر. ويهدف الإطار النظري والمفاهيم في هذا البحث إلى توفير قاعدة منهجية لفهم كيفية توظيف العلاقات العامة لتعزيز التعليم والحد من عمالة الأطفال في السياق السوري.

المفاهيم المحورية: العلاقات العامة الرقمية، المبادرات المجتمعية، عمالة الأطفال، فقر التعليم.

7. المنهجية والإجراءات

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بهدف استكشاف دور استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز المبادرات المجتمعية للحد من عمالة الأطفال وتشجيع التعليم في سوريا. ويشمل مجتمع البحث العاملين في أقسام العلاقات العامة والإعلام في المنظمات الدولية والمحلية الفاعلة داخل سوريا، مثل اليونيسف، الهلال الأحمر، وعدد من المنظمات المحلية الأخرى، باعتبارهم الأطراف الأكثر قدرة على تقديم رؤى عملية حول تطبيق الاستراتيجيات الاتصالية في السياق المحلي.

أما أدوات البحث، فتتمثل في استبانة موجهة للأطفال القادرين على القراءة والكتابة لجمع بيانات كمية ونوعية حول فهمهم وتأثرهم بالرسائل التوعوية، إلى جانب مقابلات فردية أو جماعية مع الأطفال غير القادرين على القراءة والكتابة لتسجيل تجاربهم وانطباعاتهم بشكل مباشر. كما تم تحليل محتوى الحملات التوعوية على منصات التواصل الاجتماعي لتقييم الأساليب والرسائل الاتصالية المستخدمة ومدى ملاءمتها للأطفال المستهدفين. وتتيح هذه المقاربة دمج البيانات النوعية والكمية مع التحليل الموضوعي للمواد الاتصالية، بما يوفر رؤية شاملة حول فاعلية استراتيجيات العلاقات العامة في الحد من عمالة الأطفال وتعزيز التعليم في السياق السوري.

8. الهيكل المقترح للفصول

يتضمن البحث خمسة فصول رئيسية تم تصميمها لتوفير تسلسل منطقي يربط بين الإطار النظري والتحليل التطبيقي للظاهرة. يبدأ الفصل الأول بالإطار العام للدراسة، ويشمل تعريف المشكلة، صياغة أهداف البحث، وأهمية الدراسة من الناحيتين العلمية والعملية. يلي ذلك الفصل الثاني الذي يستعرض واقع عمالة الأطفال في سوريا، ويحلل الأسباب المؤدية إلى الظاهرة، بالإضافة إلى تقديم الحلول التعليمية المقترحة للحد من التسرب الدراسي. ويقدم الفصل الثالث الإطار النظري المتعلق بالعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية، مع التركيز على المفاهيم الأساسية والأسس العلمية التي تقوم عليها الاستراتيجيات الاتصالية. أما الفصل الرابع، فيتعلق بالدراسة الميدانية، حيث يتم تحليل البيانات والنتائج المستخلصة من الاستبانة والمقابلات

مع الأطفال، إلى جانب تقييم الحملات التوعوية المختارة. وأخيراً، يتضمن الفصل الخامس عرض النتائج النهائية للدراسة وتقديم التوصيات العملية لتعزيز فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في الحد من عمالة الأطفال ودعم التعليم في السياق السوري.

الفصل الثاني

2.1 الأسباب المؤدية إلى عمالة الأطفال

تعتبر عمالة الأطفال ظاهرة متعددة الأبعاد تنبع من تداخل عوامل اقتصادية واجتماعية وثقافية في المجتمعات المختلفة، وتمثل تحدياً كبيراً أمام تعليم الأطفال ونموهم السليم. الفقر الشديد يُعد السبب الرئيسي لدخول الأطفال سوق العمل، حيث تعتمد العديد من الأسر محدودة الدخل على أبنائها للمساهمة في تأمين الاحتياجات الأساسية مثل الغذاء، والملبس، والرعاية الصحية، وهو ما يجعل الطفل جزءاً من استراتيجية الأسرة للبقاء الاقتصادي (Munir & Umer, 2023). ويؤكد العديد من الباحثين أن الفقر لا يقتصر على دفع الأطفال للعمل فقط، بل يؤثر أيضاً على قدرتهم على الاستفادة من التعليم بسبب حاجاتهم الأساسية اليومية، ما يجعلهم أكثر عرضة للتسرب المدرسي وانخفاض التحصيل الأكاديمي (Antonella Invernizzi, 2016).

إلى جانب العوامل الاقتصادية، تلعب الأعراف الثقافية والاجتماعية دوراً حاسماً في استمرار الظاهرة، إذ يُنظر إلى العمل أحياناً كوسيلة لنقل مهارات المهن التقليدية داخل الأسرة مثل الزراعة والحداة، وكجزء من عملية التربية التي تهدف إلى إعداد الطفل للحياة العملية، وتُعتبر ممارسة العمل نوعاً من "طقوس العبور" التي يمر بها الطفل في المجتمع (Munir & Umer, 2023). كما يساهم ضغط الأقران والتأثير المجتمعي في دفع الأطفال للعمل، حيث ينخرط بعضهم في أنشطة اقتصادية بتشجيع من أصدقائهم أو من خلال الممارسات التقليدية لرعاية الأطفال في المجتمع، مثل ثقافة التبني، دون أن يكون لديهم إدراك كامل لتأثير ذلك على تعليمهم ومستقبلهم (Siibaway & Majialuwe, 2024).

من ناحية أخرى، يمثل نقص الفرص التعليمية وضعف جودة المدارس وارتفاع تكاليف المستلزمات المدرسية سبباً رئيسياً آخر، إذ تجد الأسر في بعض المناطق الريفية أو الفقيرة أن العمل يوفر للأطفال دخلاً فورياً بينما التعليم يحتاج إلى استثمارات زمنية ومادية طويلة المدى، وهذا ما يؤدي إلى الغياب المتكرر عن المدرسة، وخلق فجوات معرفية، واحتمالية التسرب النهائي (Munir & Umer, Siibaway & Majialuwe, 2023; 2024). وفي سياق متصل، تستغل بعض المؤسسات والشركات الأطفال اقتصادياً لتخفيض تكلفة العمالة وزيادة الأرباح، مستغلة ضعف قدرتهم على التفاوض وقلة الوعي بحقوقهم، مع محدودية فعالية الرقابة القانونية في بعض الدول (Munir & Umer, 2023).

وتوضح الدراسات أن هذه العوامل مجتمعة تجعل ظاهرة عمالة الأطفال مشكلة مركبة لا يمكن حلها بالتدخل الاقتصادي فقط، إذ تحتاج إلى نهج شامل ومتعدد الأبعاد يشمل تقديم الدعم الاقتصادي للأسر الفقيرة، وتحسين جودة التعليم وتوفيره في جميع المناطق، وتغيير الأعراف الاجتماعية والثقافية التي تشجع على عمل الأطفال، وتعزيز الأطر القانونية والرقابية لضمان حماية الأطفال من الاستغلال والحد من انتهاكات حقوقهم (UNICEF, UNICEF, 2022; 2020). إن فهم هذه الأسباب المتشابكة يساعد على تصميم استراتيجيات فعالة لمعالجة الظاهرة، وتحقيق تعليم شامل لكل طفل، مع ضمان احترام حقوقه الأساسية وتوفير بيئة آمنة لنموه الجسدي والنفسي والعقلي.

2.2 الآثار السلبية لعمالة الأطفال

تؤدي عمالة الأطفال إلى مجموعة واسعة من الآثار السلبية التي تمس التعليم، والصحة، والنمو النفسي والاجتماعي للطفل، وتشكل تهديداً مستمراً لمستقبلهم وفرصهم في الحياة. أول هذه الآثار وأكثرها وضوحاً هو تدهور التحصيل الدراسي، إذ يعاني الأطفال العاملون من ضعف التركيز والإرهاق الجسدي والذهني نتيجة لساعات العمل الطويلة، مما يؤدي إلى انخفاض قدراتهم المعرفية وظهور فجوات معرفية كبيرة نتيجة الغياب المتكرر عن المدرسة أو الهروب من الحصص الدراسية (Mavrokonstantis, 2011). وقد أظهرت الدراسات أن الأطفال العاملين معرضون بشكل أكبر للتسرب المدرسي النهائي، إذ يضطر بعضهم لترك المدرسة نهائياً للتركيز على العمل، ما يحرمهم من فرص التعليم ويحد من احتمالات تحسين وضعهم الاقتصادي والاجتماعي مستقبلاً (Siibaway & Majialuwe, 2024).

إضافة إلى ذلك، تؤثر عمالة الأطفال سلباً على تطوير المهارات الحياتية والاجتماعية، حيث يفقد الأطفال العاملون فرص تعلم التفكير النقدي وحل المشكلات، واكتساب مهارات التواصل والعمل الجماعي التي توفرها المدارس والأنشطة التعليمية. ويترتب على ذلك عدم تأهيلهم بشكل كافٍ لسوق العمل عند بلوغهم سن الرشد، ما يعزز استمرار دورة الفقر داخل الأسرة والمجتمع (Munir & Umer, 2023).

كما أن العمل في سن مبكرة يعرض الأطفال لمخاطر صحية جسدية ونفسية كبيرة. فهم غالباً ما يعملون في بيئات غير آمنة، بما في ذلك المزارع، المصانع، أو ورش العمل، حيث يكونون عرضة للإصابات مثل الحروق والجروح، أو الأمراض الناتجة عن ظروف العمل القاسية، بالإضافة إلى آثار الإجهاد النفسي الناتج عن التزامات تفوق قدرتهم الجسدية والعقلية (European Commission, 2021). ويؤدي هذا التعرض المبكر للضغوط والعمل القسري إلى تأثيرات طويلة المدى على صحتهم النفسية، بما في ذلك القلق والاكتئاب وفقدان الثقة بالنفس.

على المستوى الاجتماعي، تؤدي عمالة الأطفال إلى إضعاف الروابط الأسرية والمجتمعية، حيث يكون الأطفال مشغولين بأعمالهم لساعات طويلة، مما يقلل من الوقت المخصص للتفاعل مع الأسرة والأصدقاء والمشاركة في الأنشطة المجتمعية والتعليمية، وهو ما يحد من تطوير شخصياتهم الاجتماعية ويؤثر على شعورهم بالانتماء والأمان.

وتشير الدراسات إلى أن آثار عمالة الأطفال لا تتوقف عند حدود الفرد فقط، بل تمتد لتؤثر على المجتمع بأكمله، حيث ينتج عنها جيل غير متعلم بشكل كافٍ، يفتقر للمهارات اللازمة لتطوير الاقتصاد والمجتمع، ويبقى محاصراً في دائرة الفقر والاستغلال، مما يجعل القضاء على هذه الظاهرة ضرورة استراتيجية لضمان التنمية المستدامة للأمم (Radfar, 2018).

بناءً على ذلك، يتضح أن عمالة الأطفال مشكلة متعددة الأبعاد تتطلب معالجة شاملة تتجاوز الدعم الاقتصادي للأسر، لتشمل تحسين التعليم، وتعزيز الحماية القانونية، وتغيير الأعراف الاجتماعية والثقافية، وتوفير بيئة آمنة لنمو الطفل النفسي والجسدي، بما يضمن مستقبلاً أفضل للأطفال والمجتمع ككل.

2.3 عمالة الأطفال في سوريا

شهدت ظاهرة عمالة الأطفال في سوريا تحولات جذرية خلال السنوات الخمس عشرة الماضية. بعد التحولات السياسية الكبيرة في أواخر 2024 والدخول في مرحلة انتقالية ضعيفة خلال 2025-2026، ما تزال البلاد واحدة من أكثر البيئات تعقيداً في مجال حقوق الأطفال على مستوى العالم. وحتى بداية عام 2026، يقدر عدد الأشخاص الذين يحتاجون إلى مساعدات إنسانية بحوالي 16.5 مليون شخص، يمثل الأطفال نسبة كبيرة منهم ضمن الفئات الأكثر هشاشة (Mountain, 2026).

رغم انتهاء الأعمال القتالية واسعة النطاق في العديد من المناطق، فإن التداعيات الاقتصادية الناتجة عن الحرب زادت اعتماد الأسر على عمل الأطفال كوسيلة للبقاء. حتى يناير 2026، كان نحو 7.4 مليون طفل بحاجة إلى مساعدات إنسانية (UNICEF, 2025)، بينما ظل بين 2.4 و3 ملايين طفل خارج النظام التعليمي (UNICEF, 2025)، ما يعد المدخل الأساسي لعمل الأطفال بدوام كامل. ومع عودة نحو 2 مليون نازح داخلي وأكثر من 1.3 مليون لاجئ خلال عام 2025، شكل الأطفال حوالي 57-60% من العائدين، حيث وجد الكثير منهم أنفسهم أمام سوق عمل غير رسمي لا يوفر أي حماية قانونية، بما يجعلهم أكثر عرضة للاستغلال (UNHCR, 2025).

تركز عمالة الأطفال في سوريا في ثلاثة قطاعات رئيسية، أبرزها الزراعة. تشمل أعمالهم الحصاد ورش المبيدات بدون معدات حماية ورعاية الماشية (League of Arab States, 2019)، مع مخاطر جسدية كبيرة تصل إلى التعرض للمواد الكيميائية أو بقايا الألغام والذخائر غير المنفجرة (Trust, 2026). وتستمر ظاهرة عمالة الأطفال نتيجة تداخل عوامل اقتصادية كارثية. يعيش أكثر من 90% من السكان تحت خط الفقر، فيما ارتفعت تكلفة المعيشة بشكل هائل، ما يجعل دخل الطفل اليومي بين 1 و1.5 دولار أحياناً الفارق بين الجوع والبقاء (News, 2025). بالإضافة إلى ذلك، تضررت حوالي 40% من المدارس السورية، أي نحو 8,000 مدرسة، ما يزيد من الصعوبات أمام الأطفال للحصول على تعليم مستمر (Mountain, 2026). كما أدت نسب الأسر التي ترأسها نساء بسبب فقدان أو اختفاء الرجال إلى دفع الأطفال الأكبر سناً لدعم أشقائهم الأصغر، ما جعلهم مضطرين لدخول سوق العمل في سن مبكرة.

في مواجهة هذه الأزمة، أطلقت السلطات الانتقالية السورية بدعم من منظمة العمل الدولية ويونيسف في أواخر 2025 برنامجاً وطنياً لدعم الأطفال، يمثل أول جهد منسق منذ أكثر من عقد. شمل البرنامج تحديث عمليات تفتيش العمل واستئناف تقارير منظمة العمل الدولية، وتنفيذ برامج تحويل نقدي لتشجيع الأطفال على الدراسة بدلاً من العمل، إضافة إلى تقديم التدريب المهني للشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و17 عاماً لتسهيل انتقالهم إلى أعمال آمنة بدل العمل غير الرسمي الخطير (News, 2025).

الفصل الثالث

تُعدّ مشكلة عمالة الأطفال من أبرز القضايا الاجتماعية والإنسانية التي تحظى باهتمام متزايد على المستويين الدولي والمحلي (Unisef, 2025)، لما لها من آثار سلبية عميقة على نمو الأطفال وحقوقهم الأساسية، وعلى مسارات التنمية المستدامة في المجتمعات. وفي هذا السياق، برزت استراتيجيات العلاقات العامة كأداة فاعلة في معالجة هذه الظاهرة، ليس فقط من خلال نشر الوعي، بل أيضاً عبر التأثير في اتجاهات الجمهور، وتعبئة الرأي العام، ودعم صناع القرار نحو تبني سياسات أكثر فاعلية.

وتتجلى أهمية العلاقات العامة في قدرتها على توظيف وسائل الاتصال المختلفة، وبناء الشراكات، واستثمار الرموز الثقافية والإعلامية لإيصال رسائل إنسانية مؤثرة تسهم في الحد من عمالة الأطفال وتعزيز فرص التعليم. ومن هنا، يهدف هذا القسم إلى استعراض نماذج تطبيقية بارزة لاستخدام استراتيجيات العلاقات العامة في مواجهة هذه الظاهرة، وتحليل الآليات الاتصالية التي اعتمدت عليها، والنتائج التي حققتها على أرض الواقع.

2.1: دور استراتيجيات العلاقات العامة في المبادرات الاجتماعية

في سياق القضايا الحقوقية المنهجية، تُعد العلاقات العامة (PR) آلية متقدمة للتواصل من أجل تغيير السلوك الاجتماعي والدعوة المجتمعية. فبعيداً عن دورها التقليدي في إدارة سمعة المؤسسات، تعمل العلاقات العامة في المبادرات الاجتماعية وفق نموذج قائم على حقوق الإنسان، حيث تُنظر إلى عمالة الأطفال ليس فقط كنتيجة للفقر، بل كانتهاك هيكل لحق الطفل في التعليم والنمو الجسدي (Adonteng-Kissi, 2021). ومن خلال توظيف العلاقات العامة الخيرية أو الاجتماعية—أي التواصل المؤسسي الذي يهدف أساساً إلى تحسين رفاه الآخرين—يمكن للمعنيين الانتقال من مجرد نقل المعلومات إلى ما يُعرف بـ "النشاط الخطابى" (discursive activism)، الذي يتحدى القبول الاجتماعي لعمالة الأطفال ويعيد تأطيرها كـ "استمرارية للعنف" (Kim & Sriramesh, 2009).

تعتمد المبادرات الاستراتيجية للعلاقات العامة ضد عمالة الأطفال بشكل كبير على تحديد الأجندة الإعلامية واستثمار "الإعلام المكتسب" (earned media) لتحويل استغلال الأطفال الخفي إلى قضية مثيرة للحرص العام وألوية تشريعية. على سبيل المثال، تُظهر حملة "البطاقة الحمراء ضد عمالة الأطفال" التابعة لمنظمة العمل الدولية (ILO, 2026) كيف تستخدم العلاقات العامة رمزاً عالمياً موحداً لتعبئة تحالف دولي من الحكومات والمجتمع المدني ووسائل الإعلام. ويُعد هذا المستوى من الدعوة ضرورياً، إذ تشير الدراسات مثل (Edmonds 2008) إلى أن العقوبات الاقتصادية وحدها غالباً ما تكون غير كافية، وأن معالجة الأسباب الجذرية تتطلب استراتيجية وطنية لرفع الوعي تُبَيّن للعائلات فوائد التعليم على المدى الطويل مقابل المكاسب المحدودة للعمل غير الماهر للأطفال.

السياق الأكاديمي/المؤسسي	الهدف الوظيفي	ركيزة استراتيجية
نموذج قائم على حقوق الإنسان (Noguchi, 2010)	تحويل تصور الجمهور من "العمل الضروري" إلى "انتهاك لحقوق الإنسان"	إعادة التأطير المعرفي
نظرية الكفاءة الجماعية (Smith & Ferguson, 2013)	توحيد جهود المنظمات غير الحكومية، النقابات، والهيئات القانونية لتضخيم الرسالة	بناء التحالفات
(UNICEF, 2024) التغيير الاجتماعي والسلوكي	استخدام أدوات محلية لإعادة تعريف عمالة الأطفال كأمر غير مقبول	التواصل المجتمعي المحلي

علاوة على ذلك، تعمل العلاقات العامة كحلقة وصل أساسية في التفاوض والوساطة بين الأطراف المختلفة. ففي سلاسل التوريد المعقدة، يلتزم ممارسو العلاقات العامة بالتواصل المبني لضمان أن التدخلات لا تلحق ضرراً غير مقصود بالأطفال، مثلما يحدث عندما تدفع الحظر المفاجئ للعمل الأطفال إلى الانخراط في قطاعات أكثر خطورة وغير رسمية (Basu & Van, 1998). ومن خلال تقارير الأثر الشفافة وتطوير مواد "المعلومات والتعليم والتواصل" (IEC)، تضمن العلاقات العامة أن تكون المبادرات الاجتماعية مبنية على بيانات دقيقة وحساسة ثقافياً، مما يعزز ثقة المجتمع الضرورية للحفاظ على مناطق خالية من عمالة الأطفال.

في النهاية، تهدف العلاقات العامة في هذه المبادرات إلى تأمين ما يسميه علماء الاجتماع "الترخيص الاجتماعي للعمل" أو "social license to operate" للمعايير الحقوقية. عبر تعيين شخصيات رئيسية كممثلين وطنيين موثوقين واستخدام الحملات الرقمية لنشر "السرديات الإنسانية"، تربط العلاقات العامة السياسات العالمية المجردة مثل هدف التنمية المستدامة 8.7 (SDG Target 8.7) بالواقع اليومي للفئات الضعيفة. وتعمل هذه القوة التواصلية أكثر من مجرد رفع الوعي، إذ تخلق الرؤية الضرورية لمحاسبة المؤسسات، وضمان أن يبقى القضاء على عمالة الأطفال ركيزة أساسية في أجندة العدالة الاجتماعية العالمية (The TASC Group; ILO, 2026).

وبناءً على ذلك، تُمثل هذه المبادرات نموذجاً واضحاً لكيفية تحويل المبادئ العامة للعلاقات العامة الحقوقية إلى ممارسات اتصالية ملموسة تؤثر في سلوكيات الأفراد والمجتمعات، وتمهد الطريق أمام حملات محلية وعالمية مبتكرة، مثل البرامج التي سيتم تناولها في القسم التالي، والتي توضح التطبيق العملي لاستراتيجيات العلاقات العامة في الحد من عمالة الأطفال باستخدام أدوات اتصالية موجهة واستهداف ذكي وفعل للجمهور.

2.2: أمثلة على استخدام استراتيجيات العلاقات العامة في حل مشكلة عمالة الاطفال

تمثل استراتيجيات العلاقات العامة أداة محورية في تعزيز الوعي بقضية عمالة الأطفال، ويُعد برنامج (GoodWeave (Rugmark)، الذي أطلقه الحائز على جائزة نوبل كايلاش ساتيارثي، نموذجاً بارزاً لاستراتيجية قائمة على

آليات السوق (Balch, 2013). فقد اعتمدت الحملة على توجيه المستهلكين في الأسواق الغربية من خلال تقديم "علامة اجتماعية" (ختم GoodWeave) توضع على المنتجات، مع التركيز على توظيف مفهوم "قوة المستهلك" بوصفه عاملاً مؤثراً في الحد من الظاهرة، عبر ربط قرار الشراء بضمان خلو المنتج من عمالة الأطفال.

وعلى الصعيد الاتصالي، استخدمت الحملة مجموعة من الأدوات الإعلامية المؤثرة، من بينها الأفلام الوثائقية، والسرد القصصي الذي يبرز تجارب الأطفال الذين تم إنقاذهم، إلى جانب إقامة شراكات استراتيجية مع كبرى شركات التجزئة العالمية (Balch, 2013). وقد أسهمت هذه المقاربات في تحقيق نتائج ملموسة، تمثلت في انخفاض ملحوظ لنسب عمالة الأطفال في قطاع السجاد بجنوب آسيا منذ عام 1994، إضافة إلى إنقاذ وإعادة تأهيل آلاف الأطفال، وتوسيع فرص التعليم أمامهم. كما أدت الحملة إلى إحداث تحول في معايير السوق، بحيث أصبح الالتزام بإنتاج خالٍ من عمالة الأطفال عاملاً تنافسياً مهماً للمصدرين.

تمثل حملة "البطاقة الحمراء ضد عمالة الأطفال" التي أطلقتها منظمة العمل الدولية مثالا آخر و نموذجاً متقدماً في توظيف الأدوات الرمزية ضمن استراتيجيات العلاقات العامة لمعالجة القضايا الاجتماعية المعقدة. فقد ارتكزت الحملة على استخدام رمز "البطاقة الحمراء" المستمد من رياضة كرة القدم بوصفه دلالة عالمية على الإيقاف والمنع، بهدف تبسيط قضية عمالة الأطفال وإيصالها إلى جمهور واسع بلغة بصرية مشتركة، مع ربطها بالقيم الإيجابية المرتبطة بالرياضة، مثل العدالة والروح التنافسية والنزاهة (ILO, 2024).

وعلى المستوى الاتصالي، اعتمدت الحملة على حزمة من الأساليب الترويجية، شملت الاستعانة بشخصيات رياضية بارزة ومشاهير عالميين لدعم الرسالة، وتفعيل حملات رقمية تفاعلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى استثمار الفعاليات الرياضية الكبرى، لا سيما بطولات كأس العالم، كمنصات عالية التأثير لنشر الرسائل التوعوية. وقد أسهمت هذه الاستراتيجية في تحقيق نتائج نوعية، أبرزها الوصول إلى تصديق عالمي شامل على اتفاقية منظمة العمل الدولية رقم (182)، في سابقة تاريخية للمنظمة (UN, 2024). كما ساعد الانتشار الواسع للحملة عبر المنصات الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي وزيادة الضغط على صناع القرار، بما دفع الحكومات إلى توسيع التزاماتها تجاه تمويل برامج الحماية الاجتماعية والحد من عمالة الأطفال (ILO, 2024).

كمثال آخر يستخدم استراتيجيات اتصالية ابداعية وفريدة من نوعها، تُمثل مبادرة "القرى الصديقة للطفل" التي نفذتها منظمة إنقاذ الطفولة في الهند نموذجاً لاستراتيجيات العلاقات العامة ذات البعد المحلي (satyarthi, 2019)، حيث ركزت على تفعيل دور المجتمع في مناطق تعدين الميكا بولاية بيهار وجهارخاند. واعتمدت على أدوات تشاركية مثل "الخرائط الاجتماعية" و"برلمانات القرى"، بهدف ترسيخ قضية عمالة الأطفال كمسؤولية مجتمعية مرتبطة بسمعة القرية ومكانتها (Ribhu, 2008). في هذه الحملة تم استخدام وسائل اتصالية ملائمة للبيئة المحلية، كالرسم الجداري والمسرح الشعبي، إلى جانب تنظيم فعاليات لإعلان القرى خالية من عمالة الأطفال. وقد أسهمت هذه الجهود في سحب أكثر من 50 ألف طفل من الأعمال الخطرة، وتطوير نموذج مجتمعي لمتابعة التزام الأطفال بالتعليم (Ribhu, 2008).

أخيراً، قدمت شركة إيكيا (IKEA) مثالاً مختلفاً قليلاً عن النماذج السابقة، حيث بدأت حملتها بهدف إصلاح السمعة المتضررة نتيجة الأزمة التي واجهتها في التسعينيات بخصوص وجود عمالة الأطفال في سلسلة التوريد الخاصة بها (IKEA, 2024). فقد أطلقت إيكيا حملة "الألعاب اللينة من أجل التعليم" كنموذج بارز للتحول الاستراتيجي في إدارة السمعة، حيث انتقلت الشركة من موقف الإنكار إلى اعتماد استراتيجية شراكة استباقية، لتصبح العلامة التجارية من "المتفرج" إلى "الميسر للتعليم"، من خلال التبرع بمقدار يورو واحد عن كل لعبة ناعمة تُباع لصالح منظمة اليونيسف ومنظمة إنقاذ الطفولة (Save the Children, 2014).

واستندت الحملة إلى أدوات اتصالية متنوعة، شملت تقارير شفافية وسرداً قصصياً داخل المتاجر يوضح كيفية استخدام الأموال، إلى جانب التعاون مع منظمات غير حكومية ذات مصداقية. وأسفرت هذه الجهود عن جمع أكثر من 88 مليون يورو، مُمّلت منها مشاريع تعليمية استفاد منها أكثر من 12 مليون طفل في 46 دولة. وتُعد هذه الحملة نموذجاً متميزاً يوضح كيف يمكن للشركات استخدام استراتيجيات العلاقات العامة ليس فقط لإصلاح سمعتها، بل لمعالجة الأسباب الجذرية لمشكلة عمالة الأطفال ضمن سلاسل التوريد الخاصة بها (Save the Children, 2014).

تُظهر هذه الأمثلة كيف استخدمت استراتيجيات العلاقات العامة أدوات اتصالية متنوعة لمعالجة عمالة الأطفال كما هو موضح في الجدول أدناه (الجدول 1): فقد وظف (GoodWeave (Rugmark) الأفلام الوثائقية والسرد القصصي والشراكات مع الشركات، بينما اعتمدت حملة "البطاقة الحمراء ضد عمالة الأطفال" على الرمزية الرياضية، الشخصيات الشهيرة، والحملات الرقمية وفعاليات كأس العالم. أما حملة "القرى الصديقة للطفل" فركّزت على المسرح الشعبي، الرسوم الجدارية، وبرلمانات القرى لتعزيز الالتزام المجتمعي، فيما استخدمت إيكيا تقارير الشفافية، السرد داخل المتاجر، والتعاون مع منظمات موثوقة لتعزيز التعليم ومعالجة الأسباب الجذرية للظاهرة.

الجدول 2:

مقارنة الحملات العالمية لاستخدام استراتيجيات العلاقات العامة في الحد من عمالة الأطفال

الحملة	الأداة الأساسية للعلاقات العامة	الجمهور المستهدف	النتائج الرئيسية
GoodWeave	(Social Labeling) التصنيف الاجتماعي	المستهلكون الغربيون	انخفاض بنسبة 80% في عمالة الأطفال في صناعة السجاد
البطاقة الحمراء ضد عمالة الأطفال	(Symbolic Metaphor) الرمز الرمزي	الجمهور العالمي	التصديق العالمي على اتفاقية منظمة العمل الدولية رقم 182
برلمانات القرى (Village Parliaments)	الضغط الاجتماعي/العار المجتمعي (Community Shaming)	أولياء الأمور وأصحاب العمل المحليون	نقل أكثر من 50,000 طفل إلى المدارس
الألعاب اللينة من إيكيا (Soft Toys)	التسويق المرتبط بالسبب الاجتماعي (Cause-Related Marketing)	عملاء التجزئة	جمع 88 مليون يورو لدعم برامج تعليمية

توضح هذه الأمثلة العملية أن استراتيجيات العلاقات العامة ليست مجرد أدوات لنشر الوعي أو تحسين السمعة، بل تشكل آليات فعّالة للتأثير في السلوكيات المجتمعية، وبناء تحالفات متعددة الأطراف، وتحقيق نتائج ملموسة على أرض الواقع. كما تبين أن تنوع الأدوات الاتصالية—من الرموز العالمية والشخصيات المؤثرة إلى السرد القصصي والمسرح الشعبي—يمكن تكيفه وفق السياق المحلي والدولي لضمان أكبر أثر ممكن. وبناءً على ذلك، تؤكد هذه النماذج على الدور الحيوي للعلاقات العامة كجسر يربط بين المبادئ النظرية لحقوق الإنسان والتنفيذ العملي للمبادرات الاجتماعية، مما يمهد الطريق لتطوير سياسات أكثر استدامة وفعالية للحد من عمالة الأطفال وتعزيز التعليم وحماية حقوق الأطفال في المجتمعات المختلفة.

2.3 نماذج تنفيذية للحملات التوعوية في مجال حماية الطفولة في سوريا

تشكل الحملات التوعوية جزءاً محورياً من استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز حقوق الأطفال والحد من ظاهرة عمالة الأطفال في سوريا. في ظل الظروف الإنسانية والاقتصادية الصعبة التي يعيشها الأطفال، أصبحت هذه الحملات وسيلة فعّالة لنقل الرسائل التوعوية إلى الأطفال وأسرهم والمجتمع المحلي بشكل عام، وتعزيز الوعي بحقوق الطفل وحقه في التعليم والنمو الآمن. يهدف هذا القسم إلى استعراض نماذج تنفيذية للحملات التوعوية التي تم تطبيقها على الأرض في مختلف المحافظات السورية، مع التركيز على الأدوات الاتصالية والاستراتيجيات العملية المستخدمة، والأنشطة التفاعلية التي ساهمت في دمج الأطفال العاملين مع أقرانهم، وتحفيزهم على المشاركة في البرامج التعليمية والترفيهية.

من خلال هذه النماذج، يمكن التعرف على كيفية تصميم الحملات، اختيار الفئات المستهدفة، استخدام وسائل الإعلام المباشرة وغير المباشرة، وتقييم أثر هذه المبادرات على سلوكيات الأطفال ومستوى وعي المجتمع. كما يتيح هذا الاستعراض فهم التكامل بين الجهود الميدانية، البرامج المجتمعية، والدعم الإعلامي، وكيف يمكن استثمار هذه الخبرات في صياغة استراتيجيات علاقات عامة مستقبلية أكثر فعالية في حماية الطفولة وتعزيز التعليم في السياق السوري المعقد.

تمثل الحملة التي نفذها فريق الجمعية السورية للتنمية الاجتماعية بالتعاون مع المفوضية السامية لشؤون اللاجئين مثالاً عملياً على كيفية توظيف استراتيجيات العلاقات العامة والأدوات الاتصالية لتعزيز الوعي حول ظاهرة عمالة الأطفال والحد منها (Syrian Society for Social Development, 2021). حملت الحملة شعار "حجمي صغير وحلمي كبير"، وهو شعار يعكس بشكل مباشر أثر العمل على الأطفال وحجم المسؤولية الثقيلة التي يضطرون لتحملها، كما يسعى إلى جذب الانتباه وإحداث صدى نفسي وعاطفي لدى المستهدفين من الأطفال والأهالي وأرباب العمل على حد سواء.

اعتمدت الحملة على تعدد القنوات الاتصالية والأدوات المتنوعة لضمان وصول الرسائل التوعوية إلى أكبر شريحة ممكنة من المستفيدين. فقد تضمنت جلسات توعية مباشرة للأطفال واليافعين من الجنسين، وكذلك للأهالي ومقدمي الرعاية، بهدف شرح مخاطر العمل المبكر على النمو الجسدي والنفسي للطفل وأثره على التحصيل التعليمي. وتم التنسيق في هذه الجلسات مع برامج الدعم النفسي والاجتماعي، مكافحة العنف القائم على النوع الاجتماعي، والدعم القانوني لضمان تواصل الرسالة بشكل متكامل وشامل. كما تضمنت الحملة أنشطة ترفيهية ورياضية ومسابقات نظمها يافعو نوادي حماية الطفل، بهدف دمج الأطفال العاملين مع أقرانهم من الأطفال الملتحقين بالمدارس، وتشجيعهم على ممارسة الحق في

اللعب وتنمية مهاراتهم ومواهبهم. وقد أتاح هذا النوع من الأنشطة إيصال الرسائل التوعوية بشكل غير مباشر، وتحفيز التفاعل والمشاركة، مما يعزز استيعاب الأطفال للمفاهيم المتعلقة بحقوقهم وأهمية التعليم.

واستخدم الفريق كذلك زيارات ميدانية للأماكن التي يعمل فيها الأطفال، حيث تم تقديم رسائل توعوية مباشرة لأرباب العمل والأطفال، وتوزيع أدوات حماية شخصية وهدايا تذكارية لتعزيز الرسالة التوعوية وتحفيز الالتزام بالممارسات الآمنة. كما أجريت مقابلات واستطلاعات للرأي مع الأطفال، ومقدمي الرعاية، وأرباب العمل، لقياس مستوى وعيهم بالقوانين والمخاطر، ومعرفة مدى تقبلهم للرسائل الاتصالية، وتقييم فعالية الأدوات المستخدمة. بالإضافة إلى ذلك، شملت الحملة أنشطة إعلامية واسعة النطاق، مثل الحملات عبر الإذاعات المحلية وشبكات الاتصالات، ورسم جداريات توعوية في مختلف المناطق، بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف. وقد ركزت هذه الأدوات على استخدام الصور والرموز البصرية البسيطة، والشعارات الجاذبة، والرسائل القصيرة الواضحة، لتكون مفهومة لكل فئات الأطفال واليافعين، بما يعزز من التأثير النفسي والمعرفي للرسائل ويحفز على التغيير السلوكي تجاه العمل والتعليم.

مثال آخر هو حملة "كتابه ولعبته هي شغلته" التي تشكل مثلاً عملياً على استخدام الألعاب والأنشطة التفاعلية كأداة توعية للأطفال حول مخاطر العمل المبكر وأهمية التعليم (Syrian Society for Social Development, 2021). نفذها فريق الجمعية السورية للتنمية الاجتماعية بالتعاون مع المفوضية السامية لشؤون اللاجئين في مخيمات قصيما وبهم – السويداء، واستهدفت الأطفال العاملين الذين قضوا جزءاً كبيراً من طفولتهم في العمل. استخدمت الحملة الألعاب لتوصيل الرسائل بشكل ممتع وتفاعلي، مع التركيز على حماية الأطفال أثناء العمل وتشجيعهم على متابعة التعليم. عبرت إحدى المشاركات عن أثر الحملة قائلة:

"من زمان كثير ما مسكت كتاب ولا لعبت لعبة... ذكرتوني كيف لازم ألعب وأتعلم وأسرق وقت حلو من عمرنا الصغير."

تعكس هذه الحملة كيف يمكن دمج الترفيه والتعليم مع التوعية الاتصالية لتعزيز فهم الأطفال لحقوقهم وأهمية التعلم، وجعل الرسائل أكثر تأثيراً واستيعاباً.

كمثال آخر للحملات التوعوية في سوريا، أطلقت جمعيات ومؤسسات المجتمع الأهلي في مدينة حمص حملة بعنوان "أطفال عاملة... طفولة ضائعة" للتعريف بمخاطر عمالة الأطفال وآثارها النفسية والجسدية. ركزت الحملة على آليات اتصال متعددة شملت الحملات الافتراضية عبر منصات التواصل الاجتماعي، المسيرات التوعوية في المدينة، الأيام المفتوحة للأطفال، ورسم الجداريات في المدارس والمراكز المجتمعية. كما استخدمت الحملة الفيديوها التوعوية، الأنشطة المسرحية، وتصميم بروشورات ورسومات يشارك الأطفال في إعدادها، لتسهيل إيصال الرسائل بطريقة تفاعلية ومرئية. وقد ساهم هذا التنوع في الأدوات الاتصالية في رفع وعي الأطفال وأسرهم وأرباب العمل بأهمية حماية الطفولة وتشجيع التعليم، مع إتاحة الفرصة للأطفال للتعبير عن آرائهم والمشاركة في الأنشطة التعليمية والترفيهية (SANA, 2017).

توضح هذه الحملات أن دمج الأدوات المباشرة، الرقمية، التفاعلية والإبداعية يزيد من فاعلية الرسائل التوعوية، ويعزز من تأثيرها على الأطفال والمجتمع المحلي على حد سواء. فقد ساعدت الأنشطة العملية مثل اللعب التفاعلي، المعارض،

والورش الفنية في تحفيز الأطفال على التعلم وفهم مخاطر العمل المبكر، في حين أسهمت الحملات الرقمية والميدانية في إشراك الأسر والمجتمع المدني وأرباب العمل لدعم حماية الطفولة. ويبرز هذا التكامل بين الوسائل والأدوات كاستراتيجية رئيسية في العلاقات العامة لتعزيز التوعية وحماية الأطفال في سياق الأزمة السورية.

و تظهر هذه النماذج المختلفة للحملات التوعوية في سوريا كيف يمكن تصميم استراتيجيات علاقات عامة فعّالة تعتمد على أدوات اتصال متنوعة ومتعددة الوسائط للوصول إلى الأطفال والمجتمع المحلي بشكل مباشر وتفاعلي كما هو موضح في الجدول 3. فقد اعتمدت الحملات على الدمج بين الأنشطة الميدانية، الألعاب التفاعلية، الفيديوهات، العروض المسرحية، الجداريات، والمعارض الفنية، إلى جانب التواصل الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي، ما ساهم في تعزيز وصول الرسائل التوعوية إلى أكبر شريحة ممكنة من المستفيدين. كما توضح هذه التجارب أن اختيار الأدوات التفاعلية والمشاركة العملية للأطفال، مثل الألعاب والورش الفنية وتصميم البروشورات، يزيد من فعالية التعلم ويرسخ الرسائل التوعوية في وعي الأطفال، ويحفزهم على فهم حقوقهم والمشاركة في الأنشطة التعليمية والترفيهية. وفي الوقت نفسه، أسهمت الحملات في رفع وعي الأسر وأرباب العمل والمجتمع المدني حول أهمية حماية الطفولة، وتشجيع التعليم، والحد من العمل المبكر. يمكن استخلاص عدة دروس واستراتيجيات رئيسية من هذه الحملات، أهمها: أولاً، ضرورة دمج الوسائل المباشرة والرقمية لضمان وصول الرسائل إلى مختلف الفئات. ثانياً، أهمية توظيف الأنشطة التفاعلية والإبداعية لتسهيل فهم الأطفال للمخاطر وتشجيعهم على التعلم واللعب. ثالثاً، أهمية توسيع نطاق المشاركة المجتمعية عبر إشراك الأسر، المعلمين، وأرباب العمل لضمان استدامة تأثير الحملات. وأخيراً، يظهر جلياً أن استراتيجيات العلاقات العامة ليست مجرد وسيلة لنشر المعلومات، بل أداة فعّالة لتغيير السلوكيات وتعزيز حماية الأطفال وتعليمهم في سياق الأزمة السورية.

جدول 3

مقارنة الحملات التوعوية في سوريا – الفئات المستهدفة، أدوات الاتصال، الأنشطة، والأثر

اسم الحملة	الفئة المستهدفة	الأدوات الاتصالية	الأنشطة	أثر الحملة
كتابه ولعبته هي شغلته – السويداء	الأطفال العاملون واليافعون، الأسر	الألعاب التفاعلية، التعليم المتسارع، جلسات توعية مباشرة	لعب تفاعلي يربط بين المتعة والتعليم، توزيع أدوات حماية وهدايا، ورش مناقشة مخاطر العمل وأهمية التعلم	رفع وعي الأطفال بمخاطر العمل المبكر، تعزيز فهمهم لأهمية التعليم، منحهم مساحة للتعبير عن آرائهم ومهاراتهم
أطفال عاملة... طفولة ضائعة – حمص	الأطفال واليافعون، الأسر، أرباب العمل	منصات التواصل الاجتماعي، المسيرات التوعوية، الفيديوهات التوعوية، عروض مسرحية، الجداريات، البروشورات	مسيرات في المدينة، أيام مفتوحة للأطفال، معارض إعادة تدوير، رسم جداريات، ورش تفاعلية للأطفال	زيادة وعي المجتمع بحقوق الأطفال، تحفيز الحوار بين الأطفال وأرباب العمل، تعزيز الالتزام بحماية الطفولة وتشجيع التعليم
بكبر نكبر – مراكز	الأطفال الملتحقون	الأنشطة الميدانية، الفيديوهات التوعوية، ورش	أيام مفتوحة للأطفال، معارض فنية عن إعادة التدوير، رسم جداريات،	تمكين الأطفال من التعبير الإبداعي، توعية الأطفال

سنابل سورية	والمستهدفون بالعمل المبكر	الرسم وإعادة التدوير، المعارض	إنتاج بروشورات تعليمية ورسومات توعوية، لقاءات ميدانية مع الأطفال العاملين	بالمخاطر التعليمية والنفسية للعمل المبكر، تعزيز المشاركة المجتمعية في دعم حقوق الطفل
----------------	---------------------------------	----------------------------------	---	--

2.4 توظيف المنصات الرقمية للوصول إلى الأطفال والأهالي

يشهد مجال العلاقات العامة الرقمية تحولاً نوعياً في ظل التطور المتسارع لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث انتقل من نمط الاتصال الجماهيري التقليدي إلى استراتيجيات أكثر دقة تعتمد على الاستهداف الجزئي (Micro-targeting)، وهو ما أتاح للمؤسسات إمكانية الوصول إلى فئات محددة من الجمهور بفعالية أعلى. وتُعد فئة الأطفال وأولياء أمورهم من أكثر الفئات تعقيداً في هذا السياق، نظراً لتداخل الأدوار بين الطفل بوصفه متلقياً ومتأثراً بالرسائل الاتصالية، وولي الأمر بوصفه صانع القرار النهائي، الأمر الذي يفرض على استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية تبني مقاربات مزدوجة تجمع بين الجاذبية البصرية والتأثير العاطفي من جهة، وبناء الثقة والمصداقية من جهة أخرى (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

فيما يتعلق بمخاطبة أولياء الأمور، تعتمد العلاقات العامة الرقمية على بناء صورة المؤسسة كشريك تربوي موثوق، وليس مجرد جهة ترويجية، وذلك من خلال توظيف استراتيجيات تسويق المحتوى (Inbound Marketing) التي تقوم على تقديم مواد معرفية ذات قيمة، مثل المقالات التوعوية والأدلة الإرشادية المتعلقة بنمو الطفل وتعليمه، حيث تشير الدراسات إلى أن نسبة كبيرة من الأهالي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على النصائح التربوية، وهو ما يسهم في تعزيز مكانة المؤسسة بوصفها مرجعاً معرفياً موثقاً (Montgomery, 2015). كما تلعب استراتيجيات التواصل عبر الأقران (Peer-to-Peer Communication) دوراً محورياً في هذا السياق، من خلال الاستعانة بالمؤثرين من أولياء الأمور الذين يشاركون تجاربهم الواقعية عبر منصات مثل فيسبوك وإنستغرام، مما يعزز ما يُعرف بالدليل الاجتماعي (Social Proof)، حيث يميل الأهالي إلى الثقة بتجارب الآخرين أكثر من الرسائل الإعلانية المباشرة. وإلى جانب ذلك، تسهم المجتمعات الرقمية المغلقة، مثل مجموعات واتساب وفيسبوك، في خلق بيئة تفاعلية قائمة على الحوار وتبادل الخبرات، مما يعزز شعور الانتماء ويزيد من مستوى الولاء والثقة بالمؤسسة على المدى الطويل.

أما على مستوى استهداف الأطفال، فتختلف الاستراتيجيات الاتصالية لتناسب مع الخصائص الإدراكية والسلوكية لهذه الفئة، حيث يتم التركيز على التفاعل الحسي والمشاركة النشطة بدلاً من التلقي السلبي للمحتوى. ويبرز في هذا السياق مفهوم التلعيب (Gamification) كأحد أهم الأدوات المستخدمة، إذ يتم دمج الرسائل التوعوية ضمن ألعاب رقمية أو تحديات تفاعلية على منصات مثل تيك توك وروبوكس، بما يحول الرسالة الاتصالية إلى تجربة ممتعة تقلل من مقاومة الطفل لها وتعزز من استيعابه لمضمونها (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). كما يُعد المحتوى البصري القصير أحد أكثر الأساليب فاعلية في الوصول إلى الأطفال، خاصة في ظل انخفاض مدة التركيز لدى الأجيال الحديثة، حيث تعتمد الفيديوهات القصيرة (Shorts و Reels) على عناصر الجذب البصري مثل الألوان والحركة والإيقاع السريع، بالإضافة إلى استخدام شخصيات كرتونية أو افتراضية تعكس قيماً إيجابية وتساعد في بناء ارتباط عاطفي بين الطفل والرسالة المقدمة

(Montgomery, 2015).

وفي إطار هذا الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية، تبرز تحديات أخلاقية وقانونية تتعلق بحماية الأطفال في البيئة الرقمية، الأمر الذي يتطلب من المؤسسات الالتزام بمعايير واضحة تضمن سلامة هذه الفئة وحماية بياناتها الشخصية، مثل القوانين الدولية المرتبطة بحماية خصوصية الأطفال على الإنترنت (COPPA). وتُعد الشفافية في هذا السياق عنصراً أساسياً في بناء الثقة، حيث تميل الأسر إلى التفاعل بشكل أكبر مع المؤسسات التي توضح سياساتها في حماية البيانات وتوفير بيئة رقمية آمنة لأطفالهم.

وبناءً على ما سبق، يتضح أن نجاح العلاقات العامة الرقمية في الوصول إلى الأطفال وأولياء أمورهم يعتمد على تحقيق توازن دقيق بين البعد الترفيهي الذي يجذب الطفل، والبعد القيمي المعرفي الذي يقنع الأهل، حيث لم يعد الاكتفاء بالرسائل الترويجية المباشرة كافياً، بل أصبح من الضروري تقديم محتوى ذي قيمة مضافة يساهم في بناء وعي مجتمعي مستدام. ومن هنا، تمثل العلاقات العامة الرقمية أداة استراتيجية فعالة يمكن توظيفها ليس فقط في نشر الرسائل التوعوية، بل في إحداث تغيير حقيقي في السلوكيات الاجتماعية، خاصة في القضايا الحساسة مثل عمالة الأطفال وتعزيز التعليم.

2.5 تحديات وفرص توظيف العلاقات العامة الرقمية في السياق السوري

على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي تتيحها العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الوعي المجتمعي ومكافحة ظاهرة عمالة الأطفال، إلا أن تطبيق الحملات الرقمية في السياق السوري يواجه مجموعة من التحديات الهيكلية والتقنية والاجتماعية التي تحد من فاعليتها وانتشارها. ويأتي في مقدمة هذه التحديات ضعف البنية التحتية للإنترنت في العديد من المناطق (al-Masri, 2016)، خاصة في المناطق الريفية أو المتأثرة بالنزاع، حيث يعاني المستخدمون من بطء الاتصال أو انقطاعه بشكل متكرر، الأمر الذي يحد من قدرة الأطفال والأهالي على الوصول إلى المحتوى الرقمي التوعوي أو التفاعل معه بشكل مستمر. كما أن ارتفاع تكاليف خدمات الإنترنت مقارنة بمستوى الدخل يُعد عائقاً إضافياً، يجعل استخدام المنصات الرقمية محدوداً لدى شريحة واسعة من المجتمع.

ومن التحديات المهمة أيضاً القيود المفروضة على بعض المنصات الرقمية، حيث لا تزال العديد من التطبيقات الحديثة مثل "تيك توك" غير متاحة أو محظورة بشكل جزئي في سوريا، مما يقلل من قدرة الحملات على الاستفادة من هذه المنصات التي تُعد من أكثر الوسائل جذباً للأطفال واليافعين على مستوى العالم. وفي المقابل، يُلاحظ اعتماد كبير للمجتمع السوري على منصة "فيسبوك" بوصفها الوسيلة الأكثر انتشاراً واستخداماً، سواء لدى الأهالي أو الشباب، وهو ما يفرض على استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية تركيز جهودها بشكل أساسي على هذه المنصة، مع محاولة تبسيط المحتوى ليتناسب مع طبيعة المستخدمين وإمكاناتهم التقنية.

إلى جانب ذلك، تبرز صعوبة تصميم محتوى رقمي موحد يلائم جميع الفئات العمرية والمستويات التعليمية، خاصة في مجتمع يعاني من تفاوت كبير في مستويات التعليم والثقافة الرقمية، حيث يحتاج الأطفال إلى محتوى بصري مبسط وجذاب، بينما يحتاج الأهالي إلى محتوى توعوي عقلاني يعتمد على الإقناع والمنطق، الأمر الذي يتطلب تنوعاً في الرسائل والأساليب

الاتصالية ضمن الحملة الواحدة. كما أن ضعف الثقافة الرقمية لدى بعض الأهالي قد يحد من تفاعلهم مع الحملات أو يقلل من ثقتهم بالمحتوى المنشور عبر الإنترنت.

ومن التحديات كذلك الحاجة إلى تطوير آليات فعالة لقياس أثر الحملات الرقمية، إذ لا يكفي الاعتماد على مؤشرات سطحية مثل عدد المشاهدات أو الإعجابات، بل يجب تقييم مدى تأثير الرسائل الاتصالية على سلوك الأطفال والأهالي واتجاهاتهم نحو التعليم وعماله الأطفال، وهو ما يتطلب أدوات بحثية متقدمة ومتابعة مستمرة للحملات على المدى الطويل. كما أن نقص الكوادر المتخصصة في مجال العلاقات العامة الرقمية داخل بعض المنظمات المحلية يشكل عائقاً أمام تصميم وتنفيذ حملات احترافية قائمة على أسس علمية ومنهجية.

ورغم هذه التحديات، فإن البيئة الرقمية في سوريا توفر فرصاً واعدة يمكن استثمارها بفعالية في تعزيز الوعي المجتمعي، حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة "فيسبوك"، إمكانية الوصول إلى شريحة واسعة من المجتمع بتكلفة منخفضة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية. كما تسمح هذه المنصات بإنتاج محتوى تفاعلي متنوع، مثل الفيديوهات القصيرة، والرسومات التوضيحية، والبلث المباشر، مما يسهم في جذب انتباه الأطفال وتحفيز مشاركتهم، إلى جانب إشراك الأهالي في الحوار المجتمعي حول قضايا التعليم وحماية الطفولة.

وتبرز أيضاً فرصة توظيف هذه المنصات في ربط الأطفال بمصادر تعليمية رقمية بديلة، خاصة في المناطق التي تعاني من ضعف الخدمات التعليمية، حيث يمكن للحملات الرقمية أن توفر محتوى تعليمي مبسطاً وأمناً يدعم العملية التعليمية ويعزز من مهارات الأطفال. كما أن الطبيعة التفاعلية لوسائل التواصل الاجتماعي تتيح للمنظمات غير الحكومية بناء علاقات مباشرة مع المجتمع المحلي، والاستماع إلى احتياجاته، وتكييف رسائلها بما يتناسب مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي.

وبناءً على ذلك، فإن الاستفادة الذكية من العلاقات العامة الرقمية، رغم التحديات القائمة، يمكن أن تشكل أداة استراتيجية فعالة للمنظمات العاملة في سوريا، حيث تمكنها من الاقتراب أكثر من المجتمع، وتعزيز ثقة الأهالي، والتأثير في سلوكيات الأطفال بشكل إيجابي، بما يسهم في الحد من ظاهرة عمالة الأطفال ودعم التعليم على المدى الطويل، خاصة إذا ما تم توظيف هذه الأدوات ضمن رؤية متكاملة تراعي الخصوصية المحلية وتستند إلى تخطيط علمي واستراتيجي واضح.

الفصل الرابع

4.1 منهجية البحث

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يتيح استكشاف دور استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز المبادرات المجتمعية الرامية إلى الحد من عمالة الأطفال وتشجيع التعليم في سوريا. يهدف هذا المنهج إلى تقديم فهم شامل للظاهرة من خلال جمع وتحليل البيانات الميدانية بطريقة موضوعية، مع التركيز على العلاقة بين الرسائل الاتصالية واستجابة الأطفال والمجتمع المحلي، بما يمكن الباحث من تقييم مدى فاعلية الحملات الإعلامية والمبادرات التوعوية في الواقع السوري.

4.1.1 مجتمع البحث

يشمل مجتمع البحث العاملين في أقسام العلاقات العامة والإعلام في المنظمات الدولية والمحلية الفاعلة داخل سوريا، مثل اليونيسف والهلال الأحمر السوري وعدد من المنظمات المحلية الأخرى. تم اختيار هؤلاء المشاركين لأنهم يمتلكون خبرة مباشرة في تصميم وتنفيذ الحملات التوعوية والتواصل مع الأطفال والأسر المستهدفة، كما يمكنهم تقديم معلومات دقيقة حول العوامل المؤثرة في سلوك الأطفال تجاه العمل والتعليم واستجابة المجتمع للرسائل الاتصالية.

4.1.2 أدوات البحث وتصميمها

تم استخدام مجموعة متنوعة من أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة لضمان تغطية شاملة للجوانب الكمية والنوعية المتعلقة بموضوع عمالة الأطفال وأثر استراتيجيات العلاقات العامة على تعزيز التعليم والحد من العمل المبكر. وقد تم تصميم هذه الأدوات بعناية مع مراعاة خصوصية الأطفال وحساسية الموضوع وسهولة فهمهم للأسئلة المطروحة، إذ إن الأطفال يمثلون شريحة خاصة تتطلب أدوات بحثية ملائمة لقدراتهم الذهنية واللغوية ومستوى إدراكهم للمسائل المجتمعية التي يتم دراستها. ويشمل التصميم البحثي استخدام الاستبيانات الموجهة، والمقابلات الفردية والجماعية، وتحليل المحتوى الاتصالي للحملات التوعوية على منصات التواصل الاجتماعي، بما يتيح دمج البيانات النوعية والكمية لتقديم صورة متكاملة حول فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في السياق السوري.

لضمان تمثيل الظاهرة بدقة، تم تقسيم الأطفال المشاركين في البحث إلى شريحتين رئيسيتين، كل منهما تخضع لاستبيانات ومقابلات مصممة خصيصاً لتلائم ظروفهم التعليمية والاجتماعية:

1. الأطفال الملتحقون بالمدارس

تشمل هذه الشريحة الأطفال الذين يتلقون التعليم النظامي، سواء في المدارس الحكومية أو الخاصة أو في برامج تعليمية مؤقتة تديرها المنظمات الإنسانية. الهدف من التركيز على هذه الفئة هو تقييم مدى استفادة الأطفال من الرسائل التوعوية والمبادرات المجتمعية، وفهمهم لأهمية التعليم، وتأثرهم بالرسائل الاتصالية الموجهة إليهم عبر المدارس أو وسائل الإعلام.

تم تصميم الاستبيانات لهذه الشريحة بحيث تكون مبسطة وواضحة، مع استخدام لغة قريبة من مستوى فهم الأطفال، وخيارات إجابة متعددة تتضمن اختيارات قصيرة، مقياس درجات، وأماكن لإجابات مفتوحة قصيرة. ويسمح هذا النوع من الاستبيانات بقياس الوعي والفهم والسلوكيات التعليمية لدى الأطفال، فضلاً عن تقييم فعالية الحملات التوعوية من منظور المستفيد مباشرة. كما تهدف المقابلات الفردية والجماعية مع هذه الفئة إلى استكشاف الانطباعات الشخصية للأطفال حول الرسائل التوعوية، وكيفية تأثيرها على سلوكهم المدرسي والمجتمعي، بالإضافة إلى التعرف على أفكارهم حول ما يمكن أن يعزز من مشاركتهم في التعليم ويقلل من احتمال مشاركتهم في أنشطة العمل المبكر.

2. الأطفال العاملون وغير الملحقين بالمدارس

تشمل هذه الشريحة الأطفال الذين يعملون بانتظام أو بشكل جزئي ولا يلتحقون بالمدرسة لأسباب اقتصادية، اجتماعية أو نتيجة الأزمات الإنسانية. تعتبر هذه الفئة الأكثر عرضة للاستغلال، وغالباً ما يفتقرون إلى الموارد التعليمية أو الدعم الأسري الكافي، مما يجعلهم هدفاً رئيسياً لدراسة تأثير الحملات التوعوية واستراتيجيات العلاقات العامة في إقناعهم بأهمية التعليم وتغيير سلوكياتهم تجاه العمل المبكر.

تركز الاستبيانات والمقابلات مع هذه الفئة على دراسة دوافعهم للعمل، وفهمهم للمخاطر المتعلقة بعمالة الأطفال، واستجاباتهم للرسائل التوعوية، ومدى تأثير هذه الرسائل على وعيهم وخياراتهم اليومية. وقد تم تصميم المقابلات بأسلوب الحوار الموجه المفتوح، مع دعم بصري باستخدام بطاقات ورسوم توضيحية لتسهيل التعبير عن أفكار الأطفال الذين لا يستطيعون القراءة أو الكتابة، مع التركيز على التجارب الشخصية والانطباعات المباشرة حول التعليم والعمل والحملات التوعوية.

يتيح تقسيم الأطفال إلى هاتين الشريحتين القدرة على مقارنة الفروق في الوعي والاستجابة للرسائل التوعوية بين الأطفال الملحقين بالمدارس والعاملين، وتحليل العوامل التي قد تجعل بعض الأطفال أكثر تقبلاً للرسائل الاتصالية أو أكثر ميلاً للعمل المبكر. كما يسمح هذا التصميم بدراسة العوائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تؤثر على تعليم الأطفال، وفهم العلاقة بين الرسائل التوعوية واستراتيجيات العلاقات العامة وبين سلوكيات الأطفال المختلفة.

باختصار، يمثل هذا التقسيم وسيلة منهجية لتعميق فهم الباحث لفعالية استراتيجيات العلاقات العامة في الحد من ظاهرة عمالة الأطفال وتعزيز التعليم في سوريا، مع توفير رؤية شاملة تجمع بين البعدين النوعي والكمي، وتقديم توصيات عملية لتحسين تصميم الرسائل الاتصالية والحملات التوعوية بما يتناسب مع قدرات كل شريحة من الأطفال وظروفهم المعيشية والاجتماعية.

4.1.3 الاستبيانات والمقابلات للأطفال الملحقين بالمدارس

تم تصميم استبيان للأطفال الملحقين بالمدارس بأسئلة واضحة وبسيطة تناسب قدراتهم على القراءة والكتابة، مع استخدام خيارات متعددة وأماكن لإجابات قصيرة. ومن أمثلة الأسئلة:

هل تعرف ما هو عمل الأطفال ولماذا يُمنع؟

هل شاهدت أو سمعت عن حملة توعوية حول أهمية التعليم؟ كيف أثرت هذه الرسالة على سلوكك؟

كم ساعة تقضيها يومياً في الدراسة خارج المدرسة؟

إذا طلب منك شخص توضيح سبب أهمية التعليم للأطفال الآخرين، ماذا تقول؟

هل تشارك في أي نشاط مدرسي إضافي أو ورش تعليمية؟

4.1.4 المقابلات مع الأطفال غير الملحقين بالمدارس

بالنسبة للأطفال العاملين، تم إجراء مقابلات فردية وجماعية باستخدام أسلوب الحوار الموجه، مع توزيع بطاقات مرئية ورسوم توضيحية لتسهيل التعبير عن أفكارهم. ومن أمثلة الأسئلة لهذه الشريحة:

ما الذي تفعله في يومك عادة؟ وهل تعمل في أي نشاط اقتصادي؟

لماذا تعتقد أن الأطفال يعملون بدل الذهاب إلى المدرسة؟

هل تلقيت أي رسالة أو حملة توعوية عن أهمية التعليم؟ كيف فهمتها؟

إذا طلب منك شخص أن تختار بين العمل والمدرسة، ماذا تختار ولماذا؟

ما الذي تعتقد أنه قد يساعد الأطفال في مجتمعك على الذهاب إلى المدرسة بدل العمل؟

4.1.5 تحليل محتوى الحملات التوعوية

بالإضافة إلى الاستبيانات والمقابلات، شمل البحث تحليل محتوى الحملات التوعوية على منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على وضوح الرسائل، ملائمة اللغة والمحتوى للأطفال، استخدام الصور والرموز، وطبيعة التفاعل الذي تحققه الرسائل، سواء من الأطفال الملحقين بالمدارس أو العاملين. كما تم تقييم مدى تكامل هذه الحملات مع الأنشطة الميدانية، مثل الورش التعليمية وزيارات المدارس والمجتمعات المحلية، لتحديد أثرها الكلي على وعي الأطفال ومشاركتهم التعليمية.

4.1.6 التكامل بين البيانات النوعية والكمية

تم تصميم الدراسة بحيث تسمح المقارنة بين الشريحتين من الأطفال وتحليل الاختلافات في فهم الرسائل التوعوية، واستجابة كل شريحة للمبادرات المجتمعية. كما يتيح دمج البيانات النوعية والكمية مع تحليل محتوى الحملات الاتصالية تقديم رؤية شاملة حول فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في الحد من عمالة الأطفال وتعزيز التعليم في السياق السوري. ويُمكن لهذا التحليل تقديم توصيات عملية لتحسين تصميم الحملات الاتصالية المستقبلية بحيث تكون أكثر تأثيراً على الأطفال والأسر، وتحقيق أهدافها في الحد من ظاهرة العمل المبكر وتحفيز التعليم المستدام.

جدول 3

جدول مفصل لأدوات البحث (الاستبيان والمقابلات) مصنفة حسب الشريحة والموضوع، مع أسئلة جاهزة للتحليل الإحصائي أو النوعي

الشريحة	الموضوع	نوع الأداة	مثال على الأسئلة	خيارات الإجابة / ملاحظات
الأطفال الملتحقون بالمدارس	التعليم	استبيان	كم ساعة تقضي يومياً في الدراسة خارج المدرسة؟ هل تشارك في أنشطة تعليمية إضافية؟ إذا طلب منك شخص أن تشرح لماذا التعليم مهم، ماذا تقول؟	أقل من ساعة / 1-2 ساعة / أكثر من ساعتين نعم / لا، مع تحديد نوع النشاط إجابة مفتوحة قصيرة
	الوعي بحقوق الطفل	استبيان	هل تعرف أن العمل المبكر للأطفال ممنوع قانونياً؟	نعم / لا
			هل تعرف حقوقك الأساسية في المدرسة والمجتمع؟	نعم / لا / بعض الشيء
	تأثير الحملات التوعوية	استبيان	هل شاهدت أو سمعت عن حملة توعوية حول أهمية التعليم؟	نعم / لا
			كيف أثرت الرسالة على سلوكك؟	تغيرت سلوكياً / فهمت فقط / لم يتغير شيء
الأطفال غير الملتحقين بالمدارس (العاملون)	العمل	مقابلة فردية / جماعية	ماذا تفعل في يومك عادة؟ وهل تعمل في أي نشاط اقتصادي؟	إجابة مفتوحة
			لماذا تعتقد أن الأطفال يعملون بدل الذهاب إلى المدرسة؟	إجابة مفتوحة
	التعليم	مقابلة فردية / جماعية	هل تلقيت أي رسالة أو حملة توعوية عن أهمية التعليم؟ كيف فهمتها؟	إجابة مفتوحة
			إذا طلب منك شخص أن تختار بين العمل والمدرسة، ماذا تختار ولماذا؟	إجابة مفتوحة
	الوعي بحقوق الطفل	مقابلة فردية / جماعية	هل تعرف أن العمل المبكر للأطفال ممنوع قانونياً؟	نعم / لا / أسمع به فقط
			ما الذي تعتقد أنه قد يساعد الأطفال على الذهاب إلى المدرسة بدل العمل؟	إجابة مفتوحة
كل الشريحتين	تأثير الحملات الاتصالية	تحليل محتوى الحملات	تقييم وضوح الرسائل، ملائمة اللغة والمحتوى، استخدام الصور والرموز، وطبيعة التفاعل	تحليل نوعي + كمي (مثل عدد الإعجابات، التعليقات، المشاركات)

References

- Adonteng-Kissi, O. (2018). Parental perceptions of child labour and human rights: A comparative study of rural and urban ghana. *Child Abuse & Neglect*, 84, 34–44.
<https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2018.07.017>
- al-Masri, A. (2016). *Internet in syria remains critical – and challenged*. Secdev-Foundation.org.
<https://secdev-foundation.org/internet-in-syria-remains-critical/>
- Antonella Invernizzi. (2016). *The human rights of children : From visions to implementation*. London Routledge.
- Balch, O. (2013, August 15). *Child labour can't be carpeted over by a logo, but it's a step in the right direction*. The Guardian; The Guardian. <https://www.theguardian.com/global-development/2013/aug/15/child-labour-product-certification>
- Basu, K., & Van, P. H. (1998). The economics of child labor. *The American Economic Review*, 88(3), 412–427. <https://www.jstor.org/stable/116842>
- Edmonds, E. (2008). Child labor. In *Handbook of Development Economics* (pp. 3607–3709). Elsevier.
- European Commission. (2021). *Child labour has a profound impact on the health and wellbeing of children*. International-Partnerships.ec.europa.eu. https://international-partnerships.ec.europa.eu/news-and-events/stories/child-labour-has-profound-impact-health-and-wellbeing-children_en
- IKEA. (2024). *Film on child labour is eye-opener for IKEA - IKEA museum*. WordPress På Azure. <https://ikeamuseum.com/en/explore/the-story-of-ikea/a-new-compass/>

ILO. (2024, April 18). *Red card to child labour*. International Labour Organization.

<https://www.ilo.org/topics-and-sectors/child-labour/red-card-child-labour>

Kim, J. N., & Sriramesh, K. (2009). *ACTIVISM AND PUBLIC RELATIONS*. Routledge

EBooks, 124–144. <https://doi.org/10.4324/9780203889374-13>

League of Arab States. (2019). *،Analysis quantitative and qualitative :region arab the in labour*

child (عمل الأطفال في الدول العربية (دراسة نوعية وكمية .

Mavrokonstantis, P. (2011). *The impact of child labour on educational attainment: Evidence*

from vietnam. <https://www.younglives.org.uk/sites/default/files/migrated/YL-SP->

[Mavrokonstantis%20-%20MSc%20Dissertation_2011.pdf](https://www.younglives.org.uk/sites/default/files/migrated/YL-SP-Mavrokonstantis%20-%20MSc%20Dissertation_2011.pdf)

Mountain, B. (2026, March 20). *In Syria, women and children carry the burden when funding is*

cut. CARE; CARE.org. <https://www.care.org/news-and-stories/syria-cash-assistance->

[women-headed-households-2026/](https://www.care.org/news-and-stories/syria-cash-assistance-women-headed-households-2026/)

Munir, S. A., & Umer, R. (2023). Exploring the causes of child labour and its adverse

implications on children's education. *Global Anthropological Studies Review*, VI(I), 32–

41. [https://doi.org/10.31703/gasr.2023\(vi-i\).04](https://doi.org/10.31703/gasr.2023(vi-i).04)

News, S. (2025, October 18). *Syria launches ilo-backed labor plan after years of war - shafaq*

news. Shafaq News; شفق نيوز. <https://shafaq.com/en/Economy/Syria-launches-ILO->

[backed-labor-plan-after-years-of-war](https://shafaq.com/en/Economy/Syria-launches-ILO-backed-labor-plan-after-years-of-war)

Noguchi, & Yoshie. (2002). ILO Convention No. 182 on the Worst Forms of Child Labour and

the Convention on the Rights of the Child. *International Journal of Children's Rights*.

<http://www.ingentaconnect.com/content/mnp/chil>.

Radfar, A. (2018). Challenges and perspectives of child labor. *Industrial Psychiatry Journal*,

27(1), 17–20. https://doi.org/10.4103/ipj.ipj_105_14

Ribhu, B. (2008, November 25). *Building child friendly villages: Using village strengths to combat child labour - new tactics*. New Tactics. <https://www.newtactics.org/story/child-friendly-villages-using-village-strengths-combat-child-labour/>

SANA. (2017, June 23). حملات شبابية متنوعة في حمص للتوعية بمخاطر عمالة الأطفال. S a N A.

satyarthi. (2019). *Bal mitra gram – kailash satyarthi children's foundation*. Satyarthi. <https://satyarthi.org.in/bal-mitra-gram/>

Save the Children . (2014). <https://reliefweb.int/report/world/save-children-and-unicef-receive-136-million-ikea-soft-toy-campaign-education-programs>. *Unicef.org*.
<https://reliefweb.int/report/world/save-children-and-unicef-receive-136-million-ikea-soft-toy-campaign-education-programs>

Siibaway, M., & Majialuwe, E. K. (2024). Breaking the chains: Child labour's effect on educational achievement among basic school students in the tamale metropolis. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(4), 54–74.
<https://doi.org/10.14738/assrj.114.16741>

Smith, M. F., & Ferguson, D. P. (2010, January 1). *Activism 2.0*.
https://www.researchgate.net/publication/285784295_Activism_20

Syrian Society for Social Development . (2021). *[Child protection awareness campaigns and sessions]* حملات وجلسات توعية حماية الطفولة.

Trust, H. (2026, March 18). *Surviving the war, dying in peace - 15 years after syrian uprising, landmines continue to kill civilians*. ReliefWeb. <https://reliefweb.int/report/syrian-arab-republic/surviving-war-dying-peace-15-years-after-syrian-uprising-landmines-continue-kill-civilians>

UN. (2024, March 12). *ILO/ RED CARD TO CHILD LABOUR CAMPAIGN*. UN Audiovisual Library. <https://media.un.org/avlibrary/en/asset/d112/d1120428>

UNHCR. (2025). *In syria, unhcr's grandi urges more support for refugees returning home* | UNHCR. UNHCR. <https://www.unhcr.org/news/stories/syria-unhcr-s-grandi-urges-more-support-refugees-returning-home>

UNICEF. (2020). *What works to eliminate child labour?* Unicef.org. <https://www.unicef.org/innocenti/stories/what-works-eliminate-child-labour>

UNICEF. (2025). *As syria's children step out of the shadows of war, securing their future is more critical than ever – UNICEF*. Unicef.org. <https://www.unicef.org/press-releases/syrias-children-step-out-shadows-war-securing-their-future-more-critical-ever-unicef>

unicef. (2022, November). *Eliminating child labour: Essential for human development and ensuring child well-being*. Unicef.org. <https://www.unicef.org/innocenti/reports/eliminating-child-labour>

Unisef. (2025). — ما زالت عمالة الأطفال تؤثر على 130 مليون طفل في العالم رغم التقدم الذي تحقّق في هذا المجال [Despite progress, child labour still affects 138 million children globally – ILO, UNICEF] . Unicef.org. <https://www.unicef.org/press-releases/despite-progress-child-labour-still-affects-138-million-children-globally-ilo-unicef>

Variyava, K. (2024, October 1). *From insight to impact: Institutional strengthening for social and behaviour change*. Unicef.org. <https://www.unicef.org/evaluation/blog/insight-impact-institutional-strengthening-social-and-behaviour-change>