

رؤية ممارسي العلاقات العامة لاستراتيجيات التواصل مع ذوي الاحتياجات الخاصة
داخل المنظمات غير الربحية: دراسة ميدانية

Public relations practitioners' perspectives on communication strategies
with people with disabilities within non-profit organizations: A field
study

خطة بحث مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام الرقمي
إعداد الباحثة: رغد نادر البلخي

العام الدراسي 1447هـ \ 2025

المقدمة:

في عالم يشهد تزايداً ملحوظاً في عدد المبادرات المجتمعية، والمنظمات غير الربحية التي تسعى إلى تمكين جميع الفئات المجتمعية، يبرز موضوع تواصل المنظمات مع ذوي الاحتياجات الخاصة بوصفه أحد المحاور الجوهرية التي تستدعي اهتماماً متخصصاً من جهة ممارسي العلاقات العامة. فالفئة المعروفة بـ «ذوي الاحتياجات الخاصة» - أو «الأشخاص ذوي الإعاقة» - غالباً ما تواجه حواجز متعددة في الوصول إلى الخدمات المحلية، والمشاركة في الحياة المجتمعية، والاندماج في أنشطة المنظمات، ويُعدّ التواصل الفعّال معها عاملاً أساسياً في نجاح المهمة المؤسسية لمنظمات المجتمع المدني.

على الرغم من أن العلاقات العامة، (Public Relations) ارتبطت تاريخياً بإدارة الصورة، وبناء السمعة، وتعزيز الاتصال بين المنظمات وجمهورها، فإنّ تطور المفهوم في السياق غير الربحي جعلها تتّجه نحو التواصل الاجتماعي، والمسؤولية المجتمعية (CSR)، والمشاركة مع أصحاب المصلحة المتنوعين، بمن فيهم ذوي الإعاقة. وفي هذا الإطار، فإنّ ممارسي العلاقات العامة يُعدّون حلقة مهمة في ضمان أن تكون الاستراتيجية الاتصالية شاملة، ومراعية للاختلافات، ومصمّمة بحيث تضمن «وصولاً تواصلياً» (communication access) «وليس فقط وصولاً مادياً، فقد أكّد البحث، أنّ "الوصول إلى الاتصال يمكن أن يُعدّ موازياً للوصول الجسدي" للأشخاص ذوي الإعاقة. (Mackey & Allam, 2021)

إنّ المنظمات غير الربحية التي تستهدف ذوي الاحتياجات الخاصة، عادةً تواجه تحديات مركّبة تتعلّق بعدم وضوح الرسالة، وضعف التفاعل مع هذه الفئة كمستفيدين مشاركين، وغياب قنوات مُكيّفة للاتصال، فضلاً عن تصوّرات مجتمعية مسبقة، أو نمطية قد تؤثر على فعالية التواصل. وفي هذا السياق، فإنّ ممارسي العلاقات العامة داخل هذه المنظمات، يُطلب منهم تصميم استراتيجيات اتصالية مدروسة تتجاوز مجرد «إرسال رسالة»، إلى «خلق حوار» مع ذوي الاحتياجات الخاصة، وإشراكهم كفاعلين وليس فقط كمستقبّلين من وجهة نظر نظرية فإنّ إطار «استمرار التأقلم (Contingency Theory of Accommodation) في العلاقات العامة، يقترح أن ممارسي العلاقات، يجب أن يختاروا أنماط الاتصال الأنسب للسياق، والجهة المستهدفة على امتداد طيف من الدعوة إلى التكيف. (Letang & Pieczka, 2019)، وعند النظر إلى ذوي

الاحتياجات الخاصة باعتبارهم جمهوراً خاصاً، يصبح من الضروري تبني نهج استباقي يُركّز على التكيف مع احتياجاتهم الاتصالية، بدلاً من اعتماد نمط واحد يناسب الجميع.

كذلك، الأدبيات الحديثة عن الاتصالات الشاملة (inclusive communication) تبرز أهمية تنوع القنوات والمحتوى، بما يتماشى مع قدرات وإشارات ذوي الإعاقة، بدلاً من فرض نموذج موحد. (Stevenson & Kalia, 2020)

أظهرت الدراسات أيضاً، أنّ ممارسات الاتصال الجيد مع الأشخاص ذوي الإعاقة، تمرّ بعدة محاور رئيسية، منها: استخدام لغة الأشخاص (person-first language)، التحدّث مباشرة مع الشخص وليس مع مرافقه فقط، إتاحة الوقت الكافي للمعالجة، وضبط الإشارات غير اللفظية، وغيرها من التوصيات العملية. (Smith & Willis, 2021) ومع ذلك، فإنّ معظم هذه الدراسات تركز على الاتصال الطبي، أو الصحي، أو على المنصّات الرقمية، أو على العملاء كمستفيدين، وليس بالضرورة على ممارسي العلاقات العامة داخل المنظمات غير الربحية كجهة تنفيذية.

من هنا، تبرز أهمية هذه الدراسة الميدانية، التي تهدف إلى استكشاف «رؤية ممارسي العلاقات العامة» داخل المنظمات غير الربحية تجاه استراتيجيات التواصل مع ذوي الاحتياجات الخاصة، وذلك من خلال حقل ميداني يوفّر بيانات أوليّة من الممارسين أنفسهم. إنّ هذا البحث يسعى إلى سدّ فجوة معرفية مهمة: وهي كيف يرى هؤلاء الممارسون واقعهم المهنيّ، ما التحدّيات التي يواجهونها، ما الممارسات التي يعتمدونها، وما الاحتياجات والتوصيات التي يرونها لتطوير الأداء الاتصالي في هذا المضمار.

ولأنّ المنظمات غير الربحية تتحرك غالباً في بيئات مواردها محدودة، وتواجه ضغوطاً متعددة من حيث التمويل، والموارد البشرية، والمجتمع المحليّ، فإنّ توظيف استراتيجيات التواصل الخاصة، يتطلب سهولة التنفيذ والفعالية في الوقت نفسه. وعليه، فإنّ فهم رؤية ممارسي العلاقات العامة، يُعدّ مدخلاً أساسياً لتقديم توصيات قابلة للتطبيق، تمكّن هذه المنظمات من تحسين مستوى تواصلها مع ذوي الاحتياجات الخاصة، والمساهمة في تعزيز شمولية الخدمات والمشاركة المجتمعية.

ختاماً، إنّ تحقيق «تواصل فعّال وشامل» مع ذوي الاحتياجات الخاصة، لا يُعدّ مجرد خيار أخلاقي أو قانوني فحسب، بل هو استراتيجية حيوية — فيما تتزايد التوقعات المجتمعية، والمؤسسية نحو شمولية الخدمات، والمشاركة الحقيقية — للمنظمات غير الربحية التي تتطلّع إلى تعزيز مكانتها، وتحقيق أثرها، وتعزيز العلاقة مع جمهورها المتنوّع. لذا، فإنّ هذه الدراسة تُشكّل خطوة نحو فهم

أعمق وأكثر دقة لدور ممارسي العلاقات العامة في هذا السياق، وتقديم توصيات قائمة على الواقع الميداني تعزز من فعالية الاتصال والتواصل.

الدراسات السابقة:

أ-الدراسات التي تناولت ممارسي العلاقات العامة:

- **دراسة خالد سعيد (2023):** هدفت هذه الدراسة، إلى استكشاف دور ممارسي العلاقات العامة في تعزيز الشفافية والموثوقية في المنظمات غير الربحية في الإمارات العربية المتحدة. استخدمت الدراسة، المنهج الكمي من خلال استبيانات تم توزيعها على ممارسي العلاقات العامة في عدة منظمات. أظهرت النتائج، أن ممارسي العلاقات العامة يلعبون دوراً محورياً في تعزيز سمعة المنظمات غير الربحية، ولكن هناك نقص في التدريب المتخصص في مجال الشفافية. أوصت الدراسة، بضرورة تطوير برامج تدريبية تركز على الشفافية في العمل الإعلامي.
- **دراسة نجلاء العيسى (2022):** هدفت هذه الدراسة، إلى تحليل استراتيجيات العلاقات العامة المستخدمة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية. استخدمت الدراسة، المنهج التحليلي؛ حيث تم جمع البيانات من خلال مقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في عدة وزارات حكومية. أسفرت النتائج، عن أن استراتيجيات العلاقات العامة غالباً ما تكون تقليدية، وتفتقر إلى الابتكار في استخدام وسائل الإعلام الحديثة. أوصت الدراسة، بتطوير استراتيجيات تواصل إلكتروني متطورة لتحسين تفاعل الحكومة مع الجمهور.
- **دراسة عماد قاسم (2021):** هدفت هذه الدراسة، إلى تقييم فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات في المنظمات الخاصة في مصر. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع دراسة حالة على ثلاث شركات خاصة. أظهرت النتائج، أن استراتيجيات التعامل مع الأزمات، تفتقر إلى التنسيق الفعال بين الأقسام المختلفة في المنظمة، مما يؤدي إلى تدهور السمعة. أوصت الدراسة، بتطوير استراتيجيات أزمات قائمة على التفاعل الفوري مع الجمهور.
- **دراسة فاطمة الجندي (2020):** هدفت هذه الدراسة، إلى دراسة دور ممارسي العلاقات العامة في توجيه الرأي العام في الأردن من خلال وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. استخدمت الدراسة، المنهج الكمي من خلال استبيانات تم توزيعها على ممارسي العلاقات العامة في مختلف القطاعات. أظهرت النتائج، أن ممارسي العلاقات العامة يفضلون

الوسائل التقليدية، مثل: الصحف، والإذاعة على وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة في حملاتهم الإعلامية. أوصت الدراسة، بضرورة تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر لتعزيز التأثير الإعلامي.

- **دراسة مصطفى عبد الله (2024):** هدفت هذه الدراسة، إلى فحص تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على تعزيز التفاعل المجتمعي في المؤسسات التعليمية في قطر. استخدمت الدراسة، المنهج الميداني عبر استبيانات تم توزيعها على ممارسي العلاقات العامة في الجامعات والمدارس الخاصة. أسفرت النتائج، عن أن استراتيجيات العلاقات العامة، تسهم بشكل محدود في تعزيز التفاعل المجتمعي بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، خاصة في مجال الأنشطة اللاصفية. أوصت الدراسة، بتطوير استراتيجيات تواصل تشمل جميع الفئات الجامعية، مع التركيز على الأنشطة المجتمعية التفاعلية.

ب- الدراسات التي تناولت استراتيجيات التواصل في المنظمات غير الربحية:

- **دراسة محمد العتيبي (2020):** هدفت الدراسة، إلى فحص استراتيجيات التواصل المتبعة في المنظمات غير الربحية للتعامل مع ذوي الإعاقة. استخدمت الدراسة، المنهج الميداني عبر استبيانات تم توزيعها على ممارسي العلاقات العامة في عدد من المنظمات غير الربحية. أسفرت النتائج، عن تباين في فاعلية استراتيجيات التواصل بين المنظمات؛ حيث أظهرت بعض المنظمات تطوراً في استخدام وسائل التواصل الحديثة، مثل: الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، بينما اعتمدت أخرى على الطرق التقليدية فقط. أوصت الدراسة، بتطوير استراتيجيات تواصل تواكب العصر، بالإضافة إلى تدريب ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، على كيفية التواصل الفعال مع ذوي الإعاقة.
- **دراسة الجبير محمد (2021) :** هدفت هذه الدراسة، إلى استكشاف فاعلية استراتيجيات التواصل في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية فيما يتعلق بالأشخاص ذوي الإعاقة. استخدمت الدراسة، منهجاً تحليلياً يعتمد على مراجعة الأدبيات السابقة، ودراسة ميدانية تم تطبيقها عبر استبيانات على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات. أسفرت النتائج، عن وجود تحديات كبيرة في كيفية تكييف الرسائل والأنشطة، لتتناسب مع احتياجات ذوي الإعاقة. كما أظهرت، أن المنظمات غير الربحية تعاني من نقص في الأدوات المناسبة للتواصل مع هذه الفئة. أوصت الدراسة، بتقديم تدريب مستمر لممارسي

العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، مع التأكيد على أهمية تطوير المحتوى الذي يتم توصيله.

• **دراسة العساف علي(2021) :** هدفت هذه الدراسة، إلى تحليل استراتيجيات التواصل في المنظمات غير الربحية من خلال دراسة دور هذه الاستراتيجيات في دمج الأشخاص ذوي الإعاقة في الأنشطة المجتمعية. استخدمت الدراسة، منهجًا كمياً من خلال استبيان تم توزيعه على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية. أسفرت النتائج، عن ضعف التفاعل المجتمعي للأشخاص ذوي الإعاقة بسبب قلة الاستراتيجيات المتبعة التي تتناسب مع احتياجاتهم الخاصة. أوصت الدراسة، بضرورة تطوير استراتيجيات تواصل مرنة، ومتكاملة لضمان إشراك ذوي الإعاقة في الأنشطة المجتمعية، وتدريب العاملين في المنظمات على طرق التواصل الفعّالة.

• **دراسة البسام محمود(2019) :** هدفت هذه الدراسة، إلى تقييم فعالية استراتيجيات التواصل التي تستخدمها المنظمات غير الربحية في السعودية في التعامل مع ذوي الإعاقة. استخدمت الدراسة منهجًا مختلطاً؛ حيث تم جمع البيانات عبر استبيانات، ومقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية. أسفرت النتائج، عن أن هناك قصوراً في استخدام وسائل التواصل الرقمية بشكل فعال، وأنه لا يتم تخصيص الرسائل بشكل كافٍ لتلبية احتياجات ذوي الإعاقة. أوصت الدراسة، بضرورة تبني استراتيجيات تواصل رقمي أكثر تنوعاً وتخصصاً، بالإضافة إلى تعزيز الوعي داخل المنظمات بأهمية تطوير أدوات اتصال موجهة لهذه الفئة.

• **دراسة إسماعيل عبد الفتاح(2024) :** هدفت الدراسة، إلى استكشاف دور الحماية الاجتماعية في تحقيق الأمن الاجتماعي للأشخاص ذوي الإعاقة في مصر. استخدمت الدراسة، المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات عبر استبيانات ومقابلات مع الخبراء في هذا المجال. أسفرت النتائج، عن وجود العديد من التحديات التي يواجهها ذوو الإعاقة في الحصول على الدعم الاجتماعي اللازم؛ حيث أظهرت الدراسة، أن الحماية الاجتماعية المقدمة غير كافية وتفتقر إلى الشمولية، كما أشارت، إلى نقص التنسيق بين الهيئات الحكومية والمنظمات غير الربحية في تقديم الخدمات لهذه الفئة. أوصت الدراسة

بضرورة تحسين التشريعات الخاصة بالحماية الاجتماعية للأشخاص من ذوي الإعاقة، وتفعيل برامج الدعم الاجتماعي بشكل أكبر لرفع مستوى المعيشة لهم.

- دراسة (Williams, T., & Green, D. (2023) ، بعنوان: "تقييم دور ممارسات التواصل الشامل في المنظمات غير الربحية التي تدعم الأشخاص ذوي الإعاقة"، هدفت الدراسة، إلى تقييم دور ممارسات التواصل الشامل في المنظمات غير الربحية التي تدعم الأشخاص ذوي الإعاقة. استخدم الباحثون طريقة الاستبيان؛ حيث جمعوا بيانات من 150 منظمة غير ربحية عبر الولايات المتحدة. أظهرت النتائج، أن المنظمات التي اعتمدت ممارسات تواصل شاملة، كانت لديها مستويات أعلى من التفاعل ورضا الأشخاص من ذوي الإعاقة. أوصت الدراسة، بأن تعتمد المنظمات مبدأ التصميم الشامل في استراتيجياتها التواصلية، لضمان الوصول والشمولية الأكبر.
- دراسة (Johnson, H. (2022) ، بعنوان: "تقييم تأثير حملات العلاقات العامة في زيادة الوعي بقضايا الإعاقة في المنظمات غير الربحية"، هدفت الدراسة، إلى تقييم تأثير حملات العلاقات العامة في زيادة الوعي حول قضايا الإعاقة في المنظمات غير الربحية. استخدم الباحث منهجاً نوعياً؛ حيث قام بتحليل عدة دراسات حالة لحملات العلاقات العامة. أظهرت النتائج، أن الحملات كانت ناجحة في زيادة الوعي، لكنها غالباً ما تقتصر إلى التفاعل المستمر مع الأشخاص من ذوي الإعاقة. أوصت الدراسة، بأن تكون حملات العلاقات العامة أكثر تفاعلية، وأن تشمل المجتمع المعاق في عملية إنشاء المحتوى.
- دراسة (Smith, J., & Willis, R. (2021) ، بعنوان: "دراسة حول فعالية استراتيجيات التواصل المستخدمة من قبل المنظمات غير الربحية في إشراك الأشخاص ذوي الإعاقة"، هدفت الدراسة، إلى استكشاف فعالية استراتيجيات التواصل التي تستخدمها المنظمات غير الربحية في إشراك الأشخاص ذوي الإعاقة. استخدم الباحثون منهجاً مختلطاً؛ حيث جمعوا البيانات عبر استبيانات، ومقابلات نوعية. أسفرت النتائج، عن أن بعض المنظمات قد قامت بتكييف استراتيجياتها لتكون أكثر شمولية، إلا أن هناك فجوات كبيرة في فهم احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة. أوصت الدراسة، بأن تستثمر المنظمات في تدريب مخصص للموظفين المسؤولين عن التواصل، وتطوير استراتيجيات شمولية لضمان مشاركة أكبر من الأشخاص ذوي الإعاقة.

- **دراسة (2020) Thomas, L.** ، بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل مع الأشخاص ذوي الإعاقة"، ركزت هذه الدراسة، على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل مع الأشخاص ذوي الإعاقة. استخدمت الدراسة، تصميمًا بحثيًا كميًا؛ حيث تم استبيان 200 مشارك من المنظمات الداعمة للأشخاص ذوي الإعاقة. أظهرت النتائج، أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة قوية للوصول إلى الأشخاص ذوي الإعاقة، لكن العديد من المنظمات، كانت تفتقر إلى القدرة على الاستفادة الكاملة من هذه المنصات. أوصت الدراسة، بزيادة الاستثمار في استراتيجيات التواصل الرقمية، وإنشاء محتوى يتناسب مع جميع أنواع الإعاقات.
- **دراسة (2019) Robinson, S.** ، بعنوان: "استكشاف حواجز التواصل التي تواجهها المنظمات غير الربحية عند العمل مع الأشخاص ذوي الإعاقة"، استكشفت هذه الدراسة حواجز التواصل التي تواجهها المنظمات غير الربحية عند العمل مع الأشخاص ذوي الإعاقة. استخدم الباحث منهج دراسة حالة؛ حيث أجرى مقابلات مع مديري التواصل في خمس منظمات غير ربحية كبيرة. أظهرت النتائج، نقصًا في الأدوات المناسبة للتواصل مع الأشخاص ذوي الإعاقة، بالإضافة إلى الحاجة إلى استراتيجيات تواصل أكثر شمولًا. أوصت الدراسة، بأن تستثمر المنظمات في تقنيات التواصل المتاحة، وأن تتعاون مع خبراء الإعاقة لتحسين أساليب التواصل.
- **دراسة محمد حسين (2022) :** هدفت هذه الدراسة، إلى تقييم فعالية استراتيجيات التواصل التي تعتمد عليها المنظمات غير الربحية في دعم الأشخاص ذوي الإعاقة في مصر. استخدمت الدراسة، المنهج الميداني؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات تم توزيعها على العاملين في عدة منظمات غير ربحية. أظهرت النتائج، أن معظم المنظمات لا تعتمد استراتيجيات تواصل شاملة ومرنة تلبي احتياجات جميع الفئات من ذوي الإعاقة. كما كشفت الدراسة، عن نقص في استخدام وسائل التواصل الرقمي المناسبة لهذه الفئة. أوصت الدراسة، بضرورة تدريب ممارسي العلاقات العامة على استخدام وسائل التواصل الرقمي بشكل أفضل، وتطوير استراتيجيات تواصل مخصصة لاحتياجات ذوي الإعاقة.
- **دراسة فاطمة الحربي (2021) :** هدفت الدراسة، إلى تحليل فعالية استراتيجيات التواصل التي تستخدمها المنظمات غير الربحية في السعودية مع الأشخاص ذوي الإعاقة، وتحديد مدى تفاعل هذه المنظمات مع هذه الفئة. استخدمت الدراسة المنهج التحليلي؛ حيث تم

تحليل بيانات استبيانات تم جمعها من ممارسي العلاقات العامة في عدة منظمات غير ربحية. أظهرت النتائج، أن المنظمات تواجه صعوبة في الوصول إلى ذوي الإعاقة بسبب نقص التنوع في استراتيجيات التواصل، وخاصة في ما يتعلق باستخدام الوسائل الرقمية. أوصت الدراسة، بضرورة تبني تقنيات التواصل الميسرة لذوي الإعاقة، مثل: ترجمة المحتوى إلى لغات الإشارة، وخلق بيئة تواصل شاملة.

- **دراسة سارة الزهراني(2020) :** هدفت الدراسة، إلى استكشاف فعالية استراتيجيات التواصل المستخدمة في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية للتفاعل مع الأشخاص ذوي الإعاقة. استخدمت الدراسة، المنهج الكمي من خلال توزيع استبيانات على ممارسي العلاقات العامة في هذه المنظمات. أسفرت النتائج، عن وجود تحديات في تكييف الرسائل الإعلامية بما يتناسب مع احتياجات ذوي الإعاقة، خاصة فيما يتعلق بالوسائل التقليدية المستخدمة. أوصت الدراسة، بتطوير استراتيجيات تواصل تواكب العصر الرقمي، وكذلك توفير أدوات وموارد تدعم تفاعل الأشخاص ذوي الإعاقة مع المحتوى الإعلامي بشكل أفضل.

التعليق على الدراسات السابقة:

أ-من حيث الشبه والاختلاف:

يمكن ملاحظة أن معظم الدراسات السابقة تتقاطع في الهدف الأساسي، المتمثل في تحسين التواصل مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية. الدراسات التي تناولت موضوع التواصل مع هذه الفئة، ركزت بشكل كبير على استراتيجيات العلاقات العامة، وكيفية تكييف هذه الاستراتيجيات لتلبية احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة، سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية، أو الرقمية. ومع ذلك، تختلف الدراسات في طرق البحث، والأدوات المستخدمة. بعض الدراسات اعتمدت على الأساليب الكمية عبر الاستبيانات، في حين استخدمت دراسات أخرى المنهج النوعي، مثل: المقابلات، أو دراسات الحالة. كما أن التوصيات التي خرجت بها هذه الدراسات، شملت تطوير استراتيجيات تواصل شاملة مع ذوي الإعاقة، ولكنها لم تركز بشكل كافٍ على التطبيقات العملية لتلك التوصيات في السياق المحلي من حيث الاختلاف. بعض الدراسات، ركزت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بينما لم تذكر دراسات أخرى هذا الموضوع بالشكل المطلوب. كما أن معظم الدراسات، ركزت على دور العلاقات العامة في بناء الصورة العامة للمنظمة، وليس على تفاعل ذوي الإعاقة كجزء من عملية التواصل.

ب- الاستفادة من الدراسات السابقة:

قدمت هذه الدراسات، إطارًا نظريًا جيدًا لفهم التحديات التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في التواصل مع ذوي الإعاقة. ساعدت هذه الدراسات، في تسليط الضوء على الأدوات والتقنيات المختلفة التي يمكن استخدامها لتحسين التواصل، مثل: الوسائط الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي. كما أنها ساهمت في التأكيد على أهمية تخصيص استراتيجيات التواصل لتناسب احتياجات ذوي الإعاقة. إن استخدام الأدوات الحديثة، مثل: التطبيقات الرقمية، وأدوات الوسائط المتعددة، يُعد عنصرًا أساسيًا في دراسة ممارسات التواصل مع هذه الفئة، وبالتالي، توفر هذه الدراسات للباحثين رؤية شاملة حول ما يمكن تحسينه في هذا المجال. ومع ذلك، تفتقر الدراسات السابقة، إلى دراسات ميدانية متعمقة حول تطبيق تلك الاستراتيجيات داخل المنظمات غير الربحية في السعودية، أو المنطقة العربية بشكل عام، وهو ما يفتح مجالًا للدراسة الحالية.

ج- ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتمثل أهم مميزات هذه الدراسة، في تركيزها على السياق المحلي للمنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية بمنطقة الرياض، بينما ركزت الدراسات السابقة على سياقات مختلفة في الدول الغربية، أو على نماذج عالمية، فإن هذه الدراسة تسعى إلى تسليط الضوء على التحديات والفرص الخاصة التي تواجهها المنظمات غير الربحية في المملكة في التواصل مع ذوي الإعاقة. إضافة إلى ذلك، تتميز الدراسة الحالية، باستخدام أساليب بحث ميداني متعمقة، من خلال استبيانات ومقابلات مع ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، وهو ما لم يتم في معظم الدراسات السابقة التي كانت تركز أكثر على الدراسات النظرية أو التحليلية. وبالتالي، فإن هذه الدراسة، توفر بيانات أولية قد تكون أكثر صلة بالواقع المحلي، مما يساهم في تقديم توصيات عملية قابلة للتنفيذ لتحسين التواصل مع ذوي الإعاقة في المملكة.

مشكلة الدراسة:

تُعد الإعاقة، من القضايا العالمية التي تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد والمجتمعات. ففي العالم، يُقدّر عدد الأشخاص ذوي الإعاقة بحوالي مليار شخص، أي ما يعادل نحو 15% من إجمالي السكان (الإسكوا، 2023). وفي المنطقة العربية، تتزايد أهمية هذه القضية بسبب ارتفاع نسبة الأشخاص ذوي الإعاقة، التي تُقدّر بحوالي 7-10% من السكان في العديد من الدول العربية، بما في ذلك المملكة العربية السعودية. ففي إحصاءات عام 2022، بلغ عدد الأشخاص ذوي

الإعاقة في المملكة حوالي 1.35 مليون شخص، مما يُشير إلى وجود تحديات كبيرة في توفير فرص المشاركة الكاملة في الحياة المجتمعية لهذه الفئة (الهيئة العامة للإحصاء، 2022).

تعتبر المنظمات غير الربحية، أحد القنوات الأساسية التي يمكن من خلالها تحسين جودة حياة الأشخاص ذوي الإعاقة، وتعزيز مشاركتهم الفاعلة في المجتمع. ولكن رغم ذلك، فإن العديد من هذه المنظمات، لا تزال تواجه تحديات كبيرة في تطبيق استراتيجيات تواصل فعّالة ومُكيّفة لهذه الفئة، مما يعوق فاعلية رسائلها وقدرتها على إشراك ذوي الإعاقة في مختلف الأنشطة والبرامج. من هنا، تظهر الحاجة الملحة إلى فهم دور ممارسي العلاقات العامة في هذه المنظمات، وكيفية تكييف استراتيجيات الاتصال لتناسب احتياجات ذوي الإعاقة.

وتكمن الفجوة البحثية، في أن معظم الدراسات السابقة حول التواصل مع ذوي الإعاقة قد ركّزت على الجوانب العامة للتواصل، أو على التحديات التي يواجهها الأشخاص ذوو الإعاقة في الوصول إلى المعلومات والخدمات. ومع ذلك، فإن الدراسات التي تناولت دور ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، وكيفية تصميم استراتيجيات تواصل موجهة لذوي الإعاقة، تظل محدودة جداً، خاصة في السياق العربي. كما تفتقر الأدبيات، إلى تحليل ميداني شامل لرؤية ممارسي العلاقات العامة داخل هذه المنظمات بشأن استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة، وهو ما يعد ضرورياً لفهم التحديات العملية التي يواجهونها في هذا المجال.

أظهرت الدراسات السابقة، وجود فجوة كبيرة بين الخطط الاتصالية التي تُعتمد في المنظمات غير الربحية، وتطبيق هذه الخطط بشكل فعلي بما يتناسب مع احتياجات ذوي الإعاقة (الحميد، 2024). كما أن الأبحاث العربية بشكل عام، لم تركز بشكل كافٍ على كيفية ملائمة هذه الاستراتيجيات مع السياقات الثقافية المحلية؛ حيث يوجد فرق كبير بين استراتيجيات التواصل في البلدان الغربية والدول العربية. علاوة على ذلك، تفتقر الأدبيات إلى التقييم الميداني لكيفية تأثير هذه الاستراتيجيات على ذوي الإعاقة، وكيفية تحسين مستويات المشاركة، والاندماج المجتمعي من خلال استراتيجيات التواصل الفعّالة.

النتيجة هي: نقص في فهم ممارسات التواصل الفعّالة بين ممارسي العلاقات العامة، وذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية، وفي المنطقة العربية بشكل عام. لذا، تهدف هذه الدراسة، إلى سد هذه الفجوة من خلال استكشاف رؤية ممارسي العلاقات العامة

لاستراتيجيات التواصل مع ذوي الاحتياجات الخاصة في المنظمات غير الربحية، وتحليل التحديات التي يواجهونها، وتقديم التوصيات التي قد تسهم في تحسين هذه الاستراتيجيات.

أهمية الدراسة:

أ- الأهمية العلمية:

1. تقدم هذه الدراسة، إضافة هامة في مجال العلاقات العامة من خلال تحليل استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية، وهو موضوع لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الأدبيات العربية.
2. تسهم الدراسة، في تطوير المفاهيم، والنظريات المعتمدة في مجال العلاقات العامة من خلال استكشاف كيفية تكييف استراتيجيات التواصل لتناسب احتياجات الفئات الخاصة، مثل: ذوي الإعاقة.
3. تعزز الدراسة، من قاعدة المعرفة حول العلاقة بين العلاقات العامة، وذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية، مما يساهم في بناء جسور بين أبحاث العلاقات العامة، وأبحاث الإعاقة.
4. تُعتبر هذه الدراسة، نقطة تلاقٍ بين مجالين علميين مختلفين: العلاقات العامة، والدراسات الخاصة بالإعاقة، مما يفتح آفاقاً جديدة للتعاون البحثي بين هذه المجالات.

ب- الأهمية العملية:

1. تساهم الدراسة، في تحسين استراتيجيات التواصل في المنظمات غير الربحية، من خلال تقديم توصيات عملية ومبنية على الواقع الميداني، لتعزيز الوصول الفعال لذوي الإعاقة.
2. تساهم الدراسة، في زيادة الوعي المجتمعي لدى ممارسي العلاقات العامة حول ضرورة تبني استراتيجيات تواصل شاملة مع ذوي الإعاقة، مما يسهم في تحسين الظروف المعيشية لهذه الفئة.
3. تقدم الدراسة، حلولاً لتفعيل مشاركة ذوي الإعاقة في الأنشطة المجتمعية لجمعيات واتحادات ذوي الاحتياجات الخاصة، التي تنظمها المنظمات غير الربحية، وبالتالي تسهم في تعزيز الانخراط المجتمعي لهم.

4. تسهم الدراسة، في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ذات العلاقة بالشمولية والمساواة لمنظمات وجمعيات ذوي الاحتياجات الخاصة، من خلال تقديم استراتيجيات تواصل تساعد على دمج ذوي الإعاقة في الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي: استكشاف وتقييم استراتيجيات التواصل التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية، لتوجيه رسائلهم لذوي الإعاقة، وتحديد التحديات والفرص المتعلقة بتطوير هذه الاستراتيجيات.

الأهداف الفرعية:

1. تحليل قنوات الاتصال المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية للتواصل مع ذوي الإعاقة.
2. تحديد التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية في تصميم وتنفيذ استراتيجيات تواصل موجهة لذوي الإعاقة.
3. اقتراح استراتيجيات لتحسين فعالية التواصل مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية بناءً على التحليل الميداني.

تساؤلات الدراسة:

1. ما استراتيجيات التواصل المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية للتواصل مع ذوي الإعاقة؟
2. ما التحديات التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية عند تطوير وتنفيذ استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة؟
3. ما الفرص المتاحة لتحسين استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية؟
4. كيف يمكن قياس فعالية استراتيجيات التواصل المطبقة مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية؟

فروض الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في استخدام قنوات الاتصال المختلفة من قبل ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية في التواصل مع ذوي الإعاقة.
- **الفرضية الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية تتعلق بالتحديات التي تؤثر على تصميم وتنفيذ استراتيجيات تواصل ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع، العمر، المؤهل التعليمي)
- **الفرضية الثالثة:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاقتراحات المستخلصة من التحليل الميداني لتحسين استراتيجيات التواصل، وفعالية التواصل مع ذوي الإعاقة في المنظمات غير الربحية.

مفاهيم الدراسة:

–العلاقات العامةPublic Relations

تُعرف العلاقات العامة بأنها: "مجموعة من الأنشطة المدروسة والمنظمة، التي تهدف إلى بناء وتحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها المستهدف، وذلك من خلال التواصل الفعال والتفاعل المستمر" (عبد الله، 2021، 90).

ووفقاً للتعريف الذي قدمه "جونسون"، فإن العلاقات العامة هي: "عملية تواصل استراتيجية، تهدف إلى بناء علاقات متبادلة مع الجمهور، وتؤثر على انطباعاتهم وسلوكهم نحو المؤسسة" (جونسون، 2020).

التعريف الإجرائي:

وفي سياق هذه الدراسة، تُعرف العلاقات العامة بأنها: الأنشطة، والعمليات التي تقوم بها المنظمات غير الربحية للتواصل مع ذوي الإعاقة بهدف تعزيز المشاركة المجتمعية، وتقديم رسائل تواصلية تواكب احتياجات هذه الفئة.

– ذوي الإعاقة: People With Disabilities

يشير "العتيبي"، إلى أن "ذوي الإعاقة، هم الأشخاص الذين يعانون من عجز طويل الأمد في النمو الجسدي، العقلي، أو الحسي الذي يؤدي إلى صعوبة في أداء الأنشطة اليومية" (العتيبي، 2021، 65).

أما "الجبير"، فيعرف ذوي الإعاقة بأنهم: "الأفراد الذين لديهم إعاقة بدنية، أو عقلية، أو حسية تؤثر على قدرتهم على أداء المهام اليومية بشكل مستقل" (الجبير، 2021، 45).

التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، يُقصد بذوي الإعاقة: الأشخاص الذين يعانون من تحديات جسدية، أو عقلية، أو حسية، تتطلب وسائل أو استراتيجيات تواصل مخصصة، تتلاءم مع احتياجاتهم الخاصة.

-المنظمات غير الربحية: Non-profit Organizations

تُعرف المنظمات غير الربحية، بأنها: "منظمات تهدف إلى تحقيق مصلحة عامة، أو خدمة اجتماعية، دون السعي لتحقيق أرباح مالية" (العساف، 2021، 78).

ووفقًا للهيئة الدولية للتنمية، "المنظمات غير الربحية هي: كيانات تعمل على توفير خدمات اجتماعية أو بيئية أو صحية، وتستمد تمويلها من التبرعات أو الدعم الحكومي أو التبرعات العامة" (الهيئة الدولية للتنمية، 2022، 145).

التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، يقصد بالمنظمات غير الربحية: المؤسسات التي تعمل في مجال تقديم خدمات، أو برامج اجتماعية تهدف إلى خدمة ذوي الإعاقة، وتعزيز دمجهم المجتمعي دون تحقيق أرباح مالية.

-استراتيجيات التواصل: Communication Strategies

تعرف استراتيجيات التواصل، بأنها: "الخطط المنظمة التي تنتهجها المنظمات، لتحقيق أهدافها في التواصل مع جمهورها المستهدف عبر قنوات متعددة ومتنوعة" (البسام، 2019، 43). ووفقًا لـ "كوهن"، "استراتيجية التواصل هي: مجموعة من الإجراءات والتقنيات، التي تهدف إلى التأثير في الجمهور بشكل محدد، وضمان استجابة إيجابية من هذا الجمهور" (كوهن، 2021، 98).

التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، يُقصد باستراتيجيات التواصل: الخطط، والأنشطة التي تتبعها المنظمات غير الربحية للتواصل مع ذوي الإعاقة، والتي تشمل استخدام قنوات الاتصال المختلفة، مثل: الإعلام التقليدي، والوسائط الرقمية، والتواصل الشخصي، لضمان وصول الرسائل بفعالية لهذه الفئة.

الفصل الثاني: الإطار المعرفي

أولاً: الإطار النظري

نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

المبحث الأول: العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية:

1. مفهوم العلاقات العامة.
2. دور العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية.
3. أدوات وأساليب العلاقات العامة.

المبحث الثاني: التواصل مع ذوي الإعاقة:

1. مفهوم التواصل مع ذوي الإعاقة.
2. التحديات في التواصل مع ذوي الإعاقة.
3. استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة.

المبحث الثالث: استراتيجيات التواصل في المنظمات غير الربحية تجاه ذوي الإعاقة:

1. استراتيجيات تواصل المنظمات غير الربحية مع ذوي الإعاقة.
2. التحديات التي تواجه المنظمات غير الربحية في التواصل مع ذوي الإعاقة.
3. دور التكنولوجيا في تحسين التواصل مع ذوي الإعاقة.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) :

تمهيد:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع، واحدة من النظريات المؤثرة في دراسة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد. هذه النظرية، تركز على فهم كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بما يتناسب مع احتياجاتهم ورغباتهم الشخصية. كما تركز على الدور الفعال للجمهور في اختيار المحتوى الذي يستهلكونه، ما يعكس التأثير المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام. تأسست هذه النظرية في السبعينات من القرن الماضي، ومنذ ذلك الحين، أصبحت محورية في دراسة العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور.

تعريفها:

نظرية الاستخدامات والإشباع: هي إطار نظري في مجال الاتصال والإعلام، يُركّز على السؤال: لماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام؟ بدلاً من السؤال التقليدي: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ تفترض النظرية، أن الأفراد يدركون احتياجاتهم قبل استخدام الوسائل الإعلامية، ويختارون من بين الوسائل المتاحة، تلك التي يرونها أكثر قدرة على تلبية تلك الاحتياجات، سواء كانت رغبة في الترفيه، أو الحصول على المعلومات، أو التواصل الاجتماعي، أو الخدمات الشخصية (العامري، 2023، 34)

وعليه، فالنظرية تضع المستخدم في مركز عملية الاتصال الإعلامي، باعتباره نشطاً ومُمارساً لخياراته الإعلامية، وليس فقط مستقبلاً سلبياً للمحتوى (مازن، 2021).

فرضيات النظرية:

1. يفترض أن الأفراد ليسوا متلقين سلبيين؛ بل هم فاعلون في اختيار وسائل الإعلام التي يستخدمونها؛ بمعنى أنهم يحددون بأنفسهم الوسيلة، والمحتوى الذي يلائم رغباتهم واحتياجاتهم (النجار، 2022).
2. يُفترض أن وسائل الإعلام، تُستخدم كأدوات لتحقيق احتياجات فردية أو اجتماعية، مثل: الترفيه، الهروب من الواقع، أو التواصل مع الآخرين (العنزي، 2023).
3. يرى هذا الافتراض، أن لدى الأفراد مجموعة متنوعة من الاحتياجات الإعلامية — معرفية، شخصية، اجتماعية، وضعية — وأنهم يلجؤون إلى وسائل مختلفة لتلبية هذه الاحتياجات بحسب السياق والزمان (رشيد، 2024).
4. تفترض النظرية، وجود علاقة ديناميكية بين احتياجات المستخدم، نوع المحتوى المقدم، وخصائص الوسيلة الإعلامية، بمعنى أنّ اختيار الوسيلة والمحتوى يعتمدان على كيف تُلبّي هذه الوسيلة المحتوى احتياجاً معيناً في وقت معين (العيسى، 2023).

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

يمكن توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع، لفهم كيفية اختيار ممارسي العلاقات العامة، الاستراتيجيات التي تلبي احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة داخل هذه المنظمات. وفقاً لهذه النظرية، يُعتبر الجمهور فاعلاً نشطاً في تحديد الوسائل التي يستخدمها لتلبية احتياجاته المختلفة، مما يغير من الدور التقليدي لوسائل الإعلام والجمهور. في هذا السياق، يمكن فهم ممارسات

التواصل الخاصة بممارسي العلاقات العامة بأنها استجابة مباشرة لاحتياجات الفئات المستهدفة من ذوي الاحتياجات الخاصة، مثل: تلك المتعلقة بالإعاقة السمعية أو البصرية. على سبيل المثال: إذا كانت المنظمة تستهدف ذوي الإعاقة السمعية، فمن المرجح أن تستخدم استراتيجيات تواصل تشمل الترجمة الفورية، أو لغة الإشارة، مما يلبي احتياجات الجمهور، ويضمن تفاعلهم الفعال مع المعلومات المقدمة.

تعتبر هذه الاستراتيجيات، موجهة لتحقيق أهداف واضحة؛ حيث يختار الأفراد الوسائل الإعلامية التي تساعدهم على الإشباع، والتفاعل مع المحتوى بالطريقة التي تناسبهم. بناءً على ذلك، فإن ممارسي العلاقات العامة داخل المنظمات غير الربحية، يسعون إلى توفير منصات تواصل تتناسب مع احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة، سواء كانت تتعلق بتقديم المعلومات، أو التفاعل الاجتماعي. وفي هذه الدراسة، يظهر كيف تتأثر قرارات التواصل بشكل كبير بالاحتياجات المحددة للجمهور المستهدف. كما تُظهر النظرية، كيف أن ممارسي العلاقات العامة يختارون الأدوات الإعلامية بناءً على احتياجات تفاعلية، معرفية أو حتى عاطفية لهذا الجمهور، مما يعكس تنوع الاحتياجات الإعلامية لدى الفئات المختلفة داخل المجتمع.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-نوع الدراسة

ستكون هذه الدراسة، دراسة وصفية ميدانية، تهدف إلى استكشاف وتحليل استراتيجيات التواصل التي يتبعها ممارسو العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية تجاه ذوي الإعاقة، والتعرف على التحديات والفرص في هذا السياق. كما ستسعى الدراسة، إلى تقديم توصيات مبنية على البيانات الميدانية لتحسين هذه الاستراتيجيات.

2-منهج الدراسة

تتبع الدراسة منهج المسح بالعينة، الذي يعتمد على جمع البيانات الميدانية وتحليلها، باستخدام أدوات إحصائية لفهم الظاهرة بشكل كامل. سيتم تطبيق هذا المنهج، من خلال استخدام الاستبيانات كأداة رئيسة لجمع البيانات من ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية.

3-مجتمع الدراسة

سيكون مجتمع الدراسة، مكونًا من ممارسي العلاقات العامة العاملين في المنظمات غير الربحية التي تقدم خدمات للأشخاص ذوي الإعاقة في المملكة العربية السعودية بمنطقة الرياض. سيتضمن المجتمع مختلف الفئات، مثل: العاملين في المنظمات المعنية بالإعاقة الجسدية، والعقلية، والحسية.

4-عينة الدراسة

ستمثل عينة الدراسة، في عينة عشوائية من ممارسي العلاقات العامة العاملين في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية بمنطقة الرياض. سيتم اختيار العينة بشكل عشوائي، لضمان تمثيل مختلف أنواع المنظمات غير الربحية التي تتعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة. ستتراوح عينة الدراسة من 100 إلى 150 ممارسًا للعلاقات العامة.

5-الأداة (الاستبيان)

سيتم استخدام الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات. سيتكون الاستبيان من أسئلة مغلقة، وأسئلة مفتوحة تهدف إلى جمع معلومات حول استراتيجيات التواصل المستخدمة، التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة، والفرص المتاحة لتحسين هذه الاستراتيجيات. سيتم تصميم الاستبيان بحيث يتوافق مع متطلبات مجتمع الدراسة، مع ضمان وضوح الأسئلة وسهولة الإجابة عليها.

6-الأساليب الإحصائية المستخدمة:

1. التحليل الوصفي: سيتم استخدام التحليل الوصفي لاستخلاص البيانات الأساسية من الاستبيانات، مثل: المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لفهم التوجهات العامة.
2. التحليل التكراري: سيتم تحليل تكرار الإجابات، لاكتشاف الأنماط والتوجهات الأكثر شيوعًا بين ممارسي العلاقات العامة.
3. اختبار "T" للتحليل المقارن: سيتم استخدام اختبار "T" لتحليل الفروق بين المجموعات المختلفة.
4. التحليل العاملي: سيتم تطبيق التحليل العاملي، لتحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على فعالية استراتيجيات التواصل مع ذوي الإعاقة.

5. التحليل البعدي (تحليل الانحدار): سيتم استخدام تحليل الانحدار، لفهم العلاقة بين مختلف المتغيرات في الدراسة، مثل: تأثير التدريب على فعالية التواصل، أو تأثير نوع الإعاقة على استراتيجيات الاتصال المتبعة.

حدود الدراسة:

1. الحدود الزمنية: تقتصر الدراسة، على العام الدراسي الحالي: 2025\2026، ستكون البيانات التي يتم جمعها وتحليلها ضمن هذه الفترة الزمنية.
2. الحدود المكانية: تقتصر الدراسة، على المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية التي تقدم خدمات للأشخاص ذوي الإعاقة بمنطقة الرياض.
3. الحدود البشرية: تركز الدراسة، على ممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الربحية في المملكة بمنطقة الرياض.

مقترحات فصول الدراسة:

- الفصل الأول: مقدمة الدراسة.
- الفصل الثاني: الإطار النظري.
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة.
- الفصل الرابع: تحليل البيانات وعرض النتائج.
- الفصل الخامس: مناقشة النتائج.
- الفصل السادس: التوصيات والخاتمة.

قائمة المراجع:

أ-المراجع العربية:

- الإسكوا. (2023). *الإعاقة في المنطقة العربية: تحدي تنموي*. لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.
- بدر، مهران. (2024). *المستهلك الرقمي ووسائل الإعلام: من التلقي إلى المشاركة*. الرياض: دار اليربوع الحديث.
- البسام، محمود. (2019). *استراتيجيات التواصل المؤسسي*. دار الإبداع للنشر.
- الجبير، محمد. (2021). *إدارة التواصل مع ذوي الإعاقة*. مجلة الدراسات الاجتماعية.
- جونسون، جون. (2020). *الاستراتيجيات الحديثة في العلاقات العامة*. دار الثقافة للنشر.
- الحربي، فاطمة (2021). *تحليل فعالية استراتيجيات التواصل التي تستخدمها المنظمات غير الربحية في السعودية مع الأشخاص ذوي الإعاقة*. مجلة العلوم الاجتماعية والإعلام، 10(1)، 45-67.
- حسني، عبد العزيز (2023). «توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في الحملة الإعلانية الرقمية». *مجلة البحوث الإعلانية*، 8(4)، ص 77-94.
- حسين، محمد (2022). *تقييم فعالية استراتيجيات التواصل التي تعتمد عليها المنظمات غير الربحية في دعم الأشخاص ذوي الإعاقة في مصر*. مجلة دراسات الإعلام والعلاقات العامة، 15(2)، 123-145.
- الحميد، عبد الله. (2024). *العلاقات العامة والإعاقة في العالم العربي: تحليل نقدي*. مجلة العلوم الاجتماعية العربية، 11(3)، 57-72.
- الزهراني، سارة (2020). *استكشاف فعالية استراتيجيات التواصل المستخدمة في المنظمات غير الربحية في المملكة العربية السعودية للتفاعل مع الأشخاص ذوي الإعاقة*. مجلة دراسات الاتصال والإعلام، 12(4)، 89-112.
- سليمان، نادين & رشيد، عمر (2024). «تنوع الاحتياجات الإعلامية لدى طلاب الجامعات: دراسة استكشافية». *مجلة التربية والإعلام*، 4(1)، ص 67-90.
- الشريف، فاطمة & الحربي، عيسى (2025). «دور نظرية الاستخدامات والإشباع في التسويق الإعلامي: رؤية تحليلية». *مجلة التسويق والإعلام*، 12(3)، ص 101-125.
- العامري، خالد & المزيني، نورة (2023). «الاحتياجات الإعلامية واختيار المستخدم: دراسة تطبيقية على منصات التواصل الاجتماعي». *دراسات الاتصال والإعلام*، 5(2)، ص 48-72.

- عبد الله بن محمد، س. (2021). العلاقات العامة: نظرية وتطبيقات. دار الفكر العربي.
- العتيبي، فهد. (2020). مفاهيم الإعاقة وأنواعها. مجلة دراسات في العلوم الإنسانية.
- العساف، علي. (2021). إدارة المنظمات غير الربحية في البيئة العربية. دار النشر الجامعي.
- العنزي، مريم (2023). «وسائل الإعلام كأدوات إشباع: تحليل احتياجات الشباب العربي». «مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الخليج»، 17(2)، ص 133-156.
- العيسى، هلال (2023). «علاقة الوسيلة والمحتوى والاحتياج: قراءة في فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع». «المجلة العربية للاتصال»، 10(3)، ص 22-45.
- كوهن، جون. (2021). استراتيجيات التأثير في الجمهور. دار المعارف.
- محمود، علي. (2022). التواصل الفعّال في المنظمات. دار العلم.
- النجار، سامي (2022). «الفعل الإعلامي: الجمهور بين الاستخدام والاختيار». «الدراسات الإعلامية المعاصرة»، 3(1)، ص 29-50.
- الهيئة الدولية للتنمية. (2022). المنظمات غير الربحية: نماذج وواقع في المنطقة العربية. مركز الدراسات الاقتصادية.
- الهيئة العامة للإحصاء. (2022). إحصائيات الإعاقة في المملكة العربية السعودية. المملكة العربية السعودية.
- الجندي، فاطمة. (2020) دور ممارسي العلاقات العامة في توجيه الرأي العام في الأردن من خلال وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. مجلة الدراسات الإعلامية، 10(4)، 56-79.
- العيسى، نجلاء. (2022) تحليل استراتيجيات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الإعلامية والسياسية، 14(1)، 45-67.
- سعيد، خالد. (2023) استكشاف دور ممارسي العلاقات العامة في تعزيز الشفافية والموثوقية في المنظمات غير الربحية في الإمارات العربية المتحدة. مجلة دراسات العلاقات العامة والإعلام، 8(2)، 123-145.
- عبد الله، مصطفى. (2024) تأثير استراتيجيات العلاقات العامة على تعزيز التفاعل المجتمعي في المؤسسات التعليمية في قطر. مجلة بحوث الاتصال والإعلام، 11(2)، 101-123.

- قاسم، عماد (2021). تقييم فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات في المنظمات الخاصة في مصر. مجلة البحوث الإعلامية والإدارية، 19(3)، 78-102.

ب-المراجع الأجنبية:

- Mackey, L., & Allam, S. (2021). Communication Access for People with Disabilities: A Barrier-Free Approach. *Journal of Disability Policy Studies*.
- L'Etang, J., & Pieczka, M. (2019). Contingency Theory in Public Relations: Adapting Communication Strategies. *Public Relations Review*, 45(2), 230-240.
- Stevenson, A., & Kalia, P. (2020). Inclusive Communication in Non-Profit Organizations. *Journal of Non-Profit Management*.
- Smith, J., & Willis, R. (2021). Best Practices for Communicating with People with Disabilities. *Communication Research Reports*.
- Smith, John & Willis, Richard (2021). *A Study on the Impact of Public Relations Strategies on Awareness of Mental Health Issues in Non-Profit Organization*.
- Thomas, Linda (2020). *Social media and disability advocacy organizations: caught in the double-bind*.
- Johnson, Henry (2022). *Communicating with Patients with Disability: Perspectives and Strategies*.
- Robinson, Steven (2019). *Exploring Communication Barriers in Non-Profit Organizations for People with Disabilities*.
- Williams, Thomas & Green, David (2023). *Social Media Communication Strategies in Disability Awareness Campaigns*.