

كيف تجذب وسائل الإعلام لتغطية نشاط فرقتك الكشفية

جذب انتباه وسائل الإعلام المفضل ليس صعباً كما تتخيل

كما يقال في الأمثال (يبقى الأمر كما هو عليه) لكن محاولة متطوعي الفرقة الكشفية للأولاد للحصول على تغطية لمنجزاتهم الكشفية وأعمالهم الجيدة تبدو تواجه هذا المثل القديم. لأولئك الساعين للحصول أن يكونوا جزءاً من تغطية وسائل الإعلام يبقى الأمر ليس هناك جديداً. الصفحات الأولى من الجرائد ونشرات الأخبار في التلفزيون تركز على الأخبار السيئة بشكل عام. أما الكشاف الذي يأمل أن يظهر في الأخبار وهو يقوم بحملة لجمع الطعام، أو مدير علاقات عامة يحاول الحصول على أسماء فرقة النسور الكشفية الجديدة لطبعتها في الجريدة المحلية فذلك كله من الأخبار التي ربما لا تجد طريقها للنشر إطلاقاً. في هذا الجو يبدو أن الحصول على مساحة إعلانية في الجريدة المحلية أو النشرات الإلكترونية لنشر الأشياء الجيدة والإيجابية التي تقوم بها الكشافة المحلية أو الوحدات الكشفية يعد صعباً أو مستحيلاً.

وصفة النجاح:

لكن وطبقاً لخبراء رصد الرأي العام في وسائل الإعلام فإن جذب انتباه وسائل الإعلام المفضلة لمجموعتك أو فرقتك الكشفية ليس صعباً كما تعتقد.

وصفة النجاح كما يقول الخبراء بسيطة وهي:

أ- يجب عليك إن تدرك ما يريده المراسلون والمحرون.

ب- تعلم كيف تقدمه لهم.

يقول (كيت كلاد): شعور عام ينتابك أن خبر مجموعة كشفية تنظف متنزه عام لا يمكن أن يتنافس مع خبر إطلاق نار وقتلى في إحدى المدارس. ولكن إذا خطت مقدماً وأحسنت التوقيت لهدفك بشكل صحيح وتبنت اتصالات قوية في وسائل الإعلام المحلية فإن بإمكانك أن تنشر أخبارك.

حقيقة كثير من المحررين يبحثون عن الأخبار الإيجابية لتوازن الأخبار السلبية. ولكن قادة الكشافة الذين يأملون في الوصول إلى الرأي العام برسائل إيجابية عن برامجهم عليهم أن يدركوا أن المجتمع تغير كثيراً في الـ25 سنة الأخيرة كما يقول السيد(ستيفنس) الذي يعمل كمستشار علاقات عامة في المنظمة الكشفية. بالإضافة إلى أن العقلية الموجودة في وسائل الإعلام تبدو سلبية فإننا أيضاً نواجه العديد من الأفراد المختلفين هذه الأيام، (يضيف السيد ستيفنس). إن من أهم التحديات التي تواجهنا هي فتح قنوات الاتصالات مع أولياء الأمور الذين ليس لديهم علم بأفكارنا وبرامجنا. ومواجهة هذا التحدي تعني أن نتكلم مع الآباء بلغتهم وهذا مفتاح مؤثر في التأثير على الرأي العام.

الاستراتيجيات والأساليب:

- أحد أسوأ الأشياء التي نفعلها كما يقول الخبراء هي ان نمطر المحررين والمراسلين والمحررين الآخرين في وسائل الإعلام بأخبار وأفكار ضعيفة تماماً.

- من السياسات السيئة الأخرى هي الانتظار حتى الدقيقة الأخيرة ثم نعلم وسائل الإعلام بالحدث أو الإتصال بهم في أوقات الذروة أو أوقات غير مناسبة.

- أيضاً في الغالب نحن لا ندرك مدى أهمية خبر معين إلا بعد انتهاءه كما يقول السيد(جوميلد).

يقول السيد(جوميلد): أنا أرسل تقريرين أو ثلاثة إلى وسائل الإعلام شهريا وأفعل ما بوسعي للتأكد من ملانمتهم للنشر، أحياناً تطبع هذه التقارير كما أرسلتها بالضبط وأحياناً يتصل بي المراسل لأخذ المزيد من التفاصيل.

- محاولة التعرف على أعضاء في وسائل الإعلام المحلية هي خطوة أساسية في جذب اهتمامهم (تؤكد السيدة جاستلر) وتقول أيضاً: من المهم أن تنشأ علاقات مع المحرر حتى تصبح على علم بالمواعيد لطبع الجريدة لكي تخطط تقاريرك طبقاً لها. وتضيف أيضاً: هناك الكثير من النقاش والجدال بين المراسلين على نشر الأخبار الصغيرة ولكن أحاول أن أقيم علاقات معهم وعندما أرى مقالات صغيرة عن كشافة أتصل بهم مباشرة لأشكر المراسل الذي كتبها.



يجب أن لا يقل حجم الصورة عن 7x5 بوصة وأن تكون معبرة عن عمل معين، وليس مجموعة تحديق في العدسة فقط.

مصدر قيم للمعلومات:

تقول السيدة(بينفز): هذه اللمسات الصغيرة تؤدي إلى نتائج كبيرة, وقد قام مكتب السيدة(بينفز) بإنتاج اسطوانة عنوانها (مميزات التسويق) وهي متوفرة لجميع المجالس والوحدات وتقدم نصائح وخطط لكيفية كسب الرأي العام, وتضيف السيدة(بينفز) قائلة: أفضل الأخبار دأناً هي الأخبار المحلية وأفضل الطرق للحصول على نصيبك منها هي أن يكون لك علاقة صلبة مع وسائل الإعلام في مجتمعك المحلي وهذا يعني التالي:

- 1- المعرفة والتواصل مع وسائل الإعلام المحلية.
 - 2- تزويد هذه الجهات بالفعاليات والمعلومات الكشفية مع مواقيتها.
 - 3- التأكد من أن العاملين في وسائل الإعلام يمكنهم الوصول لك ليلاً أو نهاراً.
 - 4- الاستجابة لمطالب وسائل الإعلام بدقة والانتباه لآخر موعد لنشر الفعالية.
 - 5- إعلام المرسلين والمحررين بتقديرك العالي لدعمهم لك.
 - 6- احترام رغبة وسائل الإعلام في الطريقة التي يمكن ان يتلقوا بها الأخبار سواء بالفاكس أو البريد الإلكتروني... الخ.
- تقول السيدة (بينفز) أن أكبر شكوى للصحفيين عدم تواصل مسؤول الكشافة معهم لنشر الأخبار وعدم التزامهم بالتواريخ وطرق الاتصالات التي يفضلونها.
- السيدة(آن جاستلر) عملت لنفسها قائمة بكل الصحف المحلية في منطقتها وبالطريقة التي يريدون ان يتلقوا بها الأخبار, جريدة واحدة فقط تفضل التعامل بالبريد الإلكتروني أما الباقي فتصلهم الأخبار بالفاكس.

أهمية اختيار الوقت المناسب:

الخبراء يقترحون عمل المكالمات الهاتفية لوسائل الإعلام حوالي العاشرة صباحاً عندما يقوم معظم المرسلين بالتخطيط ليومهم ولأسبوعهم حيث تقوم مكاتب الصحف الأسبوعية بترتيب الأخبار للأسبوع كاملاً. لا تتصل مطلقاً بجريدة صباحية بعد الساعة الرابعة مساءً ففي هذا الوقت يكون المرسلون والمحررون مشغولون جداً. بشكل عام كلما كان المجتمع المحلي صغيراً كانت فرصة الكشافة لنشر أخبارهم أفضل, فبينما الصحف الكبيرة لا تجد مساحة لتغطية كل الأخبار فإن العكس هو الصحيح بالنسبة للصحف الصغيرة (كيث ستفنس).

في الحقيقة الكثير من الصحف الصغيرة تحتاج أخبارك أكثر من ذي قبل وهي في الغالب تكون مسرورة عند تلقي هذه الأخبار وفي السياق نفسه ينبغي عدم اغفال وسائل إعلام متخصصة ربما لا يكون لهذه الصحف المتخصصة انتشار واسع ولكن الكثير منها يقرأ جيداً من قبل فئات محددة, يشرح ذلك (رينيف فيرنار) المدير المساعد لقسم الاتصالات الخارجية في المنظمة الكشفية فيقول: الجرائد ونشرات الأخبار هم وسيلتين فقط من وسائل عدة لإيصال رسالتك, وهناك وسائل إعلام أخرى مثل الراديو وإعلانات الخدمة العامة والمطبوعات الدينية والإنترنت والكثير.

الصور الناجحة التي تقبلها وسائل الإعلام:

ليس من الضروري أن تكون كاتباً مميّزاً لتعد مجموعة أخبار للكشافة. في الحقيقة محاولة استخدام لغة مبالغ فيها يمكن



اكتب التعليق المناسب تحت الصورة, وأسماء الأشخاص

مرتبة من اليسار لليمين.

من المعروف أن الصحف المحلية ليس لديها مصور خاص بأشطة الكشافة ولذلك يجب أن تصطحب آلة التصوير في جميع الأوقات, بهذه الطريقة لن أضيع فرصة التقاط أي صورة تواجهني, بينما الصحف الكبرى تفضل أن ترسل مصوريها الخاصين بها ولذلك من الأفضل أن تعلمهم عن إمكانية التصوير.