



الجامعة العربية الأمريكية
كلية الدراسات العليا

توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية غير الربحية لعلاقتها مع وسائل
الإعلام

إعداد

حنين غصنه/ الحلو

إشراف

د. عبد الله عدوي

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص
العلاقات العامة المعاصرة

حزيران / 2024

©الجامعة العربية الأمريكية -2024. جميع حقوق الطبع محفوظة.

إجازة الرسالة

توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية غير الربحية لعلاقتها مع وسائل الإعلام

إعداد

حنين باجس حسن غصنه/ الحلو

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/5/29 وأجيزت.

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة:

.....


مشرقاً ورئيساً

1- د. عبد الله عدوي

.....


ممتحنًا داخليًا

2- د. عمر أبو عرقوب

.....


ممتحنًا خارجيًا

3- د. إبراهيم حروب

الإقرار


أنا الطالبة: حنين باجس حسن غصنة/ الحلو، حاملة هوية رقم: 852395755، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

"توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية غير الربحية لعلاقتها مع وسائل الإعلام"

أقر بأن ما تضمنته الرسالة، وما اشتملت عليه، هو نتيجة جهدي الشخصي، باستثناء ما أشرت إليه أينما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، ولم يقدم أي جزء منها؛ لنيل لقب علمي، أو بحثي، لدى أي مؤسسة تعليمية أخرى.

اسم الطالبة: حنين باجس حسن غصنة.

الرقم الجامعي: 202113404.

التوقيع: 

التاريخ: 2024/09/04م.

الإهداء

إلى وطني الحبيب

(فلسطين)

وإلى مدرستي الأولى في الحياة

(أمي)

وإلى سندي وقوتي

(أبي)

وإلى أخويّ

(حسن، وحمزة)

وإلى عائلتي، وأصدقائي، ومن وقف إلى جانبي، وساندني،

وإلى أساتذتي الأفاضل في كليّة الدراسات العليا في الجامعة العربيّة الأمريكيّة،

وإلى كل من علمني حرفاً

وإلى زميلاتي وزملائي في الدراسة،

وإلى كل من دعمني في مسيرتي التعليميّة

إلى كل هؤلاء

أهدي ثمرة هذا الجهد العلمي

حنين غصنه

الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر، والتقدير، والعرفان، إلى أساتذتي الأفاضل في كلية الدراسات العليا في الجامعة العربيّة الأمريكيّة على ما قدموه من علم، ومعرفة كبيرة، وإلى الدكتور (عبد الله عدوي) الذي قدم لي إرشاداته، وتعليماته، ونصائحه، وتوجيهاته القيمة، في أثناء إعداد هذه الرسالة، وإلى زميلاتي، وزملائي، الذين ساندوني في خطواتي العمليّة، والأكاديميّة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى أعضاء لجنة المناقشة: الممتحن الخارجي د. إبراهيم حروب، الممتحن الداخلي د. عمر أبو عرقوب وذلك لتوجيهاتهم القيمة التي من شأنها إراء الرسالة.

حنين غصنه

المخلص

يُعد التواصل مع وسائل الإعلام أمرًا مهمًا في العمل المؤسسي؛ فينبغي للمؤسسات بأنواعها، وأشكالها المختلفة، أن توظف علاقاتها الإعلامية لتحقيق أهدافها. وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الفلسطينية لعلاقاتها الإعلامية بدراسة حالة المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية؛ لفهم كيفية توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقاتها الإعلامية، واستكشاف أهم الاستراتيجيات التي تحكم علاقة المؤسسات الحقوقية بوسائل الإعلام، والمعوقات التي تواجهها في التواصل مع الإعلام. وتنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية التحليلية التي تسعى إلى وصف مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقاتها مع وسائل الإعلام، ورصده، وتحليله، بجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بها، فاستخدمت الدراسة المنهج المختلط بشقيه: الكمي المتمثل بأداة الاستبانة الذي وزع على (83) مؤسسة حقوقية، والكيفي المتمثل بأداة المقابلة التي أجريت مع خمس مؤسسات حقوقية.

خلّصت الدراسة إلى أن معظم المؤسسات غير الربحية الفلسطينية الحقوقية تحرص على توظيف علاقاتها مع وسائل الإعلام بنسبة (50%)، وكشفت أن (34%) فقط من المؤسسات الحقوقية يتوفر لديها طاقم متخصص للإعلام، وأن طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، ووسائل الإعلام، غلب عليها التشاركية، وتسهيل نشر أخبارها، ومعلوماتها؛ بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام بنسبة وصلت إلى (49%) من المؤسسات، وفي المقابل، وُجد ضعف في طبيعة العلاقات الإعلامية في جانب التفاعل مع وسائل الإعلام، وتركيز بنائها على المصلحة في النشر، لا كاستراتيجية في بناء العلاقات؛ إذ إن (40%) من المؤسسات الحقوقية لا تحرص على عقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام، ولا تشارك (39%) منها في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام. ومن أبرز إسهامات الدراسة أنها قدمت تصورًا واضحًا لمستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقاتها الإعلامية، ووضحت طبيعة الاستراتيجيات التي تحكم العلاقة بين الطرفين، والأهداف التي تتواصل من أجلها المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام، بما يفيد العاملين في هذا المجال؛ لتحسين مستوى توظيف علاقاتهم الإعلامية مع وسائل الإعلام.

فهرس المحتويات

أ.....	إجازة الرسالة
ب.....	الإقرار
ج.....	الإهداء
د.....	الشكر والتقدير
ه.....	الملخص
ط.....	فهرس الجداول
ك.....	فهرس الأشكال
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2.....	1.1 المقدمة
3.....	2.1 مبررات اختيار موضوع الدراسة:
4.....	3.1 أهمية الدراسة
4.....	4.1 مشكلة الدراسة
5.....	5.1 أهداف الدراسة
6.....	6.1 أسئلة الدراسة
6.....	7.1 مصطلحات الدراسة
8.....	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
9.....	1.2 التمهيد
9.....	2.2 الإعلام ووسائل الاتصال
13.....	3.2 وسائل الإعلام والاتصال المؤسسي
14.....	4.2 العلاقات الإعلامية
17.....	5.2 نظرية إدارة العلاقات
17.....	1.5.2 نبذة عن النظرية:
17.....	2.5.2 تطور نظرية إدارة العلاقات
18.....	3.5.2 معايير نظرية إدارة العلاقات:
19.....	5.5.2 الاستفادة من النظرية
20.....	6.2 المؤسسات غير الربحية

20.....	1.6.2 أهمية المؤسسات غير الربحية
21.....	2.6.2 خصائص المؤسسات غير الربحية
22.....	3.6.2 سمات المؤسسات غير الربحية
22.....	4.6.2 أهداف المؤسسات غير الربحية
22.....	5.6.2 أنواع المؤسسات غير الربحية
23.....	6.6.2 المؤسسات الفلسطينية غير الربحية
25.....	7.2 المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية
25.....	1.7.2 أهمية المؤسسات الحقوقية
26.....	2.7.2 أهداف المؤسسات الحقوقية
27.....	3.7.2 المعوقات التي تواجه عمل المؤسسات الحقوقية
28.....	4.7.2 نماذج لمؤسسات حقوقية في فلسطين
33.....	8.2 الدراسات السابقة
38.....	9.2 الخلاصة
39.....	الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة
40.....	1.3 التمهيد
40.....	2.3 نوع الدراسة ومنهجها
40.....	3.3 أدوات الدراسة
45.....	4.3 إجراءات تنفيذ الاستبانة
46.....	5.3 المعالجات الإحصائية
48.....	6.3 حدود البحث المكانية والزمانية:
48.....	7.3 التحليل الأولي للنتائج
52.....	8.3 الخلاصة
53.....	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
54.....	1.4 التمهيد
54.....	2.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
54.....	1.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
57.....	2.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
61.....	3.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

66.....	4.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
70.....	5.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
73.....	6.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال السادس
83.....	3.4 الخلاصة
85.....	الفصل الخامس: مناقشة النتائج وتوصيات الدراسة
86.....	1.5 التمهيد
86.....	2.5 مناقشة نتائج الدراسة
86.....	1.2.5 توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام
87.....	2.2.5 العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام
89.....	3.2.5 الاستراتيجيات التي تحكم العلاقة بين المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام
90.....	4.2.5 المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام
91.....	5.2.5 الخصائص الديموغرافية التي تؤثر في توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية
92.....	3.5 خلاصة النتائج
93.....	4.5 إسهامات الدراسة
93.....	1.4.5 إسهامات نظرية
93.....	2.4.5 إسهامات عملية
94.....	5.5 التوصيات
94.....	1.5.5 التوصيات للباحثين
94.....	2.5.5 التوصيات للمؤسسات الحقوقية
96.....	قائمة المصادر والمراجع
108	قائمة الملاحق
124	Abstract

فهرس الجداول

جدول (1.3) قيم معاملات ارتباط الفقرات بمحورها، وقيم معاملات ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للأداة.....	43
جدول (2.3): قيم معاملات ثبات الاستبانة موزعة حسب محورها، والدرجة الكلية، بطريقة كرونباخ ألفا.....	44
جدول (3.3): درجات احتساب مستوى كل محور وفقرة.....	45
جدول (1.4): قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام.....	55
جدول (2.4): قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمستوى طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام.....	58
جدول (3.4) قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور استراتيجيات المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع وسائل الإعلام.....	61
جدول (4.4) قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور التحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام.....	67
جدول (5.4): النسب المئوية مرتبة تنازلياً لاستجابات مجتمع الدراسة حول طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية.....	70
جدول (6.4): يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام التي تعزى لمتغير الجنس.....	73
جدول (7.4): المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.....	73
جدول (8.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.....	75
جدول (9.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المؤهل العلمي.....	76

- جدول (10.4): المُتوسّطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة. 77
- جدول (11.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفروق للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة. 77
- جدول (12.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابيّة للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. 78
- جدول (13.4): المُتوسّطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعًا لمتغير المسمى الوظيفي. 79
- جدول (14.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفروق للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعًا لمتغير المسمى الوظيفي. 79
- جدول (15.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسّطات الحسابيّة للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المسمى الوظيفي. 81
- جدول (16.4): المُتوسّطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعًا لمتغير التخصص. 82
- جدول (17.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مُستوى دلالة الفروق للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعًا لمتغير التخصص. 82

فهرس الأشكال

- شكل (1.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغيراتها الديموغرافية (التعريفية) 48
- شكل (2.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي 49
- شكل (3.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة 50
- شكل (4.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي 51
- شكل (5.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص 51
- شكل (4.1): النسب المئوية لتوظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية،
وتواصلها مع وسائل الإعلام 57
- شكل (2.4) النسب المئوية لطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام
..... 61
- شكل (3.4) النسب المئوية للاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع
وسائل الإعلام 66
- شكل (4.4): النسب المئوية للتحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل
الإعلام 70
- شكل (5.4): النسب المئوية لاستجابات مجتمع الدراسة حول طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية
غير الربحية المراد تحقيقها بالتواصل مع وسائل الإعلام مرتبة تنازلياً 71

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تتألف عدد المؤسسات غير الربحية في العالم العربي عامةً، وفلسطين خاصةً نتيجةً للتحويلات التي حدثت في المجتمع المدني العربي؛ إذ توجد حوالي (3237) مؤسسة عاملة غير ربحية في الدولة الفلسطينية المحتلة (وزارة الداخلية، 2023).

تتمتع المؤسسات غير الربحية بكيانٍ مستقل، ولا تسعى للربح، إذ تهدف إلى دعم المشاريع الإنسانية، أو البيئية، أو التعليمية، أو الصحية، أو المجتمعية بعامه، وتهدف المؤسسات الأهلية، والجمعيات، إلى تحقيق المصلحة العامة، والتكامل في الأدوار، بعيداً عن مبدأ المربحة. وفي القرن التاسع عشر، أنشأ الغرب جمعيات، ومنظمات غير حكومية؛ للاهتمام بالقضايا الإنسانية، ومثال ذلك: منظمات التضامن الدولي (ثابت، 2006).

تحرص المؤسسات غير الربحية ومنها: الحقوقية، على توظيف علاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؛ للتوعية، والإرشاد، والحصول على الدعم، والتمويل اللازم لاستمرار عملها، ويحتتم على المؤسسات الحقوقية إدراك أهمية التواصل مع وسائل الإعلام، وإنشاء علاقات معها، بواسطة استراتيجيات، منها: التبادلية، والتشاركية، والثقة، التي تطور العلاقة، وتحسن جودتها، فضلاً عن أنّ توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقاتها الإعلامية يسهم في كسب تأييد الفئات المستهدفة، والرأي العام، والوقوف على رأيهم في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسات.

تبني المؤسسات الحقوقية علاقات وطيدة، ومستمرة، تبني على ثقافتها بوسائل الإعلام؛ دعماً للقضايا التي تتبناها، فتعزز علاقات التعاون مع وسائل الإعلام المختلفة، وتخلق قنوات مفتوحة؛ للتواصل، والاتصال، والتغذية الراجعة، وتضمن تغطية الوسائل الإعلامية للأخبار، والمعلومات، والمعارف، من مصادرها المؤسساتية الموثوقة (وزارة الإعلام، 2019).

فرضت قضايا حقوق الإنسان نفسها بقوة على الساحة القومية، والعالمية، وتنوعت المجالات التي تزاوَل فيها منظمات حقوق الإنسان جهودها في المجتمع، وعلى الرغم من تعدد الموائيق، والمعاهدات، والدول التي تحمل شعار المواطنة، والديمقراطية، وحقوق الإنسان، فقد ثبت وجود انتهاكات لهذه الحقوق، ولفئات متعددة في المجتمع، ما زالت تفرض نفسها أيضاً؛ فظهرت الحاجة إلى توفير منظمات متخصصة في الدفاع عن حقوق الإنسان على مستويات المجتمع المختلفة، التي شهدت مؤخرًا تطورًا كبيرًا، وأصبح لديها مسؤوليات، وأدوار، ومهام، تحدث في إطار سياساتها، وضمن خططها (عريفات، 2023).

تحاول هذه الدراسة استكشاف كيفية توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، وينبع ذلك من الحاجة إلى ضرورة أن يكون لهذه الشريحة من المؤسسات علاقات متينة

وثابته مبنية على أسس واستراتيجيات مع وسائل الإعلام حيث من شأن ذلك أن يساعدها على تحقيق أهدافها، وعلى الوصول إلى جمهورها، إضافة إلى أن العلاقة مع وسائل الإعلام من شأنها المساهمة في جذب الدعم والتمويل لتلك المؤسسات التي هي بالأساس مؤسسات غير ربحية وبحاجة إلى الحصول على التمويل لمشاريعها وأنشطتها.

تكمّن أهمية هذه الدراسة في كونها تبحث في كيفية توظيف نظرية إدارة العلاقات لدى المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام.

إن توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام أمر غاية في الأهمية وإن إدراك تلك المؤسسات لهذه الأهمية سيعود بالتأكيد عليها بالمنفعة وسيحقق أهدافها في الوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور وسيجذب لها الدعم والتمويل اللازم لاستمراريتها.

2.1 مبررات اختيار موضوع الدراسة:

تتمثل مبررات اختيار موضوع الدراسة فيما يأتي:

- إدراك دور المؤسسات غير الربحية على نحو أفضل وبخاصة المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، وتأثيرها في القضايا العامة، إذ إن لها دوراً مهماً في المجتمع، فهي ركن أساسي لحماية حقوق الإنسان، ونشر الوعي بها، وقد يصعب عليها أن تحقق أهدافها لقلّة الدعم، والموارد المتاحة لديها. وبالتالي يمكن أن تستخدم العلاقات الاتصالية عموماً، والعلاقات الإعلامية كجزء منها لتحقيق أهدافها، وتعزيز قضاياها الحقوقية.
 - تقدير التأثير والأثر الإعلامي في المؤسسات الحقوقية التي تُعنى بقضايا الحقوق المختلفة، وتقييم تأثير الإعلام في مسار القضايا الحقوقية.
 - فهم طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية، ووسائل الإعلام، وتحديد العوامل المؤثرة فيها، والطرق الأفضل لإدارة العلاقة بينهما، ومعرفة التحديات المتعلقة بالتواصل، وتطوير استراتيجيات تسمح بنشر رؤى المؤسسات الحقوقية، وأفكارها، بوساطة وسائل الإعلام؛ لزيادة توعية الجمهور المستهدف.
- فيما يتعلق بجوانب النقص في عدم تنفيذ هذه الدراسة فإنه يؤدي إلى زيادة القصور بحق المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، بوصفها دعامة أساسية لحماية حقوق الإنسان الفلسطيني، إذ تتعرض لانتهاكات الاحتلال الإسرائيلي، وتواجه تحديات مُضاعفة على إثر عملها في الأراضي المحتلة، فضلاً عن قلّة الدعم المالي، والمعرفي، والإعلامي، المتاح أمامها، فتعزز هذه الدراسة حقوق الإنسان الفلسطيني، والمؤسسات الحقوقية، وتحقق أهدافها، وتستكشف مستوى توظيف المؤسسات غير

الربحية لعلاقتها الإعلامية مع وسائل الإعلام بوساطة دراسة تحليلية مسحية للمؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية.

3.1 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة فيما يأتي:

الأهمية العلمية:

- تركز الدراسة على البحث العلمي لفهم قضيتها، وتوفير المادة العلمية، فهي تسهم في التحسين، والتطوير، وإبراز دور العلاقات الإعلامية في المؤسسات غير الربحية في فلسطين، وبخاصة الحقوقية منها لبروزها في ميدان العمل الإنساني، والمجتمعي، والسياسي.
- تكمن أهمية الدراسة في ندرة الدراسات التي تناولت موضوع توظيف المؤسسات غير الربحية لعلاقتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؛ دراسة حالة المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية.
- الأهمية العملية:
- مساعدة الجهات التنفيذية في المؤسسات غير الربحية بعامة، والحقوقية بخاصة، وتوجيههم لدعم حقوق الإنسان، ومضاعفة حمايتها في فلسطين، والعالم، وتوسيع قاعدة الدعم بأشكاله المختلفة للمؤسسات الحقوقية عبر توظيف العلاقات الإعلامية؛ لجذب الدعم، والتبرعات.
- تعزيز دور العلاقات الإعلامية ذات التأثير المباشر، وأثرها في تحقيق أهداف المؤسسات الحقوقية عبر بناء سمعتها، التي تعد جوهر الوظيفة الاتصالية، وإدارتها، فضلاً عن وظيفة الحوار، والتنسيق، في ظل إغفال دراسات سابقة متعددة على مستوى المكتبة الفلسطينية، والعربية، والخوض في صميم موضوع الدراسة الذي يتركز في المؤسسات الحقوقية.
- تقديم نتائج، وتوصيات، عملية، إلى صانعي القرار، في المؤسسات الحقوقية بخاصة، والمؤسسات غير الربحية، ومنظمات المجتمع المدني المشابهة بعامة؛ لتعزيز توظيف العلاقات الإعلامية لديها.

4.1 مشكلة الدراسة

تؤدي المؤسسات غير الربحية، وبخاصة الحقوقية، أدواراً لافتة في المجتمع الفلسطيني؛ إذ قدمت الخدمات للمواطنين، ونفذت حملات توعوية متعددة، وبرامج تنمية؛ لتحسين حياة المواطنين، لكن أداءها لم يكن كافياً لمعالجة المشكلات المفصلية المتعلقة بالوضع المعيشي، والحياتي العام، للمواطن الفلسطيني.

بلغ عدد المؤسسات الحقوقية غير الربحية المهمة في فلسطين (176) مؤسسة في الضفة الغربية، وهي مؤسسات تسعى جاهدة إلى تحقيق أهدافها المحددة، كتطوير القطاع الحقوقي على مستوى المجتمع، والمحافظة على حقوق الأفراد، والمناصرة للعدالة الاجتماعية، وزيادة وعي الناس،

وغيرها؛ ولتحقيق هذه الأهداف، تتخذ هذه المؤسسات الحقوقيّة إجراءات تسهل مهماتها، وتحقق أهدافها، كإدارة العلاقات الإعلامية بفاعليّة، وبناء علاقات طويلة الأمد مع وسائل الإعلام. تعددت الدراسات السابقة التي تناولت موضوع توظيف المؤسسات غير الربحيّة لعلاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام، من غير الاستناد إلى نظريّة إدارة العلاقات، وهي نظريّة محوريّة مهمة جدًّا؛ لفهم طبيعة العلاقة بين المؤسسات، ووسائل الإعلام، وكيف تتأثر هذه العلاقة بعوامل تجعلها ذات أمد قصير، أو طويل، ومنها: دراسة (رسولي، 2022) بعنوان: دور وسائل الإعلام في تفعيل أداء المنظمات الدوليّة غير الحكوميّة الناشطة في مجال العمل الإنساني: منظمة العفو الدوليّة أنموذجًا، ودراسة (خضير، 2021) بعنوان: وسائل الإعلام والاتصال ودورها في تفعيل وتحسين أداء الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني في الجزائر، ودراسة (Averill، 2020) بعنوان: العلاقات الإعلامية للمنظمات الصغيرة غير الهادفة للربح.

على الرغم من وجود هذه الدراسات، إلا أن هناك فجوة معرفيّة، تتمثل في قلة الأدبيات حول توظيف المؤسسات غير الربحيّة، والحقوقيّة منها، لعلاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؛ بالاستناد إلى نظريّة إدارة العلاقات، وتتعمق هذه الفجوة في عدم تناول العلاقات الإعلامية آليّة توظيف المؤسسات غير الربحيّة لها في علاقاتها مع وسائل الإعلام، فالتركيز في جلّه على العلاقات العامة، سواء في الأدبيات العربيّة، أو الأجنبيّة؛ فيظهر ضعف واضح في الدراسات العربيّة في تناول العلاقات الإعلامية؛ أما معظم الدراسات فركزت في مضمونها على المنظمات غير الربحيّة، والأهليّة بعامة، من غير التركيز على المؤسسات الحقوقيّة، وهو الأمر الذي تركز عليه الدراسة.

تحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس: كيف توظف المؤسسات غير الربحيّة الفلسطينيّة الحقوقيّة علاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؟

5.1 أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في استكشاف كفيّة توظيف المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقاتها مع وسائل الإعلام، وتنفرع منه أهداف أخرى، هي:

1. استكشاف مستوى توظيف المؤسسات الحقوقيّة لعلاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام.
2. تحليل نوع العلاقة بين المؤسسات الحقوقيّة ووسائل الإعلام.
3. تحليل أهم استراتيجيات العلاقة بين المؤسسات الحقوقيّة ووسائل الإعلام.
4. استكشاف عن المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام.
5. فحص أهداف المؤسسات الحقوقيّة غير الربحيّة من التواصل مع وسائل الإعلام؟

6. مناقشة الخصائص (المتغيرات الديموغرافية) لمدراء وموظفي العلاقات العامة التي تؤثر في مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام.

6.1 أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس: (كيف توظف المؤسسات غير الربحية الفلسطينية الحقوقية علاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؟)، وتتفرع منه الأسئلة الآتية:

1. ما مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام؟

2. ما طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام؟

3. ما أهم الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام؟

4. ما المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام؟

5. ما طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية من التواصل مع وسائل الإعلام؟

6. ما أبرز الخصائص (المتغيرات الديموغرافية) لمديري العلاقات العامة وموظفيها، التي تؤثر في مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؟

7.1 مصطلحات الدراسة

المؤسسات غير الربحية: هي مؤسسات لا تسعى للربح، تهدف أساساً إلى دعم نشاط أو عدد من الأنشطة سواء العامة أو الخاصة دون أي مصلحة ربحية أو تجارية، أو الانخراط فيه أو الدعوة إليه، ينشط هذا النوع من المؤسسات في مجالات مختلفة وواسعة مثل المساعدات الإنسانية والصحية والبيئية والقضايا الاجتماعية وحماية الحيوان والمؤسسات اليرية والمجالات السياسية والدين والرياضة وغيرها (شفاقوج، 2013).

وتعرفها الباحثة إجرائياً: هي المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق أهداف متخصصة سواء أكانت اجتماعية أو ثقافية أو بيئية أو تعليمية، دون تحقيق الأرباح المادية. مثل الجمعيات الخيرية ومؤسسات التعليم المجتمعي وغيرها، وتستخدم هذه المؤسسات علاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها.

العلاقات الإعلامية: العلاقة بين المؤسسات ووسائل الإعلام المتنوعة، مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة والوسائل الإعلامية الرقمية، وتهدف إلى تحسين الصورة الإعلامية للمؤسسات وتعزيز الوعي بالخدمات التي تقدمها. كما تشمل أنشطة مثل إصدار البيانات الصحفية وتنظيم الفعاليات الإعلامية والتحدث مع وسائل الإعلام وإدارة الأزمات الإعلامية والتواصل مع الجماهير عبر منصات التواصل الاجتماعي باعتبارها أنشطة تساهم في بناء الصورة الإعلامية الإيجابية للمنظمات (Ledingham, 2023).

وتعرفها الباحثة إجرائياً: هي عملية تبادل المعلومات والرسائل بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام المختلفة سواء الإعلام المرئي أو المسموع أو المقروء أو الإعلام الرقمي، بهدف الترويج للمؤسسة وجذب المزيد من الاهتمام والدعم من المجتمع، وتعزيز صورتها الإيجابية أمام الجمهور المستهدف والممولين والمجتمع المدني والدولي.

المؤسسات الحقوقية: مجموعة من الأشخاص اجتمعوا في سبيل تحقيق هدف معين، مثل المحافظة على حقوق الإنسان المنبثقة من دستور الدولة، والأنظمة المحلية، وأيضاً الاتفاقيات الدولية التي تُعنى بقضايا حقوق الإنسان (الكردي، 2020).

وتعرفها الباحثة إجرائياً: هي المؤسسات التي تعمل في مجال حماية حقوق الإنسان والمساواة والعدالة، والتي تعمل في الضفة الغربية، ولها علاقاتها الخاصة مع وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 التمهيد

تعد المؤسسات غير الربحية إحدى البنى الأساسية في المجتمع الفلسطيني؛ إذ تعمل في مجالات مختلفة، ومنها الحقوقيّة، التي تسعى إلى حماية حقوق الإنسان، وتعزيزها، وتوعية الناس بأهميّة حقوقهم، وحياتهم؛ فالتحولات الاجتماعيّة، والتكنولوجيّة، التي حصلت في القرن الحادي والعشرين، أثرت على نحو كبير في طرق عمل هذه المؤسسات، وأصبح استخدام وسائل الإعلام أحد الأدوات الفعالة التي تحقق أهداف هذه المؤسسات؛ إذ يؤدي التواصل الفعال مع هذه الوسائل دورًا حيويًا في نشر رسالة المؤسسة، وجذب انتباه المجتمع لقضاياها، وأهدافها. وتتضمن دراسة العلاقات الإعلاميّة للمؤسسات غير الربحية أهميّة كبيرة، وبخاصة، في مجتمع يشهد تنافسًا شديدًا على وقت الجمهور، وانتباهه، وقد يكون توظيف المؤسسات غير الربحية للإعلام، وسيلةً لتحقيق أهدافها، وأمرًا حيويًا لنجاح عملها، وتأثيرها الإيجابي في المجتمع.

يتناول هذا الفصل الإطار المفاهيمي، والنظري، للدراسة الحاليّة، فيتضمن الإطار المفاهيمي العناوين، والمحاور الرئيسيّة، وهي: الإعلام ووسائل الاتصال، والعلاقات الإعلاميّة وأهميتها بالنسبة للمؤسسات، والمؤسسات غير الربحية، والحقوقيّة؛ أما الإطار النظري، فيناقش نظريّة إدارة العلاقات، وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحاليّة، ويقدم الجزء الأخير من هذا الفصل أبرز الدراسات السابقة التي بحثت في مواضيع ذات علاقة بالنظريّة، وتحليلها، والتعقيب عليها، وعلاقتها بالدراسة الحاليّة.

2.2 الإعلام ووسائل الاتصال

يعد الإعلام عمليّة ديناميكيّة تهدف إلى توعية جمهور متنوع يستقبل المحتويات المختلفة، وتثقيفه، وتعليمه (عواد، 2015)؛ فالإعلام يهدف إلى نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة، التي تركز على الصدق، والشفافيّة، وتتماشى مع تطلعات الجماهير، وتفاعلاتهم العاطفيّة، والعقليّة، ويركز على وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة، التي تُستخدم؛ لنقل المعلومات، والأخبار، والمحتوى الإعلاميّ للجمهور، فيشمل التلفاز، والمذياع، والصحف، والمجلات، والإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات، ويؤثر في المجتمعات الحديثة، التي تشكل الرأي العام، وتنقل الأحداث، والمعرفة، والتوعية.

تُعرف وسيلة الاتصال، أو الإعلام، بأنها: القناة التي توصل الرسالة إلى المستقبل، وتتعدد أنواع هذه القنوات، أو الوسائل، بتعدد أنواع الاتصال، وأشكاله، كالاتصال الشخصي، أو الجماهيري (أبو أصبع وأخرون، 2010). وتُستخدم هذه الوسيلة في عمليات الاتصال جميعًا، سواء أكانت شفويّة، أم عبر وسائل الاتصال الجماهيري (السمعيّة، أو البصريّة، أو السمعيّة-البصريّة)، ولا تقتصر على

الآلات، أو الأجهزة بحد ذاتها، بل تشمل هيكل التواصل بأكمله، فتشمل كل تقنيّة، أو أداة، تنقل اللغة، أو الرموز، أو الحركات، بين فردين، أو أكثر، فيتمكن كل طرف من فهمها، وتتيح نقل المعلومات، والأفكار، والمحتوى، بين الناس على نحو فعال، في أوقات مختلفة، وبأشكال متعددة (الشعباني، 2017).

1.2.2 أنواع وسائل الإعلام وخصائصه:

أ. الإعلام التقليدي: يشمل وسائل الإعلام التقليديّة، التي توجد منذ عشرات السنين، تملكها الدولة، أو المؤسسات الإعلاميّة الخاصة، أو الجمعيات، أو الأفراد (الغامدي، 2012). أشكال الإعلام التقليدي

1. الصحافة: هي كل مطبوع يصدر باسم واحد، بصفة دوريّة، في مواعيد منتظمة، أو غير منتظمة، وبرزت، حديثاً، صحافة الإنترنت، والصحافة الإذاعيّة (الحسيني، 2000).
2. الإذاعة: هي إذاعة لا سلكيّة، تنقل الأصوات بواسطة موجات كهرومغناطيسيّة، تنطلق في الفضاء (أبو زيد، 1998).

3. التلفاز: جهاز يرسل الصور المتحركة بطريقة مشابهة لعمل المذياع في نقل الأصوات؛ إذ تُصوّر المشاهد بكاميرا، ثم تُرسل في الهواء بطريقة لا سلكيّة؛ لتلتقطها أجهزة الاستقبال، ثم تعكس الصورة على الشاشة (الزويني، 2012).

ب. الإعلام الرقمي والإعلام متعدد الوسائط: يتفاعل الأشخاص بوساطته، فيتبادلون خدماتهم، ويحصلون على احتياجاتهم الأساسيّة، ويمارسون أعمالهم اليوميّة (صادق، 2008).

ج. ويقسم الإعلام الرقمي إلى أربعة أقسام: (شفيق، 2008)

1. الإعلام الرقمي بواسطة شبكة الإنترنت، وتطبيقاتها، ويتميز بصفات، ومميزات، جديدة غير مسبوقة، فينمو بسرعة، وتتولد عنه تطبيقات لا حصر لها.
2. الإعلام الرقمي بواسطة الأجهزة المحمولة، نشأت عنه تطبيقات أتاحت للمستخدم إمكانية قراءة الكتب، والصحف، على الأجهزة المحمولة، بأنواعها المختلفة.
3. الإعلام القائم بواسطة منصة الوسائل التقليديّة، مثل: المذياع، والتلفاز، التي أضيف إليها ميزات جديدة، مثل: التفاعليّة، والرقميّة، والاستجابة لطلب الجمهور.
4. الإعلام الرقمي بواسطة منصة الحاسوب، ويشمل العروض البصريّة، وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونيّة، وغيرها.

ويمكن إيجاز خصائص الاتصال باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة فيما يأتي: (الشعباني، 2017)

1. التفاعلية: تطلق على درجة المشاركة في عملية الاتصال، وتأثيرها في أدوار الآخرين؛ إذ باستطاعتهم تبادل الآراء، والأفكار، ويشترط فيها إحداث تفاهم، وأثر، ومشاركة.
 2. المشاركة: تعني أنّ الرسالة تتجه إلى فرد، أو جماعة معينة، لا إلى جماهير ضخمة.
 3. اللا تزامنية: تعني إمكانية إرسال الرسالة، واستقبالها، في وقت مناسب للفرد، بالبريد الإلكتروني على سبيل المثال.
 4. قابلية التحرك أو الحركة: مثل: التلفاز النقال، وهاتف السيارة، والهاتف الخليوي.
 5. قابلية التحويل: هي قدرة الفرد على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي تحوّل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة، وبالعكس.
 6. قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية، بغض النظر عن الشركة الصانعة لها.
 7. الشبوع والانتشار: هو الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام، والاتصال، حول العالم، وفي داخل طبقات المجتمع.
 8. الكونية: أي أن تتبع البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال مسارات معقدة، فيتدفق إليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية ذهاباً، وإياباً، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية، في أي مكان في العالم.
- ويمكن إضافة مجموعة جديدة من خصائص الاتصال، مثل (ملحم، 2023):
1. السرعة: أي أن تُنقل الأخبار، والمعلومات، بسرعة فائقة، فتكون وسيلة فعالة؛ لإيصال الأحداث الجديدة للجمهور.
 2. القابلية للتحويل: أن يحوّل المحتوى الإعلامي من صيغة إلى أخرى، كالتحويل من صوت إلى نص مكتوب؛ فيسهل الوصول إلى المحتوى بطرق مختلفة، وحسب احتياجات المستقبل.
 3. التأثير: تمتلك وسائل الإعلام القدرة على التأثير في الرأي العام، وتوجيه الانتباه، والاهتمام بقضايا معينة، وتشكيل الرأي العام حول مواضيع مختلفة.
 4. الجاذبية: أن يقدم المحتوى للجمهور على نحو جذاب، وملهم، باستخدام الصور، والألوان، والأساليب الإبداعية.
- وتعد هذه الخصائص مهمة لمعرفة كيفية التعامل مع وسائل الاتصال، فهي الأكثر تأثيراً في الجمهور، في الوقت الحالي.
- ### 2.2.2 أشكال الاتصال
- تنوعت أشكال الاتصال منذ عصور التاريخ، وتراوحت بين وسائل بصرية، وسمعية، ولفظية، وكتابية.

1. الاتصال اللفظي: كان أكثر انتشارًا في المجتمعات البدائية، ومن وسائله:

- الخطبة: تعد من أقدم وسائل الإعلام الشفهية، عرفت المجتمعات القديمة عند العرب، والرومان خاصة، وكانت وسيلة الإعلام في الحرب، والسلم، والسياسة، والأدب، وما تزال وسيلة إعلام، وإقناع، لكنها ليست الوسيلة الرئيسة مثلما كانت سابقًا، بل تقدمت عليها الوسائل الكتابية، وتنوعت، ومع ذلك، فإنها ما تزال وسيلة إعلامية للمناسبات السياسية الكبرى، لبعض القادة، والزعماء السياسيين في إعلام جماهيرهم بالخطبة.

- الندوات: هي توجه إعلامي شفهي لعدد محدود من الناس ذوي الاختصاص، أو ممن تجمعهم حالة اجتماعية معينة، كالندوات العلمية، أو الأدبية، أو المهنية السياسية، أو ندوات الشباب، فهي وسيلة إعلام مباشرة تبرز أهميتها في كونها تضم عددًا قليلًا من الناس، وفي اختصاصها، وفي فائدتها الآنية.

2. الاتصال الكتابي: يتمثل فيما يأتي:

- الكتاب: وهو وسيلة إعلام فاعلة، تقدم للقارئ البراهين، والحجج، في صفحات كثيرة، ومتكاملة، ومدروسة بدقة، وعناية، ومدعمة بمراجع، ومصادر.

- الرسائل: هي وسيلة إعلام يمارسها الحاكم في المناسبات، وأتبع في الماضي على نحو واسع؛ أما الآن، فما زالت متبعة لكنها محدودة، وتوجه عادة من الحاكم إلى شعبه؛ فتضم آراءه، وأفكاره، في موضوع معين.

- الصحافة: هي وسيلة إعلامية كتابية سائدة، ومسيطر، في الوقت الحالي، تكمن أهميتها في أنها اتصال يومي، ومباشر، بالجمهور؛ فتنقل الخبر، والرأي، والتحليل، والصورة للقارئ.

3. الاتصال السمعي:

- الإذاعة: تمثل الناتج المعاصر لعملية تطويرية طويلة، ومستمرة، شملت عددًا مدهلاً من الابتكارات التكنولوجية، والمنجزات العلمية، والأشكال الاقتصادية، والاجتماعية، الجديدة، وتأثرت بصراعات متعددة، فحددت ملامحها الحالية؛ نتيجة هذه الصراعات.

4. الاتصال السمعي البصري:

- التلفاز: يعدّ من أحدث أجهزة الإعلام التي عرفها العالم، اتضحت أهميته أكثر في عصر الأقمار الصناعية؛ لتأثيره في الجماهير، وكونه وسيلة إعلامية تصل إلى الأماكن المختلفة؛ فتنقل الرسالة المرئية إلى المواطن في منزله، من غير انتقاله إلى موضع الرسالة، كما هو الحال بالنسبة للمسرح، والسينما، والمكثبات.

- السينما: تعد من أقوى وسائل الإعلام؛ إذ تتناول القضايا التي تهتم الجماهير، بأسلوب غير مباشر، كالقصة مثلاً، وتعرض أحداثاً سياسية في صورة رواية غرامية؛ فتؤدي الدور الإعلامي السياسي، كالقدرة على التأثير في الجماهير، والانفعال، وتجمع السينما بين الصورة المتحركة، والحوار، والموسيقى، وتستعرض بعمق، الأفكار المطروحة في ذهن الجمهور، بأقل التكاليف، والجهود، وتقدم رؤى مختلفة للمشكلات الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية (قدور، 2020).

5. الاتصال التفاعلي:

تتنوع وسائل الاتصال بين الكتابية، والسمعية، والبصرية؛ فتؤدي دوراً مهماً في تبادل المعلومات، وتوعية الجمهور، وتحقيق اتصال بين المرسل، والمستقبل. وتعد المعلومات قوة أساسية تعتمد عليها المنظمات الدولية غير الحكومية؛ فإمكانية الحصول على معلومات ذات مصداقية، يمكنها من الذهاب بعيداً تجاه منع التهديدات، والانتهاكات، وتحقيق مستوى أفضل من الأمن الإنساني واستدامته، وتفعيله، واستفادت المنظمات غير الربحية من ثورة المعلومات، وتقنيات الاتصالات، ووسائل الإعلام المختلفة في إيصال رسائلها إلى جمهورها؛ فبات لدى هذه المنظمات معطيات، وأساليب عمل إضافية؛ للقيام بدورها، ومسؤولياتها (رسولي، 2022).

3.2 وسائل الإعلام والاتصال المؤسسي

تؤدي وسائل الإعلام وظائف، وأدواراً، كثيرة، ومن أبرزها: تسليط الضوء على قضية معينة، وتكوين رأي عام تجاهها، ودعم العمل الإنساني، وحماية حقوق الإنسان، وترقيته؛ إذ أصبح الإعلام مراقباً لنشاط الدول، والمنظمات، والجماعات، والأفراد. ويمكن الحديث عن فوائد متعددة لوسائل الإعلام بالنسبة للمؤسسات، وبخاصة، الحقوقية وغير الحكومية، وهي موضحة بما يأتي (رسولي، 2022):

1. فائدة إعلامية إخبارية: تتمثل في جمع الأنباء، والرسائل، وتزيينها، ومعالجتها، ونشر البيانات، والصور، والحقائق، والآراء، والتعليقات المطلوبة؛ لفهم الظروف الشخصية، والبيئية، والقومية، والدولية، والتصرف تجاهها بعلم، ومعرفة؛ للوصول إلى اتخاذ قرارات صائبة.
2. خلق الدوافع: تحدث بوساطة دعم الأهداف المباشرة، والنهائية للمؤسسة، وتشجيع التطلعات، ودعم الأنشطة؛ لتحقيق الأهداف المتفق عليها (حلاق، 2020)
3. قنوات اتصال: تستخدم لإيصال المعلومات لفئات واسعة من الجمهور، مثل: الصحف، والمجلات، والإذاعة، والتلفاز.

4. تقدم وجهات نظر مختلفة: تعمل وسائل الإعلام على التعريف بعمليات المنظمات غير الحكومية، وأنشطتها، فتقدم رأيها فيها عبر المقالات، والصور؛ فيشكل ذلك نوعاً من الضغط السياسي على الحكومات.

5. دعوة الحكومات: تدعو وسائل الإعلام الحكومات المساندة إلى دعم حملات المنظمات الإنسانية. تؤدي وسائل الإعلام دوراً في التوعية، والتعبئة، والمتابعة، والرصد، والتنظيم، وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تؤديها المنظمات الدولية غير الحكومية لحقوق الإنسان، بوساطة "الاستراتيجية الإعلامية الفعالة"؛ فالعلاقة بين وسائل الإعلام، وقطاع العمل الإنساني، علاقة تكاملية، فالإنسان هو محور عمل القطاعين؛ إذ لا تستطيع المنظمة الإنسانية الوصول إلى الممول لمشاريعها إلا إذا كانت لديها علاقات قوية مع الوسائل الإعلامية، والفاعلين الإعلاميين.

تتمثل أهمية وسائل الاتصال بالنسبة للمؤسسات فيما يأتي:

أولاً: تتكيف المؤسسات الدولية غير الحكومية، بوساطة وسائل الإعلام، مع التغيرات التي تطرأ على حياة الأفراد، فتحدد احتياجاتهم، وتسهم في إيجاد الحلول، وخلق الفرص، واستغلالها بأفضل طريقة؛ فتتواصل مع الجمهور بفاعلية؛ لتنقل معلوماتها، وأهدافها، وجهودها، بصورة واضحة، وشاملة.

ثانياً: تساعد وسائل الإعلام في بناء الشبكات، فتربط الفاعلين بعضهم مع بعض، فيتاح للمؤسسات الدولية غير الحكومية بناء شبكات مناصرة، تتألف من نشطاء، وجماهير، قد يكونون متباعدين جغرافياً، أو اجتماعياً؛ فتتوحد الجهود، بفضل سهولة تدفق المعلومات، ويتحقق التعاون المثمر بين الأفراد، والمؤسسات المهمة، بالقضايا، أو الأهداف المشتركة (رسولي، 2022).

يتبين مما سبق، أنّ الإعلام يعد وسيلة قوية، وفعالة، للمؤسسات باختلاف تصنيفها، كالمؤسسات غير الربحية، والحقوقية؛ لنشر رسالتها، وتعزيز تفاعلها مع الجمهور، وتحقيق التغيير، والتأثير الإيجابي في المجتمعات، وتعزيز التواصل، وبناء الشراكات المثمرة؛ لتحقيق أهداف مشتركة.

4.2 العلاقات الإعلامية

تعد العلاقات الإعلامية في المؤسسات وظيفة حيوية لممارسي العلاقات العامة؛ إذ تهتم أساساً ببناء علاقات مع وسائل الإعلام، والحفاظ عليها (Alikilic, 2020)

تؤكد دراسات متعددة أهمية إدارة العلاقات؛ إذ إن ممارسي العلاقات العامة في المنظمات، مسؤولون عن إدارة علاقة سليمة مع الصحفيين، على الرغم من الاختلافات في قيمهم المهنية. ويتحدد دور العلاقات الإعلامية في التفاعل، والتواصل، مع وسائل الإعلام، كالصحف، والتلفاز، والإذاعة، والوسائل الرقمية؛ لنشر الأخبار، والمعلومات، المتعلقة بمنظمة، أو شركة معينة، أو لبناء علاقة

جيدة مع الصحفيين، والإعلاميين، وتزويدهم بما يعزز صورة المنظمة، ويعكس أهدافها، ونجاحاتها، ومن مهماتها: إعداد البيانات، والمؤتمرات، الصحفية، وإجراء المقابلات، والتعامل مع استفسارات وسائل الإعلام. (اللبيدي، 2015)

تُعرف العلاقات العامة، بأنها: الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد، أو المؤسسة، أو الدولة؛ لكسب ثقة الجمهور، وتحقيق التفاهم المتبادل، بالاتصالات المستمرة، والسياسات، والأفعال المرغوبة؛ لتلبية احتياجات الجمهور في تحقيق ما هو ممكن، ومشروع، وتشمل التفاعل، والتواصل، مع الجمهور، والمجتمع بعامته، وتهدف إلى بناء سمعة المنظمة، أو الشركة، وصورتها، وتعزيزها في أذهان الناس؛ فالعلاقات العامة تقيم مع الجمهور المستهدف علاقة مستدامة طويلة الأمد، فتعزز التفاهم، والثقة، والدعم المتبادل، بين المنظمة، والجمهور، وتشمل مهمات العلاقات العامة تخطيط حملات الاتصال، والأحداث العامة، وتنفيذها، وإدارة الأزمات، والتواصل مع المجتمع، والإسهام في العمل الخيري، والمبادرات الاجتماعية (عجوة، 2000).

يمكن القول: إن العلاقات الإعلامية تركز أساساً على التواصل مع وسائل الإعلام، وتهدف إلى توفير الأخبار، والمعلومات، للوسائل الإعلامية؛ أما العلاقات العامة، فتركز على التواصل مع الجمهور، والمجتمع بعامته، وتهدف إلى بناء صورة إيجابية، وعلاقة مستدامة مع الجمهور، والمجتمع.

1.4.2 أهمية العلاقات الإعلامية للمؤسسات

تساعد العلاقات الإعلامية في تسهيل عمل المنظمات، وتقليل المشكلات المحتملة في التغطية الإعلامية؛ فحين تُبنى علاقة جيدة مع الصحفيين، يمكن للمنظمات أن تستفيد من هذه العلاقة؛ لتحقيق أهدافها على نحو أفضل؛ فالصحفيون يشكلون مجموعة عامة مميزة للمنظمات، ويمكنهم أن يكونوا حلقة وصل مهمة بين المنظمات، و جماهيرها، وقد واجهت معظم المنظمات تحديات في التواصل مع جمهورها المختلف، وبخاصة المراسلون.

من هنا، يتطلب الصحفيون اهتماماً خاصاً؛ نظراً لدورهم البارز في المشهد العام، ومن المهم أن تلبية منظمات العلاقات العامة احتياجات الصحفيين من المعلومات التي يبحثون عنها في الوقت المناسب؛ فالنجاح يكمن في التوقيت المناسب، وتتطلب العلاقات الإعلامية عبر الإنترنت استخدام تقنيات مبتكرة للتواصل مع الصحفيين، الذين يشاركون في مهنة ذات تطور سريع، وفي هذا السياق، يتوقع من ممارسي العلاقات العامة، وخبراء الاتصال، أن يتعاملوا مع وسائل الإعلام الجديدة على نحو استراتيجي، وشامل، وذكي؛ لضمان نجاح التواصل، والتفاعل المثمر مع الصحفيين. (Alikilic,, 2020).

وينبغي للمنظمة غير الربحية، ولممارسي العلاقات العامة، أن تحتوي المهارات اللازمة لفهم احتياجات الصحفيين، وتوقعاتهم، والاستجابة لاستفساراتهم، بطريقة إيجابية، ومتعاونة؛ فالتواصل الجيد معهم، يعزز على نحو كبير، صورة المنظمة، والعلاقة بينها، وبين جمهورها.

2.4.2 أهمية الإعلام والتوظيف الفعال للعلاقات الإعلامية لدى المؤسسات غير الربحية (الحقوقية) تتحدد أهمية الإعلام بالنسبة للمؤسسات في النقاط الآتية (خضير، 2021):

1) يسهم الإعلام في تعريف المواطنين، والرأي العام، بنشاط مؤسسات المجتمع الحقوقية، التي تحقق الديمقراطية، وتعزز المشاركة؛ فينقل معلومات دقيقة، وشفافة، حول أنشطتها، وجهودها، في مجال حماية حقوق الإنسان، وتعزيز العدالة الاجتماعية؛ فيكتسب الجمهور، بتوفير هذه المعلومات، فهماً أعمق لدورها في المجتمع، وأهميتها في تعزيز قيم الديمقراطية، والمساواة.

2) يحسّن الإعلام الصورة النمطية السلبية لمؤسسات المجتمع المدني بين الجمهور، بتقديم صورة حقيقية، وواضحة، لنشاطاتها، ودورها، في المجتمع؛ لئنظر إليها بإيجابية؛ فهو يسلط الضوء على جهود المؤسسات، والقائمين عليها؛ لتحقيق الأهداف الإنسانية، والاجتماعية؛ فيسهم في إزالة الاعتراضات، والشكوك، التي قد تكون موجودة حول نواياها، ودورها.

3) في حالة تجاهل وسائل الإعلام المؤسسات الحقوقية، أو عدم الاهتمام الكافي بالعمل معها، فإنّ نشاط المؤسسات سيبقى في دائرة ضيقة، وستعجز عن تحقيق رسالتها، وأهدافها؛ فالإعلام يؤدي دوراً حيوياً في نقل رسالة المؤسسات، وجهودها، إلى الجمهور العام، والمهتمين. ومن هنا، ينبغي للمؤسسات الحقوقية أن تولي الاهتمام اللازم للتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتعزيز نفوذها، وتأثيرها في المجتمع، وأن توظف العلاقات الإعلامية بطريقة فاعلة. ومن تلك الأساليب:

1- تصميم الرسائل الإعلامية بفاعلية: أي أن يتناسب تصميم الرسائل الإعلامية مع الجمهور المستهدف، فيتمكن من فهمها بسهولة.

2- إذاعة الرسائل: أي أن تذاق الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، مثل: التلفاز، والمذياع، والجرائد؛ لزيادة الوعي الجماهيري.

3- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، مثل: تويتر، وفيسبوك؛ لنشر الرسائل الإعلامية، والتفاعل مع الجماهير.

4- توسيع قاعدة الدعم: أي أن تُوظف العلاقات الإعلامية؛ لجذب الدعم، والتبرعات، للمؤسسات الحقوقية.

تعد العلاقات الإعلامية من الأدوات المهمة للمؤسسات الحقوقية؛ لتحقيق أهدافها؛ إذ تساعدها على التأثير في الرأي العام؛ بتوجيه الأخبار، والتعليقات المتعلقة بأنشطتهم، ومبادراتهم، فيكون لديهم القدرة على تشكيل الرأي العام، ودعم القضايا التي تؤيدهم.

5.2 نظرية إدارة العلاقات

1.5.2 نبذة عن النظرية:

تأتي هذه النظرية امتداداً لفكرة (فيرجسون) (Ferguson)، الذي رأى أن العلاقة بين المنظمة، والجمهور، لا بد أن تكون الوحدة الأساسية الأولى في التحليل، والقياس، ضمن أبحاث العلاقات العامة، وممارساتها (KI, 2006). وتنص النظرية على أن المصالح المشتركة إلزامية إذا كانت تسعى المؤسسة إلى علاقات طويلة الأمد؛ فالعلاقات تستغرق وقتاً طويلاً؛ لتوطيدها، واستقرارها، ولكن إن بُنيت العلاقة على توقع قصير الأمد، وعدم وجود فوائد يتلقاها الطرف الآخر؛ سيؤدي إلى عدم ديمومتها، واتسامها بالسلبية، وعدم رضا الطرف الآخر (Ledingham, 2023) يشير مصطلح إدارة العلاقات إلى استراتيجية تحافظ فيها المنظمة على مستوى مستمر من المشاركة مع جمهورها، وسلسلة التوريد، فيمكن أن تحدث هذه الإدارة بين الشركة، وعملائها، وهو ما يسمى بالأعمال التجارية للمستهلك [B2C]، أو بين الأعمال التجارية، والشركات الأخرى، التي يشار إليها باسم الأعمال التجارية [B2B]، وتهدف إدارة العلاقات إلى إنشاء شراكة بين المنظمة، وورعاتها، بدلاً من النظر إلى العلاقة على أنها مجرد معاملات، ويحدث ذلك بواسطة المبيعات، والخدمات، وتحليل البيانات (kenton, 2023).

2.5.2 تطور نظرية إدارة العلاقات

مرت نظرية إدارة العلاقات بتطورات متعددة، موضحة كما يأتي: (Ledingham, 2023)

المرحلة الأولى: إدراك الدور المحوري للعلاقة، ومعرفته، ضمن دراسة العلاقات، وممارستها، بما فيها العلاقات العامة، وتعود هذه المرحلة إلى فكرة (فيرجسون) الذي عدّ العلاقة، ونظر إليها، على أنها وحدة أساسية في دراسة العلاقات العامة.

المرحلة الثانية: إعادة صياغة مفهوم العلاقات وظيفياً إدارياً، ويشير ذلك إلى الحاجة إلى وجود مدير كفاء للعلاقات العامة في العمليات الإدارية الأربعة، التي تشمل: (التحليل، والتخطيط، والتنفيذ، والتقييم)، لا أن يكون صحفياً فقط كما كان ينظر إليه.

المرحلة الثالثة: ظهور مؤشرات مقاييس خاصة بإدارة علاقة المنظمة بالجمهور، كقياس استراتيجيات إدارة العلاقة، وأنماطها، وأبعاد جودة العلاقة، فضلاً عن تعريف مفهوم الاتصال بوصفه أداة استراتيجية تُوظف في أثناء إدارة علاقة المؤسسة بجمهورها الاستراتيجية.

المرحلة الرابعة: ظهور النماذج العلميّة التي توضح عمليّة إدارة العلاقة، وتتضمن المقدمات، أو الشروط، التي تسبق حدوث العلاقة، وخصائصها، ونتائجها، أو مخرجاتها، وهو ما يعرف بـ "جودة العلاقات" (الصالح، 2020).

تسمى نظريّة إدارة العلاقات، بـ (نظرية إدارة علاقات العملاء)، وتعرف بأنها: نهج منظم؛ للحفاظ على علاقة إيجابيّة، ومربحة، وتطويرها، وإدارتها؛ فتساعد على التسويق، والترويج، ومن الضروري أن تكون علاقات المؤسسات مع العملاء والشركات علاقات طويلة الأجل؛ إذ تتكون العلاقات من الروابط الشخصيّة، والروابط بين الشركات، ونقاط القوة، أو الضعف، في العمل، وتختار المنظمات طرق التفاعل مع الكيانات، والفئات المستهدفة، على مستويات مختلفة من الأهميّة. تتمثل أهميّة إدارة العلاقات فيما يأتي:

- تبني علاقات جديدة، وحاليّة، مع العملاء، وشركاء الأعمال، وتقويها؛ لزيادة الولاء للعلامة التجاريّة، وزيادة الكفاءة.
- جذب عملاء، وموردين جدد، وزيادة سمعة الشركة، وربحها، ويأتي هذا غالبًا برؤية الشركاء الحاليين، أو الكلام الشفهي معهم.
- تقليل المخاطر، باستخدام تحليلات البيانات، والبرامج الخاصّة، والأدوات الأخرى، ويمكن لمديري العلاقات البحث عن نقاط الضعف، وعدم الكفاءة، في سلاسل التوريد، فيمنحهم هذا الخيار البحث عن موردين جدد، أو إيجاد طرق؛ لتحسين علاقاتهم الحاليّة (kenton, 2023).

3.5.2 معايير نظريّة إدارة العلاقات:

توجد مجموعة علاقات، ومعايير، تتضمنها نظريّة إدارة العلاقات، وهي تعكس فرضياتها، وفيما يأتي توضيحها:

1. التبادليّة: أي أن تريد وسائل الإعلام شيئًا، وتريد المؤسسات شيئًا من العلاقة.
2. التشاركيّة: أي أن يتشارك الطرفان توقيع اتفاقيات، وعقود.
3. التكامليّة: أن تقوم العلاقة بين وسائل الإعلام، والمؤسسات، على التكامل. وتكون استراتيجيّة العلاقة بين الطرفين بوساطة ما يأتي:

1. إمكانيّة الوصول إلى المعلومات.

2. الانفتاح في العلاقة.

3. الأمان والضمان.

4. التشبيك مع الجمهور.

4.5.2 الافتراضات

يستوحى نموذج إدارة العلاقات من نظرية التأثير، فيستند إلى ثلاث افتراضات ينبغي للممارسين أن يدركوا الحاجة إليها، وينخرطوا في علاقات إعلامية استباقية، ويدركوا مسؤوليتهم في تنمية علاقات إعلامية جيدة، وفهم كيفية عمل الصحفيين، وبيئة عملهم. (Pang, 2009).

وفي إطار هذه النظرية المعيارية التي تحدد نشوء العلاقة، واستمرارها بثلاث مراحل، هي: استراتيجيات إدارة العلاقة التي تمثل مقدمات ضرورية لنشوء العلاقة، وخصائصها، وجودتها، ذهب الباحثون إلى تقنين مقاييس مؤشرات النظرية، وفيما يتعلق بالمتغير الأول (استراتيجيات إدارة العلاقة) بوصفه محور الدراسة الحالية، فإن البدايات الأولى لوضع مقياس عملي لاستراتيجيات إدارة العلاقة تعود إلى دراسة (Hon and Grunig 1999)، التي تبنت استراتيجيات العلاقات الشخصية الخمسة، وهي استراتيجية الانفتاحية، ومشاركة المهمات، وبناء الشبكات، والتأكيد، واستراتيجية الوصول (الصالح، 2020)

5.5.2 الاستفادة من النظرية

تستفيد هذه الدراسة من النظرية بما يأتي:

- بناء علاقات متينة، مبنية على الثقة مع المجتمع، الذي تنشط فيه، ومع وسائل الإعلام التي تربطها علاقة بها؛ إذ تعد إدارة العلاقات مهمة جداً للمؤسسات الحقوقية، وتختلف عن القطاعات الأخرى؛ فالقطاع القانوني يتضمن جماعات الدفاع عن الحقوق المدنية، والأسرى، والهيئات القضائية، وهي تدعم حقوق الأفراد، والمجتمعات، وتدافع عن العدالة، وتوجه وسائل الإعلام، والجمهور، حول رؤية المؤسسة، وغاياتها، ويمكن للعلاقات القوية أن ترفع المستوى العام للوعي بالحقوق.
- توظيف أبعاد نظرية إدارة العلاقات؛ لمعرفة مستوى التفاعل بين المؤسسات الحقوقية، ووسائل الإعلام، مع إمكانية بناء علاقات طويلة الأجل معهم؛ فتكون علاقات ذات فائدة في المستقبل، تعزز بينهما نظرية العلاقات؛ بوساطة المؤشرات الآتية:

1- التشاركية: وهي نمط العمل الذي يدعو إلى التعاون بين المؤسسات الحقوقية، ووسائل الإعلام.

2- التبادلية: وهي النهج الذي يتمتع بالتبادل، الذي يتضمن إعطاء شيء ما مقابل شيء آخر؛ فيهدف إلى

تعزيز العلاقات المتبادلة، والتعاون، بين المؤسسات الحقوقية، ووسائل الإعلام.

يستنتج أن إدارة العلاقات تُسهم إيجاباً في المؤسسات الحقوقية، فتبني علاقات طويلة الأجل تحقق مصلحة المؤسسات، وتوفر قيمة مضافة للخدمات التي تقدمها، وتوفر خدمات أفضل، وتحقق بيانات عمل جديدة؛ فتحافظ هذه المؤسسات على نجاحها في المجتمع، وعلى المنافسة، سواءً أكانت قوية، أم ضعيفة.

6.2 المؤسسات غير الربحية

يعرّف معهد المعلومات القانونية التابع لكلية الحقوق في جامعة كورنيل، المؤسسة غير الربحية (NPO)، بأنها: مجموعة منظمة لأغراض أخرى، غير تحقيق الربح، التي لا يوزع فيها أي جزء من دخل المؤسسة على أعضائها، أو مديريها، أو مسؤوليها (علواني، 2023). شكّل عمل المؤسسات غير الربحية، والحقوقية، وجهات نظر متعددة، حول أدوارها، ووظائفها، في المجتمع الفلسطيني؛ فهناك من يرى أنها أدت دورًا في الحفاظ على المجتمع الفلسطيني، وقدمت الخدمات، والمعلومات للمواطنين، وقامت بحملات التوعية، ونشر الحقائق، ولامست احتياجات المواطنين، ويرى آخرون أنها لم تؤدّ الدور المنوط بها، ولم تستهدف القطاعات كافة؛ لتحقيق الشراكة الاستراتيجية، والقضاء على البطالة؛ فكانت مرهونة بالمصالح الشخصية، وأجندات الممولين (ثابت، 2006).

1.6.2 أهمية المؤسسات غير الربحية

تؤدي المؤسسات غير الربحية دورًا حيويًا في تحسين جودة الحياة، وتلبية احتياجات الناس، وتعزيز التنمية الاجتماعية، والاقتصادية، وتحمل أهمية كبيرة في المجتمعات، مثل (عواطف، المنظمات غير الربحية في فلسطين: الأدوار الثقافية والحقوقية، 2023):

- 1- التغيير الاجتماعي: أي أن تحقق المؤسسات غير الربحية تغييرًا اجتماعيًا، وتأثيرًا إيجابيًا في المجتمع، وتعزز المشاركة المجتمعية، وتمكن الفئات الضعيفة، والمهمشة من حقوقها، والمشاركة بفاعلية في صنع القرار.
- 2- تحسين الحياة الاجتماعية: أي أن توجد حلاً للقضايا الاجتماعية، وتحسن ظروف حياة الأفراد، والمجتمعات المحتاجة؛ بتقديم الخدمات، والدعم، في مجالات متنوعة، مثل: التعليم، والصحة، والإسكان، والحماية الاجتماعية؛ لتعزيز الرفاهية العامة، وتحسين مستوى المعيشة.
- 3- تعزيز التنمية المستدامة: أي أن تنفذ مشاريع، وبرامج، تحمي البيئة، وتعزز الاستدامة الاقتصادية، والاجتماعية؛ فتحقق التوازن بين التنمية الاقتصادية، وتحافظ على الموارد الطبيعية للأجيال الحالية، والمستقبلية.
- 4- تعزيز الوعي والتنقيف: أن تعزز الوعي، وتزيد الثقافة، حول قضايا مختلفة، فتنظم حملات توعوية، وفعاليات تعليمية؛ لتحسين معرفة الجمهور بقضايا، مثل: حقوق الإنسان، والصحة، والتعليم، والبيئة، والثقافة.

5- التكامل مع القطاع الحكومي والخاص: أي أن تكون المؤسسات غير الربحية جسراً بين القطاعين الحكومي، والخاص؛ فتنفذ برامج، ومشاريع، تعزز التعاون المشترك بينهما، وتوجه الانتباه إلى القضايا ذات الأهمية الاجتماعية، والبيئية، وتحفز الجهود المشتركة؛ لمعالجتها.

يتبين مما سبق، أنّ المؤسسات غير الربحية هي جوهر المجتمع المدني، وتؤدي دوراً حاسماً في بناء مجتمعات قوية، ومستدامة، وعادلة؛ فتعزز قيم الأخلاق، والمسؤولية الاجتماعية، وتحقق التوازن بين الاحتياجات الإنسانية، والبيئية، والاقتصادية.

2.6.2 خصائص المؤسسات غير الربحية
تتميز المؤسسات غير الربحية بخصائص متعددة، تميزها عن المؤسسات التجارية الربحية، منها (فرجاني، 2018):

1. هدف غير ربحي: أي أن تهدف إلى تحقيق أغراض اجتماعية، أو خدمية، لا لتحقيق الربح المالي؛ فيتعلق الهدف بتحسين الحياة المجتمعية، أو تقديم خدمات صحية، أو تعليمية، أو حماية البيئة، أو دعم الفئات الضعيفة، وغيرها.

2. التمويل: أي أن تعتمد على مصادر تمويل مختلفة، بدلاً من الربح التجاري؛ فيكون تمويلها بالتبرعات من الأفراد، والشركات، والمنظمات، والمنح الخاصة، والتمويل الحكومي، ورسوم العضوية، والفعاليات الخيرية التجارية، والتبرعات العامة، والرسوم، والاشتراكات، والجمعيات، وغيرها.

3. التوجه المجتمعي: أي أن تلبى احتياجات المجتمع، وتحقق تأثيراً إيجابياً؛ فتوجه أنشطتها، وبرامجها، جميعاً، لخدمة الجمهور، وتحقق التغيير الاجتماعي.

4. الحوكمة: أي أن تتبع نظاماً قوياً، يضمن الشفافية، والمساءلة، والمشاركة الديمقراطية، وتتشكل هياكل الحوكمة من مجلس إدارة، يتولى مسؤولية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويشرف على أداء المؤسسة.

5. العمل التطوعي: أي أن يعمل المتطوعون على نحو غير مدفوع؛ فيقدم الأفراد وقتهم، ومهاراتهم، من غير مقابل مادي؛ لدعم أهداف المؤسسة، وتنفيذ برامجها، وتقديم الخدمات للمجتمع.

6. الشفافية والتقرير: أي أن تلتزم بمستوى عالٍ من الشفافية، والتقرير، فتكشف عن أنشطتها، واستخداماتها للتمويل، والنتائج المحققة بعامة؛ فتقدم تقارير دورية للجمهور، وللجهات المانحة حول أداء المؤسسة، وتأثيرها.

7. التأثير الاجتماعي: أي أن تؤثر اجتماعياً بدلاً من تحقيق الربح المالي؛ فتقاس نجاحاتها بقدرتها على التغيير، وتحقيق الأثر المجتمعي، وتحسين الحياة، وتلبية احتياجات الفئات المستهدفة.

8. التواصل مع المجتمع: أي أن تتواصل، وتتفاعل، مع المجتمع المحلي، والفئات المستفيدة من خدماتها؛ فتنبني شراكات مع الجهات المعنية، وتقوم بتوعية الجمهور بأهدافها، وبرامجها.

3.6.2 سمات المؤسسات غير الربحية
ينبغي للمؤسسات غير الربحية أن تتسم بسمات متعددة، فتكون كما يأتي (مركز الانتاج الإعلامي،
2015):

- منظمة: أي أن يكون لها وجود مؤسسي، وهيكل تنظيمي.
- ذاتية الإدارة: أي أن تتحكم في شؤونها كلها.
- تطوعية: ألا تكون العضوية مطلوبة قانونياً، وتجذب بعض الألوان من المساهمة التطوعية بالمال، أو الوقت.
- خاصة: أي أن يكون لها كيان خاص منفصل عن الدولة.
- لا توزع أرباحاً: أي ألا تعود بأرباح على القائمين على إدارتها، أو على من يمتلكها.

4.6.2 أهداف المؤسسات غير الربحية
تسعى المؤسسات غير الربحية بأنواعها، سواءً أكانت حقوقية، أم نسوية، أم خيرية، إلى تحقيق أهداف متعددة؛ لضمان استمرار عملها، وتقديم خدماتها، لفئات المجتمع المختلفة، ومن تلك الأهداف
(أونيس، 2020):

- 1) تثقيف أفراد المجتمع بتنظيم المؤتمرات، وورشات العمل، والندوات، وعقدها، في مواضيع مدنية، واجتماعية، وثقافية متنوعة.
 - 2) تدعيم الخدمات الصحية بوساطة برامج صحية خيرية، وبخاصة، في المناطق الريفية، والعمل في مشاريع الرعاية الصحية الأولية، والصحة الإنجابية.
 - 3) يمثل العمل الخيري فضاءً رحباً لأفراد المجتمع؛ إذ يتيح ممارسة الولاء، والانتماء للمجتمع، ويمثل مجالاً مهماً لصقل مهارات الأفراد، وبناء قدراتهم.
 - 4) تقديم الاقتراحات والآراء البناءة، التي تساعد صانعي القرار في القطاع الحكومي، وإيجاد حلول للقضايا المعقدة، والشائكة، والاستفادة منها عند صياغة القوانين.
- تؤدي المنظمات غير الهادفة للربح دوراً محورياً في تحقيق الديمقراطية سواءً في الدول المتقدمة، أم النامية؛ إذ تمثل أحد أشكال رأس المال الاجتماعي، الذي يمكن به مقاومة المركزية، وإساءة استعمال السلطة الحكومية، بتشكيل جماعات الضغط التي تمتلك القدرة على كسب تأييد أعضاء السلطة التشريعية.

5.6.2 أنواع المؤسسات غير الربحية

تتنوع المؤسسات غير الربحية، ويمكن تصنيفها حسبما يأتي (عيسى، 2019):

أ. حسب طابع المؤسسة فنكون:

- مؤسسة ذات طابع خيري: تكون أنشطتها الرعاية، ومحاربة الفقر، وتوفير الاحتياجات الرئيسية للفقراء.
- ذات طابع خدماتي: تستهدف قطاعات التعليم، والصحة، وتحمل جزءاً من الأعباء.
- مؤسسة تشاركية: تهدف إلى مشاركة المواطنين في تطوير المجتمعات، وتنظيمها.
- مؤسسات ذات طابع التمكين: تساعد الفئات المستهدفة في إدراك المحيط السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي، الذي يؤثر في طريقة العيش، وفهمه.

ب. حسب الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة، فنكون:

- مؤسسة مجتمعية: تحدث بوساطة مبادرات شخصية، ومجتمعة، وتتلقى دعمها من المؤسسات غير الربحية الأخرى سواء المحلية، أم الدولية.
- مؤسسات على مستوى المدينة: تنشأ ضمن أسباب عامة، أو لخدمة فئة معينة، مثل: الغرف التجارية، أو النقابات، وتساعد الأفراد الأقل حظاً بأنشطة فرعية.
- المؤسسات غير الربحية المحلية: ينشئها مواطنون محليون؛ لخدمة الصالح العام، ومصادر تمويلها تكون داخلية، أو خارجية.
- المؤسسات غير الربحية الدولية: تحصل على مواردها من الحكومة، التي يكون مركزها الرئيس فيها، أو من جهود دولية.

يظهر مما سبق مدى عمق قطاع المؤسسات غير الربحية، فهي من أهم الوسائل التي تسعى وراء الأهداف الإنسانية، والاجتماعية، والبيئية، والحقوقية.

6.6.2 المؤسسات الفلسطينية غير الربحية

تؤدي المؤسسات الفلسطينية غير الربحية دوراً بارزاً في المجتمع، فتعدّ إحدى أهم أركان المجتمع المدني الفلسطيني؛ إذ تقدم خدمات مهمة، وتقود عمليات التنمية الاجتماعية، والاقتصادية، وتنادي بحقوق المواطنين، وتوفر المنصات للتعبير عن الذات، وتنقل الرسائل، وتُمكن هذه المنظمات الفلسطينية من الوصول إلى الفئات الفقيرة، والمهمشة؛ لتقديم الخدمات اللازمة في مجالات التنمية، كالصحة، والبيئة، والتعليم، والإغاثة، وتقديم الدعم المادي، والمعنوي؛ لتعزيز صمود هذه الفئات في أماكن تواجدها، وبفضل جهود هذه المنظمات الأهلية، يجري تعزيز الوعي بحقوق المواطنين، وتحقيق التنمية المستدامة، والاستجابة لاحتياجات الفئات الضعيفة؛ فتؤدي دوراً محورياً في تحقيق

التنمية الشاملة، وتعزيز قدرات المجتمع الفلسطيني في مواجهة التحديات، وصناعة مستقبل مشرق.
(المناصرة، 2019)

أصدر مجلس الوزراء الفلسطيني، في تاريخ (25/سبتمبر/ 2022م)، نظام الشركات غير الربحية، رقم (20)، لعام (2022م)، ونُشر في جريدة (الوقائع الفلسطينية) الرسمية، في العدد (194). ويأتي هذا النظام في ظل سلسلة من تشريعات السلطة التنفيذية التي تشهد تدهورًا متسارعًا في النظام السياسي الفلسطيني بعامة، ويتميز بالسرية التامة، وتجاوز الأصول الدستورية لتبني مجلس الوزراء للأنظمة، فيقيد حق الجمعيات في تأسيس ذواتها، وحرية ممارسة أنشطتها المكفولة في القانون الأساسي المعدل، وهذا يتعارض مع الأحكام التشريعية الوطنية النافذة التي تنص على الضوابط، والإجراءات المتبعة في مكافحة غسل الأموال، وتمويل الإرهاب. ويعد هذا النظام انتهاكًا لاتفاقيات دولية متعددة، انضمت إليها فلسطين، كالمبادئ الدولية المتعلقة بحق تكوين الجمعيات، وحرية نشاطها، واستقلاليتها، وقد يؤدي هذا التضارب إلى تقييد أنشطة الشركات غير الربحية، وتعطيلها، وبخاصة، التي ترصد انتهاكات الاحتلال الإسرائيلي لحقوق الفلسطينيين، وحررياتهم، والدفاع عنها أمام المحكمة الجنائية الدولية في مواجهة الجرائم الدولية الممنهجة (الحق، 2023).

تؤدي المؤسسات الفلسطينية غير الربحية أدوارًا أساسية، تتجلى فيما يأتي:

1) تقديم الخدمات، والمساعدات في حالات الطوارئ، والتنمية، لأفراد المجتمع الفلسطيني؛ فيشمل المساعدات الإنسانية، والإغاثية في ظل الظروف الصعبة، والمشاركة في الجهود الرامية إلى تحسين الظروف المعيشية، والتنمية للمواطنين.

2) التأثير في تشريعات السلطة الوطنية الفلسطينية، وسياساتها العامة؛ فالمنظمات الأهلية تعزز المشاركة المدنية، والمجتمعية في صنع القرار، وتضع السياسات، والتشريعات، التي تعكس احتياجات المجتمع، وطموحاته.

3) تعزيز التعاون، وتنسيق الشبكات بين مؤسسات المجتمع المدني الفلسطيني المختلفة، ومكوناته، كقطاع الخاص، والموولين، وكيانات الأمم المتحدة؛ لضمان تعاون مثمر، ومنسق، يحقق التنمية الشاملة، والمستدامة في الأراضي الفلسطينية (المناصرة، 2019).

ويمكن أن تُوجه بعض الانتقادات نحو المنظمات الفلسطينية غير الربحية، مثل:

أ. الانحياز السياسي: تتعرض بعض المنظمات للانتقادات؛ بسبب انحيازها السياسي، وتوجهاتها السياسية المحددة؛ فقد يشعر بعض الأفراد، أو الجهات، بأنها تتبنى أجندة محددة، أو أنها تعمل لصالح فئة ما، من غير النظر إلى التوازن، والموضوعية.

ب. نقص الشفافية: تعد الشفافية أمرًا مهمًا للثقة، والمصداقية؛ إذ يؤثر نقصها في دعم الجمهور، والممولين، للمنظمات، وتأييدها؛ أما بالنسبة لبعض المنظمات الفلسطينية غير الربحية؛ فهي تخلو من الشفافية، مثل: عدم كشف التفاصيل المالية، وكيفية استخدام التمويل المجموع.

ج. تكرار الأنشطة والتدخلات: تتعرض بعض المنظمات لانتقادات؛ بسبب تكرار الأنشطة، والمشاريع، من غير تحقيق نتائج ملموسة؛ أما الجماهير الفلسطينية، فتتساءل عن جدوى الجهود المتكررة، وفعاليتها، وعدم استفادتها من هذه المشاريع على نحو كافٍ.

د. قلة التأثير والتغيير الفعلي: تواجه بعض المنظمات غير الربحية انتقادات؛ لعدم قدرتها على تحقيق تغيير فعلي، وإحداث تأثير ملموس في المجتمع، ويمكن أن يرتبط هذا بتداخل العوائق، والتحديات، التي تواجه عمل المنظمات، أو لعدم توافق الأنشطة مع الاحتياجات الحالية للمجتمع.

7.2 المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية

تعد المؤسسات الوطنية لحقوق الإنسان فريدة في طبيعتها؛ إذ تتميز بعدم تبعيتها المباشرة للسلطة التنفيذية، أو التشريعية، أو القضائية؛ فهي مسؤولة أمام السلطة التشريعية على نحو مباشر، أو غير مباشر، فتعمل كمؤسسات مستقلة، ولا يكون لها تبعية للحكومة، حتى لو تلقت تمويلًا منها.

إنّ المجتمع المدني الذي يضم منظمات شعبية، وجماهيرية متعددة، يلتزم بقيم الديمقراطية، وهذا ما يميز وجوده، ونشاطه؛ فهو يحترم، ويتسامح، ويتفهم التنوع، والاختلاف، ويؤمن بكرامة الإنسان، فيدافع عن حقوقه، ويتمثل هذا الالتزام في الشفافية، والمثابرة، والالتزام بالوعد؛ فقيم المجتمع المدني، ومعاييرها، هي ذاتها التي تحتل دورًا مهمًا في تحقيق الديمقراطية، وإدارة الصراعات الاجتماعية، بطريقة سلمية، وبناءة (عريقات، 2023).

1.7.2 أهمية المؤسسات الحقوقية

تؤدي المؤسسات الحقوقية الفلسطينية دورًا مهمًا في تقليل "فجوة الحماية"، وإغلاقها، بين حقوق الأفراد، ومسؤوليات الدولة، باستخدام آليات متعددة، منها:

(1) مراقبة حقوق الإنسان، ورصدها: أي أن تراقب المؤسسات وضع حقوق الإنسان في البلاد، وترصدها، وتوثق الانتهاكات، والتجاوزات التي يتعرض لها الأفراد، وتتابع إجراءات الدولة في هذا الصدد.

(2) تقديم النصيحة والمشورة: أي أن يُقدّم النصح، والمشورة، للدولة؛ لمساعدتها على الوفاء بالتزاماتها الدولية، والمحلية، تجاه حقوق الإنسان، وتحسين أدائها في هذا المجال.

(3) التعامل مع الشكاوى: تستقبل المؤسسات الحقوقية الشكاوى المتعلقة بانتهاكات حقوق الإنسان، وتحقق فيها، وتعمل على حلها، وعلى مساعدة الضحايا.

4) برامج تعليم حقوق الإنسان: أي أن تنفذ برامج تعليمية؛ لنشر الوعي بحقوق الإنسان، وبتثقيف أفراد المجتمع بمعايير حقوق الإنسان، وقيمه.

5) التفاعل مع المجتمع الدولي: أي أن تتعاون المؤسسات الحقوقية مع المجتمع الدولي لحقوق الإنسان؛ لرفع القضايا الملحة، والدعوة إلى اتخاذ التوصيات، والإجراءات التي تعزز حماية حقوق الأفراد في الدولة.

تؤكد المؤسسات الحقوقية الفلسطينية دورها الحيوي في متابعة انتهاكات حقوق المواطن، وحرياته، جميعها، وتحمل السلطة التنفيذية مسؤولية قانونية، ووطنية، عن التراجع، والتدهور الخطير، في حقوق الإنسان، والحرية الأساسية. ولهذا الغرض، أنشأت المؤسسات الحقوقية لجنة طوارئ مكلفة بمتابعة تداعيات الأحداث المختلفة، ودراسة الخيارات جميعها، والأدوات المتاحة على المستوى الوطني، والدولي؛ لحماية حقوق الإنسان، والحرية (الحق، 2023).

تشكل المؤسسات الحقوقية الفلسطينية جزءاً مهماً من المجتمع المدني في فلسطين؛ إذ تدافع عن حقوق الإنسان، وحريةاتهم، وتراقب انتهاكات حقوق الإنسان في المنطقة، وهذه المؤسسات تتنوع من حيث النطاق، والمجالات التي تعمل فيها، وتضم منظمات غير حكومية، وجمعيات محلية، ومراكز بحثية، وتحرص على تعزيز التشريعات، والسياسات الحقوقية، وتوجيه التوصيات للحكومة، وللسلطات المعنية؛ لتحسين وضع حقوق الإنسان، وتعزيز العدالة، والمساواة.

2.7.2 أهداف المؤسسات الحقوقية

تتسم أهداف المؤسسات الحقوقية بالتنوع، والشمولية؛ إذ تحمي حقوق الإنسان، وتعززها في المجتمعات، ويمكن تلخيص أهم أهدافها على النحو الآتي:

- تعزيز حقوق الإنسان: تهدف إلى بناء ثقافة وطنية لحقوق الإنسان؛ فتعزز قيم التسامح، والمساءلة، والاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع، وتهتم بدور النظم الأساسية التمكينية، أو الولاية الدستورية، في تعزيز حقوق الإنسان، وضمان حمايتها.
- حماية حقوق الإنسان: تساعد الأفراد على الإبلاغ عن انتهاكات حقوق الإنسان، والتحقق فيها؛ لتحقيق العدالة، وتقديم المسؤولين عنها إلى العدالة، والمحاكمة، فتقدم الدعم، والمساعدة للضحايا، وتوفر سبل انتصافهم.
- تتنوع مسؤوليات متعددة، ووظائف شاملة، في مجالات مختلفة، من هذين الدورين الرئيسيين للتعزيز، والحماية، ومن أهم هذه المسؤوليات:
- إبداء المشورة للحكومة، والبرلمان، بشأن سبل تعزيز حقوق الإنسان، وتطوير التشريعات، والسياسات، ذات الصلة.

- التعاون مع الجهات الوطنية، والمجتمع المدني، والمؤسسات الحقوقية الأخرى في البلاد، وخارجها.
 - التعاون مع هيئات إقليمية، والمشاركة في النظام الدولي لحقوق الإنسان؛ بعرض تقارير مستقلة، ووثائق، على هيئة معاهدات حقوق الإنسان.
 - حماية حقوق الفئات المهمشة، والمحرومة، كالأطفال، والمسنين، وذوي الإعاقة، والمهاجرين، والأقليات، وتعزيزها؛ إذ تهتم بضمان تحصيل حقوق هذه الفئات، وحمايتها.
 - ربط حقوق الإنسان بمبادرات التنمية؛ إذ تهدف إلى تطوير منهجيات مستندة إلى حقوق الإنسان، وبخاصة، الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، وتهتم باختبار أن التنمية تأخذ في الاعتبار النواحي الإنسانية، وتعزز حقوق الأفراد (الأمم المتحدة، 2023)
- 3.7.2 المعوقات التي تواجه عمل المؤسسات الحقوقية
- تواجه المؤسسات الحقوقية معوقات متعددة، تؤثر في عملها، وتنقسم إلى ثلاث فئات رئيسية:
- أ. المعوقات الذاتية: تمثل العقبات الداخلية التي تواجه المؤسسة نفسها، ولا ترتبط بنطاق عملها كوحدة اجتماعية، وتتضمن:
- مفهوم الإدارة السليمة والعلاقات الداخلية: تشمل تحديات نظام الإدارة الداخلية للمؤسسة، والعلاقات بين أفرادها، وفرق العمل.
 - الطابع السياسي لعمل المؤسسة: تواجه المؤسسات الحقوقية تدخلات سياسية تعيق عملها، وتقيد حريتها في الإبداء، والتحرك.
 - مصادر التمويل: تعتمد بعض المؤسسات الحقوقية على نحو كبير على التمويل الخارجي، وهذا يضعها في مواقف حساسة، وتحديات في توجيه أجندها، وأولوياتها.
- ب. المعوقات البيئية السياسية: تتعلق بالبيئة السياسية المحيطة بالمؤسسات الحقوقية، وتشمل:
- إشكاليات البناء الديمقراطي داخل مؤسسات الحكومة الفلسطينية: يمكن أن تتأثر المؤسسات الحقوقية بضعف عملية البناء الديمقراطي داخل الحكومة، وتطورات النظام السياسي.
 - معوقات العلاقة مع الحكومة: تتعرض المؤسسات الحقوقية لتحديات في التعامل مع الحكومة، والتأثير في القرارات السياسية؛ بسبب عوامل مهنية، وقانونية.
- ت. المعوقات الاقتصادية والاجتماعية: تتمثل في تحديات تمويل المؤسسات الحقوقية، وتأثير العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، في عملها، ومنها:
- ضعف مشاركة القطاع الخاص في تمويل المؤسسات الحقوقية، فيجعلها تعتمد على نحو كبير على التمويل الخارجي.

- قد تؤثر العادات، والتقاليد العشائريّة، والنزعات الضيقة، في توجهات المؤسسات؛ فتحد من قدرتها على تحقيق أهدافها.
- النظرة الخاطئة لمضمون العمل الأهلي، وربطه بأفكار الغرب، وأدواته، وقد يؤثر في استقلاليّة المؤسسات، وتقدير أهميّة عملها.
- ث. المعوقات القانونيّة: تتعلق بالتحديات القانونيّة التي تواجه المؤسسات الحقوقيّة، ومنها:
 - ضعف النظام القضائي، من حيث: الأداء، والإمكانات، والاستقلاليّة، الذي قد يعيق قدرة المؤسسات على اللجوء للقضاء؛ لحل النزاعات، والمشكلات.
 - الفراغ القانوني لعمل المؤسسة، أي عدم تطبيق القانون كاملاً، أو عدم وضوح الأطر القانونيّة لعمل المؤسسة.
 - تدخل الأجهزة الأمنيّة الفلسطينيّة في عمل المؤسسات، ومحاولة المس باستقلاليّتها؛ فيؤدي إلى تقييد حريّة العمل الحقوقي للمؤسسات (الكاروط، 2004)
 - ج. الاحتلال الإسرائيلي: يشكّل عائقاً، وتحدياً أساسياً، أمام عمل المؤسسات الحقوقيّة في فلسطين؛ إذ يعد من أكبر التحديات التي تواجه هذه المؤسسات في الضفة الغربيّة، وقطاع غزة؛ إذ يقوم بانتهاكات كبيرة، وكرثيّة، تجاه حقوق الإنسان الفلسطيني، كالاتقال التعسفي، والاستيطان، والحصار على قطاع غزة، وتدمير المنازل، والمساس بحريّة التنقل، وحريّة الرأي، والتعبير، وبقيد الحريّة الإعلاميّة، في الأراضي الفلسطينيّة المحتلة؛ فيصعب على هذه المؤسسات أن تنقل الأحداث، والانتهاكات إلى الجمهور العالمي، والإعلام الدولي، وهذه الانتهاكات تعطي المؤسسات الحقوقيّة دور التصدي لها، وحماية حقوق المواطنين الفلسطينيين.

4.7.2 نماذج لمؤسسات حقوقيّة في فلسطين

تتعدد المؤسسات الحقوقيّة التي تعمل في فلسطين، ومن بينها:

أولاً: الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان في فلسطين- ديوان المظالم هي مؤسسة وطنيّة رسميّة تحمي حقوق المواطنين الفلسطينيين، وتدعمها، وقد تأسس هذا الديوان بقرار من الرئيس الراحل ياسر عرفات في (30/ سبتمبر/ 1993م)، ونُشر لاحقاً في جريدة الوقائع الفلسطينيّة، في تاريخ (1995م)، وتتمثل مهماته، ومسؤولياته، في متابعة صيانة حقوق الإنسان، وضمانها، في القوانين، والتشريعات، والأنظمة الفلسطينيّة، والعمل مع الدوائر، والأجهزة، والمؤسسات المختلفة في السلطة الوطنيّة الفلسطينيّة، ومنظمة التحرير الفلسطينيّة، فيتناول قضايا حقوق الإنسان، وشكاوى المواطنين بشأن انتهاك السلطات التنفيذيّة لحقوقهم؛ فينشر الوعي القانوني، ويراقب التشريعات، والسياسات الوطنيّة؛ لضمان توافقها مع معايير حقوق الإنسان الدوليّة، ويشمل

قيماً محوريّة، كالمصداقيّة، والنزاهة، والمساءلة، والخصوصيّة، والتسامح، والمساواة. وعلى الرغم من عدم إقرار هذا القانون حتى الآن، فإن العمل الحالي للهيئة المستقلة لحقوق الإنسان ما زال مستنداً إلى المرسوم الذي أنشئت به، وتتمتع الهيئة بعضويّة الشبكة العربيّة، وبالتحالف العالمي، لمؤسسات حقوق الإنسان الوطنيّة التابعة للأمم المتحدة، وتتمثل رؤية الهيئة ببناء دولة فلسطينيّة مستقلة، واحترام حقوق الإنسان، والحريات العامة، وتحقيق العدالة، وضمان حماية حقوق المواطنين؛ لحماية حقوق الإنسان الفلسطيني، وتعزيزها؛ استناداً إلى اتفاقيات حقوق الإنسان الدوليّة، ووثيقة إعلان الاستقلال، والقانون الأساسي الفلسطيني، وتلقي الشكاوى، ومتابعتها، ورصد انتهاكات حقوق الإنسان، وتوثيقها، وتقديم النصح، والمشورة، للجهات المعنيّة، وتعزيز الوعي بحقوق الإنسان، وبناء علاقة امتدادية بين الجهات الرسميّة، والمجتمع المدني (الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان ديوان المظالم، 2023)

ثانياً: مؤسسة الحق

هي جمعيّة حقوق إنسان فلسطينيّة، مستقلة، غير حكوميّة، أسسها مجموعة من المحامين الفلسطينيين عام (1979م)، في مدينة رام الله؛ تعزيزاً لمبدأ سيادة القانون، وحماية لحقوق الإنسان، واحترامها في الأرض الفلسطينيّة المحتلة. وسجلت المؤسسة شركة غير ربحيّة، بمقتضى القانون الأردني، الذي كان ساريّاً في الأراضي الفلسطينيّة آنذاك، ثم خضعت في بداية عام (2004م)، إلى تعديلات قانونيّة، فحوّلت إلى جمعيّة أهليّة خاضعة للنظم، والقوانين الفلسطينيّة المتعلقة بالجمعيات الأهليّة، والهيئات الخيريّة.

تركز المؤسسة جهودها على رصد انتهاكات حقوق الإنسان الفرديّة، والجماعيّة، وتوثيقها، في الأرض الفلسطينيّة المحتلة عام (1967م)؛ فتتابع الانتهاكات، وتضع حدّاً لها، وتحاسب المسؤولين أمام القضاء، سواءً الوطني، أم الدولي، وتقوم بإعداد الأبحاث، والدراسات، والمداخلات القانونيّة المتعلقة بحقوق الإنسان؛ استناداً إلى القانون الدولي الإنساني، وقوانين حقوق الإنسان، وتنظم حملات محليّة، وعالميّة، تركز على قضايا حقوق الإنسان، والتواصل مع هيئات دوليّة، وإقليميّة، ومحليّة مختلفة، وتستخدم الآليات الأمميّة؛ لتحقيق أهدافها، وتعمل كشريك نشط بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني الفلسطيني، ومنظمات الدولة ذات العلاقة بإدماج معايير حقوق الإنسان الدوليّة في القوانين، والتشريعات، والسياسات الفلسطينيّة، وتحتوي مكتبة قانونيّة متخصصة توفر الخدمات للباحثين، وللجمهور المهتم في مجال القانون الدولي، وحقوق الإنسان (الحق، 2023).

حازت هذه المؤسسة على جوائز مرموقة؛ تكريماً لجهودها المتميزة في الدفاع عن حقوق الإنسان، منها: جائزة فايز صايغ التذكارية، وجائزة معبد روثكو للالتزام بالحقيقة والحرية، وغيرها من الجوائز التي تثمن الدور المهم الذي تؤديه المؤسسة في مجال حقوق الإنسان (الحق، 2023).

ثالثاً: مركز الميزان لحقوق الإنسان هو منظمة تعمل في قطاع غزة، تعزز حقوق الإنسان، وتحميها، وبخاصة، الحقوق الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية، في إطار الأراضي الفلسطينية المحتلة، وتشمل أنشطة المركز الأبحاث، والدراسات، وتوثيق انتهاكات حقوق الإنسان، والتدخلات القانونية، وأنشطة الضغط، والتشديد، والمناصرة على المستوى المحلي، والدولي (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2023).

يقدم المركز المساعدة القانونية للضحايا؛ فينشر ثقافة حقوق الإنسان، وقيمها، مدمجاً الاحتراف، والمشاركة المجتمعية، وترتكز رؤيته في أن يكون المجتمع الفلسطيني حراً وسيدياً على أرضه، وأن يتمتع أفرادها بالعدالة الاجتماعية، وحقوق الإنسان، والمساواة، ويحترم المركز مبدأ سيادة القانون، وفصل السلطات، أساساً لنظامه السياسي (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2023).

ويهدف المركز إلى تحقيق الأهداف العامة، وتعزيز احترام حقوق الإنسان في قطاع غزة، وتعزيز أسس الديمقراطية في المجتمع، ونظامه السياسي، وتعزيز إدراك الفلسطينيين لحقوقهم الفردية، والجماعية، وتحقيقها عبر القوانين الدولية، ويعكس اهتمامه بقضايا حقوق الإنسان في قطاع غزة، والالتزام بتعزيز قيم حقوق الإنسان في المجتمع الفلسطيني، وتحسين الوضع، والمستقبل للأفراد، والمجتمع بأسره؛ بتعزيز الوعي بحقوقهم، ودفع الجهود الحثيثة؛ لحماية حقوقهم، وتحقيق العدالة الاجتماعية (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2023).

رابعاً: مؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان هي مؤسسة أهلية فلسطينية مستقلة غير ربحية، تُعنى بحقوق الإنسان، أسسها مجموعة من النشطاء والمهتمين بحقوق الإنسان في أواخر عام (1991م)؛ لدعم الأسرى، ونصرتهم، ومناهضة التعذيب؛ بالمراقبة، والمتابعة القانونية، والحملات التضامنية (مؤسسة الضمير، 2023).

تسعى المؤسسة إلى تحقيق أهداف متعددة، منها: مناهضة التعذيب، وغيره من ضروب المعاملة القاسية، أو اللاإنسانية، أو المهينة، وإلغاء عقوبة الإعدام، ومناهضة الاعتقال التعسفي، وضمان المحاكمة العادلة، والنزاهة، والارتقاء بالوعي المجتمعي تجاه قضايا حقوق الإنسان، والديمقراطية، وسيادة القانون، وبناء الحياة الديمقراطية في المجتمع الفلسطيني القائمة على التعددية السياسية، وحرية الرأي، والتعبير.

تقدم المؤسسة مجموعة من البرامج، مثل:

- برنامج الدعم القانوني: يوفر الخدمة القانونية، والحقوقية المجانية، للأسرى، والمعتقلين، وعائلاتهم؛ بمتابعة قضايا التعذيب، والمحاكمات، والزيارات الدورية، والإرشاد الحقوقي القانوني.
- برنامج الدراسات والتوثيق: أي توثيق الإحصاءات، والانتهاكات كافة، التي يتعرض لها الأسرى، والمعتقلين، وعائلاتهم، وإصدار التقارير، والدراسات، حول التعذيب، في أثناء الاعتقال، وخلال فترة التحقيق، وظروف الاعتقال داخل مراكز التوقيف، والمعتقلات، والسجون، وانتهاكات قوات مصلحة السجون الإسرائيلية، ووحداتها الخاصة، التي يتعرض لها الأسرى، والمعتقلون.
- برنامج الضغط والمناصرة: تقوم المؤسسة، في هذا البرنامج، بأنشطة، وحملات محلية، وإقليمية، ودولية تضامنية، وضاغطة؛ لمناهضة التعذيب، والاعتقال التعسفي، ونصرة الأسرى، وحريرتهم، ومساندة إضرابهم عن الطعام (مؤسسة الضمير، 2023).

خامساً: مركز الدفاع عن الحريات والحقوق المدنية
تأسس المركز في القدس عام (1992م)؛ امتداداً للجان الدفاع عن الحريات التي تشكلت كمنظمة جماهيرية عام (1985م)؛ لمواجهة سياسة القبضة الحديدية، التي اعتمدها سلطات الاحتلال الإسرائيلية، وسجلت رسمياً لدى وزارة الداخلية عام (2003م)، على وفق قانون الجمعيات الخيرية، والهيئات الأهلية رقم (1) لعام (2000م) (مركز حريات، 2023).

وتتمثل أهداف المركز في: تطبيق قواعد القانون الدولي الإنساني على الأسرى في السجون الإسرائيلية، وتخفيف وطأة الاعتقال عليهم، وعلى عائلاتهم، برصد الانتهاكات الإسرائيلية لحقوق الأسرى، وتوثيقها، وفضحها، وإصدار تقارير دورية عن حالتهم، وتنفيذ برامج توعوية في مجال الحقوق المدنية، والسياسية، كبرامج التنظيم المجتمعي للفئات المهمشة (نساء، وشباب، ولاجئين)، وبرامج تمكين قدرات الفئات المهمشة (نساء، وشباب، وذوي الاحتياجات الخاصة)، وبنائها، ومتابعة حالات التعذيب، والاعتقال التعسفي، في السجون الفلسطينية، وتوثيقها (مركز حريات، 2023).

سادساً: الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال
تسعى إلى الدفاع عن الأطفال، وحماية حقوقهم؛ استناداً إلى اتفاقية حقوق الطفل الدولية، والقانون الدولي لحقوق الإنسان؛ إذ تنشئ برامج مختلفة، وتطورها، وتتمحور في مجالات المساندة القانونية، والحقوقية للأطفال، وتعمل مع الأطفال؛ لتمكينهم، وتفعيل مشاركتهم في القضايا كافة، التي تمسّ حقوقهم في المجتمع الفلسطيني، وتعمل مع المؤسسات القاعدية؛ لخلق بيئة حامية للأطفال (الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال، 2023).

وتهدف إلى تمثيل الأطفال في المحاكم، والدفاع عن حقوقهم المنتهكة، وتنظيم حملات توعوية، وتنقيف، تتعلق بحقوق الأطفال، والدفاع عن حقوق الأطفال داخل المجتمع الفلسطيني على

المستويات كافة، وتقديم استشارات، وخدمات قانونية للأطفال، وللعائلات المحتاجة؛ لحماية حقوق أطفالها لتمكين الأطفال، وتفعيل مشاركتهم في الحياة الاجتماعية، وصنع القرار. (الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال، 2023).

سابقًا: مركز المرأة للإرشاد القانوني والاجتماعي هو منظمة فلسطينية مستقلة، غير ربحية، تأسست في القدس عام (1991م)، تسعى إلى تطوير مجتمع فلسطيني ديمقراطي، يقوم على مبادئ المساواة بين الجنسين، والعدالة الاجتماعية، فتحمي حقوق الإنسان للمرأة، وتعززها، في إطار آليات حقوق الإنسان الدولية، ومعاييرها، ويعمل المركز برؤية نسوية مبنية على المساواة، والعدالة الاجتماعية؛ فيعالج العنف القائم على النوع الاجتماعي في داخل المجتمع الفلسطيني في المجالين العام، والخاص، والحد من آثاره السلبية، والتأثيرات الناتجة عن ممارسات الاحتلال الإسرائيلي ضد الضفة الغربية، والقدس الشرقية، فيعزز حماية النساء اللواتي يعانين من التمييز، والعنف، في فلسطين، ويزيد المسؤولية الاجتماعية للمجتمع الفلسطيني تجاه حقوق المرأة، والقضاء على التمييز ضدها (مركز المرأة، 2023).

ثامناً: شبكة القدس للمناصرة الاجتماعية هي منظمة غير ربحية، تعمل في القدس الشرقية، أسسها متخصصون مهنيون في عام (2009م)؛ استجابة للحاجة الملحة للمجتمع الفلسطيني للقضايا الحقوقية، والقانونية؛ لتمكين سكانها المهمشين الذين انتهكت حقوقهم الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والسياسية؛ فتهدف إلى تنمية مجتمع قوي، وتمكين سكانها من الحصول على حقوقهم، ومستحقاتهم، وتغيير النظام الذي يعدهم من الدرجة الثانية، وتنمية وعي المجتمع المقدسي بأهمية الحقوق، والحصول عليها؛ فتساعد الأفراد في تطوير مهاراتهم؛ للوصول إلى حقوقهم، والحفاظ عليها (شبكة القدس، 2023).

تاسعاً: المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات هو مؤسسة غير ربحية، أسسها مجموعة من الشباب الفلسطيني في عام (1998م)؛ لتكوين نموذج فلسطيني يعزز مفاهيم الديمقراطية، وبدائل حل النزاعات، ويعزز المركز مبادئ الديمقراطية، وحقوق الإنسان عامةً، والفئات الضعيفة خاصةً، ويعمل على تقوية التسامح، والسلم الأهلي، والعدالة، والمساواة، والمساواة، بين الجنسين، وتوطيد نظام الحكم الرشيد، والشفافية، والنزاهة، ويسهم في سد الفجوة في توفير الخدمات التي تفتقر إليها الفئات الضعيفة، والمهمشة، على المستوى النفسي، والاجتماعي، والقانوني؛ بتعزيز التعاون، والتشبيك، والشراكات، مع منظمات المجتمع المدني، والمؤسسات الحكومية، والاستجابة لأولويات المجتمعات المحلية، والمناطق النائية، والمهمشة، والفئات الضعيفة (المركز الفلسطيني، 2023).

8.2 الدراسات السابقة

تشكل الدراسات السابقة مدخلاً لفهم الدراسة على نحو شامل، من الجوانب جميعها، كونها تساعد في سد الثغرات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية؛ بوساطة جمع المعلومات، والبيانات، التي تتوصل لها، وهذا ما يجعل من تناولها أمراً في غاية الأهمية لدى الباحثين؛ إذ تناولت دراسات كثيرة محاور الدراسة المتمثلة في المؤسسات غير الربحية، والعلاقات الإعلامية الخاصة بها، وعرضت الدراسة الحالية أكثر الدراسات ذات العلاقة التي يمكن الاستفادة منها، ثم قسمت الدراسات السابقة إلى أقسام متعددة؛ للإحاطة بجوانبها، وهي كما يأتي:

1. دراسات حول المنظمات غير الربحية ووسائل الإعلام.

2. دراسات حول العلاقات الإعلامية للمنظمات غير الربحية والأهلية.

3. دراسات حول المنظمات الحقوقية وعلاقتها الإعلامية.

1.8.2 دراسات حول المنظمات غير الربحية ووسائل الإعلام

دراسة (رسولي، 2022) بعنوان: دور وسائل الإعلام في تفعيل أداء المنظمات الدولية غير

الحكومية الناشطة في مجال العمل الإنساني: منظمة العفو الدولية أنموذجاً

بحثت في أهمية توظيف وسائل الإعلام المختلفة (المرئية، والمسموعة، والمقروءة)، في خدمة المواطن، والعمل الإنساني، ودعم المؤسسات غير الحكومية؛ لحماية حقوق الإنسان، وتعزيزها، بوساطة علاقة التأثير والتأثير الموجودة بين كل من الإعلام، وحقوق الإنسان، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة تحليل المحتوى للأدبيات، والدراسات المختلفة، ووصف الواقع، وأظهرت نتائجها أن وسائل الإعلام تنتج المعلومات للمواطنين، وأن الإعلاميين يجمعون معظم المعلومات عن حقوق الإنسان، ويقدمونها؛ فالإعلام يقف ركيزة أساسية وراء نجاح عمل المؤسسات الإنسانية، والحقوقية، وأن العلاقة تكاملية بين قطاعي الإعلام، والعمل الإنساني، وينبغي أن تكون كذلك؛ فالإنسان هو المحور الأساسي في عمل القطاعين، وهي علاقة استراتيجية متواصلة لا مؤقتة، يقود فيها الإعلام بوسائله الحملات الإنسانية، ويسهم في إنجاحها، وتحقيق أهدافها.

دراسة (خضير، 2021) بعنوان: وسائل الإعلام والاتصال ودورها في تفعيل وتحسين أداء

الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني في الجزائر

تعرفت إلى دور الإعلام، والاتصال، وأهميته في تحسين أداء الجمعيات، ومؤسسات المجتمع المدني، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي؛ بوساطة تحليل المحتوى للأدبيات المختلفة، وأظهرت نتائجها ارتباط نجاح عمل الجمعيات، والمؤسسات غير الربحية، بتوظيف وسائل الإعلام، واستغلالها، في ظل تطور المجتمعات، وانتشار استخدامات وسائل الإعلام، ومنصات التواصل

الاجتماعي؛ إذ تزداد أهمية الإعلام للجمعيات، والمنظمات غير الربحية، التي تتسم بالمنفعة العامة، والاتصال المباشر مع جمهور المواطنين؛ فيبرز دور وسائل الإعلام عبر الدور الرقابي للجمعيات، ومؤسسات المجتمع المدني للهيئات الحكومية المركزية، واللامركزية، ومؤسسات القطاع الخاص، والمعنية في مجالات الدفاع عن حقوق الإنسان.

2.8.2 دراسات حول العلاقات الإعلامية للمنظمات غير الربحية والأهلية
دراسة (Averill، 2020) بعنوان: Media Relations for Small Non-profit Organizations
العلاقات الإعلامية للمنظمات الصغيرة غير الهادفة للربح

تعرفت إلى طبيعة العلاقة الإعلامية للمنظمات الصغيرة غير الهادفة للربح؛ باعتماد المنهج الوصفي، وأظهرت نتائجها أنّ إحدى الطرق الأساسية التي تروي بها منظمة غير ربحية قصتها لجمهورها الرئيسية هي بوساطة الصحافة؛ فقد لا يمتلك الشخص محطة تلفاز رئيسة في منطقته، ولكن من المحتمل أن يمتلك صحيفة محلية، ومحطة إذاعية محلية، وربما محطة تلفاز كابل محلية، وأن العلاقات الإعلامية هي جزء أساسي من خطة العلاقات العامة، وهي الأداة الأكثر قيمة وفاعلية لدى المنظمة غير الربحية، وبمجرد أن تعرف كيفية الحصول على رسالة المؤسسة، فتقدر كأخبار مهمة، بوسائل الإعلام المحلية.

دراسة (Devasahayam، 2010) بعنوان: Media and the Non Profit World: A Case-Study on WWF-Malaysia's Use of Media Tools to Champion Advocacy

بحثت في الاستخدام الاستراتيجي لوسائل الإعلام؛ لإيصال الرسائل، وللحفاظ على الصندوق العالمي للطبيعة في ماليزيا، وهو من المنظمات غير الربحية، ومجموعات المناصرة؛ إذ يتعامل مع القضايا ذات الصلة، والمصادقية، فالمنظمات غير الربحية تحتاج إلى استخدام أدوات الإعلام؛ للمناصرة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وأظهرت نتائجها أنّ مفتاح نجاح المشاركة طويلة المدى هو أن تعيد المنظمات غير الربحية تقييم استراتيجيات التواصل الإعلامي الخاصة بهم، وتغير موقعها باستمرار، لا سيما حين يكون التمويل نادراً، وتتنافس الأسباب المتعددة مع جذب انتباه الجمهور؛ فيؤدي إلى تأثير أقوى على المدى الطويل.

دراسة (الكوع، 2022) بعنوان: دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية في حقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي "حملة" نموذجاً.

تعرفت إلى دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعوية بحقوق الإنسان الرقمية، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وتحليل المحتوى الكيفي (النوعي)، وجاءت وحدة التحليل، أو وحدة المنشور، أي المنشورات الخاصة بصفحة مركز "حملة " على فيسبوك، واستخدمت استمارة تحليل المحتوى أداة، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ العلاقات الإعلامية، والعامة، في المؤسسات غير الربحية، وبالتحديد التوعوية منها، تسعى إلى ترتيب أولويات الجمهور حسب أهدافها، وأولوياتها.

دراسة (علي، 2020) بعنوان: فاعلية أساليب إدارة المنظمات غير الربحية لعلاقتها مع العملاء خلال أزمة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ولاء الجمهور لها. تعرفت إلى الآليات التي تتبعها المنظمات غير الربحية؛ لإدارة علاقاتها مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتعزيز ولاء الجمهور لها، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة البحث بالاستبانة؛ إذ وزعت على عينة بلغت (309) من مستخدمي صفحات المنظمات غير الربحية، وأظهرت نتائجها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة المنظمات، في إدارة علاقتها مع العملاء (من الفئات الجماهيرية محل التطبيق)، وبين ولاء الجماهير لها.

دراسة (وزارة الإعلام، 2019) بعنوان: إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام والتواصل هدفت وزارة الإعلام العُمانية، بوساطة ما أعدته، إلى خدمة أهداف خطة التواصل الحكومي للعامين (2019-2020م)؛ إذ تعد أقسام عملية الاتصال، ودوائرها، بمثابة نافذة للمؤسسات على المجتمع؛ فهي حلقة الوصل الأساسية مع وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وأظهرت نتائجها حاجة المؤسسات إلى وسائل الإعلام، والرغبة في إيصال المعلومات المعينة للجمهور، وحشد الدعم الجماهيري للمؤسسة، بالوسائل الإعلامية، وأنّ الدعاية الجيدة تُكسب دعماً أكبر يساعد على كسب قضية ما، وأكدت الدراسة وجود ممارسات ينبغي تفاديها في العلاقة بين المؤسسة، ووسائل الإعلام، والتواصل، كالتعامل مع الإعلاميين على نحو يتنافى مع أخلاقيات المهنة، وإدخال المصلحة الشخصية في أثناء التعامل مع وسائل الإعلام، أو ضعف التعامل بفاعلية مع الأحداث العاجلة.

3.8.2 دراسات حول المنظمات الحقوقية الفلسطينية وعلاقتها الإعلامية
دراسة (عريقات، 2023) بعنوان: دور المنظمات الحقوقية الفلسطينية في محافظة رام الله والبيرة في حماية الحقوق المدنية والسياسية

تعرفت إلى دور منظمات حقوق الإنسان الفلسطينية في حماية الحقوق المدنية، والسياسية؛ بدراسة جهود المنظمات في الوصول إلى أهدافها؛ إذ اتبعت المنهج الكيفي؛ لإجراء الدراسة، واستخدمت المقابلة للحصول على المعلومات، فاخترت عينة مكونة من (7) مؤسسات حقوقية، وأجريت (11)

مقابلة مع بعض مديري هذه المؤسسات، والعاملين فيها، وأظهرت نتائجها أن منظمات حقوق الإنسان تسهم في حماية الحق في الحياة بنسبة (56%)، وفي السلامة الجسدية بنسبة (53%)، وفي التعبير عن الرأي بنسبة (45%)، وفي المحاكمة العادلة بنسبة (70%)، وفي الحد من الانتهاكات الإسرائيلية بنسبة (66%)، وكشفت عن ضرورة تكاتف الجهود الرسمية، والمدنية؛ للارتقاء بحالة حقوق الإنسان، بوساطة حل إشكاليات النظام السياسي الفلسطيني، ومن توحيد الرؤية الوطنية؛ بهدف مواجهة الاحتلال، وإنهائه.

دراسة (عواطف، 2023) بعنوان: المنظمات غير الربحية في فلسطين: الأدوار الثقافية والحقوقية. هدفت إلى فهم الأدوار الثقافية، والحقوقية، للمنظمات غير الربحية في فلسطين، وتحليلها؛ بتركيز الضوء على دور هذه المنظمات في تعزيز الثقافة، وحماية حقوق الإنسان في السياق الفلسطيني، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، منهجية استقرائية، وتحليلية، وتمثلت بياناتها بمجموعة متنوعة من المصادر، كتقارير المنظمات غير الربحية ذات الصلة، والمنشورات الأكاديمية، والمعلومات الإحصائية، والبيانات الحكومية؛ فحللتها، وقارنتها؛ لفهم أدوار هذه المنظمات الثقافية، والحقوقية، وتقييم أثرها في المجتمع الفلسطيني، وأظهرت نتائجها أن المنظمات غير الربحية تؤدي دوراً مهماً في تعزيز الوعي الثقافي في المجتمع الفلسطيني؛ فتقدم أنشطة ثقافية متنوعة، كالمعارض الفنية، والعروض المسرحية، وورش العمل الثقافية، وتسهم في حماية حقوق الإنسان في فلسطين، وتعزيزها، بتوثيق انتهاكات حقوق الإنسان، وتقديم النصح، والمشورة، للضحايا، وتوفير المساعدة القانونية لهم، وأظهرت أن المنظمات غير الربحية في فلسطين، تواجه تحديات في تأمين التمويل اللازم لأداء أدوارها على نحو كامل، وتعتمد على نحو كبير، على التبرعات، والدعم المالي الدولي، والمحلي، وأن المنظمات غير الربحية، تسعى إلى التأثير في التشريعات، والسياسات في فلسطين؛ لتعزيز حقوق الإنسان، وتحسين ظروف حياة المواطنين.

دراسة (أبو طه، 2019) بعنوان: العمل الأهلي في فلسطين ما بين الحق في التنمية والحق في تشكيل الجمعيات.

تعرفت إلى واقع العمل الأهلي في فلسطين بين الحق في التنمية، والحق في تشكيل الجمعيات؛ بدراسة حالة الجمعيات الأهلية في قطاع غزة، من حيث التمويل، واعتمدت المنهج التحليلي الوصفي، باعتماد أداتين للدراسة، وهما: المقابلة المنظمة، والاستبانة، وأظهرت نتائجها أن السلطة تتحمل مسؤوليات متعددة في أزمة التمويل، وتسهم بدور إيجابي في الحد من آثار هذه الأزمة في ممارسة الحق في حرية تشكيل الجمعيات العمومية، وتسييرها؛ إذ توجد مسؤوليات متعددة ما زال على السلطة حلها، وتحقيقها، كتوفير بيئة تشريعية مواتية، وإجراءات بيروقراطية بحدها الأدنى، ووضع

الضمانات القانونية الكافية؛ لحماية حرية الجمعيات في تلقي التمويل، وتحويل عنوان العلاقة بين السلطة، والمجتمع المدني، من علاقة تصارعية، إلى تكاملية، ومن علاقة فوقية رقابية، إلى ندية، تشاركية، ومن ترخيص إلى استعلام.

دراسة (الحميدة ، 2014) بعنوان: صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية تعرفت إلى الصورة الإعلامية لمنظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية اليومية، في المدة من (2012/1/1-2012/12/31م)؛ إذ أجريت دراسة تحليلية للمحتوى، وللشكل المقدم بوساطة منظمات حقوق الإنسان في صحيفتي (الحياة الجديدة، وفلسطين)، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، ومنهج الدراسات المسحية، ووظفت أسلوب تحليل المضمون، وأسلوب المقارنة المنهجية، وجمعت البيانات بوساطة استمارة تحليل المضمون، وأظهرت نتائجها أن موضوعات منظمات حقوق الإنسان في الصحف لم تستهدف تشكيل صورة محددة عن تلك المنظمات سواءً كانت إيجابية، أم سلبية.

التعقيب على الدراسات السابقة

تتفق الدراسة الحالية في معالجتها موضوع توظيف المؤسسات غير الربحية لعلاقتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها، مع أدبيات، ودراسات سابقة عربية، وأجنبية متعددة، مثل: دراسة (رسولي، 2022)، ودراسة (Averill، 2020)، بينما تختلف مع الدراسات السابقة المعروضة، في أنها مُخصصة للمؤسسات الحقوقية، بينما ما سبقها من دراسات، فإنها تتناول في معظمها، موضوع علاقة المؤسسات غير الربحية مع وسائل الإعلام بعامة، من غير تخصيص، أو تحديد نوع معين من هذه المؤسسات، مثل: دراسة (أبو طه، 2019) ودراسة (علي، 2020)، وكان من أبرز نتائج الدراسات السابقة، أن الإعلام ركيزة أساسية، تقف وراء نجاح عمل المؤسسات الإنسانية، والحقوقية، مثل: دراسة (رسولي، 2022)، وأن العلاقات الإعلامية تمثل جزءاً أساسياً من خطة عمل العلاقات العامة، ولكنها الأداة الأكثر قيمة، وفاعلية لدى المنظمة غير الربحية، كدراسة (Averill، 2020)، ومن أهم توصيات الأدبيات السابقة: التركيز على أهمية الاتصال، والتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق الأهداف الخاصة بالمؤسسات غير الربحية، كدراسة (رسولي، 2022)، ودراسة (خضير، 2021)، التي أوصت بضرورة الاهتمام بجد بالعلاقة مع وسائل الإعلام، وإعطاء أهمية أكبر للاتصال في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وأوصت دراسة (Devasahayam، 2010) بضرورة تحسين المؤسسات غير الربحية بعامة، وعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ لأهمية ذلك الكبيرة في إيصال رسالتها إلى الجمهور، وبذلك تظهر أهمية موضوع الدراسة الحالية؛ إذ إن توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية هو أمر في غاية الأهمية، ومن شأنه أن يحقق الأهداف.

تختلف الدراسة الحاليّة عن الدراسات السابقة في أنها استخدمت أداتين لجمع البيانات وهما الاستبانة والمقابلة في حين ركزت معظم الدراسات السابقة على استخدام أداة تحليل المضمون كدراسة : (رسولي، 2022)، ودراسة (خضير، 2021).

الفجوة العلميّة

تقاطعت هذه الدراسة مع دراسات أخرى في جوانب كثيرة، إلا أن الدراسات السابقة لم تتناول العلاقات الإعلاميّة، وآليّة توظيف المؤسسات غير الربحيّة لها في علاقاتها، مع وسائل الإعلام؛ فالتركيز على العلاقات العامة، سواءً في الأدبيات العربيّة، أم الأجنبيّة، وظهر ضعف واضح في تناول العلاقات الإعلاميّة في الدراسات العربيّة، وأن معظم الدراسات ركزت في مضمونها على المنظمات غير الربحيّة، والأهليّة، بعامة، من غير التركيز على المؤسسات الحقوقيّة، وهو الأمر الذي ستغطيه الدراسة الحاليّة.

9.2 الخلاصة

تناول هذا الفصل الدراسات السابقة التي أثّرت هذه الدراسة بالمعلومات في جوانبها البحثيّة المتعددة، التي يمكن الاستفادة منها، وأخذها بعين الاعتبار، في بناء منهجيّة الدراسة، والوصول إلى نتائج كثيرة خلصت إليها الدراسات السابقة، والتوصيات المقدّمة؛ ففي هذه الدراسة أُجريت مقارنة بين نتائج الدراسات السابقة، ونتائج الدراسة الحاليّة المتوصل إليها، وجرى الوقوف على أبرز نقاط التشابه، والاختلاف؛ وصولاً إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة الحاليّة؛ لتحقيق أهدافها البحثيّة.

الفصل الثالث: الإطار المنهجي للدراسة

1.3 التمهيدي

يتناول هذا الفصل وصفاً للخطوات، والإجراءات، المتبعة في الدراسة الحالية، التي اشتملت على نوعها، ومنهجها، وأدوات التحليل المستخدمة فيها، ومبررات استخدامها، وحدودها الزمانية، والمكانية، وتحديد مجتمع الدراسة، وعينتها، وإجراءات جمع البيانات، وتحليلها، وإجراءات الصدق، والثبات، وعرض الخطوات، والإجراءات، العملية، المتبعة في بناء أدوات الدراسة، وخصائصها، ثم شرح مخطط تصميم الدراسة، ومنعيراتها، والاختبارات الإحصائية المستخدمة في تحليل بياناتها؛ فصُممت هذه الدراسة؛ لاستكشاف مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها، واتبعت المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت المنهج المختلط الذي يجمع بين المنهجين: الكمي، والنوعي، معاً، واستخدمت أداتي الاستبانة، والمقابلة؛ كي تجمع البيانات، وتحللها.

2.3 نوع الدراسة ومنهجها

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي، والنوعي (المنهج المختلط)؛ للتوصل إلى نتائج، وتقديم توصيات، وتحقيق رصيد معرفي جديد، يتعلق بموضوع الدراسة؛ فالمنهج يعرف بأنه: "التقنية، أو الأسلوب، المطبق في الدراسات المختلفة، والأبحاث العلمية؛ إذ يعتمد على الاستعمال المباشر للرياضيات، والإحصاءات الرقمية" (غراويتز، 1993)، وتندرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التحليلية، التي تصف خصائص ظاهرة معينة، أو موقف، أو جماعة، أو مجتمع، فندرس الحقائق المتعلقة بها؛ للحصول على البيانات، والمعلومات الدقيقة المتعلقة بها (المزاهرة، 2014)، وتُعرف الدراسات الوصفية التحليلية، بأنها: الدراسات التي تصف ظاهرة معينة، وتحللها؛ بجمع البيانات، وتحليلها (العجمي، 2014)؛ أما المنهج النوعي، فيعرف بأنه: عملية تفاعلية بين الباحث، وعينة الدراسة؛ إذ تقدم عينة الدراسة معلومات للباحث؛ للوصول إلى نتائج جيدة، وإلى وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً؛ فليست أهمية البحث بكيفية بروز ظاهرة لموضوع فردي فقط، وإنما بكيفية ظهور الظاهرة لموضوع ما بين عناصر المجتمع، كالعلوم الطبيعية، والإنسانية، ذات القيمة، من حيث شرح الظاهرة، وفهمها، وينبغي أن يكون المعيار الرئيس في تحديد طريقة البحث المستخدمة هو البحث الأولي حسب رؤية الباحث، وحسب اختلاف التحديات؛ فالاختلاف يتطلب منهجيات مختلفة على نحو واضح، تستند إلى نظرية علمية مختلفة تماماً.

3.3 أدوات الدراسة

يساعد الاختيار الصحيح للأدوات البحثية المناسبة، على جمع البيانات، والمعلومات المطلوبة؛ للحصول عليها من الواقع، وتحليلها؛ لتحقيق أهداف الدراسة (أبو فردة، 2021).

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة رئيسية، وهي الاستبانة الكمية، وأداة ثانوية، وهي المقابلة؛ لجمع البيانات، والمعلومات، وتحليلها؛ لمعالجة مشكلة الدراسة من أكثر من جانب.

أولاً: الاستبانة: هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة، تُعد بقصد الحصول على المعلومات، أو الآراء حول ظاهرة معينة، أو موقف معين (الخرابشة، 2012)، واستُخدمت في أثناء الدراسة؛ لغرض جمع المعلومات، والبيانات. واستخدم أسلوب المسح الشامل في توزيعها على مجتمع الدراسة، البالغ عدده (83) مؤسسة حقوقية، واستردت (70) استبانة، خضعت جميعها للتحليل الإحصائي، أي ما نسبته (88%) من مجتمع الدراسة، وهذه النسبة مناسبة لأهداف البحث العلمي، واستُخدم أسلوب المسح الشامل؛ لصغر حجم مجتمع الدراسة من مؤسسات حقوقية فاعلة في الضفة الغربية. ويمكن تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة أنواع (مبتعث، 2023):

1. الاستبانة المقيدة: أن توجه أسئلة مغلقة، تتطلب الإجابة بـ (نعم، أو لا)، أو يقترح على صاحب الاستبانة بدائل محددة للاستجابات، نقل من الخطأ في تفسير المعلومات.

2. الاستبانة المفتوحة: هي أسئلة مفتوحة توجه للمبحوث، وتترك له الحرية في الإجابة حسب رأيه، واعتقاداته، واتجاهاته؛ فيسمح له بالتعبير الحر التلقائي عن رأيه، وموقفه، وإطارة المرجعي، وبألفاظه هو نفسه.

3. الاستبانة المزدوجة أو (المقيدة المفتوحة): أن توجه أسئلة محددة، ومغلقة، وتحدد بدائل الاستجابات، وعليه أن يختار واحدًا منها، و يبرر اختياره.

مزايا الاستبانة:

تتمتع الاستبانة بمزايا متعددة، أبرزها: إمكانية الحصول على قدر كبير من المعلومات في مدة زمنية قصيرة، أو من عدد كبير من الأفراد، الذين يمثلون عينة الاستبانة؛ فهي لا تحتاج إلى عدد كبير من الباحثين؛ إذ تمتاز بسهولة وضع الأسئلة، وتقنينها، وترتيبها، وتوفير الوقت للمجيب، ومنحه فرصة للتفكير قبل الإجابة (العزة، 2023).

مجتمع الدراسة:

هو المجموعة المتاحة التي يمكن تحديد أفرادها، وتمثل ظاهرة بحثية معينة، ولها مميزات، وخصائص مشتركة، وتُجمع البيانات البحثية بوساطتها (البياتي، 2018).

ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية بمديري المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية، وموظفي الإعلام فيها جميعاً، وعددها (176) مؤسسة، والفاعلة منها (83) مؤسسة (وزارة العدل، 2023). ويعود سبب اختيار هذا المجتمع؛ إلى معرفة الكيفية التي توظف بها المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية علاقاتها الإعلامية مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها.

عينة الدراسة: هي مجموعة أفراد المجتمع، الذين تجمع منهم بيانات الدراسة، ومعلوماتها؛ إذ تمثل مجتمع الدراسة بدقة، فيجري اختيارها؛ استنادًا إلى أساليب علمية، تناسب إجراء البحث فيها، والوصول إلى نتائج، وتعميمها على مجتمع الدراسة (المشهداني، 2017).

وتعتمد هذه الدراسة على الاستبانة أساسًا؛ إذ وزعت على (83) مؤسسة حقوقية فاعلة في الضفة الغربية، ويعود سبب اختيار هذه العينة القصدية إلى الرغبة في استكشاف مدى وجود علاقات إعلامية لهذه المؤسسات، كونها موزعة جغرافيًا في مدن الضفة الغربية المتعددة، فيؤثر ذلك في طبيعة عملها، وفي الكيفية التي توظف فيها علاقاتها الإعلامية، وتتواصل مع وسائل الإعلام.

اشتملت استبانة الدراسة على جزأين رئيسيين، وسؤالين عامين: الجزء الأول: ويشمل معلومات أولية عن مديري المؤسسات الحقوقية، والمختصين بالشأن الإعلامي، الذين سيعبئون الاستبانة، وهي معلومات ديموغرافية عامة، مثل: الجنس، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي، والتخصص. وتتضمن الاستبانة سؤالًا عامًا لهم، يتعلق بوجود دائرة، أو قسم خاص بالإعلام في تلك المؤسسات.

الجزء الثاني: يتكون من أربعة محاور رئيسية، موجهة إلى مديري المؤسسات الحقوقية، وموظفي الإعلام فيها، ويتعلق المحور الأول بمستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقاتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، ويتكون من (7) فقرات، أما الثاني فيتعلق بطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية، ووسائل الإعلام، من حيث وجود الثقة المتبادلة مع وسائل الإعلام، ويتكون من (8) فقرات، أما الثالث فيتعلق بالاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام، ويتكون من (9) فقرات، أما الرابع فيستكشف أبرز تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، وتتضمن (7) فقرات. وتحتوي الاستبانة سؤالًا عامًا؛ لمعرفة أهداف المؤسسات الحقوقية من حيث التواصل مع وسائل الإعلام، ويركز على (12) هدفًا.

قياس الصدق والثبات
يجري التأكد من مدى سلامة أداة الدراسة، وصحتها؛ بتحري الدقة عند تحليل البيانات، والتأكد من درجة استقلالية الإجابات، واستجابتها لموضوع الدراسة، والتأكد من صحة الإجراءات المتبعة في التحليل، ومقياس البحث، أو أدواته بدقة، وكفاءة، وإخضاع الاستبانة للصدق، أي التأكد من مدى قرب نتائج الدراسة من الواقع (المشهداني، 2017). وقد استُخدم فيها نوعان من الصدق، هما:

أ) الصدق الظاهري (Face validity): يُعرف بصدق المحكّمين، ويعني أن تُعرض الأداة بصورتها الأولى، على مجموعة من ذوي الخبرة، والاختصاص، ممّن يحملون درجة الدكتوراة، وقد بلغ عددهم في هذه الدراسة (3) محكّمين*، وهو موضّح في ملحق (ب)، واعتمد معيار الاتّفاق (80%) حدًا أدنى لقبول الفقرة، وبناءً على ملحوظات المحكّمين، وآرائهم، أُجريت التّعديلات المقترحة، وُعدّلت صياغة بعض الفقرات، وبقي عدد فقرات الأداة (31) فقرة.

ب) صدق البناء (Construct Validity): يستخدم لاختبار صدق الأداة؛ فاستخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)؛ لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات بالمحور الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للأداة، والجدول الآتي يوضح ذلك:
جدول (1.3) قيم معاملات ارتباط الفقرات بمحورها، وقيم معاملات ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للأداة

الفقرة	توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	الرقم	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	الرقم	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية مع وسائل الإعلام	الرقم	تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام
1	0.90**	8	0.85**	16	0.77**	25	0.71**
2	0.91**	9	0.77**	17	0.86**	26	0.71**
3	0.88**	10	0.86**	18	0.90**	27	0.73**
4	0.90**	11	0.86**	19	0.90**	28	0.75**
5	0.86**	12	0.85**	20	0.80**	29	0.75**
6	0.89**	13	0.85**	21	0.87**	30	0.68**
7	0.88**	14	0.86**	22	0.82**	31	0.50**
		15	0.75**	23	0.90**		
				24	0.87**		
الدرجة الكلية للمجال =	0.91**	الدرجة الكلية للمجال =	0.94**	الدرجة الكلية للمجال =	0.96**	الدرجة الكلية للمجال =	0.95**

**دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < .01$)

يلحظ من البيانات الواردة في الجدول أنّ قيم معامل ارتباط الفقرات، تراوحت ما بين (0.90-0.50)، وكانت ذات درجات مقبولة، ودالة إحصائية؛ فقيمة معامل الارتباط التي تقلّ عن

* وهم: د. شادي أبو عياش، محكم داخلي، من الجامعة العربية الأمريكية، ود. محمود الفطافطة، محكم داخلي، من الجامعة العربية الأمريكية، ود. محمود الفروخ، محكم خارجي، من جامعة القدس المفتوحة.

(0.30) تعد ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (-0.30- أقل أو يساوي 0.70) تعد متوسطة، والقيمة التي تزيد عن (0.70) تعد قوية، (Garcia, 2011)؛ ولذلك، لم تحذف أي فقرة من فقرات الأداة، فهي قابلة للتطبيق على مجتمع الدراسة.

ثبات الاستبانة

استخدمت معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على بيانات مجتمع الدراسة؛ للتأكد من ثبات الاستبانة، ومحاورها، ولاختبار ثبات الاتساق الداخلي للأداة، ومحاورها، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (2.3): قيم معاملات ثبات الاستبانة موزعة حسب محاورها، والدرجة الكلية، بطريقة كرونباخ ألفا

المجال	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	7	950.
طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	8	0.94
الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام	9	960.
تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام	7	810.
الدرجة الكلية	31	0.97

يتضح من نتائج الجدول أنف الذكر، أن قيم معاملات ثبات كرونباخ ألفا لمحاور الاستبانة، تراوحت ما بين (0.81-0.96)، ويلحظ أن معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية، بلغ (0.97)، وهي قيم مرتفعة، تجعل من الأداة قابلة للتطبيق على مجتمع الدراسة.

تصحيح الاستبانة

تكوّنت الاستبانة في صورتها النهائية بعد قياس الصدق من (31) فقرة، ورّعت على أربعة محاور، كما هو موضح في ملحق (ث)، ومثلت الفقرات جميعها اتجاهاً إيجابياً، وطلب من المستجيب تقدير إجاباته بوساطة تدرج ليكرت الخماسي (Likert)، وأعطيت الأوزان للفقرات كما يأتي: بدرجة مرتفعة جداً: (5) درجات، وبدرجة مرتفعة: (4) درجات، وبدرجة متوسطة: (3) درجات، وبدرجة منخفضة: (2) درجتان، وبدرجة منخفضة جداً: (1) درجة واحدة. وحولت العلامة؛ لغاية تفسير المتوسطات الحسابية، ولتحديد مستوى فقرات الدراسة، ومحاورها، لدى مجتمع الدراسة، على وفق المستوى الذي يتراوح من (1-5) درجات، وصنفت إلى خمس مستويات، هي: مرتفع جداً، ومرتفع، ومتوسط، ومنخفض، ومنخفض جداً؛ وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (لتدرج)}}{\text{عدد المستويات المفترضة}}$$

$$0.8 = \frac{5 - 1}{5}$$

وبناءً على ذلك، فإنّ مستويات الإجابة عن الأداة، تكون على النحو الآتي:

جدول (3.3): درجات احتساب مستوى كل محور وفترة

المستوى	المتوسّطات الحسابيّة
منخفض جداً	من (1-) إلى أقل من (1.80)
منخفض	من (1.80-) إلى أقل من (2.60)
متوسط	من (2.60-) إلى أقل من (3.40)
مرتفع	من (3.40-) إلى أقل من (4.20)
مرتفع جداً	من (4.20-) إلى أقل من (5)

متغيرات الدّراسة

اشتملت الدّراسة على المتغيرات الديمغرافية (التعريفية)، والمتغيرات التّابعة، وهي:

- أ- المتغيرات الديمغرافية (التعريفية):
1. الجنس: وله مستويان، هما: 1- ذكر، 2- أنثى.
 2. المؤهل العلمي: وله أربع مستويات، هي: 1- دبلوم، 2- بكالوريوس، 3- ماجستير، 4- دكتوراة.
 3. عدد سنوات الخبرة: وله ثلاث مستويات، هي: من (1-) أقل من (5) سنوات، 2- من (5) - أقل من (10) سنوات، 3- (10) سنوات فأكثر.
 4. المسمى الوظيفي: وله أربع مستويات، هي: 1- مدير عام، 2- مدير، 3- رئيس قسم، 4- موظف.
 5. التخصص: وله ثلاث مستويات هي: 1- الإعلام أو العلاقات العامة، 2- أحد مجالات العلوم الإنسانية، 3- أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلميّة).
- ب- المتغير التّابع: الدّرجة الكليّة، والمحاور الفرعيّة، التي تقيس توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقاتها مع وسائل الإعلام لمجتمع الدّراسة.
- 4.3 إجراءات تنفيذ الاستبانة
- نقّدت الاستبانة على وفق الخطوات الآتية:
1. جمع المعلومات من مصادر متعددة، كالكتب، والمقالات، والتّقارير، والرّسائل الجامعيّة، وغيرها؛ لوضع الإطار النظري للدّراسة.
 2. الحصول على إحصائيّة بعدد المديرين، والموظفين، العاملين في مجال الإعلام في المؤسسات الحقوقية الفاعلة في الضفة الغربيّة، والمسجلة في وزارة العدل الفلسطينيّة.
 3. تطوير الاستبانة بمراجعة الأدب التّربوي في هذا المجال.
 4. تحكيم أدوات الدّراسة.

5. التأكيد من دلالات صدق أدوات الدراسة، وثباتها.
6. تطبيق الاستبانة على مجتمع الدراسة، وتوزيعها بواسطة رابط إلكتروني، وطلب الإجابة عن فقراتها بصدق، وموضوعية، بعد إعلامهم أنّ إجاباتهم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
7. معالجة البيانات المدخلة، بعد استرداد (70) استبانة صالحة للتحليل، أي بنسبة (88%) من حجم مجتمع الدراسة، البالغ عدده (83) مديرًا أو موظفًا في مجال الإعلام؛ إذ استخدم برنامج الرّزمة الإحصائي (SPSS,28)؛ لتحليل البيانات، وإجراء التحليل الإحصائي المناسب.
8. مناقشة نتائج التحليل في ضوء الأدب النظري، والدّراسات السابقة، والخروج بتوصيات، ومقترحات بحثية.

5.3 المعالجات الإحصائية

استخدم برنامج الرّزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, 28)؛ لمعالجة البيانات الكميّة،

بعد جمعها، ولاستخراج المعالجات الإحصائية الآتية:

1. المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية.
2. معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)؛ لفحص الثبات.
3. اختبار بيرسون (Pearson Correlation)؛ لفحص صدق أداة الدّراسة.
4. اختبار (ت) (Independent Sample t-test)؛ لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية، حسب المتغير المستقل ذي المستويين، مثل: الجنس.
5. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)؛ لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات الحسابية حسب المتغير المستقل ذي الثلاث مستويات فأكثر، ومثال ذلك: التخصص.
6. المقارنات البعدية باستخدام اختبار أقل فرق دال (LSD).

أما البيانات الكيفية، التي حصل عليها من المقابلة، فاعتمد لذلك الأسلوب الاستقرائي؛ لتحليل البيانات، بتنظيم البيانات، وتصنيفها، واختبار النتائج، وكتابتها.

ثانيًا: أداة المقابلة

طورت أداة المقابلة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، وصيغت الأسئلة بما يعزز من محاور الاستبانة، وأجريت تصنيفات للاستجابة لعينة الدراسة؛ للإجابة عن أسئلة المقابلة، ومناقشة النتائج، وبنيت هذه الأداة بالاعتماد على الدّراسات السابقة، كالإطار النظري المرتبط بموضوع الدّراسة؛ لتعزيز النتائج الكميّة.

مميزات المقابلة في البحث العلمي (سومية، 2023):

تتميز المقابلة عن غيرها من أدوات البحث العلمي بأمر متعددة، منها:

- محادثة موجهة نحو هدف معين قائم على أسس علمية مضبوطة؛ للإجابة عن بعض التساؤلات.

- تتميز بتفاعل الباحث شخصياً، مع أفراد العينة.
- إمكانية الحصول على معلومات قد لا يُحصل عليها بالاستبانة.
- يمكن للباحث أن يلاحظ انفعالات الشخص الذي أمامه في المقابلة.
- تستخدم عادة في الدراسات الكيفية.
- يعبر الفرد عما يريد بحرية.

أنواع المقابلات (سومية، 2023):

1. المقابلات الفردية: تعد من أكثر المقابلات استخداماً في البحوث الاجتماعية، والإنسانية.
2. المقابلة الجماعية: تحدث جماعياً مع عدد من المقابليين، وتتميز بإعطاء معلومات معمقة.
3. المقابلة الحرة: تمتاز بمرونتها، وعدم اعتمادها أسئلة محددة مسبقاً، وتستخدم غالباً في البحوث الاستكشافية.
4. المقابلة المقيدة: يحضر فيها الباحث مجموعة أسئلة، ويعدها مسبقاً؛ للحصول على إجابات معينة.

مجتمع المقابلة وعينتها:

اعتمدت المقابلة عينة قسدية مع (5) من مسؤولي مؤسسات حقوقية، وخبراء بالشأن الحقوقي، والإعلامي، في المؤسسات الحقوقية؛ ويعود سبب اختيار هذا النوع من العينة، إلى أن (5) مؤسسات ممن أجريت المقابلات مع مديريها، أو موظفي العلاقات العامة فيها، تعد الأكثر نشاطاً في مجال عملها، سواءً أكان بتنظيمها لدورات، وورش عمل، حول قضايا حقوقية متنوعة، أم مشاركتها في فعاليات محلية، ودولية، وكونها الأكثر نشاطاً في علاقاتها الإعلامية، وهذه المؤسسات، هي: مؤسسة الحق، ومؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان، ومركز الدفاع عن الحريات المدنية، ومركز القدس للمساعدة القانونية، والحركة العالمية للدفاع عن الأطفال.

اعتمد في إجراء المقابلات شبه المنتظمة على أسئلة محددة، جاءت على النحو الآتي:

1. كيف يوظف مسؤولو العلاقات العامة، والإعلام، في المؤسسات الحقوقية؟ هل توجد اعتبارات معينة؟ علماً أن ذوي الاختصاص هم ممن يحملون شهادات في مجال الإعلام، أو العلاقات العامة؟
2. كيف تقيم وجود، قسم، أو دائرة علاقات عامة وإعلام، في المؤسسة الحقوقية الفلسطينية، أو عدمه؟

3. كيف يمكن أن يسهم التواصل مع وسائل الإعلام في تحقيق أهداف المؤسسة الحقوقية؟

4. كيف تتواصل المؤسسة مع وسائل الإعلام؟ هل توجد آليات محددة؟

5. لماذا تهدف المؤسسة إلى توفير الدعم، والتمويل، من تواصلها مع وسائل الإعلام؟

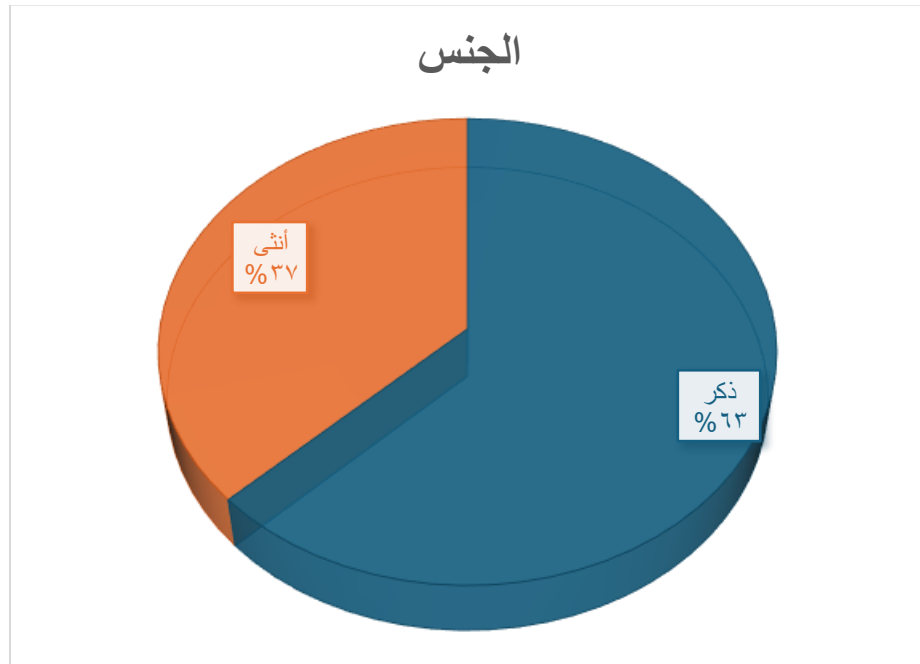
إجراءات تنفيذ المقابلة

1. أجريت اللقاءات مع عينة قصديّة مع (5) من مسؤولي المؤسسات الحقوقيّة، والخبراء في الشأن الحقوقي، والإعلامي، في المؤسسات الحقوقيّة، مثل: مؤسسة الحق، ومؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان، ومركز الدفاع عن الحريات المدنيّة، والهيئة المستقلة للدفاع عن حقوق الإنسان، ومركز المرأة للإرشاد القانوني، والاجتماعي.
2. عُرضت فكرة البحث على عينة الدراسة، وطُرحت الأسئلة عليهم في عشر دقائق، وأجابوا عنها.
3. دونت إجابات العينة، وصنفت، واستخرجت النسب المئويّة للإجابات.

صّدق الأداة
عرضت الأداة بصورتها الأوّليّة على ذوي خبرة، واختصاص، ممّن يحملون درجة الدّكتوراة، وعددهم (2)*؛ لاختبار الصّدق الظّاهري لأداة المقابلة، ووضّح ذلك في ملحق (ب)، وتشكّلت الأداة من أسئلة بلغ عددها (5) أسئلة، وبناءً على ملحوظات المحكّمين، وآرائهم، أجريت التّعديلات المقترحة، وعُدلت صياغة بعض الأسئلة.

6.3 حدود البحث المكانية والزمانية:
الحدود المكانية: تتمثل في المؤسسات الحقوقيّة في الضفة الغربيّة في دولة فلسطين.
الحدود الزمانية: ستنفذ هذه الدراسة في عام (2023م).

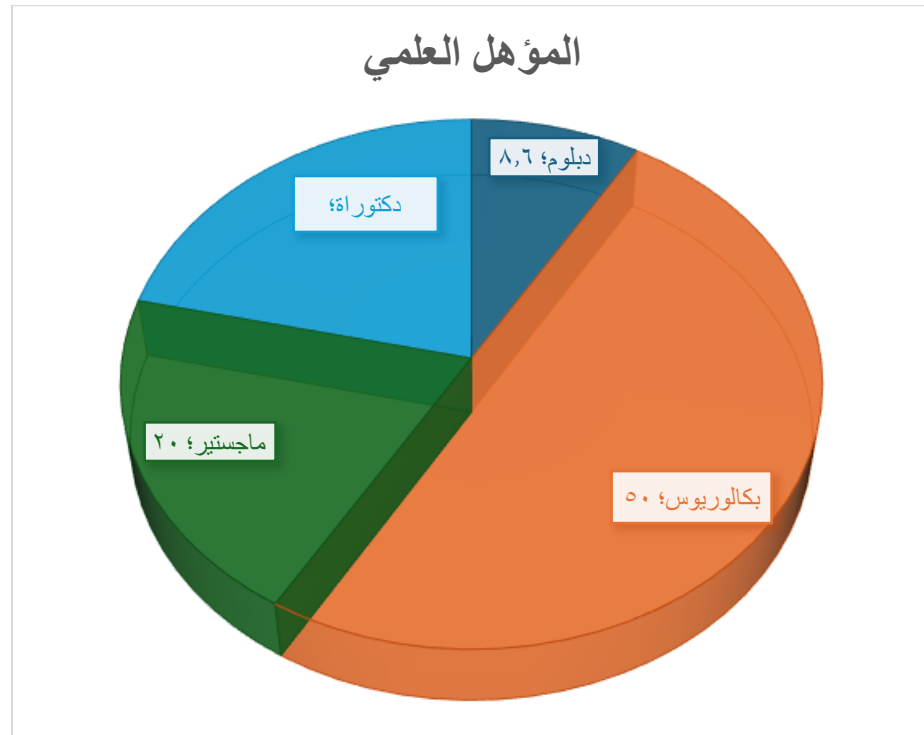
7.3 التحليل الأولي للنتائج



شكل (1.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغيراتها الديموغرافية (التعريفية)

* هما: د. محمود الفطافطة، محكم داخلي، من الجامعة العربية الأمريكية، ود. عبد الله عدوي، مشرف هذه الرسالة.

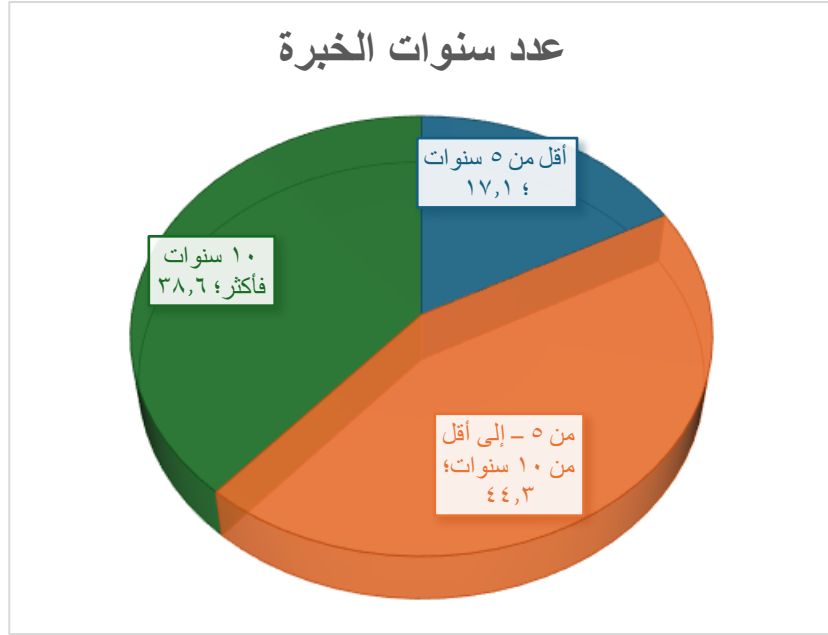
يتبين من شكل (1.3) أن (62.9%) ممن استطلعت آراؤهم، من المديرين، وموظفي الإعلام في المؤسسات الحقوقية بالضفة الغربية، كان من الذكور، بينما بلغت نسبة الإناث (37.1%)، علماً أنه على وفق بيانات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، فإن عدد سكان الضفة الغربية المقدر حتى منتصف عام (2023م)، بلغ حوالي (3.25) مليون نسمة، منهم (1.65) مليون ذكراً، و(1.60) مليون أنثى (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2023). أي إن نسبة الذكور مقارنة بالإناث متقاربة جداً في المجتمع الفلسطيني؛ فنجد أنه من بين (10) إناث، توجد (2) فقط، يشاركن في سوق العمل، بينما من بين (10) ذكور، يشارك (7) في سوق العمل، ويعود عزوف مشاركة الإناث عن سوق العمل إلى خضوعهن للموروث الاجتماعي، الذي يركز على أن دور النساء ينحصر في الدور الإنجابي، وإدارة أمور البيت؛ إذ بلغت نسبة الإناث المتفرغات للأعمال المنزلية (64%)، وبلغت نسبة المتفرغات للتعليم، أو التدريب، (24%)، عدا عن أن الاقتصاد الفلسطيني يعاني أصلاً من بطالة مرتفعة، وفي ظل مجتمع ذكوري، فإن الأولوية في العمل تذهب إلى الذكر، بحكم أنه المسؤول عن العائلة (الريماوي، عساف، 2023)



شكل (2.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

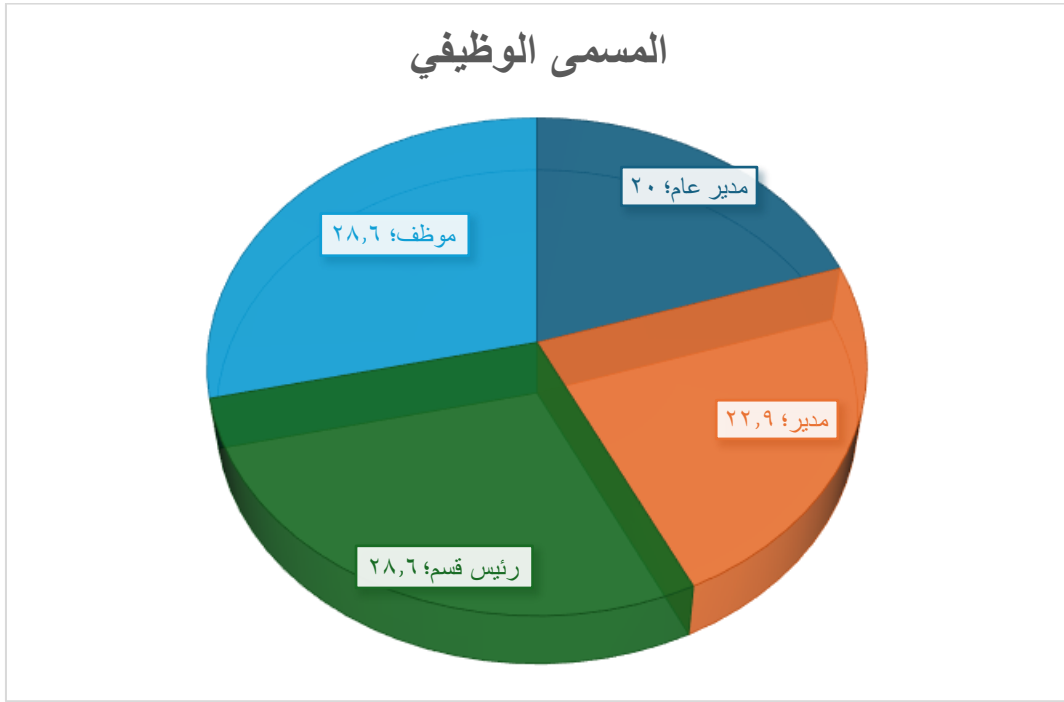
يلحظ من الشكل أنف الذكر، أن نسبة حملة المؤهل العلمي (بكالوريوس) بلغت (50.0%)، وهي النسبة الأعلى، أما حملة المؤهل العلمي (دبلوم)، فبلغت نسبتهم (8.6%)، أما نسبة حملة درجة الماجستير، فبلغت (20%)، ونسبة حملة درجة الدكتوراة، فبلغت (21.4%)، وتعد درجة من

يحملون البكالوريوس هي الأعلى مقارنةً بالمؤهلات الأخرى، وهذا أمر طبيعي؛ إذ إن أبرز شروط التوظيف في معظم المؤسسات، أن يكون المتقدم حاصلًا على درجة البكالوريوس حدًا أدنى، وذلك يؤثر في عمل المؤسسة، وسعيها إلى التطور.

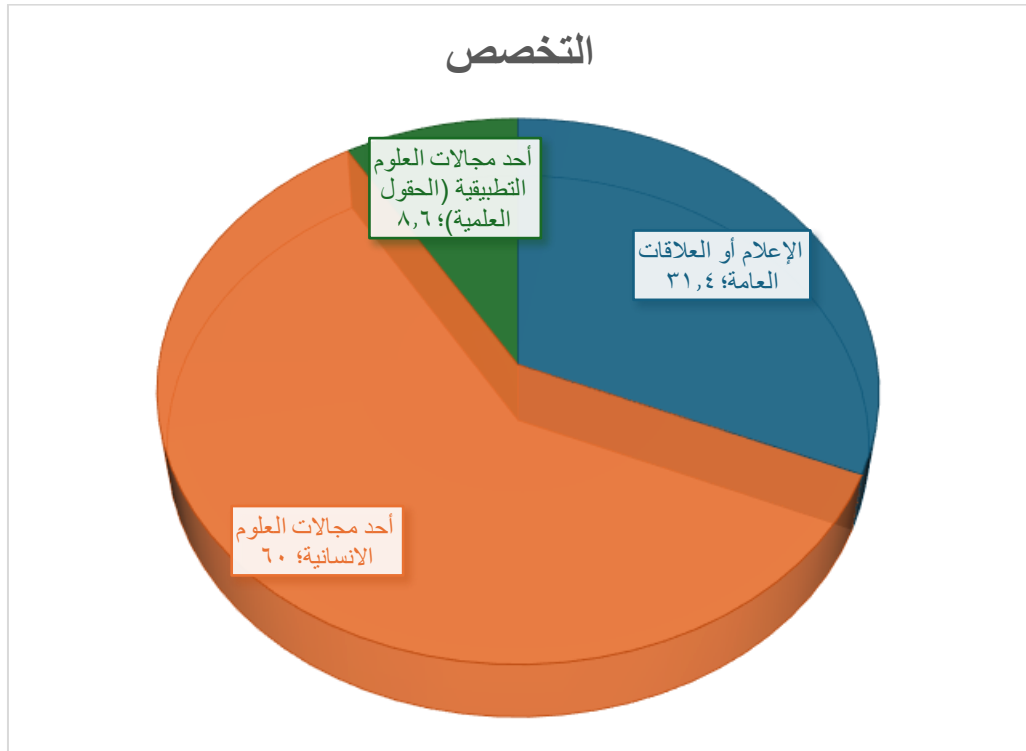


شكل (3.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة

يتبين من الشكل أنف الذكر، أن (44.3%) من مجتمع الدراسة، لديهم سنوات خبرة من (5) إلى أقل من (10) سنوات، وهي الأعلى، بينما بلغت نسبة من لديهم أقل من (5) سنوات (17.1%)؛ أما من لديهم خبرة (10) سنوات فأكثر، فبلغت (38.6%)؛ فيظهر أن جزءًا كبيرًا من المؤسسات الحقوقيّة، يوجد لديها موظفون، أو مديرون، سنوات خبرتهم من (5) إلى أقل من (10)، وأكثر من (10) سنوات؛ نظرًا لتقارب النسبة، ويمكن القول: إن مديري المؤسسات الحقوقيّة في الضفة الغربيّة، وموظفيها، يمتلكون خبرة جيدة جدًا في مجال عملهم، تمتد إلى سنوات طويلة.



شكل (4.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي يتبين من الشكل أنف الذكر، أن نسبة رئيس قسم، وموظف، وبلغنا (28.6%) وهي النسبة الأعلى؛ أما نسبة المسمى الوظيفي مدير عام، فبلغت (20%)، وهي الأقل، وبلغت نسبة مدير (22.9%).



شكل (5.3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير التخصص

يظهر من الشكل أنف الذكر، أن نسبة المتخصصين في مجالات العلوم الإنسانية حصلت على (60%)، وهي النسبة الأعلى، بينما بلغت نسبة المتخصصين في مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية) على (8.6%) وهي الأقل؛ أما تخصص الإعلام أو العلاقات العامة، فبلغت (31.4%)، ويمكن القول: إن الجامعات الفلسطينية المختلفة، وبعض المعاهد، تقوم بتدريس هذا التخصص، ولكن، ظهر، عند تحليل البيانات، أن من يعملون في (70) مؤسسة حقوقية في الضفة الغربية، من أصل (83) مؤسسة فاعلة موجودة، على وفق إحصائيات وزارة العدل، بلغت نسبتهم (31.4%)، وهي نسبة تعد قليلة جداً، وصادمة، مقارنة مع عدد خريجي هذا التخصص في الجامعات، والمعاهد، الذين بلغ عددهم (2410) خريج، في عامي: (2021م، و2022م) (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2023).

وبناء على ما تقدم، تواجه المؤسسات الحقوقية مشكلة كبيرة، في عدم إيلاءها أهمية في توظيف ذوي الاختصاص، والخبرة، وهو أمر يحتاج إلى معالجة عملية جادة.

8.3 الخلاصة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة باستخدام أدوات الاستبانة، والمقابلة؛ لجمع البيانات من عينة الدراسة المتمثلة بمديري المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية، وموظفي الإعلام فيها، وحدد أسلوب تحليل البيانات المعتمد؛ للوصول إلى النتائج علمياً، وعلى نحو منهجي دقيق، فضلاً عن إجراءات الصدق، والثبات، لنتائج الدراسة.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

1.4 التمهيد

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة، التي نظمت على وفق منهجية محددة في العرض؛ إذ عرضت في ضوء أسئلتها، وفرضياتها، بذكر نص السؤال، أو الفرضية، ثم الإشارة إلى نوع المعالجات الإحصائية المستخدمة، ثم جدول البيانات، ووضعها تحت عناوين مناسبة، يعقبها تعليقات على أبرز النتائج المستخلصة؛ إذ عرضت النتائج المرتبطة بكل سؤال، أو فرضية، على حدة.

2.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

1.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية غير الربحية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام؟

للإجابة عن هذا السؤال، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والتوزيعات التكرارية، والنسب المئوية على الدرجة الكلية، وفقرات توظيف المؤسسات الحقوقية غير الربحية لعلاقتها الإعلامية والتواصل مع وسائل الإعلام، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (1.4): قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام

شدة الاستجابة	الانحراف المعياري	مقياس الإجابة											الفقرات
		الوسط الحسابي	مرتفعة جداً		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		منخفضة جداً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
متوسطة	0.95	3.23	3%	2	47%	33	23%	16	24%	17	3%	2	تواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام باستمرار
متوسطة	0.95	3.09	11%	8	33%	23	23%	16	19%	13	14%	10	تنشئ علاقات مع وسائل الإعلام
متوسطة	0.88	3.10	11%	8	21%	15	37%	26	26%	18	4%	3	تدعو مؤسستي وسائل الإعلام لتغطية فعالياتنا
متوسطة	1.05	3.01	10%	7	24%	17	34%	24	20%	14	11%	8	تمتلك مؤسستي طاقماً مختصاً للتواصل مع وسائل الإعلام
متوسطة	0.95	3.07	7%	5	26%	18	40%	28	21%	15	6%	4	تواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام المحلية المختلفة من غير تمييز بين وسيلة وأخرى
متوسطة	970.	103.	%9		03%		30%		%23		8%		متوسط النسب المئوية (ناتج عن مجموع النسب المئوية مقسومة على عددها)

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (50%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تتواصل مع وسائل الإعلام باستمرار بدرجة عالية، وعالية جداً، وأن ما نسبته (23%) منها تتواصل مع وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وأن (27%) منها تتواصل بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تحرص على علاقتها مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.95)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.23)، وبدرجة متوسطة.

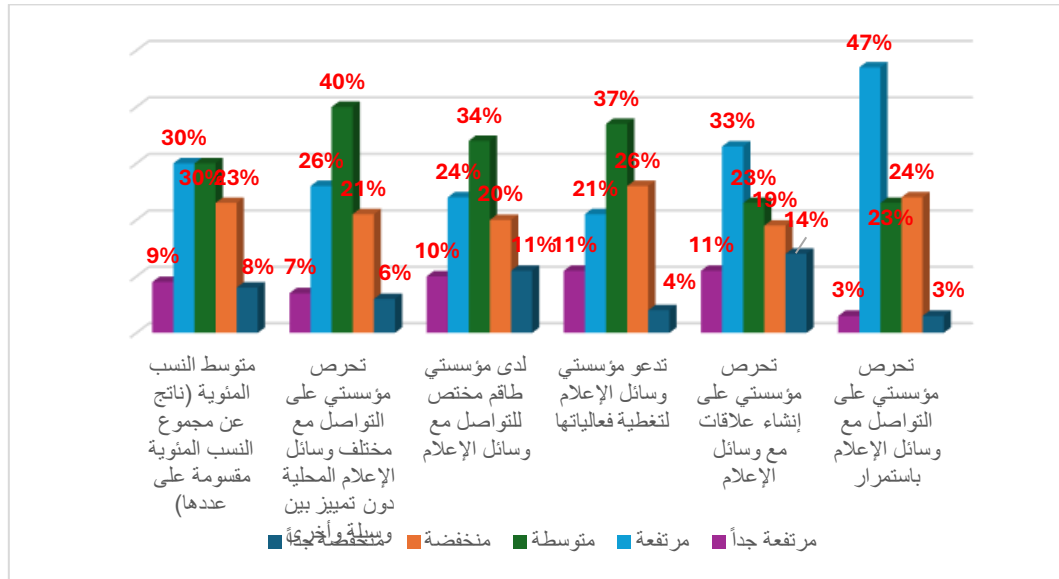
وبينت نتائج الدراسة الميدانية أن (44%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تنشئ علاقات مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (23%) منها تنشئ علاقات معها بدرجة متوسطة، وأن (33%) منها يؤدي ذلك بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تنشئ علاقات مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.95)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.09)، وبدرجة متوسطة.

وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (32%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تدعو وسائل الإعلام لتغطية فعاليتها بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (37%) منها تدعو وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وأن (30%) منها يؤدي ذلك بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تدعو وسائل الإعلام لتغطية فعاليتها؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.88)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.10)، وبدرجة متوسطة.

وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (34%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تمتلك طاقماً مختصاً للتواصل مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (34%) منها يمتلك ذلك بدرجة متوسطة، وأن (31%) منها يمتلك ذلك بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تمتلك طاقماً مختصاً للتواصل مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.05)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.01)، وبدرجة متوسطة.

وبينت نتائج الدراسة الميدانية أن (33%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تتواصل مع وسائل الإعلام المحلية المختلفة من غير تمييز بين وسيلة وأخرى، بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (40%) منها يتواصل بدرجة متوسطة، وأن (27%) منها يؤدي ذلك بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تتواصل مع وسائل الإعلام

المحلّية المختلفة من غير تمييز بين وسيلة وأخرى؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.95)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.07)، وبدرجة متوسطة. يتضح من النتائج الواردة في جدول (1.4) أن حوالي (39%) من المبحوثين، أكدوا أن توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، جاء بدرجة مرتفعة، ومرتفعة جداً، بينما أجمعت (30%) منها أن توظيفها لذلك جاء بدرجة متوسطة، وأن (31%) منها أكدت ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات غير الربحية الحقوقية أجمعت أغلبها أن توظيفها لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، جاء بانحراف معياري بمقدار (0.97)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.10)، وبدرجة متوسطة.



شكل (4.1): يوضح النسب المئوية لتوظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام

2.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

ما مستوى طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام؟

للإجابة عن السؤال الثاني، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والتوزيعات التكرارية، والنسب المئوية على الدرجة الكلية، وفقرات طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام، والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (2.4): قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمستوى طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام

شدة الاستجابة	الانحراف المعياري	مقياس الإجابة											الفقرات
		الوسط الحسابي	مرتفعة جدًا		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		منخفضة جدًا		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
متوسطة	0.94	3.14	4%	3	34%	24	37%	26	20%	14	4%	3	تحرص مؤسستي على نيل ثقة وسائل الإعلام بها
متوسطة	1.07	3.37	16%	11	33%	23	26%	18	24%	17	1%	1	تجسد مؤسستي الشفافية بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام
متوسطة	0.94	3.09	4%	3	34%	24	29%	20	31%	22	1%	1	تشارك مؤسستي وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع التي تتناولها كافة.
متوسطة	1.05	3.08	9%	6	26%	18	39%	27	20%	14	7%	5	تتبادل مؤسستي المعلومات مع وسائل الإعلام.
متوسطة	0.75	2.87	4%	3	30%	21	26%	18	29%	20	11%	8	تعقد مؤسستي لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام
متوسطة	0.82	2.94	7%	5	27%	19	27%	19	30%	21	9%	6	تشارك مؤسستي في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام
متوسطة	0.91	3.01	10%	7	27%	19	27%	19	26%	18	10%	7	تتواصل مؤسستي دائمًا مع وسائل الإعلام وعلى نحو مباشر
متوسطة	0.89	3.24	4%	3	39%	27	37%	26	17%	12	3%	2	تتيح مؤسستي لوسائل الإعلام حرية الوصول إلى المعلومات والبيانات المطلوبة
متوسطة	0.86	3.09	7%		31%		31%		25%		6%		متوسط النسب المئوية (ناتج عن مجموع النسب المئوية مقسومة على عددها)

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (38%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تحرص على نيل ثقة وسائل الإعلام بها بدرجة عالية، وعالية جداً، وأن ما نسبته (37%) منها تحرص على ذلك بدرجة متوسطة، وأن (24%) منها تحرص على ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تحرص على نيل ثقة وسائل الإعلام بها؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.94)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.14) وبدرجة متوسطة.

وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (49%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تجسد الشفافية بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (26%) منها تجسد ذلك بدرجة متوسطة، وأن (25%) منها تحرص على ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تجسد الشفافية بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.07)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.37) وبدرجة متوسطة.

وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (38%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تشرك وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع التي تتناولها كافة، بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (29%) منها تشركها بدرجة متوسطة، وأن (32%) منها تشركها بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تشرك وسائل الإعلام القضايا والمواضيع التي تتناولها كافة؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.94)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.09) وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (35%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تتبادل المعلومات مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (39%) منها تتبادلها بدرجة متوسطة، وأن (27%) منها تتبادلها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تتبادل المعلومات مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.05)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.08)، وبدرجة متوسطة.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (34%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تعقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (26%) منها تعقد لقاءات معهم بدرجة متوسطة، وأن (40%) منها تقوم بذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تعقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.75)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة

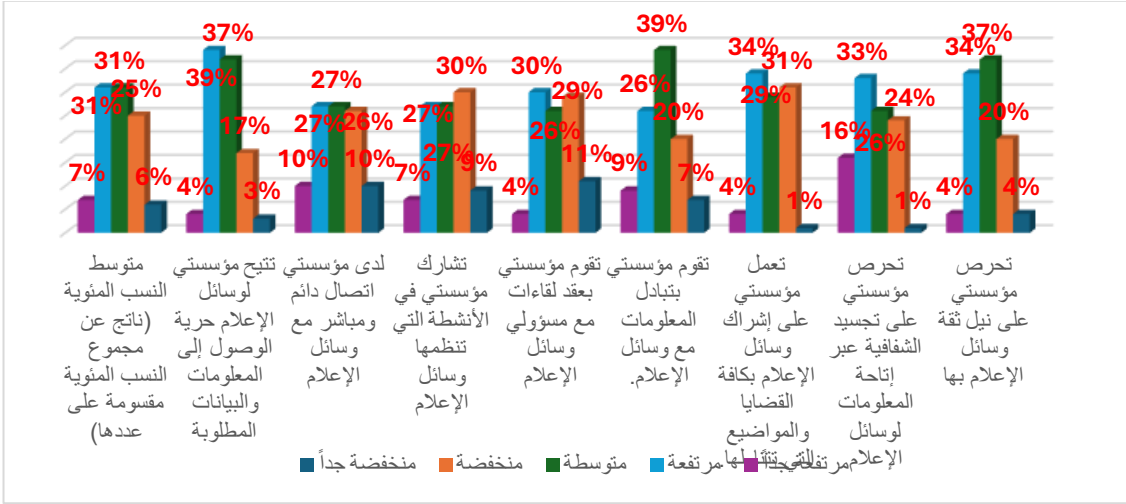
(2.87)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (34%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تشارك في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (27%) منها تشارك في ذلك بدرجة متوسطة، وأن (39%) منها تشارك في ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تشارك في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.82)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.94)، وبدرجة متوسطة.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن (37%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تتواصل دائماً مع وسائل الإعلام وعلى نحو مباشر، بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (27%) منها يتواصل معها بدرجة متوسطة، وأن (36%) منها تقوم بذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تتواصل دائماً مع وسائل الإعلام وعلى نحو مباشر؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.91)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.01)، وبدرجة متوسطة.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (43%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تتيح لوسائل الإعلام حرية الوصول إلى المعلومات، والبيانات المطلوبة بدرجة عالية، وعالية جداً، وأن ما نسبته (37%) منها تتيح ذلك بدرجة متوسطة، وأن (20%) منها تتيح ذلك بدرجة منخفضة، ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة، أن المؤسسات في أغلبها تتيح لوسائل الإعلام حرية الوصول إلى المعلومات، والبيانات المطلوبة؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.89)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.24)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي (38%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، أكدت طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام؛ إذ جاءت بدرجة مرتفعة، ومرتفعة جداً، بينما أجمعت (31%) منها على ذلك؛ فجاءت بدرجة متوسطة، وأن (31%) منها أكد ذلك؛ إذ جاءت بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها لها علاقة مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.86)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي (3.09)، وبدرجة متوسطة.



شكل (2.4) يوضح النسب المئوية لطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام

3.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

ما أهم الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام؟

للإجابة عن السؤال الثالث، حُسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والتوزيعات التكرارية، والنسب المئوية على الدرجة الكلية، وفقرات استراتيجيات المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع وسائل الإعلام، والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (3.4) قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور استراتيجيات المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع وسائل الإعلام

شدة الاستجابة	الانحراف المعياري	مقياس الإجابة											الفقرات
		الوسط الحسابي	مرتفعة جداً		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		منخفضة جداً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
متوسطة	0.97	2.77	1%	1	24%	17	33%	23	33%	23	9%	6	تنظم مؤسستي لقاءات دورية مع وسائل الإعلام
متوسطة	1.04	3.03	4%	3	33%	23	33%	23	21%	15	9%	6	يوجد لدى مؤسستي قائمة بإيميالات الصحفيين الذين يتم التواصل معهم
متوسطة	0.98	3.04	6%	4	29%	20	34%	24	27%	19	4%	3	تستجيب مؤسستي لوسائل الإعلام على نحو سريع
متوسطة	0.71	2.97	10%	7	26%	18	27%	19	26%	18	11%	8	توفر مؤسستي المعلومات والبيانات لوسائل الإعلام على نحو دائم
متوسطة	1.06	2.73	3%	2	24%	17	29%	20	31%	22	13%	9	تحرص مؤسستي على وضع خطط واستراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها
متوسطة	1.06	3.06	7%	5	30%	21	31%	22	24%	17	7%	5	تحدث مؤسستي المعلومات

													والبيانات الحقوقية التي ترسل إلى وسائل الإعلام على نحو دوري
متوسطة	0.92	3.19	7%	5	36%	25	29%	20	26%	18	3%	2	يوجد لدى مؤسستي صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي
متوسطة	1.07	2.91	4%	3	30%	21	29%	20	27%	19	10%	7	يوجد لدى مؤسستي زاوية خاصة بالأنشطة والفعاليات التي تنظمها على الموقع الإلكتروني الخاص بها
متوسطة	1.05	2.86	6%	4	21%	15	36%	25	27%	19	10%	7	تحرص مؤسستي على متابعة ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام
متوسط	0.90	2.95	5%		28%		31%		27%		8%		متوسط النسب المئوية (ناتج عن مجموع النسب المئوية مقسومة على عددها)

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (25%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تنظم لقاءات دورية مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (33%) منها تنظمها بدرجة متوسطة، وأن (42%) منها تنظمها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تنظم لقاءات دورية مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.97)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي (2.77)، وبدرجة متوسطة.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (37%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تمتلك قائمة بإيميلات الصحفيين الذين تتواصل معهم بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (33%) منها تمتلك ذلك بدرجة متوسطة، وأن (30%) منها تمتلك ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تمتلك قائمة بإيميلات الصحفيين الذين تتواصل معهم؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.04)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.03)، وبدرجة متوسطة.

أبانت نتائج الدراسة الميدانية أن (35%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تستجيب لوسائل الإعلام سريعاً بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (34%) منها تستجيب لها بدرجة متوسطة، وأن (31%) منها تستجيب لها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تستجيب لوسائل الإعلام سريعاً؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.98)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.04)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (36%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة توفر المعلومات، والبيانات لوسائل الإعلام دائماً بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (27%) منها توفرها بدرجة متوسطة، وأن (37%) منها توفرها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها توفر المعلومات، والبيانات، لوسائل الإعلام دائماً؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.71)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.97)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (27%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تضع خططاً، واستراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (29%) منها تضع ذلك بدرجة متوسطة، وأن (44%) منها تضع ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تضع خططاً، واستراتيجيات، للتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.06)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.73)، وبدرجة متوسطة.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (37%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تحدّث المعلومات، والبيانات الحقوقية، المرسلة إلى وسائل الإعلام دورياً بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (31%) منها تحدّثها بدرجة متوسطة، وأن (31%) منها تحدّثها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تحدّث المعلومات والبيانات الحقوقية المرسلة إلى وسائل الإعلام على دورياً؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.06)، وهو يشير إلى عدم

تشنت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.06)، وبدرجة متوسطة. كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (43%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تمتلك صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية جداً، وأن ما نسبته (29%) منها تمتلك ذلك بدرجة متوسطة، وأن (29%) منها تمتلكها بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تمتلك صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.92)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.19)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (34%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تمتلك زاوية خاصة بالأنشطة، والفعاليات، التي تنظمها على موقعها الإلكتروني بدرجة عالية جداً، وأن ما نسبته (29%) منها تمتلك ذلك بدرجة متوسطة، وأن (37%) منها تمتلك ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تمتلك زاوية خاصة بالأنشطة، والفعاليات، التي تنظمها على موقعها الإلكتروني؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.07)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.91)، وبدرجة متوسطة.

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (27%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تتابع ما ينشر عنها في وسائل الإعلام بدرجة عالية جداً، وأن ما نسبته (36%) منها تتابع ذلك بدرجة متوسطة، وأن (37%) منها تتابع ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تتابع ما ينشر عنها في وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.05)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.86)، وبدرجة متوسطة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي (33%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة أكدوا أن الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع وسائل الإعلام، جاء بدرجة مرتفعة ومرتفعة جداً، وأجمعت (31%) منها على ذلك بدرجة متوسطة، وأكد (35%) منها ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج، أن المؤسسات الحقوقية غير الربحية في أغلبها تتوفر لديها استراتيجيات تتعامل بها مع وسائل الإعلام؛ ف جاء الانحراف المعياري بمقدار (0.90)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (2.95)، وبدرجة متوسطة.

جدول (4.4) قيم التكرارات، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمحور التحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام

شدة الاستجابة	الانحراف المعياري	مقياس الإجابة											الفقرات
		الوسط الحسابي	مرتفعة جداً		مرتفعة		متوسطة		منخفضة		منخفضة جداً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
متوسط	0.90	3.27	4%	3	41%	29	34%	24	17%	12	3%	2	لا تتعاون وسائل الإعلام مع مؤسستي
متوسط	0.96	3.21	3%	2	46%	32	26%	18	21%	15	4%	3	توفر مؤسستي الإمكانيات اللازمة؛ للتواصل مع وسائل الإعلام
مرتفع	0.85	3.54	9%	6	49%	34	34%	24	6%	4	3%	2	تركز وسائل الإعلام على تغطية قضايا معينة دون أخرى.
مرتفع	0.77	3.56	6%	4	56%	39	27%	19	11%	8	0%	0	يصعب على وسائل الإعلام التي نتواصل معها أن تحقق أهداف مؤسستي.
مرتفع	0.79	3.51	3%	2	57%	40	33%	23	3%	2	4%	3	تؤثر سياسات بعض وسائل الإعلام، وأجندة عملها، في إعلام مؤسستي
متوسط	1.04	3.39	6%	4	54%	38	21%	15	10%	7	9%	6	يصعب على وسائل الإعلام الوصول إلى موقع مؤسستي الجغرافي.
مرتفع	0.41	3.44	6%	4	59%	41	20%	14	6%	4	10%	7	تعرضت مؤسستي لتهديدات الاحتيال أو إغلاقه
مرتفع	0.62	3.42	5%		52%		28%		11%		5%		متوسط النسب المئوية (نتائج عن مجموع النسب المئوية مقسومة على عددها)

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (45%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تؤكد عدم تعاون وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (34%) منها تؤكد ذلك بدرجة متوسطة، وأن (20%) منها تؤكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة، أن المؤسسات في أغلبها تؤكد عدم تعاون وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.90)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي (3.27)، وبدرجة متوسطة. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (49%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، يصعب عليها أن توفر الإمكانيات اللازمة؛ للتواصل مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (26%) منها تجد صعوبة في ذلك بدرجة متوسطة، وأن (25%) منها يصعب عليها ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج، أن المؤسسات في أغلبها يصعب عليها أن توفر الإمكانيات اللازمة؛ للتواصل مع وسائل الإعلام؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.96)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.21)، وبدرجة متوسطة.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (58%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تؤكد تركيز وسائل الإعلام على تغطية قضايا معينة دون أخرى بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (34%) منها تؤكد ذلك بدرجة متوسطة، وأن (9%) منها تؤكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تؤكد تركيز وسائل الإعلام على تغطية قضايا معينة دون أخرى؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.85)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.54)، وبدرجة مرتفعة.

بينت نتائج الدراسة الميدانية أن (62%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة تجد صعوبة في تحقيق وسائل الإعلام التي تتواصل معها في تحقيق أهدافها بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (27%) منها تجد صعوبة في ذلك بدرجة متوسطة، وأن (11%) منها تجد صعوبة في ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تجد صعوبة في تحقيق وسائل الإعلام التي تتواصل معها في تحقيق أهدافها؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.77)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.56)، وبدرجة مرتفعة.

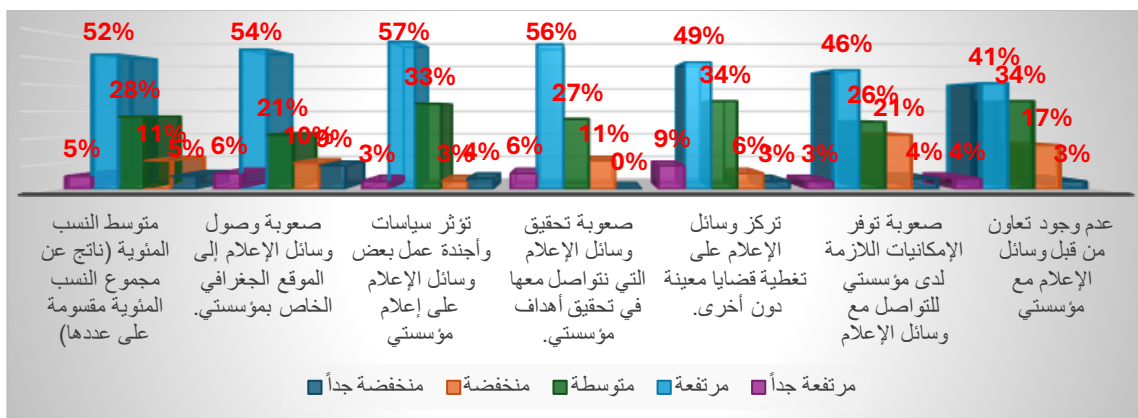
أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن (60%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تؤكد أن سياسات بعض وسائل الإعلام، وأجندة عملها، تؤثر في إعلام المؤسسة بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (33%) منها تؤكد ذلك بدرجة متوسطة، وأن (7%) منها تؤكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تؤكد أن سياسات بعض وسائل

الإعلام، وأجندة عملها، تؤثر في إعلام المؤسسة؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (0.79)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.51)، وبدرجة مرتفعة.

وبينت نتائج الدراسة الميدانية أن (60%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تؤكد أن وسائل الإعلام يصعب عليها الوصول إلى موقع المؤسسة الجغرافي بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (21%) منها تؤكد ذلك بدرجة متوسطة، وأن (19%) منها تؤكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج أن المؤسسات في أغلبها تؤكد أن وسائل الإعلام يصعب عليها الوصول إلى موقع المؤسسة الجغرافي؛ إذ بلغ الانحراف المعياري (1.04)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي للفقرة (3.39)، وبدرجة متوسطة.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي (57%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، أكدت أن التحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام جاء بدرجة مرتفعة ومرتفعة جداً، وأجمعت (28%) منها على ذلك بدرجة متوسطة، وأن (16%) منها أكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها لديها تحديات تواجهها في التواصل مع وسائل الإعلام؛ فجاء الانحراف المعياري بمقدار (0.62)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي (3.42)، وبدرجة مرتفعة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن حوالي (65%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، أكدت أن التحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في تعرضها لتهديدات أو إغلاقات من الاحتلال الإسرائيلي جاء بدرجة مرتفعة ومرتفعة جداً، وأجمع (20%) منها على بدرجة متوسطة، وأن (16%) منها أكد ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها لديها تحديات تواجهها في تعرضها لتهديدات الاحتلال أو إغلاقاته؛ إذ جاء بانحراف معياري (0.41)، وهو يشير إلى عدم تشتت البيانات، وبلغ المتوسط الحسابي (3.44)، وبدرجة مرتفعة، والشكل الآتي يوضح ذلك.



شكل (4.4): يوضح النسب المئوية للتحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام

5.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

ما طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية من التواصل مع وسائل الإعلام؟

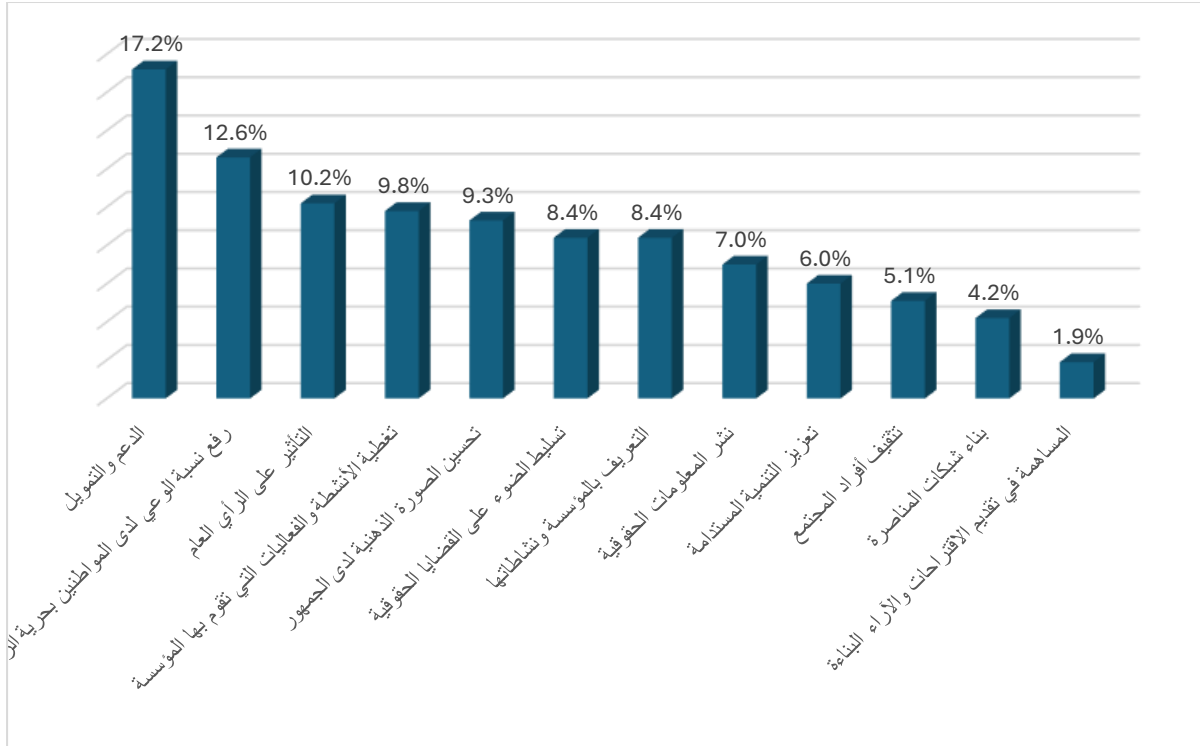
للإجابة عن السؤال الخامس؛ لا بد من إيجاد النسب المئوية لطبيعة استجابات مجتمع الدراسة، حول طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية من التواصل مع وسائل الإعلام، والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (5.4): النسب المئوية مرتبة تنازلياً لاستجابات مجتمع الدراسة حول طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية

الترتيب	الأهداف	النسبة المئوية
1	الدعم والتمويل	17.2%
2	رفع نسبة وعي المواطنين بحرية الرأي والتعبير	12.6%
3	التأثير في الرأي العام	10.2%
4	تغطية أنشطة المؤسسة وفعاليتها	9.8%
5	تحسين صورة الجمهور الذهنية	9.3%
6	تسليط الضوء على القضايا الحقوقية	8.4%
7	التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها	8.4%
8	نشر المعلومات الحقوقية	7.0%
9	تعزيز التنمية المستدامة	6.0%
10	تثقيف أفراد المجتمع	5.1%
11	بناء شبكات المناصرة	4.2%
12	تقديم الاقتراحات والآراء البناءة	1.9%
	المجموع	100%

يتضح من الجدول أنف الذكر، أن مجتمع الدراسة ركز على الدعم والتمويل؛ فجاء في المرتبة الأولى، وبنسبة مئوية (17.2%) لأهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية من التواصل مع وسائل الإعلام، وجاءت بعدها فقرة رفع نسبة وعي المواطنين بحرية الرأي والتعبير بنسبة (12.6%)؛

أما فقرة التأثير في الرأي العام فحصل على نسبة (10.2%)، وجاءت بعدها تغطية أنشطة المؤسسة وفعاليتها بنسبة مئوية (9.8%)، وجاء فقرة تحسين صورة الجمهور الذهنية بنسبة مئوية (9.3%)، أما تسليط الضوء على القضايا الحقوقية، والتعريف بالمؤسسة ونشاطاتها، فحصل كل منهما على نسبة (8.4%)، وجاءت الفقرة التي تتحدث عن نشر المعلومات الحقوقية في المرتبة الثامنة، وبنسبة مئوية بلغت (7%)، وحصلت فقرة تعزيز التنمية المستدامة على نسبة مئوية (6%) من استجابات مجتمع الدراسة، تلتها فقرة تثقيف أفراد المجتمع، وبنسبة مئوية بلغت (5.1%)، وحصلت الفقرة بناء شبكات المناصرة على نسبة مئوية بلغت (4.2%)، أما أقل هذه النسب فكانت من نصيب تقديم الاقتراحات، والآراء البناءة، وبنسبة بلغت (1.9%).



شكل (5.4): يوضح النسب المئوية لاستجابات مجتمع الدراسة حول طبيعة أهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية المراد تحقيقها بالتواصل مع وسائل الإعلام مرتبة تنازلياً

يُلاحظ من الشكل أنف الذكر، أن الهدف الأول للمؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية من تواصلها مع وسائل الإعلام هو الحصول على الدعم والتمويل؛ لكونها غير ربحية بالأصل، وتعتمد على الدعم والتمويل، من جهات خارجية؛ لتنفيذ أنشطتها، وفعاليتها؛ فالهدف الأهم بالنسبة لها من التواصل مع وسائل الإعلام، وإنشاء علاقات معها، يسهم من وجهة نظرها بحصولها على الدعم والتمويل، الذي تحتاجه؛ لإكمال عملها، وتحقيق أهدافها، وإيصال رسالتها إلى الجمهور.

المحاور

أظهرت نتائج الدراسة أن المتوسط الحسابي لمحور توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، يساوي (3.10)، وبتقدير متوسط، وجاءت فقرة: (تمتلك مؤسستي صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.29)، وبتقدير متوسط، وجاءت فقرة: (تتواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام الدولية) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (2.90)، وبتقدير متوسط.

وبينت النتائج أن طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية، ووسائل الإعلام، جاء بتقدير متوسط، وبتقدير متوسط حسابي بلغ (3.09)، وجاءت فقرة: (تجسد مؤسستي الشفافية بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.37)، وبتقدير متوسط، وجاءت فقرة: (تعقد مؤسستي لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (2.87)، وبتقدير متوسط.

وكشفت النتائج أن المتوسط الحسابي لمحور الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات الحقوقية غير الربحية مع وسائل الإعلام يساوي (2.95)، وبتقدير متوسط، وجاءت فقرة: (تمتلك مؤسستي صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.19)، وبتقدير متوسط، وجاءت فقرة: (تضع مؤسستي خططاً واستراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (2.73)، وبتقدير متوسط.

وبلغ المتوسط الحسابي لمحور التحديات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام (3.42)، وبتقدير مرتفع، وجاءت فقرة: (يصعب على وسائل الإعلام التي نتواصل معها أن تحقق أهداف مؤسستي) في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي قدره (3.56)، وبتقدير مرتفع، وجاءت فقرة: (توفر مؤسستي الإمكانيات اللازمة؛ للتواصل مع وسائل الإعلام) في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.21)، وبتقدير متوسط.

وأظهرت النتائج أن أهداف المؤسسات الحقوقية غير الربحية من التواصل مع وسائل الإعلام، تتلخص في الدعم، والتمويل، فجاء في المرتبة الأولى، وبنسبة مئوية (17.2%)، وجاءت فقرة: (رفع نسبة وعي المواطنين بحرية الرأي والتعبير) بنسبة (12.6%)، أما (التأثير في الرأي العام) فحصل على نسبة (10.2%) وفي المرتبة الثالثة، وجاءت بعدها (تغطية أنشطة المؤسسة وفعاليتها) وبنسبة مئوية (9.8%)، أما أقل هذه النسب فكانت من نصيب (تقديم الاقتراحات، والآراء البناءة)، وبنسبة بلغت (1.9%).

تحليل الفروقات

6.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال السادس

ما أبرز المتغيرات الديموغرافية لمدراء المؤسسات الحقوقية وموظفي العلاقات العامة فيها التي

تؤثر في مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية؟

جدول (6.4): يوضح نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام التي تعزى لمتغير الجنس

المجالات	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	ذكر	44	3.08	0.95	-0.22	0.82
	أنثى	26	3.13	0.93		
طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	ذكر	44	3.03	0.88	-0.80	0.43
	أنثى	26	3.20	0.83		
الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام	ذكر	44	2.91	0.94	-0.50	0.62
	أنثى	26	3.02	0.84		
تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام	ذكر	44	3.42	0.61	-0.05	0.96
	أنثى	26	3.45	0.66		

دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$) ()

يتبين من الجدول أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام كانت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$)، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير الجنس. واستخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية، لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (7.4): المُتوسّطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعًا لمتغير المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.93	2.55	6	دبلوم	توظيف المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة لعلاقتها الإعلاميّة، وتواصلها مع وسائل الإعلام
0.89	2.91	35	بكالوريوس	
1.08	3.03	14	ماجستير	
0.75	3.81	15	دكتوراة	
0.58	2.60	6	دبلوم	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة ووسائل الإعلام
0.79	2.97	35	بكالوريوس	
0.92	3.04	14	ماجستير	
0.88	3.63	15	دكتوراة	
0.94	2.46	6	دبلوم	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة مع وسائل الإعلام
0.83	2.84	35	بكالوريوس	
0.91	2.87	14	ماجستير	
0.86	3.49	15	دكتوراة	
0.42	3.45	6	دبلوم	تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام
0.62	3.38	35	بكالوريوس	
0.77	3.46	14	ماجستير	
0.59	3.47	15	دكتوراة	

يتضح من الجدول أنّ الفروق، وجود فروق ظاهرية بين المُتوسّطات الحسابيّة؛ تبعًا لمتغير المؤهل العلمي، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول الآتي.

جدول (8.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة *	ف	مُتوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.01**	4.31	3.55	3	10.66	بين المجموعات	توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام
		0.83	66	54.43	داخل المجموعات	
			69	65.08	المجموع	
0.03*	3.16	2.13	3	6.39	بين المجموعات	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام
		0.67	66	44.46	داخل المجموعات	
			69	50.86	المجموع	
0.05*	2.83	2.11	3	6.32	بين المجموعات	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام
		0.74	66	49.11	داخل المجموعات	
			69	55.42	المجموع	
0.96	0.11	0.04	3	0.13	بين المجموعات	تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام
		0.40	66	26.41	داخل المجموعات	
			69	26.54	المجموع	

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)، **دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية جميعها، لعلاقتها مع وسائل الإعلام، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$)، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، تُعزى لمتغير المؤهل العلمي. وللكشف عن مصدر الفروق بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام التي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD)، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (9.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المجال	المستوى	دبلوم	بكالوريوس	ماجستير
توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	دكتورة	1.26190*	.89524*	.77891*
طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	دكتورة	1.02917*	.66548*	0.58869
الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام	دكتورة	1.02593*	.65079*	0.62381

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، في مجالات (توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام، والاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام)؛ تبعاً لمتغير المؤهل العلمي بين (دكتورة) من جهة، و(دبلوم، وبكالوريوس، وماجستير) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الذين يحملون درجة (دكتورة).

توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام التي تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (10.4): المُتوسّطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.70	2.50	12	أقل من (5) سنوات	توظيف المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة لعلاقتها الإعلاميّة، وتواصلها مع وسائل الإعلام
0.98	2.98	31	من (5) أقل من (10) سنوات	
0.92	3.50	27	(10) سنوات فأكثر	
0.73	2.71	12	أقل من (5) سنوات	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة ووسائل الإعلام
0.85	3.03	31	من (5) أقل من (10) سنوات	
0.87	3.34	27	(10) سنوات فأكثر	
0.84	2.54	12	أقل من (5) سنوات	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة مع وسائل الإعلام
0.84	2.80	31	من (5) أقل من (10) سنوات	
0.89	3.31	27	(10) سنوات فأكثر	
0.71	3.44	12	أقل من (5) سنوات	تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام
0.61	3.40	31	من (5) أقل من (10) سنوات	
0.61	3.43	27	(10) سنوات فأكثر	

يتضح من الجدول أنّ الفروق وجود فروق ظاهرية بين المُتوسّطات الحسابيّة؛ تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (11.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعًا لمتغير عدد سنوات الخبرة

مستوى الدلالة *	ف	مُتوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.01**	5.39	4.51	2	9.02	بين المجموعات	توظيف المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة لعلاقتها الإعلاميّة، وتواصلها مع وسائل الإعلام
		0.84	67	56.07	داخل المجموعات	
			69	65.08	المجموع	
0.05*	2.48	1.76	2	3.51	بين المجموعات	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة ووسائل الإعلام
		0.71	67	47.35	داخل المجموعات	
			69	50.86	المجموع	
0.02*	4.24	3.11	2	6.22	بين المجموعات	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة مع وسائل الإعلام
		0.73	67	49.20	داخل المجموعات	
			69	55.42	المجموع	
0.97	0.04	0.01	2	0.03	بين المجموعات	تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام
		0.40	67	26.52	داخل المجموعات	
			69	26.54	المجموع	

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)، **دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، جاءت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$) أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، تُعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. وللكشف عن مصدر الفروق بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، تُعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة، أُجري اختبار أقل فرق دال (LSD)، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (12.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة

المجال	المستوى	أقل من (5) سنوات	من (5) إلى أقل من (10) سنوات
توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	10 سنوات فأكثر	.99735*	.51579*
طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	10 سنوات فأكثر	.62963*	0.3057
الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام	10 سنوات فأكثر	.77160*	.50936*

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، في مجالات (توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام، والاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام)؛ تبعاً لمتغير عدد سنوات الخبرة، بين (10 سنوات فأكثر) من جهة، و(أقل من 5 سنوات، ومن 5 إلى أقل من 10 سنوات) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح من لديهم خبرة (10 سنوات فأكثر)، أي أن مديري المؤسسات الحقوقية، والمختصين في مجال الإعلام ممن يعملون فيها، ويمتلكون خبرة (10 سنوات فأكثر، لديهم توظيف لعلاقتهم الإعلامية مع وسائل الإعلام، ولديهم استراتيجيات محددة تحكم طبيعة علاقتهم بوسائل الإعلام على نحو مرتفع، على عكس من يمتلكون خبرة أقل من (5) سنوات، ومن

(5) سنوات إلى (10)، ولعل السبب في ذلك؛ هو الخبرة العمليّة التي تراكمت لديهم بمرور الوقت، هذا عدا عن إدراكهم لأهميّة الاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام. توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المسمى الوظيفي. استخرجت المتوسطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام، وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول (13.4): المتوسطات الحسابيّة للدرجة الكليّة لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقيّة الفلسطينيّة لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.65	3.88	14	مدير عام	توظيف المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام
1.08	3.11	16	مدير	
0.92	2.99	20	رئيس قسم	
0.84	2.66	20	موظف	
0.81	3.63	14	مدير عام	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة ووسائل الإعلام
0.87	3.16	16	مدير	
0.89	2.99	20	رئيس قسم	
0.70	2.76	20	موظف	
0.84	3.53	14	مدير عام	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحيّة الحقوقيّة مع وسائل الإعلام
0.92	3.03	16	مدير	
0.82	2.88	20	رئيس قسم	
0.81	2.55	20	موظف	
0.59	3.50	14	مدير عام	تحديات المؤسسات الحقوقيّة في التواصل مع وسائل الإعلام
0.52	3.51	16	مدير	
0.73	3.20	20	رئيس قسم	
0.58	3.51	20	موظف	

يتضح من الجدول أنف الذكر وجود فروق ظاهريّة بين المتوسطات الحسابيّة؛ تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائيّة، استُخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، لأكثر من مجموعتين مُستقلتين، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (14.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛ تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة *
توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام	بين المجموعات	12.65	3	4.22	5.31	0.00**
	داخل المجموعات	52.44	66	0.79		
	المجموع	65.08	69			
طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام	بين المجموعات	6.56	3	2.19	3.26	0.03*
	داخل المجموعات	44.30	66	0.67		
	المجموع	50.86	69			
الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام	بين المجموعات	8.16	3	2.72	3.80	0.01**
	داخل المجموعات	47.27	66	0.72		
	المجموع	55.42	69			
تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام	بين المجموعات	1.34	3	0.45	1.17	0.33
	داخل المجموعات	25.21	66	0.38		
	المجموع	26.54	69			

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)، **دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، جاءت أقل من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$)، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المسمى الوظيفي. وللكشف عن مصدر الفروق بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، أجري اختبار أقل فرق دال (LSD)، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (15.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية للمجالات جميعها ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

موظف	رئيس قسم	مدير	المستوى	المجال
1.22041*	.89184*	.77041*	مدير عام	توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام
.87143*	.64018*	*0.46987	مدير عام	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام
.98175*	.65397*	*0.49702	مدير عام	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < .05$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq .05$)، في مجالات (توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام، والاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام)؛ تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي بين (مدير عام) من جهة، و(مدير، ورئيس قسم، وموظف) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح المسمى الوظيفي (مدير عام).

توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تعزى لمتغير التخصص. استخرجت المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (16.4): المتوسطات الحسابية للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعاً لمتغير التخصص

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى	المجالات
0.93	3.03	22	الإعلام أو العلاقات العامة	توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام
0.98	3.20	42	أحد مجالات العلوم الإنسانية	
1.06	2.64	6	أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية)	
0.82	3.09	22	الإعلام أو العلاقات العامة	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام
0.85	3.16	42	أحد مجالات العلوم الإنسانية	
1.06	2.63	6	أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية)	
0.88	2.84	22	الإعلام أو العلاقات العامة	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام
0.89	3.05	42	أحد مجالات العلوم الإنسانية	
1.05	2.67	6	أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية)	
0.62	3.47	22	الإعلام أو العلاقات العامة	تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام
0.57	3.37	42	أحد مجالات العلوم الإنسانية	
0.99	3.57	6	أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية)	

يتضح من الجدول أنف الذكر، وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية؛ تبعاً لمتغير

التخصص، ولمعرفة إذا كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية، استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي

(One Way ANOVA)، لأكثر من مجموعتين مستقلتين، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (17.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي، لاختبار مستوى دلالة الفروق للدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام تبعًا لمتغير التخصص

مستوى الدلالة *	ف	مُتوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.39	0.95	0.90	2	1.80	بين المجموعات	توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام
		0.95	67	63.28	داخل المجموعات	
			69	65.08	المجموع	
0.36	1.04	0.76	2	1.52	بين المجموعات	طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام
		0.74	67	49.33	داخل المجموعات	
			69	50.86	المجموع	
0.49	0.73	0.59	2	1.18	بين المجموعات	الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام
		0.81	67	54.25	داخل المجموعات	
			69	55.42	المجموع	
0.69	0.37	0.14	2	0.29	بين المجموعات	تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام
		0.39	67	26.26	داخل المجموعات	
			69	26.54	المجموع	

*دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)، **دال إحصائي عند مستوى الدلالة ($p < 0.01$)

يتبين من الجدول أنف الذكر، أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب على الدرجة الكلية لمجالات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، جاءت أكبر من قيمة مستوى الدلالة المحدد للدراسة ($\alpha < 0.05$)، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام للمجالات جميعها تعزى لمتغير التخصص.

3.4 الخلاصة

تناول هذا الفصل جداول الاستبانة، ورسومات تحليل محاورها، التي أشير إليها في تساؤلات الدراسة؛ إذ خصص كل جدول، ورسم بياني، لكل محور؛ للوصول إلى البيانات الدقيقة بتحليلها،

على وفق البيانات المجموعة من عينة الدراسة، والتعليق على الجداول، والرسوم البيانية، بما يمهد إلى تفسير البيانات الواردة فيها؛ تحقيقاً لأهداف الدراسة.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج وتوصيات الدراسة

1.5 التمهيد

يتناول هذا الفصل أبرز النتائج التي جرى التوصل إليها بتحليل نتائج أدوات الاستبانة، والمقابلة؛ إذ خلصت الدراسة إلى نتائج متعددة، بما يجيب عن أسئلة الدراسة، ويكشف مشكلتها بوضوح، ويناقش أبرز النتائج، ويلخصها في نقاط محددة، ويقدم مجموعة من التوصيات العلمية، والأكاديمية، فيمكن للمؤسسات الحقوقية، والأكاديميين، والباحثين في هذا المجال، الاستفادة منها مستقبلاً.

2.5 مناقشة نتائج الدراسة

يوجد في الضفة الغربية (176) مؤسسة حقوقية منها (83) مؤسسة فاعلة تقوم بعملها، وفي هذه الدراسة، جمعت البيانات بوساطة أدوات الاستبانة على نحو رئيس، والمقابلة على نحو ثانوي، وغطت الاستبانة (88%) من مجتمع الدراسة، وأجريت المقابلات مع مديري (5) مؤسسات حقوقية في الضفة الغربية، وخرجت بمجموعة من النتائج، والتوصيات.

1.2.5 توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها مع وسائل الإعلام

أظهرت النتائج أن معظم المؤسسات الحقوقية توظف علاقاتها مع وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة؛ بعد لقاءات دورية مع مسؤولي وسائل الإعلام، وتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها في الأوقات كلها، وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (50%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تتواصل مع وسائل الإعلام باستمرار بدرجة عالية وعالية جداً، وأكدت ذلك نتائج المقابلات التي أجريت مع مديري خمس مؤسسات حقوقية؛ إذ قال مدير مؤسسة الحق (شعوان جبارين): "إن المؤسسة تتواصل مع وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة؛ كون الإعلام أداة رئيسة لإيصال رسالة المؤسسة" (جبارين، 2023). وأكد مدير مركز الحريات (حلمي الأعرج) أن التواصل مع وسائل الإعلام أمر مهم جداً بالنسبة لأي مؤسسة؛ لأن دور الإعلام كبير جداً، ويحقق أهداف المؤسسة (أعرج، 2023). وأكدت مؤسسة الضمير أن للإعلام دوراً مهماً جداً في تغطية قضايا الأسرى، والمعقلين، وأن هذا هو صلب عمل المؤسسة؛ ولذلك تتواصل مع وسائل الإعلام المحلية، والدولية (الضمير، 2023). وأكد (عايد أبو قطيش) من الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال "أن التواصل مع وسائل الإعلام شيء مهم بالنسبة لأي مؤسسة، ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح التواصل مع وسائل الإعلام، بدرجة أقل دون أن يغني عن وجود اتصال وتواصل مع الإعلام" (أبو قطيش، 2023).

تدعو (33%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية وسائل الإعلام لتغطية فعاليتها بدرجة عالية وعالية جداً، وتدعو (37%) منها إلى ذلك بدرجة متوسطة، وتحرص (30%) منها على ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً؛ فالتواصل مع وسائل الإعلام يكون عند حاجة المؤسسة فقط، وبالمواضيع، والقضايا، التي تختارها المؤسسة (الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال)؛ فالتواصل لا يشمل أنشطة

المؤسسة، وفعاليتها، كافة (أبو قطيش، 2023).

تبين من ناحية وجود طاقم مختص للتواصل مع وسائل الإعلام لدى المؤسسات الحقوقية؛ إذ إن (34%) من المؤسسات تمتلك طاقماً، وإن كان في معظمها يندرج تحت مسميات أخرى، مثل: وحدة المناصرة، وتأكّد ذلك في مقابلتين منفصلتين، مع (حلمي الأعرج) مدير مركز حريات (أعرج، 2023) و(شعوان جبارين) مدير مؤسسة الحق (جبارين، 2023).

لا يهتم ما نسبته (30%) تقريباً من المؤسسات بتوظيف العلاقات الإعلامية ولا يُحرص عليها، وهو إشارة إلى عدم قناعة جزء من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية بجدوى توظيف العلاقات الإعلامية في عملها لأسباب متعددة، أبرزها: عدم توفر الإمكانيات المادية لدى المؤسسات الحقوقية لتوظيف طاقم مختص بالإعلام والعلاقات العامة، وقيام بعض موظفي هذه المؤسسات من غير ذوي الاختصاص بمهمة الاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام على نحو شخصي (جبارين، 2023). واعتماد بعض المؤسسات الحقوقية على مواقع التواصل الاجتماعي، وموقع المؤسسة الإلكتروني على شبكة الإنترنت؛ لنشر فعاليتها، وكل ما يتعلق بأنشطتها (عاروري، 2023).

تتوافق نتائج هذه الدراسة مع ما خلّصت إليه دراسة (رسولي، 2022)، التي خلّصت إلى أن الإعلام ركيزة أساسية تقف وراء نجاح عمل المؤسسات الإنسانية، والحقوقية، وأن العلاقة بين قطاعي الإعلام والعمل الإنساني، والحقوقية، هي علاقة تكاملية. وكذلك الحال في دراسة (خضير، 2021)، التي خلّصت إلى أن نجاح عمل الجمعيات، والمؤسسات غير الربحية، مرتبط باستغلال وسائل الإعلام، وتوظيفها، في ظل تطور المجتمعات، وانتشار استخدامات وسائل الإعلام بما فيها منصات التواصل الاجتماعي.

وبعامة، ترى الباحثة أن نسبة حرص المؤسسات غير الربحية الحقوقية على التواصل مع وسائل الإعلام المرتفعة ليست مصادفة، بل هي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً برغبة المؤسسات في إيصال الرسالة إلى جمهورها، وتحقيق أهدافها.

2.2.5 العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام
تبين أن (38%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية تشرك وسائل الإعلام بالقضايا، والمواضيع كافة، التي تتناولها بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (29%) منها تشركها بدرجة متوسطة، وأن (32%) منها تقوم بذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً، وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تُشرك وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع التي تتناولها كافة، في المقابل فإن ثلث المؤسسات الحقوقية غير معنية بإشراك وسائل الإعلام في القضايا والمواضيع التي تتناولها، ما يعطي مؤشراً عن مستوى العلاقات الإعلامية لدى شريحة واسعة من المؤسسات الحقوقية.

وأكدت نتائج بعض المقابلات ذلك، فمثلاً: تُشرك مؤسسة حريات وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع التي تتناولها بدرجة كبيرة؛ فمدير المؤسسة يؤكد أن مؤسسته تشارك وسائل الإعلام القضايا والمواضيع المختلفة التي تتناولها المؤسسة (أعرج، 2023)؛ أما الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال، فهي تشركها في بعض القضايا التي تختارها المؤسسة فقط، لا في القضايا كافة. (أبو قطيش، 2023).

توضح نتائج الدراسة الميدانية أن (35%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية عينة الدراسة تتبادل المعلومات مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (39%) منها تتبادل المعلومات مع وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وأن ما نسبته (27%) منها تجري ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً. وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تتبادل المعلومات مع وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، أي أنها تتعامل بصورة ليست مثالية ولا منخفضة، بمعنى أن العلاقات الإعلامية المتمثلة بتبادل المعلومات موجودة لكن الدافع لها ليس كبيراً، وقد يعود ذلك إلى عدم إدراك العاملين في العلاقات العامة فيها لأهمية العلاقات الإعلامية، أو أنهم غير معينين.

خُصت النتائج إلى أن (38%) فقط، من المؤسسات الحقوقية تسعى إلى نيل ثقة وسائل الإعلام بها، وأن نسبة (35%) منها تستجيب إلى وسائل الإعلام سريعاً وبدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (34%) منها تستجيب سريعاً، وبدرجة متوسطة، وتشمل هذه الاستجابة تبادل المعلومات بين الطرفين، وإتاحة المجال لوسائل الإعلام، والصحفيين؛ للحصول على المعلومات، والبيانات، التي يحتاجونها في أي وقت. وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تحرص على نيل ثقة وسائل الإعلام بها، بدرجة عالية ومتوسطة؛ إذ تشكل الثقة أهم الأسس التي تبنى عليها العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام، والتي تُسهم في دعم القضايا التي تتبناها تلك المؤسسات.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (49%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية عينة الدراسة تحرص على تجسيد الشفافية عبر إتاحة المعلومات لوسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن (26%) منها تحرص على تجسيد الشفافية عبر إتاحة المعلومات لوسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وأن (25%) منها تحرص على ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً. وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تحرص على تجسيد الشفافية عبر إتاحة المعلومات لوسائل الإعلام، إلا أن الحرص بصورة متوسطة يعني التردد في توفير المعلومات لوسائل الإعلام، وأن ربع المؤسسات الحقوقية غير معنية بتوفير المعلومات بشفافية لوسائل الإعلام، وهذا يشير إلى عدم مبالاة نصف المؤسسات الفلسطينية بالعلاقات الإعلامية سواء لعدم معرفتها أهميتها، أو أن اهتماماتها غير متقاطعة مع وسائل الإعلام، وهذا الأخير مستبعد كون العمل المؤسسي متكامل مع العمل الإعلامي.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (34%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية عينة الدراسة تعقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً، وأن ما نسبته (26%) منها تعقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام بدرجة متوسطة، وأن ما نسبته (40%) منها تجري ذلك بدرجة منخفضة ومنخفضة جداً. وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها تعقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام، وأن النسبة الأكبر منها لا تعقد لقاءات مع وسائل الإعلام بنسبة (40%) من المؤسسات الحقوقية، وهي نسبة مرتفعة جداً، وتعطي مؤشراً أن العلاقات مع وسائل الإعلام إذا ما جاءت للواقع العملي فإنها تنخفض في مستواها بصورة واضحة.

ركزت (37%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية على وجود اتصال دائم، ومباشر، مع وسائل الإعلام بدرجة عالية وعالية جداً؛ بعقد لقاءات، واجتماعات دورية، مع وسائل الإعلام، والصحفيين؛ للحفاظ على جودة العلاقة بين الطرفين. وتوضح النتائج السابقة أن المؤسسات في أغلبها لديها اتصال دائم ومباشر مع وسائل الإعلام، بدرجتين: عالية ومتوسطة، لكن التواصل الدائم والمباشر مع وسائل الإعلام غير موجود أو منخفض لدى شريحة واسعة، وتتجاوز ثلث المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، وهذا يشير إلى ضعف العلاقات الإعلامية لدى هذه الشريحة من المؤسسات التي لا تتعامل بجديّة واهتمام مع التواصل مع وسائل الإعلام.

تتوافق هذه الدراسة مع دراسة (Averill، 2020) في أن العلاقات الإعلامية تعد الأداة الأكثر أهمية في عمل المؤسسات كافة، ومنها الحقوقية؛ لأن التواصل مع وسائل الإعلام بالقضايا، والمعلومات المختلفة، يتيح للمؤسسة فرصة إيصال رسالتها إلى جمهورها. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الحميدة، 2014) التي وجدت أن قضايا حقوق الإنسان، وموضوعاتها، في الصحف، ووسائل الإعلام، لم تستهدف يوماً تشكيل صورة محددة عن تلك المنظمات لدى جمهورها؛ نظراً إلى ضعف تواصل مؤسسات حقوق الإنسان مع وسائل الإعلام، وأحياناً انعدامه.

وترى الباحثة أن طبيعة علاقة المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام، تتحقق بتوفر عنصري التشاركية، والتبادلية، في المعلومات، والقضايا، التي تتناولها المؤسسات الحقوقية، وتتشارك بها مع وسائل الإعلام، وتتبادل المعلومات معها؛ فيؤدي على نحو كبير، إلى نيل ثقة الإعلام، ويحقق أهداف المؤسسات الحقوقية، ويوصل رسالتها.

3.2.5 الاستراتيجيات التي تحكم العلاقة بين المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام تبين أن (27%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية تضع خططاً، واستراتيجيات؛ للتواصل معها؛ لتحقيق أهدافها، وأهمها توفير الدعم، والتمويل؛ إذ جاء في المرتبة الأولى بنسبة (17.2%) للأهداف من التواصل مع وسائل الإعلام، وأكد (حلمي الأعرج) ذلك في أثناء المقابلة التي أجريت معه؛

فالتواصل مع وسائل الإعلام من وجهة نظره يسهم على نحو كبير، في حصول المؤسسة على الدعم، والتمويل، من الجهات الممولة؛ فوسائل الإعلام تُظهر عمل المؤسسة، ويشاهد الممول عمل المؤسسة، ويراقبه (أعرج، 2023).

اتفقت الدراسة مع غالبية الدراسات السابقة التي خلصت إلى وجوب وجود استراتيجيات تحكم العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام، مثل: دراسة: (Devasahayam, 2010) التي خلصت إلى أن مفتاح نجاح المشاركة طويلة الأمد، هو أن تعيد المنظمات غير الربحية تقييم استراتيجيات تواصلها الإعلامي، وتغير موقعها باستمرار، لا سيما في وقت يكون فيه التمويل نادرًا، وتتنافس الأسباب المتعددة على جذب انتباه الجمهور؛ فيؤدي إلى تأثير طول الأمد، وخلصت دراسة (رسولي، 2022)، إلى أن العلاقة بين قطاعي الإعلام، والعمل الإنساني، هي علاقة تكاملية، وينبغي أن تكون كذلك؛ فالإنسان هو المحور الأساس في عمل القطاعين، وهي علاقة استراتيجية متواصلة، لا مؤقتة، يفقد فيها الإعلام بوسائله المتعددة الحملات الإنسانية، ويسهم في إنجاحها، وتحقيق أهدافها. وترى الباحثة أن وجود استراتيجيات تحكم طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام هو أمر في غاية الأهمية؛ لأن وجود الاستراتيجيات يسهم في بناء علاقة قوية، ومتينة، بين الطرفين، ويضمن استمراريتها، وبقائها، والعكس بالعكس؛ فعدم وجودها يبقي العلاقة هشّة، وغير متينة؛ لكونها قائمة بلا أسس، أو استراتيجيات تركز عليها.

4.2.5 المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن (45%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تؤكد عدم تعاون وسائل الإعلام معها، وأن (49%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية تجد صعوبة في توفر الإمكانيات اللازمة للتواصل مع وسائل الإعلام، وظهر هذا جليًا في المقابلات التي أجريت مع مديري بعض المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية. وتؤكد المؤسسات الحقوقية أنها لا تمتلك التمويل اللازم؛ لتوفير إمكانيات؛ للتواصل مع وسائل الإعلام، أي إمكانيات توفير موظفين متخصصين في مجال الإعلام، والأدوات، والمعدات اللازمة لذلك (جبارين، 2023). وأكدت مؤسسة الضمير ذلك، بقول مديرة المؤسسة: "إن المؤسسة تمتلك بعض الإمكانيات للتواصل مع وسائل الإعلام، لكن عادة، يغطي مدير المؤسسة جوانب العلاقات العامة الرئيسية، بمساعدة مجلس الإدارة أحيانًا، ووحدة الضغط، والمناصرة. (الضمير، 2023)

أكد (58%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية من عينة الدراسة، تركيز وسائل الإعلام على تغطية قضايا معينة من غير أخرى، وبينت نتائج الدراسة الميدانية أن (60%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، تؤكد أن سياسات بعض وسائل الإعلام، وأجندة عملها، تؤثر في إعلام المؤسسة، ونجد

أن الدراسات السابقة المختلفة، لم تتطرق إلى موضوع المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، وهذا ما غطته الدراسة الحالية.

5.2.5 الخصائص الديموغرافية التي تؤثر في توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروقات في بعض الخصائص الديموغرافية التي أثرت في مستوى توظيف المؤسسات الحقوقية لعلاقتها الإعلامية؛ إذ تبين وجود فروقات تعزى لمتغير الجنس في المؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة، لصالح الذكور على نحو كبير؛ إذ كان مستوى توظيف العلاقات الإعلامية للمؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة لصالح الذكور مرتفعاً جداً، فضلاً عن وجود استراتيجيات تحكم طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام في المؤسسات التي يعمل فيها الذكور على نحو مرتفع عن المؤسسات الحقوقية التي تعمل فيها الإناث من عينة الدراسة.

كشفت الدراسة عن وجود فروقات في مجالات (توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام، والاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام)؛ تبعاً لمتغير المؤهل العلمي بين (دكتورة) من جهة، ودرجات (دبلوم، وبكالوريوس، وماجستير) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح الذين يحملون درجة (دكتورة)؛ إذ تبين أن مديري المؤسسات الحقوقية هم من حملة الدكتوراه، ولديهم مستوى مرتفع من توظيف علاقاتهم الإعلامية مقارنة مع حملة الدرجات العلمية الأخرى، في المؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة.

وينضح من نتائج الدراسة وجود فروقات في توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام للمجالات جميعها، ما عدا مجال تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام، تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة؛ إذ تبين وجود فروق بين من لديهم سنوات خبرة (10 سنوات فأكثر) من جهة، و(أقل من 5 سنوات، ومن 5 إلى أقل من 10 سنوات) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح من لديهم خبرة (10 سنوات فأكثر)، أي أن مديري المؤسسات الحقوقية، والمختصين في مجال الإعلام، ويمتلكون خبرة (10) سنوات فأكثر، لديهم مستوى مرتفع من توظيف علاقاتهم الإعلامية مع وسائل الإعلام، ويمتلكون استراتيجيات تحكم طبيعة العلاقة على عكس مديري المؤسسات الحقوقية، والعاملين في العلاقات العامة والإعلام، فإن فيها من يمتلك خبرة أقل من (5) سنوات، ومن (5) سنوات إلى (10).

كشفت نتائج الدراسة وجود فروقات في مجالات (توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام، وطبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية

ووسائل الإعلام، والاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام)؛ تبعاً لمتغير المسمى الوظيفي بين (مدير عام) من جهة، و(مدير، ورئيس قسم، وموظف) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح المسمى الوظيفي (مدير عام). أي أن المسمى الوظيفي (مدير عام) في المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية من عينة الدراسة، يمتلكون مستوى مرتفعاً في توظيف علاقاتهم الإعلامية مع وسائل الإعلام، ولديهم استراتيجيات تحكم طبيعة العلاقة مع وسائل الإعلام، على عكس المؤسسات الحقوقية الأخرى من عينة الدراسة، التي لديها مسمى وظيفي: مدير، ورئيس قسم، وموظف؛ إذ كان مستوى توظيفهم لعلاقاتهم الإعلامية مع وسائل الإعلام متدنياً مقارنة بالذين يحملون مسمى مدير عام في المؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة.

3.5 خلاصة النتائج

خُصت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة تتواصل مع وسائل الإعلام باستمرار، وتنشئ علاقات معها بنسبة (50%)، وتبين أن (30%) فقط من المؤسسات الحقوقية، تدعو وسائل الإعلام إلى تغطية فعاليات وأنشطتها، وأن (34%) فقط من المؤسسات الحقوقية من عينة الدراسة، تمتلك طاقماً مختصاً للتواصل مع وسائل الإعلام.

خُصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحقوقية الفلسطينية ووسائل الإعلام غلبت عليها التشاركية وتسهيل نشر أخبارها ومعلوماتها عبر وسائل الإعلام، بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام بنسبة وصلت إلى (49%) من المؤسسات، و(43%) منها تتيح لوسائل الإعلام حرية الوصول للمعلومات، وأن (38%) منها تحرص على إشراك وسائل الإعلام بالقضايا المختلفة التي تتناولها، وأن (40%) من المؤسسات الحقوقية لا تحرص على عقد لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام، ولا تشارك (39%) منها في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام.

وخُصت الدراسة إلى أن (38%) فقط من المؤسسات الحقوقية تسعى إلى نيل ثقة وسائل الإعلام بها، وبينت أن (25%) من المؤسسات الحقوقية فقط، هي من تنظم لقاءات دورية مع وسائل الإعلام، وأن (32%) منها لا تهتم بتنظيم، أو عقد لقاءات مع وسائل الإعلام؛ أما بخصوص وجود آليات للتواصل مع وسائل الإعلام، فتبين أن (37%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية تمتلك قائمة بإيميلات وسائل الإعلام، أو الصحفيين، وأن (27%) فقط من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية تضع استراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام، وأن (44%) منها لا تضع استراتيجيات ذات علاقة بوسائل الإعلام، وتبين أن (43%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، تمتلك صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي، بينما لا تمتلك (29%) منها ذلك، وأن (45%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية، تؤكد عدم تعاون وسائل الإعلام معها، وأن (62%) من المؤسسات الحقوقية الفلسطينية

تؤكد أن التواصل مع وسائل الإعلام لا يحقق أهدافها، وأكد (17%) من المؤسسات الحقوقية فقط، أن التواصل مع وسائل الإعلام يوفر الدعم، والتمويل، لهم، وهو هدف من أهداف المؤسسات غير الربحية، واتضح أن (10%) من المؤسسات الحقوقية فقط، ترى أن التواصل مع وسائل الإعلام يحقق لها هدف تغطية فعاليتها وأنشطتها.

خُصت النتائج إلى أن الذكور في المؤسسات الحقوقية أكثر حرصاً في مستوى توظيفهم للعلاقات الإعلامية من الإناث، وأن حملة درجة الدكتوراة من مديري المؤسسات الحقوقية لديهم توظيف مرتفع للعلاقات الإعلامية في مؤسساتهم الحقوقية مقارنة بحملة المؤهلات العلمية الأخرى: الماجستير، والبكالوريوس، والدبلوم؛ فكان مستوى توظيفهم للعلاقات مع وسائل الإعلام منخفضاً، وتبين وجود فروق في المسمى الوظيفي في المؤسسات الحقوقية لصالح مدير عام؛ فكان مستوى توظيفهم للعلاقات الإعلامية مرتفعاً؛ مقارنة بمسمى مدير، ورئيس قسم، وموظف.

4.5 إسهامات الدراسة

تقدم الدراسة إسهامات علمية، ونظرية متعددة، تعود بالنفع على الباحثين، والمهتمين بموضوع الدراسة الحالية من العاملين، والناشطين، في مجال حقوق الإنسان، والصحفيين المهتمين بالشأن الحقوقي، ومن أبرز تلك الإسهامات:

1.4.5 إسهامات نظرية

وفرت الدراسة إسهاماً نظرياً؛ بإضافة مادة علمية جديدة إلى الحقل المعرفي، فاستطاعت أن تسلط الضوء على أهمية تواصل المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام؛ كونها مؤسسات داعمة لحقوق الإنسان، وتدافع عنها؛ فوجودها مهم جداً في المجتمعات، ويعد وجود دراسة تختص بمعرفة كيفية توظيف هذه المؤسسات لعلاقاتها مع وسائل الإعلام إسهاماً مهماً، ونافعاً، للجهات التي تهتم بالشأن الحقوقي، والإعلامي. وتمكنت الدراسة من قياس مستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقاتها مع وسائل الإعلام، في ظل ندرة الدراسات الحديثة التي تطرقت إلى هذا الموضوع خصوصاً. وتُمثل هذه الدراسة بنتائجها، أرضية خصبة للمهتمين بالشأن القانوني، والمدافعين عن حقوق الإنسان، التي تحتاج إلى مزيد من الدعم، والتمويل؛ لضمان استمراريتها.

2.4.5 إسهامات عملية

قدمت الدراسة تصوراً واضحاً لمستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقاتها مع وسائل الإعلام، ووضحت طبيعة العلاقة التي تحكم المؤسسات الحقوقية، ووسائل الإعلام؛ بتحديد استراتيجيات متعددة تحكم العلاقة بين الطرفين، وأبانت أبرز المعوقات التي تواجه المؤسسات الحقوقية، وتؤثر في تواصلها مع وسائل الإعلام، ووضحت أبرز الأهداف التي تتواصل لأجلها المؤسسات الحقوقية مع وسائل الإعلام، والآليات المتبعة في هذا التواصل؛ فيساعد العاملين فيها.

5.5 التوصيات

خلّصت الباحثة إلى نتائج الدراسة النهائية؛ بالتحليل الدقيق للعينة، وقدمت توصيات ومقترحات متعددة، تعود بالنفع على الباحثين اللاحقين في هذا المجال، أو أحد جوانب الدراسة، ومجتمع الدراسة الذين ركزت الدراسة عليهم مباشرة؛ للوصول إلى النتائج.

1.5.5 التوصيات للباحثين

1. تسليط الضوء في دراساتهم على التواصل بين وسائل الإعلام والمؤسسات الحقوقية والقانونية من زوايا أخرى لم تنطرق إليها الدراسة الحالية على سبيل المثال: نوع العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام وكيف يؤثر ذلك في تواصل هذه المؤسسات مع وسائل الإعلام. ويمكن تسليط الضوء على وجود استراتيجيات وخطط لدى المؤسسات الحقوقية للتواصل مع وسائل الإعلام.
2. إعداد دراسات تعتمد على أساليب إحصائية أخرى، كالتنبؤ مثلاً؛ لفهم كيفية تحسين العلاقات بين المؤسسات ووسائل الإعلام؛ كون وسيلة الإعلام أداة اتصال مهمة بين المؤسسة وجمهورها؛ لإيصال رسالتها.

3. عمل دراسات بحثية أخرى في مجال التواصل بين وسائل الإعلام والمؤسسات الحقوقية والقانونية؛ كون العلاقة مع وسائل الإعلام مهمة جداً، وتعد ركيزة من ركائز قدرة المؤسسة على الوصول إلى جمهورها، ومن أبرز مهمات المؤسسات الحقوقية الدفاع عن حقوق الإنسان، ووجودها مهم في المجتمع الفلسطيني؛ إذ تعمل هذه المؤسسات في ظروف استثنائية في ظل وجود الاحتلال، وتتعرض دائماً إلى تهديدات، ومضايقات، تؤثر مباشرة في عملها، وتمنعها من أداء واجبها، ولا بد من التركيز على نحو أكبر على هذا النوع من المؤسسات في فلسطين؛ بإجراء دراسات بحثية جديدة تتناول مواضيع مختلفة قد يكون من أبرزها المعوقات التي تواجه عمل المؤسسات الفلسطينية غير الربحية بعامة، والحقوقية خاصة.

2.5.5 التوصيات للمؤسسات الحقوقية

1. زيادة الاهتمام بالتواصل مع وسائل الإعلام التي تعود بالنفع على المؤسسة وجمهورها.
2. وضع استراتيجيات ضمن خطط المؤسسات ذات العلاقة بوسائل الإعلام، وتحدد طبيعة العلاقة معها، ونوعها.
3. زيادة التعمق في العلاقة مع وسائل الإعلام، سواءً أكان بعقد لقاءات دورية مع الصحفيين، أم بدعوة وسائل الإعلام؛ لتغطية فعاليات المؤسسة وأنشطتها.
4. إيجاد دائرة، أو قسم، مختص بالإعلام، والعلاقات العامة في المؤسسة، مع إيجاد طاقم مختص لإدارة شؤونه.

5. إصدار صفحات للمؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مواكبةً للتطور التكنولوجي الكبير في هذا العصر.

6. تحديث البيانات والمعلومات الخاصة بأنشطة المؤسسة، والمواضيع، التي تقع في صلب عملها أولاً بأول على موقعها الإلكتروني؛ إذ يعد مصدرًا موثوقًا بالنسبة لوسائل الإعلام، والصحفيين؛ للحصول على المعلومات المطلوبة.

7. إشراك وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع المختلفة، وبخاصة، في ظل وضع هذه المؤسسات الفلسطينية الاستثنائي تحت الاحتلال، والانتهاكات التي تتعرض لها.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربيّة:

أبو أصبع صالح وآخرون. (2010). *الاتصالات والعلاقات العامة*. القاهرة: الشركة العربيّة المتحدة للتسويق والتوريدات ص20.

الأعرج. حلمي (الأحد كانون أول، 2023). *الإجابة على أسئلة المقابلة*. (حنين الحلو، المحاور)

الأعرج. حلمي (الأحد كانون أول، 2023). *توفير الدعم والتمويل*. (حنين الحلو، المحاور)

الأمم المتحدة. (6 سبتمبر، 2023). *تم الاسترداد من الأمم المتحدة حقوق الإنسان*:

<https://www.ohchr.org>

أونيس. عبد المجيد (2020). *المنظمات غير الهادفة للربح ودورها في التكافل الاجتماعي والاقتصادي*
حالة الجزائر. رسالة ماجستير، جامعة أ محمد بوقرة بومرداس، الجزائر.

البياتي. رشيد (2018). *الحاوي في مناهج البحث العلمي*. عمان: دار السواقي العلميّة.

ثابت. سلوى (2006). *دور المؤسسات الأهليّة في تنمية المرأة الفلسطينيّة من وجهة نظر العاملين فيها*
بمحافظة غزة. غزة: مركز شؤون المرأة.

جبارين. شعوان (السبت كانون أول، 2023). مقابلة هاتفية. (حنين الحلو، المحاور)

الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (الخميس تشرين الثاني، 2023). تم الاسترداد من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني: <https://www.pcbs.gov.ps>

حبيش. هاجر (2016). تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، 159*.

الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال. (30 آب، 2023). *الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال*. تم الاسترداد من الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال: <http://www.mhpss.ps>

الحسيني. عماد الدين (2000). *عالم الاتصالات بين الماضي والحاضر والمستقبل ط1*. القاهرة: مركز الأهرام للطباعة والنشر.

حلاق. بطرس (2020). *إدارة المؤسسات الإعلامية*. دمشق: الجامعة الافتراضية السورية.

الحمادة. محمد (2014). *صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية وميدانية*. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

الخرابشة. عبد الله (2012). *أساليب البحث العلمي*. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

خضير. رشيد (2021). وسائل الإعلام والاتصال ودورها في تفعيل وتحسين أداء الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني في الجزائر. مجلة المجتمع والرياضة، 216-224.

رسولي. أسماء (2022). دور وسائل الإعلام في تفعيل أداء المنظمات الدولية غير الحكومية الناشطة في مجال العمل الإنساني. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، 438-460.

زغيب. شيماء (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الزويني. حسين (2012). الفنون الفضائية والإعلام الاقتصادي ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

أبو زيد. فاروق (1998). مدخل إلى علم الصحافة ط2. القاهرة: عالم الكتب.

سومية. إيمان (1 أكتوبر، 2023). تصميم وبناء أدوات البحث العلمي. تم الاسترداد من

<https://www.maktabtk.com>

شبكة القدس. (31 آب، 2023). شبكة القدس للمناصرة المجتمعية. تم الاسترداد من شبكة القدس

<https://www.j-can.org/ar>: للمناصرة المجتمعية

شعباني. مالك (2017). دور وسائل الإعلام الحديثة في غرس وتنمية قيم المواطنة. مجلة الإبراهيمي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 9-32.

شفيق. حسنين (2008). الإعلام التفاعلي - ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات. القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

شفيق. حسنين (2009). الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات. القاهرة: دار الفكر للنشر والتوزيع.

شفيق. حسنين (2011). "الإعلام الجديد، الإعلام البديل،" تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية". القاهرة: دار وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

شفاقوج. دينا (2013). "أساسيات إدارة المؤسسات غير الربحية"، مؤسسة نهر الأردن، الأردن.

صادق. عباس (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

الصالح. حاتم (2020). استراتيجيات إدارة العلاقة الإلكترونية في سياق الجامعات. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 89-130.

أبو طه. ع (2019). العمل الأهلي في فلسطين ما بين الحق في التنمية والحق في تشكيل الجمعيات- دراسة حالة مؤسسة الضمير. فلسطين.

العجمي. ناصر بن سعد (2014). دراسة وصفية تحليلية لتجارب الآباء مع التدخل المبكر. مجلة البحث العلمي في التربية، 215-232.

الكردي. مجدي (2020) " دور المؤسسات في غزة حول تعزيز حق المواطنة وأثرها على السلم الاجتماعي"، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

عجوة. علي (2000). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب.

عريقات. إسماعيل (2023). دور المنظمات الحقوقية الفلسطينية في محافظة رام الله والبيرة في حماية الحقوق المدنية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد 37(4)، 618.

العزة. فراس (27 أيلول، 2023). تم الاسترداد من

<https://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/Study4.pdf>

عساف. جميل، بيان الريماوي، (الأربعاء كانون أول، 2023). واقع سوق العمل الفلسطيني، الربع الثالث

2022. تم الاسترداد من وزارة العمل : <https://mol.pna.ps>

علواني. محمد (4 أيلول، 2023). *رواد الأعمال*. تم الاسترداد من رواد الأعمال:

<https://www.rowadalaamal.com/>

علي. علاء الدين (2020). فاعلية أساليب إدارة المنظمات غير الربحية لعلاقتها مع العملاء خلال أزمة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ولاء الجمهور لها. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، 375-294.

عواد. فاطمة (2015). *الإعلام الفضائي*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عواطف. أ (2023). المنظمات غير الربحية في فلسطين: الأدوار الثقافية والحقوقية.

عيسى. ياسر (2019). محددات الاستدامة المالية للمنظمات غير الربحية الفلسطينية في محافظة بيت لحم. رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين.

الغامدي. قينان (2012). *التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني*. الرياض: جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية.

غراويتز. مادلين (1993). *مناهج العلوم الاجتماعية*. دمشق: المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر.

أبو فردة. أسيل (2021). هندسة جمهور اللوبيات على مواقع التواصل الاجتماعي: صفحات اللوبي الفلسطيني في الولايات المتحدة الأمريكية كحالة دراسية. رسالة ماجستير منشورة، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين.

الفقهاء. جيهان (2020). دور دائرة العلاقات الدولية والعامّة بمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنيّة في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

الكاروط. رائد (2004). أثر المعوقات الذاتية والبيئية على دور ورؤية المنظمات الأهلية العاملة في حقوق الإنسان والديمقراطية في الضفة الغربية والقدس. رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

قدور. عبد الله ثاني (2020). وسائل الاتصال ماهيتها، أهدافها، وأنواعها. الجزائر: جامعة وهران.

أبو قطيش. عايد (الإثنين كانون أول، 2023). الإجابة على تساؤلات الدراسة. (حنين الحلوة، المحاور).

كاظم. هدير (2 أكتوبر، 2022). العينات العشوائية في البحث العلمي: أنواعها وطرق اختيارها. تم

الاسترداد من مكتبتك: <https://www.maktabtk.com/blog>

الكوع. معين (2022). دور العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات غير الربحية في التوعية في حقوق الإنسان الرقمية: صفحة الفيسبوك للمركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي حملة نموذجًا. مجلة بحوث العلاقات العامة، 2023-262.

اللبيدي. نزار (2015). *إدارة العلاقات العامة وتنميتها*. القاهرة: المنهل للنشر والتوزيع.

مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية. (1 أكتوبر، 2023). *نموذج الاستبيان في البحث العلمي*. تم الاسترداد من مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية:

<https://mobt3ath.com/dets.php?>

مركز الإنتاج الإعلامي. (2015). *المنظمات الأهلية والمجتمع المدني والمبادرات المدنية التطوعية نحو مجتمع المعرفة*. جدة: جامعة الملك عبد العزيز.

المركز الفلسطيني. (31 آب، 2023). *المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات*. تم الاسترداد من المركز الفلسطيني للديمقراطية وحل النزاعات: <https://pcdcr.org/arabic/>

مركز المرأة. (31 آب، 2023). *مركز المرأة للإرشاد القانوني والاجتماعي*. تم الاسترداد من مركز المرأة للإرشاد القانوني والاجتماعي: <https://www.wclac.org/>

مركز الميزان لحقوق الإنسان. (5 تموز، 2023). تم الاسترداد من مركز الميزان لحقوق الإنسان: <https://www.mezan.org/ar>

مركز حريات. (30 آب، 2023). *مركز الدفاع عن الحريات والحقوق المدنية*. تم الاسترداد من مركز الدفاع عن الحريات والحقوق المدنية: <https://hurryat.net/about-us-ii>

المزاهرة. هلال (2014). *مناهج البحث الإعلامي ط1*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

المشهداني. سلمان (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. تكريت: دار الكتاب الجامعي.

ملحم. هبة (2023). *الإعلام الثقافي في فلسطين ودوره في تشكيل الوعي الجماعي*. فلسطين: دار الشامل للنشر والتوزيع.

المناصرة. ع (2019). *واقع التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات غير الربحية في محافظة الخليل*. رسالة ماجستير، جامعة الخليل، الخليل.

مؤسسة الحق. (5 آب، 2023). *مؤسسة الحق*. تم الاسترداد من <https://www.alhaq.org/ar>

مؤسسة الضمير. (30 آب، 2023). *مؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان*. تم الاسترداد من مؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان:

<https://www.addameer.org/ar/about/our-work>

مؤسسة الضمير. (الأحد كانون الأول، 2023). *مقابلة عبر الإيميل*. (حنين الحلوة، المحاور).

وزارة الإعلام. (2019). *إدارة العلاقات الإعلامية مع وسائل الإعلام والتواصل*.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. (الأربعاء كانون الأول ، 2023). وزارة التعليم العالي والبحث

<https://www.mohe.pna.ps/services/statistics> من الاسترداد من العلمي.

وزارة الداخلية. (15 نيسان، 2023). وزارة الداخلية الفلسطينية. تم الاسترداد من وزارة الداخلية

<https://www.moi.pna.ps/home>: الفلسطينية.

وزارة العدل. (19 أيار، 2023). حقوق الإنسان. تم الاسترداد من وزارة العدل:

<https://www.moj.pna.ps/>

الهيئة المستقلة لحقوق الإنسان ديوان المظالم (4 تموز، 2023): <https://www.ichr.ps/>

المصادر والمراجع الأجنبية:

Alikilic, O. (2020). Online Pressrooms: Journalists' Expectations from Public Relations Practitioners Concerning Online Media Relations. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*.

Alikilic,, O. (2020). Expectations from Public Relations. *Romanian Journal of Communication*.

Barbara Averill .(2020) .*Media Relations for Small Non-profit Organizations* .Minnesota History Interpreter.

Devasahayam, A. (2010). *Media and the Non Pr Media and the Non Profit World: A Case-Study on WWF-Mala orld: A Case-Study on WWF-Malaysia's*. LIEN CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION.

Devasahayam,, A. (2010). *Media and the Non Pr Media and the Non Profit World: A Case-Study on WWF-Mala orld: A Case-Study on WWF-Malaysia's*. *Lien Centre for Social Innovation*.

kenton, W. (2023, August 2). *Relationship Management: Definition, Types, and Importance*. Retrieved from Relationship Management: Definition, Types, and Importance: <https://www.investopedia.com/terms/r/relationship-management.asp>

ki EYUN .(2006) .Linkages among relationship maintenance strategies, relationship quality outcomes, attitude, and behavioral intentions .*Published master's thesis, University of Florida ProQuest Dissertations.*,

KI, E. (2006). Linkages among relationship maintenance strategies, relationship quality outcomes, attitude, and behavioral intentions. *A published master's thesis, University of Florida* .

Ledingham, J. (2023). Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 181-198.

Pang., A. (2009). *Mediating the media: A journalist-centric model in managing the*. Singapore Management University.

قائمة الملاحق

ملحق (1) الاستبانة

الجامعة العربيّة الأمريكيّة

كلية الدراسات العليا

دائرة العلاقات العامة المعاصرة

تحية طيبة وبعد:

تجري الباحثة دراسة بعنوان: **توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام؛** استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة/ الجامعة العربيّة الأمريكيّة.

تسهم الإجابة عن أسئلة الاستبانة بدقة، في تقدم البحث العلمي، علماً أنها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، لا لأية أغراض أخرى، وستُعامل البيانات بسريّة تامة جدّاً، ويرجى مراجعة الباحثة، في حال وجود أي استفسار، بوساطة الإيميل الآتي:

Nena.alhilo@gmail.com

مع وافر الاحترام والتقدير

الباحثة: حنين الحلو

المشرف: د. عبد الله عدوي

القسم الأول: المتغيرات الديموغرافية

(من فضلك، ضع إشارة أمام الإجابة التي تمثل رأيك)

	أنثى:		ذكر:	الجنس:
	بكالوريوس:		دبلوم:	2. المؤهل العلمي:
	دكتورة:		ماجستير:	
	أقل من (5) سنوات:			3. عدد سنوات الخبرة:
	من (5) إلى أقل من (10) سنوات:			
	(10) سنوات فأكثر:			
	مدير:		مدير عام:	4. المسمى الوظيفي:
	موظف:		رئيس قسم:	
	الإعلام أو العلاقات العامة:			التخصص:
	أحد مجالات العلوم الإنسانية:			
	أحد مجالات العلوم التطبيقية (الحقول العلمية):			
	هل يوجد في مؤسستك علاقات عامة أو إعلام؟			سؤال عام:
	لا:		نعم:	

ملحوظة: في حال كانت الإجابة: (لا)، فلا داعي لاستكمال الاستبانة.

مع الشكر الجزيل

القسم الثاني: محاور الدراسة

ضع إشارة في المربع المناسب:

الرقم	الفقرة	درجة منخفضة جداً	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة مرتفعة	درجة مرتفعة جداً
المحور الأول: مستوى توظيف المؤسسات غير الربحية الحقوقية لعلاقتها الإعلامية، وتواصلها مع وسائل الإعلام						
1	تتواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام باستمرار					
2	تنشئ مؤسستي علاقات مع وسائل الإعلام					
3	تدعو مؤسستي وسائل الإعلام لتغطية فعالياتنا					
4	تمتلك مؤسستي طاقماً مختصاً للتواصل مع وسائل الإعلام					
5	تتواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام المحلية المختلفة من غير تمييز بين وسيلة وأخرى					
6	تتواصل مؤسستي مع وسائل الإعلام الدولية					
7	تمتلك مؤسستي صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي					
المحور الثاني: طبيعة العلاقة بين المؤسسات غير الربحية الحقوقية ووسائل الإعلام						
8	تحرص مؤسستي على نيل ثقة وسائل الإعلام بها					
9	تجسد مؤسستي الشفافية بإتاحة المعلومات لوسائل الإعلام					
10	تشارك مؤسستي وسائل الإعلام بالقضايا والمواضيع التي تتناولها كافة.					
11	تتبادل مؤسستي المعلومات مع وسائل الإعلام.					
12	تعقد مؤسستي لقاءات مع مسؤولي وسائل الإعلام					
13	تشارك مؤسستي في الأنشطة التي تنظمها وسائل الإعلام					
14	تتواصل مؤسستي دائماً مع وسائل الإعلام وعلى نحو مباشر					

					تتيح مؤسستي لوسائل الإعلام حرية الوصول إلى المعلومات والبيانات المطلوبة	15
المحور الثالث: الاستراتيجيات التي تتعامل بها المؤسسات غير الربحية الحقوقية مع وسائل الإعلام						
					تنظم مؤسستي لقاءات دورية مع وسائل الإعلام	16
					تمتلك مؤسستي قائمة بإيميلات الصحفيين الذين تتواصل معهم	17
					تستجيب مؤسستي لوسائل الإعلام سريعاً	18
					توفر مؤسستي المعلومات والبيانات لوسائل الإعلام دائماً	19
					تضع مؤسستي خططاً واستراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام؛ لتحقيق أهدافها	20
					تحديث مؤسستي المعلومات والبيانات الحقوقية المرسلة إلى وسائل الإعلام دورياً	21
					تمتلك مؤسستي صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي	22
					تمتلك مؤسستي زاوية خاصة بالأنشطة والفعاليات التي تنظمها على موقعها الإلكتروني	23
					تتابع مؤسستي ما ينشر عنها في وسائل الإعلام	24
المحور الرابع: تحديات المؤسسات الحقوقية في التواصل مع وسائل الإعلام						
					لا تتعاون وسائل الإعلام مع مؤسستي	25
					توفر مؤسستي الإمكانيات اللازمة؛ للتواصل مع وسائل الإعلام	26
					تركز وسائل الإعلام على تغطية قضايا معينة دون أخرى	27
					يصعب على وسائل الإعلام التي نتواصل معها أن تحقق أهداف مؤسستي	28
					تؤثر سياسات بعض وسائل الإعلام، وأجندة عملها، في إعلام مؤسستي	29
					يصعب على وسائل الإعلام الوصول إلى موقع مؤسستي الجغرافي.	30
					تعرضت مؤسستي لتهديدات الاختلال أو إغلاقه	31

سؤال عام: ما هدف مؤسستك الحقوقية من التواصل مع وسائل الإعلام؟
ضع إشارة عند الإجابة المناسبة:

	2- نشر المعلومات الحقوقية		1- الدعم والتمويل
	4- تسليط الضوء على القضايا الحقوقية		3- تغطية أنشطة المؤسسة وفعاليتها
	6- تحسين صورة الجمهور الذهنية		5- رفع نسبة وعي المواطنين بحرية الرأي والتعبير
	8- التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها		7- التأثير في الرأي العام
	10- تعزيز التنمية المستدامة		9- بناء شبكات المناصرة
	12- تقديم الاقتراحات والآراء البناءة		11- تثقيف أفراد المجتمع

انتهى

ملحق (2) تحكيم الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

حضرة د. شادي أبو عياش المحترم،

م/ تحكيم استبانة

أهديكم أطيب التحيات، ونظرًا لما تتمتعون به من خبرة علمية كبيرة، أرفق لكم نسخة من استبانة دراسة: **توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام**، راجية منك أن تتفضل بالاطلاع عليها، وإبداء الرأي والملحوظات، التي تصب في مصلحة الدراسة، وتحسينها، وهي محل اعتزاز، وتقدير، لدى المشرف، والباحثة.

مع خالص الشكر والتقدير

المشرف: د. عبد الله عدوي

الباحثة حنين الحلو

ملحوظات المحكم:

1. يمكن إضافة عبارة تختص بالإعلام الرقمي للمؤسسة في أحد المحاور.
2. تسليط الضوء على أولويات المؤسسة في التعامل مع وسائل الإعلام.

توقيع المحكم: د. شادي أبو عياش

بسم الله الرحمن الرحيم

حضرة د. محمود الفطاطة المحترم،

م/ تحكيم استبانة

أهديكم أطيب التحيات، ونظرًا لما تتمتعون به من خبرة علمية كبيرة، أرفق لكم نسخة من استبانة دراسة: **توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام**، راجية منك أن تتفضل بالاطلاع عليها، وإبداء الرأي والملاحظات، التي تصب في مصلحة الدراسة، وتحسينها، وهي محل اعتزاز، وتقدير، لدى المشرف، والباحثة.

مع خالص الشكر والتقدير

المشرف: د. عبد الله عدوي

الباحثة حنين الحلو

ملحوظات المحكم:

اطلعت على محاور الاستبانة، وبنودها؛ لنجدها متوافقة مع المطلب البحثي المناسب؛ وبناءً على ذلك، أمل أن تنال موافقة المشرف، وأن تكون نتائجها نافعة للدراسة عمومًا، ويمكن إضافة ما يأتي:

□ تسليط الضوء على إسهامات المؤسسات الحقوقية في القطاع الإعلامي.

□ الاطلاع على الآليات الكفيلة؛ لتعزيز العلاقة بين المؤسسات الحقوقية ووسائل الإعلام.

توقيع المحكم: د. محمود الفطاطة

بسم الله الرحمن الرحيم

حضرة د. محمود فروخ المحترم،

م/ تحكيم استبانة

أهديكم أطيب التحيات، ونظرًا لما تتمتعون به من خبرة علمية كبيرة، أرفق لكم نسخة من استبانة دراسة: **توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقاتها مع وسائل الإعلام**، راجية منك أن تتفضل بالاطلاع عليها، وإبداء الرأي والملاحظات، التي تصب في مصلحة الدراسة، وتحسينها، وهي محل اعتزاز، وتقدير، لدى المشرف، والباحثة.

مع خالص الشكر والتقدير

المشرف: د. عبد الله عدوي

الباحثة حنين الحلو

ملحوظات المحكم:

اطلعت على محاور الاستبانة؛ فوجدتها متوافقة بدقة متميزة مع المطلب البحثي المناسب، أمل أن تنال موافقة المشرف، وأن تكون نتائجها نافعة للدراسة عمومًا. تقوم الاستبانة على أساس منهجي دقيق، وتتسلسل الأسئلة على نحو منطقي، واضح، بعيد عن التكرار، فلا تشوبها السمة المركبة، وشملت الأسئلة موضوع الدراسة البحثي، فهي ممتازة، وبذلك، يشرفني أن أكون أحد المحكمين لهذه الاستبانة.

توقيع المحكم: د. محمود الفروخ

ملحق (3) أسماء المؤسسات الحقوقية في الضفة الغربية

المؤسسات الحقوقية	
1.	مؤسسة الحق
2.	مؤسسة الضمير لرعاية الأسير وحقوق الإنسان
3.	مركز الدفاع عن الحريات والحقوق المدنية
4.	مركز القدس للمساعدة القانونية وحقوق الإنسان
5.	الحركة العالمية للدفاع عن الاطفال
6.	مركز علم لتسوية النزاعات والتصالح الاجتماعي
7.	مركز حقوقيون بلا حدود
8.	مركز القدس للديمقراطية وحقوق الانسان
9.	مؤسسة الحق والقانون من أجل الانسان
10.	مركز الارض للابحاث والدراسات والسياسات
11.	مواطن / المؤسسة الفلسطينية لدراسات الديمقراطية
12.	منتدى رسالة للفكر والحوار
13.	ملتقى الحريات في فلسطين
14.	مركز رام الله لدراسات حقوق الانسان
15.	مركز توجيه الديمقراطية
16.	مركز بيسان للبحوث والإنماء
17.	مركز المرأة للإرشاد القانوني والاجتماعي

18	مركز الشباب الفلسطيني للسياسات والتنمية الديمقراطية
19	مركز السلام والتنمية الدولي الشبابي
20	مركز الديمقراطية لحقوق العاملين
21	مؤسسة القدس لدراسات السلام والشؤون البرلمانية
22	شبكة القدس للمناصرة المجتمعية
23	معهد السياسات والاستراتيجيات القانونية
24	مركز حقوق الانسان والمشاركة الديمقراطية (شمس)
25	مركز توجيه للديمقراطية
26	مركز المجتمع للحوار
27	مركز التدخل وقت الازمات
28	جمعية مرصد القدس لحقوق الانسان
29	جمعية كنانة لحقوق الانسان والتنمية
30	جمعية قيادو الغد الديمقراطيون (قيادات)
31	جمعية فلسطين للقانون والحريات
32	جمعية شباب فلسطين للعدالة والسلام
33	جمعية جسور الدايمقراطية
34	جمعية تضامن للعمل الديمقراطي والتنمية المجتمعية
35	جمعية إنسان للتنمية المجتمعية
36	جمعية اليسر لدعم الديمقراطية والسلام الأهلي ومناصرة حقوق الإنسان
37	جمعية المركز الفلسطيني لمناهضة العنف/جمعية منتدى فلسطين

38	جمعية المركز الفلسطيني لإدارة الأعمال وحقوق الإنسان (مشاركة)
39	المرصد القضائي الفلسطيني
40	جمعية المؤسسة الفلسطينية للحوار العربي والسلام
41	الجمعية الفلسطينية للتنمية والديمقراطية وحقوق الإنسان (بناء)
42	جمعية الإغاثة القانونية الفلسطينية
43	الهيئة الوطنية لاستقلال القضاء وسيادة القانون (استقلال)
44	الهيئة الفلسطينية للدبلوماسية العامة
45	الميزان للدراسات والابحاث القانونية
46	المنتدى الفلسطيني لتعزيز التنمية المجتمعية والتمكين الديمقراطي
47	المركز الفلسطيني لمناهضة العنف والتعذيب (كفى)
48	المركز الفلسطيني لمصادر حقوق المواطنة واللاجئين / بديل
49	المركز الفلسطيني للتنمية ودعم الديمقراطية البرلمانية
50	المركز الفلسطيني لقضايا السلام والديمقراطية
51	المركز الفلسطيني لتعميم الديمقراطية وتنمية المجتمع /بانوراما
52	المركز الفلسطيني لاستقلال المحاماه والقضاء/مساواه
53	المركز الشعبي للأمن الإنساني
54	المؤسسة الفلسطينية للتنمية والديمقراطية (الطريق)
55	الفلسطينيه للثقافه الديمقراطيه
56	الإئتلاف من اجل النزاهة والشفافية "أمان"
57	الائتلاف الاهلي لحقوق الفلسطينيين في القدس

58	معهد السياسات العامة الفلسطيني
59	مركز ييوس للتنمية الديمقراطية
60	مركز تطوير المؤسسات الأهلية
61	مركز إنسان الفلسطيني للديمقراطية وحقوق الإنسان
62	مؤسسة الوحدة للعمل الديمقراطي " وعد"
63	مؤسسة الشرق الأوسط للديمقراطية "ميند"
64	جمعية المنتدى الديمقراطي للعدل والمساواة
65	جمعية أجيال لحقوق الإنسان
66	تعاون لحل الصراعات "ملتقى تعاون الشبابي"
67	جمعية أنصار الانسان الخيرية
68	الهيئة الاستشارية الفلسطينية لتطوير المؤسسات غير الحكومية
69	المركز الفلسطيني للتنمية المجتمعية
70	الفلسطينية لتعزيز العمل الأهلي
71	الجمعية الفلسطينية للتمكين والتنمية المجتمعية "سواعد"
72	جمعية التضامن والوفاء الخيرية
73	الاتحاد الوطني لتجمع المؤسسات الاهلية
74	اتحاد المؤسسات الاهلية للتنمية
75	مركز علم تسوية النزاعات والتصالح الاجتماعي (وفاق)
76	المشاركة للتنمية السياسية والثقافية
77	جمعية تعاون لحل الصراعات

78	جمعيّة الصداقة الفلسطينية الأمريكية
79	المجلس الفلسطيني لنشر الوعي والحوار الديمقراطي
80	جمعيّة هيئة العمل التطوعي
81	الحملة الدوليّة لحرية حركة الفلسطينيين (كرامة)
82	اللجنة العامة للدفاع عن الأراضي
83	المؤسسة الفلسطينية للشفافية (المركز الفلسطيني للعدالة الإنتقاليّة)

ملحق (4) أسئلة المقابلة

1. كيف يوظف مسؤولو العلاقات العامة، والإعلام، في المؤسسات الحقوقية؟ هل توجد اعتبارات معينة؟ علماً أن ذوي الاختصاص هم ممن يحملون شهادات في مجال الإعلام، أو العلاقات العامة؟
2. كيف تقيم وجود قسم، أو دائرة علاقات عامة وإعلام، في المؤسسة الحقوقية الفلسطينية، أو عدمه؟
3. كيف يمكن أن يسهم التواصل مع وسائل الإعلام في تحقيق أهداف المؤسسة الحقوقية؟
4. كيف تتواصل المؤسسة مع وسائل الإعلام؟ هل توجد آليات محددة؟
5. لماذا تهدف المؤسسة إلى توفير الدعم، والتمويل، من تواصلها مع وسائل الإعلام؟

ملحق (5) تحكيم أسئلة المقابلة

بسم الله الرحمن الرحيم

حضرة د. محمود الفطاطة المحترم،

م/ تحكيم أسئلة مقابلة

أهديكم أطيب التحيات، ونظرًا لما تتمتعون به من خبرة علمية كبيرة، أرفق لكم نسخة من أسئلة مقابلة دراسة: **توظيف المؤسسات الحقوقية الفلسطينية لعلاقتها مع وسائل الإعلام، راجية** منك أن تتفضل بالاطلاع عليها، وإبداء الرأي والملاحظات، التي تصب في مصلحة الدراسة، وتحسينها، وهي محل اعتزاز، وتقدير، لدى المشرف، والباحثة.
مع خالص الشكر والتقدير

المشرف: د. عبد الله عدوي

الباحثة حنين الحلو

ملحوظات المحكم:

يمكن إضافة سؤال يتعلق بأهمية وجود قسم، أو دائرة علاقات عامة في المؤسسات الحقوقية، والتطرق للحديث عن آليات التواصل التي تستخدمها دوائر العلاقات العامة في هذه المؤسسات مع وسائل الإعلام، وهل توفر هذه الآليات الدعم، والتمويل، للمؤسسة؟

توقيع المحكم: د. محمود الفطاطة

ملحق (6) أسماء مدراء المؤسسات الحقوقية الذين أجريت معهم مقابلات

مدراء المؤسسات الحقوقية		
1.	شعوان جبارين	مدير مؤسسة الحق
2.	سحر فرنسيس	مدير مؤسسة الضمى لرعاية الأسير وحقوق الإنسان
3.	حلمي الأعرج	مدير مركز الحريات والحقوق المدنية
4.	عصام العاروري	مدير مركز القدس للمساعدة القانونية وحقوق الإنسان
5.	عايد أبو قطيش	مدير برنامج المساءلة في الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال

Abstract

Media relations is a crucial tool that organizations of all stripes shall use to further their aims, as it facilitates communication with the media. Through an analysis of the case of human rights organizations in the West Bank, this study aims to shed light on how much media relations are used by Palestinian non-profits. It also seeks to identify the key tactics that human rights organizations use to manage their relationship with the media and the challenges they encounter when trying to communicate with it. The study falls into the category of descriptive and analytical studies that aim to characterize, track, and evaluate the extent to which human rights organizations employ their relationships with the media through the gathering of relevant information and data. The study employed a mixed methodology, incorporating both quantitative components represented by the questionnaire tool distributed to (83) human rights organizations and qualitative components represented by the interview tool which was conducted with five human rights organizations.

The study came to the conclusion that the majority of non-profit Palestinian human rights organizations are eager to utilize their relationships with the media and forge partnerships with them by (50%). as the study revealed that (34%) of human rights organizations have a specialized media staff. The study concluded that the nature of the relationship between Palestinian human rights institutions and media was dominated by participatory and their interest in disseminating their news via media, by making information available to media, there are (49%) of the institutions. On the other hand, there was a weakness in media relations in terms of interaction with the media. The relationship focused on the institutions' interest in publishing their news only, as (40%) of human rights institutions

are not keen on holding meetings with media institutions, and (39%) of them do not participate in media organizations activities. One of the most prominent contributions of the study was that it provided a clear perception of the level of employment of human rights organizations for their media relationship and clarified the nature of the strategies that govern the relationship between the two parties and the objectives for which human rights organizations communicate with the media in a way that benefits workers in this field in order to improve the level of employment of their media relations with the media.