

الوظيفة التواصلية ودورها في فاعلية عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن: دراسة مسحية

Communicative Function and Its Role in the Efficiency of Public Relations Work in Human Rights Centers in Jordan: A Survey Study

الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على دور الوظيفة التواصلية من خلال وسائل الاتصال الإعلامية وغير الإعلامية في تفعيل عمل جهاز العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن، واستخدم الباحث المنهج المسحي وأداة الاستبانة التي وُضعت على ممارسي العلاقات العامة في (١٥) مركزاً لحقوق الإنسان في الأردن، وخلص البحث إلى مجموعة نتائج من أهمها:

- أكثر المنفذين لعمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن يتبعون إدارياً إلى أقسام أخرى ولا يوجد قسم مستقل للعلاقات العامة ونسبة (٦١,٣%)
- الصحافة الإلكترونية هي أكثر وسائل الإعلام مساهمة في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن.
- "الفيسبوك" أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تفعيلاً لعمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن.

الكلمات المفتاحية:

الوظيفة التواصلية، العلاقات العامة، مراكز حقوق الإنسان، وسائل الإعلام، وسائل الاتصال، شبكات التواصل الاجتماعي.

زياد محمود الشخانة
Zeyad Mahmoud Alshakhanbeh
أستاذ مساعد - جامعة البترا
zeyadshakhanbeh@gmail.com

Abstract

This study aims at exploring the role of the communicative function in media and non-media platforms, and in increasing the efficiency of public relation work in human rights centers in Jordan. The survey methodology was used and a questionnaire tool was administered to practitioners of public relations in 15 human rights centers in Jordan. The study came up with the following findings:

1. Public relations personnel in human rights centers in Jordan are administratively affiliated with other departments and there is no separate section for public relations, which accounted for 61.3%.
2. Online news media are one of the most contributing factors in activating the work of public relations in human rights centers in Jordan.
3. Facebook is one of the most effective social networking platforms for the job of public relations in human rights centers in Jordan.

Keywords:

Communicative Function, Public Relations, Human Rights Centers, Media, Means of Communication, Social Media.

المقدمة:

- هذه عدة أسئلة :
1. هل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ينفذها موظفون خاصون به، أم موظفون آخرون يؤدونها مع أعمال أخرى متعددة؟
 2. إلى أي درجة تساهم وسائل الإعلام في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟
 3. إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟
 4. ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن لوسائل الاتصال التقليدية في أداء عملهم؟
 5. ما أكثر وسيلة مراسلة يستخدمها ممارسي العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن في أداء عملهم؟
 6. أي أنواع الجمهور فاعلية مع الأنشطة التواصلية التي ينفذها ممارسي العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟
 7. ما درجة أهمية الصفات الشخصية والعملية لدى العاملين بالعلاقات العامة، في تفعيل الأداء الاتصالي لمراكز حقوق الإنسان بالأردن؟
 8. إلى أي مدى تفعل الأدوات والأنشطة التواصلية عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟
 9. ما المعوقات التي تحد من تفعيل الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟

ثانياً : أهداف البحث

1. التعرف إلى درجة اهتمام جهاز العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن، باستخدام الوسائل الحديثة والتقليدية لأجل تفعيل وتجويد العمل.
2. التعرف إلى أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً في عمل العلاقات العامة والمعوقات التي تواجه الوظيفة التواصلية في مراكز حقوق الإنسان بالأردن.
3. التعرف إلى المؤثرات المنعكسة على عمل العلاقات العامة جزاء تفعيل العاملون فيها للوظيفة التواصلية.
4. التعرف إلى التأثير الحاصل في عمل العلاقات العامة جزاء استخدام أدوات الوظيفة التواصلية.

ثالثاً: أهمية البحث

- يكتب هذا البحث أهميته في كونه يبحث في شأن نادر ما تم التطرق له وبالتالي هو يضيف معلومات جديدة إلى مكتبة العلاقات العامة ومكتبة حقوق الإنسان الأردنية.
- تسليط الضوء على نشاط العلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني، وبالتالي تكشف هذه المؤسسات آليات عمل العلاقات العامة لديها.

باتت العلاقات العامة مدخلاً أساسياً لتنظيم وإدارة المنظمات حديثاً، خصوصاً المؤسسات المدنية الحقوقية التي تعتمد كثيراً في تواصلها مع الجمهور الداخلي والخارجي على العلاقات العامة التي تخضع اليوم لعلم دقيق ونظريات وآليات عمل جديدة لا بُد فيها من استغلال أدوات الاتصال لتجويدها.

واليوم وبعد أن شهد قطاع المؤسسات المدنية الحقوقية حراكاً وزخماً وحضوراً، أضحت الحاجة ماسة للعلاقات العامة القوية التي هي أساس نجاح أي مؤسسة، إذ لا يمكن أن تعمل مراكز حقوق الإنسان بمعزل عن المحيط المدني أو الحكومي أو الجمهور الواعي أكثر من أي وقت مضى .

والعلاقات العامة إذا ما تم تفعيل استخدام الأدوات التواصلية فيها، يكون لها الدور الرئيس في تطوير المراكز والمنظمات الحقوقية التي هي أدوات ضاغطة على المؤسسات الرسمية، وضمن المكونات الرئيسة لأي مجتمع ديمقراطي أو شبه ديمقراطي، ويقع على عاتقها تعزيز حقوق الإنسان التي ترتبط كثيراً بمدى فاعلية العلاقات العامة خصوصاً مع زيادة الاهتمام بها دولياً.

والعلاقات العامة بمراكز حقوق الإنسان تقف في الواجهة مع الجمهور من جهة، ومع المنظمات الدولية من جهة أخرى، وكون العالم الثالث يشهد ضعفاً في دور الدولة في الميادين الحقوقية وتهميش مؤسسات الدولة التنفيذية والتشريعية والرقابية لبعض التفاصيل في الجوانب الحقوقية، ما أفسح المجال لإنشاء المنظمات والمؤسسات غير الحكومية لسد الفجوة وزيادة عددها بزيادة التمويل الخارجي الذي جعلها أكثر نشاطاً ومنافسةً مع مؤسسات الدولة، ويحتاج العاملون فيها دائماً إلى استخدام كئيف للأدوات والوسائل التواصلية المتاحة واستغلال التطورات في التكنولوجيا الرقمية للوصول إلى الجماهير.

المبحث الأول
الإطار العام للبحث

أولاً : مشكلة البحث وأسئلته : إن تنوع اختصاصات مراكز حقوق الإنسان في الأردن بين حرية الرأي والتعبير وحقوق المرأة والطفل والانتهاكات لدى السلطات أو الحقوق السياسية أو التعليمية أو تقديم المساعدة القانونية واختلاف فئاتها المستهدفة التي قد تكون عموم المجتمع أو فئات محددة فيه كالنساء والاطفال والمسنين واللاجئين والعمال والمساجين...الخ، ما يتطلب حضوراً قوياً لدور العلاقات العامة من حيث استخدام القائمون عليها لكافة الوسائل والأساليب المتاحة لتحقيق اهداف المؤسسة التي تعود بالنفع على المجتمع في مجال هام جداً ألا وهو الحقوق.

لذا، فلا بُد من الوقوف بحثياً على دور الوظيفة التواصلية في مراكز حقوق الإنسان بالأردن في تحقيق فاعلية أكثر في عمل العلاقات العامة، ويتفرع عن

المبحث الثاني

الإطار المنهجي للبحث والإجراءات

أولاً: منهجية البحث

أ نوع الدراسة ومنهجها : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتعتمد على المنهج المسحي. والمنهج هو الأسلوب أو الطريقة التي تُستخدم للوصول إلى المعلومات المطلوبة بطرائق علمية وموضوعية(الفائدي، 1994، ص46).

واعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث والدراسات التواصلية. وتصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي (زغيب، 2009، ص 21). وأسلوب المسح، هو من أنسب الأساليب العلمية ملائمة لهذه الدراسة، حيث يستهدف المسح التسجيل والتفسير الراهن للظاهرة (دور الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة في تفعيل عمل المراكز الحقوقية).

ب مجتمع البحث وعينته: مجتمع البحث هو المراكز الحقوقية في الأردن والتي تنقسم بين شركات ربحية عددها بالمتأ، وشركات غير ربحية عددها في وزارة التنمية السياسية حتى كتابة هذا البحث 56 شركة.

العينة : قام الباحث باختيار عينة قوامها 15 مركزاً تعمل في المجالات الحقوقية وهي : مجموعة القانون من أجل حقوق الإنسان (ميزان)، مركز العدل للمساءلة القانونية، مركز الفينيق للدراسات والحقوق العمالية، مركز عدالة لدراسات حقوق الإنسان، المركز الوطني لحقوق الإنسان، مركز عمان لحقوق الإنسان، معهد تضامن المرأة الأردني، مركز حماية وحرية الصحفيين، مركز النهضة العربية(أرض)، جمعية صوت الحق لحقوق الإنسان، جمعية الكرامة لحقوق الإنسان والسلام الدوليين، محامون بلا حدود، مركز الرعاية اللاحقة للسجناء، مركز تمكين للمساءلة القانونية وحقوق الإنسان، الجمعية الوطنية لحقوق الإنسان.

تم توزيع الاستبانة على العاملين في العلاقات العامة في هذه المراكز سواء الذين يقومون بعمل العلاقات العامة بشكل مستقل أو إلى جانب أعمال أخرى داخل المركز.

ج أداة جمع البيانات: تعد الاستبانة الأداة الملائمة لهذا البحث، والتي تم تصميمها وفقاً لأسئلة البحث وفي ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية ونموذج (Grunig) و (Hunt)، واشتملت الاستبانة ثلاثة أجزاء هي: الجزء الأول: الخصائص الشخصية والعملية لعينة الدراسة، وتكونت من ثلاث فقرات اشتملت على: النوع، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، نوع الوظيفة، اسم الجهاز .
الجزء الثاني: اشتمل على استخدام الأدوات الاتصالية والتواصلية المتنوعة في تأدية العمل في العلاقات العامة .
الجزء الثالث : تفعيل الأدوات التواصلية للعلاقات العامة.

ثانياً: حدود الدراسة

1. الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على ممارسي العلاقات العامة في المراكز الحقوقية في الأردن.
2. الحدود المكانية: المراكز الحقوقية محل الدراسة (العينة) تتخذ من العاصمة الأردنية عمان مكاناً لها.
3. الحدود الزمنية: قام الباحث بإعداد هذه الدراسة خلال الفترة 1/2/2020 - 20/3/2020

ثالثاً: صعوبات الدراسة: انحصرت الصعوبات في قلة المراجع والدراسات العربية التي تناولت دور الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة في تفعيل عمل المراكز الحقوقية في الأردن، لذا، يمكن القول إن هذا البحث من الدراسات العربية النادرة إن لم تكن الأولى في هذا الموضوع .

رابعاً : اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

أ - صدق الأداة: للتأكد من صحة الاستبانة وصلاحيتها للتطبيق ومدى تمثيلها لأعراض الدراسة بعد مراجعة الأدب النظري، تم عرضها على متخصصين في مجال الإعلام لمعرفة مدى قدرتها على قياس ما وضعت لأجله، وتم إجراء التعديلات المقترحة منهم. انظر 1 للتعرف على المحكمين .

ب - ثبات أداة الدراسة: أكثر الطرائق الإحصائية لقياس الثبات شيوعاً هي طريقة (كرونباخ ألفا) (Cronbach,S Alpha)، التي تعتمد على الاتساق الداخلي، وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها بعضاً ومع كَل الأسئلة بصفة عاقبة. وبعد تطبيق مؤشّر كرونباخ ألفا (Cronbach,S Alpha) على جميع الأسئلة الموجهة إلى القائمين بعمل العلاقات العامة التي بلغ عددها (53) سؤالاً، جاءت نتيجة كرونباخ ألفا (0.87)، مما يدل على قدرة أداة الدراسة العالية على قياس ما صُممت من أجله.

الجدول رقم (1) معامل الثبات للدراسة المسحية بطريقة كرونباخ ألفا.

خامساً: المعالجة الإحصائية للبيانات

تم استخدام إجراءات إحصائية لتحليل البيانات، وجدولتها بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS) وهي: التكرارات، والنسب المئوية .

المبحث الثالث

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً : النظرية والنموذج المستخدم :

أ نظرية المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة: جاء مفهوم المسؤولية الاجتماعية معبراً عن دور ممارسي العلاقات العامة في إقناع الإدارة بمسؤولية المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه وأطلق عليه ((CSR1) Responsibilit Social Corporat .

وتطور هذا المفهوم إلى مستوي ثان (CSR2)؛ أي ضرورة استجابة المنظمات لاحتياجات الجماهير الأساسية - Responsiveness Social Cor-porate، وهنا تتجاوز السؤال موضوع المسؤولية الاجتماعية للمنظمات إلى كيف تنعكس هذه المسؤولية في شكل استجابة سريعة لاحتياجات مجتمعاتها.(Sims, 2003.p12, Hopkins, 2007.p75). فالمسؤولية الإعلامية تعكس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من جانب، والممارسة الأخلاقية لها من جانب آخر(Hirschland, 2006).

ب نموذج (Grunig) و (Hunt) بممارسة العلاقات العامة للسلوك الاتصالي للمنظمات، أصدر الباحثان كتاباً بعنوان إدارة العلاقات العامة عرضا فيه أربعة نماذج لتطور حقل العلاقات العامة والممارسة فيه، وتناولت هذه النماذج علاقات اتصالات العلاقات العامة مع الجماهير الداخلية والخارجية. وهذه النماذج هي (نموذج الوكالة الصحفية، نموذج الإعلام العام، النموذج غير المتوازن، النموذج المتوازن). (مصالحه، 2006، ص76)

ثانياً: تعريف المصطلحات

العلاقات العامة : يعرفها (Webster, 1997.p74): "تنشيط العمليات الاتصالية وإيجاد الثقة بين شخص أو منظمة، أو مشروع، وأشخاص آخرين، أو

الجدول رقم (١) يمثل وصف لعينة الدراسة

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .87 | 53 |

المجتمع المدني بإجراء بحوث الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، واختلف مستويات استخدام العاملين بالعلاقات العامة للوسائل الاتصالية .

2. دراسة (العتوم 2010) أهمية الوظيفة الاتصالية في عمل العلاقات العامة : دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية. هدفت التعرف على واقع عمل العلاقات العامة في الأردن ومدى قيامها بالأنشطة الاتصالية، وخلصت إلى نتائج من أبرزها : أن أجهزة العلاقات العامة تهتم في وظيفتها الاتصالية باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية والاتصال الوجاهي المباشر لتعريف الجمهور بالمعلومات، كما بينت أن صاحب القرار في الوزارات أو الدوائر يعيق عمل العلاقات العامة بسبب التدخلات المستمرة.

3. دراسة (سيوني، 2009)، النشاط الاتصالي في مؤسسات المجتمع المدني دراسة تحليلية لأنشطة العلاقات العامة ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور.

تناولت النشاط الاتصالي في مؤسسات المجتمع المدني، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور. وخلصت إلى نتائج من أبرزها : الاعتماد على الاتصال المباشر في التعامل مع الجمهور وعدم استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، كما خلصت إلى ضرورة تركيز التواصل من خلال القنوات والمؤتمرات.

4. دراسة (الأمين، 2007)، أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية. هدفت التعرف على استخدام العلاقات العامة للوسائط المتعددة في التكنولوجيا الاتصالية. وتوصلت إلى أن التكنولوجيا الحديثة ساعدت كثيراً في التخطيط وتنسيق العمل واتخاذ القرارات السليمة ومخاطبة الجمهور والتعرف على ردة فعله ومطالبه، ورفعت من أداء التواصل اليومي مع الجمهور.

5. دراسة (Springston, 2001)، بعنوان العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال الجديدة- تأثير الإنترنت. أجريت على عينة من ممارسي العلاقات العامة حول استخدامهم الإنترنت في العلاقات العامة، حيث وافق معظمهم على أن الإنترنت يتضمن أبرز مقومات التواصل، وأن هناك كثافة في استخدام البريد الإلكتروني والوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية للإنترنت من قبل ممارسي العلاقات العامة وبيّنت النتائج فلة استخدام المواقع الإلكترونية في الترويج للخدمات.

6. دراسة (Luo, Y. And Jiang, H. 2012) ، استخدام ممارسي العلاقات العامة في الصين لمواقع التواصل الاجتماعي: القياس والتحديات. واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي وأداة المقابلة المعمقة مع (18) من مدراء العلاقات العامة وتوصلت إلى أن ممارسي العلاقات العامة في الصين يمزجون في الوظيفة الاتصالية بين وسائل الإعلام الحديثة والوسائل التقليدية في عملهم وتواصلهم مع الجمهور، كما كشفت الدراسة عن مواجهتهم لتحديات من أهمها عدم وجود شفافية في المعلومات في المواقع الإلكترونية للمؤسسات العامة التي يتابعونها مما يؤثر في عملهم .

العلاقة بين هذا البحث والدراسات السابقة

يُركّز هذا البحث على مدى تفعيل ممارسي العلاقات العامة للأدوات الاتصالية في عملهم سواء التقليدية أو الحديثة وأي هذه الأدوات أكثر استخداماً أو تأثيراً بما يتعلق بمراكز حقوق الإنسان، بينما تركّز الدراسات السابقة على وسائل وأدوات بعينها ولم تتطرق لموضوع العلاقات العامة من جانب حقوق الإنسان.

استفاد البحث الحالي من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة البحث وتحديدها، وأيضاً في تبويب أسئلة الدراسة وفقرات الاستبانة وموضوعاتها.

المبحث الرابع

نتائج البحث ومناقشتها

يُقدّم هذا المبحث نتائج أسئلة البحث التي يناقشها الباحث على نحو مباشر؛ لأهمية أن تكون المناقشة وإبداء الرأي فيها جنباً إلى جنب مع الجداول والإحصائيات المتعلقة بها؛ للتسهيل على القارئ فهم النتائج، وتقسّم النتائج إلى ثلاثة أقسام:

- الصفات الشخصية والعمليّة لأفراد العينة.

جماهير معينة، أو المجتمع كله، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح، وتنمية علاقات متبادلة، ودراسة ردود الفعل وتقويمها". أي أنها عمليات اتصالية يجب القيام بها لتحقيق الثقة وتنمية العلاقات وخلق الوصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط. (عبد الفضيل، 2015، ص23)

الوظيفة الاتصالية : وتُعرف في هذا البحث بالحدث الذي يقوم به ممارسو العلاقات العامة بالتواصل مع الجمهور من خلال وسائل الاتصال بأنواعه الإعلامية وغير الإعلامية لتحقيق أهداف العمل وخلق الصورة الإيجابية وتحقيق النتائج. أما تفعيل هذه الوظيفة، فيعني التفعيل مدى تجويد وسائل الاتصال عند استخدامها، لآليات العمل وتعزيز القدرات في التأثير والإقناع والحصول على نتائج متقدمة في ما يخص العمل الحقوقي في المجتمع الأردني .

المراكز الحقوقية في الأردن هي جهات مرخصة رسمياً من قبل الوزارات المعنية بأهداف وعمل كل منها، وهي في هذه الدراسة مراكز أو جمعيات أو شركات ربحية أو غير ربحية تعمل في الأردن على الجوانب الحقوقيّة في مختلف شؤون وأنواع الحقوق سواء الإنسانية أو حقوق المواطن داخل دولته كالحقوق المدنية والثقافية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتعليمية والصحية وغيرها .

أما حقوق الإنسان فهي حقوق متأصلة في جميع البشر، مهما كانت جنسيتهم أو مكان إقامتهم أو نوع جنسهم أو أصلهم الوطني أو العرقي أو لولهم أو دينهم أو لغتهم أو أي وضع آخر، ولنا جميع الحق في الحصول على حقوقنا الإنسانية على قدم المساواة ودون تمييز. وجميع هذه الحقوق مترابطة ومتآزرة وغير قابلة للتجزئة.(مفوضية حقوق الإنسان: <https://www.ohchr.org/ar/issues/pages/whatarehumanrights.aspx>)

وسائل الاتصال الفاعلة في العلاقات العامة

يُعرّف الاتصال في العلاقات العامة أنه " العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفي الاتصال داخل التنظيم أو خارجه باستخدام وسيلة أو وسائل معينة خلال إطار موقفي يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل نحو تحقيق الأهداف(إسماعيل، 2003، ص89) ، وهي أحد المجالات الإدارية التي شملتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأثرت فيها، الشيء الذي مكّن ممارسي العلاقات العامة من تقوية علاقات واتصالات المنظمة وتعزيزها.

ووسائل الاتصال في العلاقات العامة تُقسم إلى ما يلي (حربي وآخرون، 1991، ص33):

أ وسائل الاتصال غير المباشرة (الجماهيرية) وتقسّم إلى :

1. وسائل مفروعة أو مكتوبة تستخدمها العلاقات العامة لإيصال رسائلها إلى الجمهور عن طريق النشر في الصحافة والمجلات أو طبع الدوريات والكتيبات، والإعلانات والنشرات الترويجية والدورية وغير الدورية كشرة أخبار أو شرة مصورة أو شرة فيديو أو شرة إرشادية.(هاشم، 2008، ص99)

2. وسائل مسموعة ومرئية؛ كالإذاعة ودورها الهام في التأثير بالرأي العام والجمهور(جودة، 2002، ص37)، والهاتف وهو أقوى وسائل التواصل، والتسجيلات لتسجيل اللقاءات والاجتماعات والمناقشات، والتلفزيون الذي أثبتت الدراسات أنه الوسيلة الأولى في غرس المفاهيم لدى الجماهير، والسينما التي يمكن فيها عرض الأفلام داخل المؤسسة أو خارجها، وشبكة الإنترنت التي باتت تتحكّم بكل ما له علاقة بالإعلام والاتصال .

ب الوسائل المباشرة للاتصال، وفيها يكون الاتصال وجهاً لوجه، كتظيم الحفلات والدعوات والندوات والمحاضرات وتعريف الرأي العام بنشاط المؤسسة، أو تقديم المعلومات والرد على الشائعات(العتوم، 2020)، والاشتراك في المسابقات والحياة العامة وإجراء المقابلات الشخصية وتنظيم الزيارات والمعارض.

ثالثاً : الدراسات السابقة

وجد الباحث ندرته في الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، ومنها :

1. دراسة (العجيل، 2018) : دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بمؤسسات المجتمع المدني الليبية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها. تناولت الدور الاتصالي للعلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني، وخلصت إلى عدم قيام غالبية القائمين بالاتصال في العلاقات العامة في مؤسسات

نتائج السؤال الأول وهو: هل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ينفذها موظفون متخصصون بها، أم موظفون آخرون يؤدونها مع أعمال أخرى متعددة؟

يبين الجدول رقم (3) أن أكثر العاملين في العلاقات العامة بالمراكز الحقوقية في الأردن يقومون بتنفيذ أعمال العلاقات العامة إلى جانب أعمال أخرى بنسبة (62.9%)، وهذا يشير إلى أن هذه المراكز لا تخصص موظفين لهذا العمل الهام مما يؤثر حتماً على أداء العمل وتطويره في الوقت الذي تكتسب فيه العلاقات العامة أهمية كبيرة تتطلب استقلالية في العمل. كما جاء بالمرتبة الثانية القيام بعمل العلاقات العامة مع مهام الإعلام لما بينهما من ترابط كبيرة أو تشابه في العديد من الأنشطة المتداخلة وبنسبة (29.0).

نتائج السؤال الثاني وهو: إلى أي درجة تساهم وسائل الإعلام في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟

يبين الجدول رقم (4) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.76-2.58)، وقد جاءت الصحافة الإلكترونية في المرتبة الأولى في تفعيل عمل العلاقات العامة في المراكز محل البحث، بمتوسط حسابي بلغ (2.58)

- استخدام العينة للأدوات الاتصالية والتواصلية / حتى السؤال السادس.
- تفعيل الأدوات التواصلية لعمل العلاقات العامة/ السؤال السابع.

وصف العينة :

يبين الجدول رقم (2) أن نسبة العاملين في العلاقات العامة من الذكور هي (59.7%) أعلى من الإناث اللاتي نسبتهن(40.3%)، كما أن هؤلاء العاملون أعمارهم في الثلاثينات ونسبتهم(46.8%)، وأكثرهم ممن يحملون الشهادة الجامعية الأولى بكالوريوس بنسبة(62.9%)، كما أن أغلب أفراد العينة هم من فئة الموظفين وبنسبة (75.8%).

وتُظهر النتائج أن أكثر المنفذين لعمل العلاقات العامة هم التابعون وظيفياً لأقسام أخرى بنسبة(61.3%)، أي أن أكثر مراكز حقوق الإنسان في الأردن لا تخصص أقسام مستقلة للعلاقات العامة بل يتبعونها إلى أقسام أخرى مختلفة، الشيء الذي يؤكد عدم وضع العلاقات العامة في مكانها المستحق وتهتميش دورها بعدم استقلالية العاملين فيها عن الأعمال والأقسام الأخرى.

الجدول رقم (٢) توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

| المتغير | الفئة | التكرار | النسبة% |
|------------------|----------------------|---------|---------|
| النوع الاجتماعي | ذكر | ٣٧ | ٥٩,٧% |
| | أنثى | ٢٥ | ٤٠,٣% |
| | المجموع | ٦٢ | ١٠٠,٠% |
| الفئة العمرية | ٢٠-٢٩ | ١٥ | ٢٤,٢% |
| | ٣٠-٣٩ | ٢٩ | ٤٦,٨% |
| | ٤٠-٤٩ | ١٤ | ٢٢,٦% |
| | ٥٠-٥٩ | ٤ | ٦,٥% |
| | المجموع | ٦٢ | ١٠٠,٠% |
| المستوى التعليمي | أقل من جامعي | ٩ | ١٤,٥% |
| | بكالوريوس | ٣٩ | ٦٢,٩% |
| | دراسات عليا | ١٤ | ٢٢,٦% |
| | المجموع | ٦٢ | ١٠٠,٠% |
| اسم الجهاز | تابع وليس قسم | ٤ | ٦,٥% |
| | قسم آخر غير العلاقات | ٣٨ | ٦١,٣% |
| | قسم العلاقات | ١٧ | ٢٧,٤% |
| | وحدة العلاقات | ٣ | ٤,٨% |
| | المجموع | ٦٢ | ١٠٠,٠% |
| الوظيفة الحالية | رئيس قسم | ٩ | ١٤,٥% |
| | مدير | ٦ | ٩,٧% |
| | موظف | ٤٧ | ٧٥,٨% |
| | المجموع | ٦٢ | ١٠٠,٠% |

المعروفة والقوية عالمياً بمتوسط حسابي (2.34)، أما بالمرتبة الأخيرة شبكة "سناپ شات" بمتوسط حسابي (1.56) وهي شبكة تواصل مضمونها يركّز على الصور والفيديو المتعلّق بالحياة الشخصية للأفراد وغير مناسبة للأعمال الجديّة خصوصاً الحقوقية منها .

نتائج السؤال الرابع: ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن لوسائل الاتصال التقليدية في أداء عملهم؟ يُبيّن الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.76-2.35)، كان أعلاها هو "إجراء الاتصالات عبر الهاتف" بمتوسط حسابي (2.35) وبدرجة مرتفعة، وهذا يؤكد أهمية الاتصال المباشر في إنجاز العمل وتفعيله في العلاقات العامة وسرعة التواصل مع الجمهور والتعرّف على ردة الفعل والمطالب وتوصيل الخدمات وتنظيم الأنشطة وغيرها مما يحتاج إلى اتصال هاتفي سريع وأيضا يحتاج إلى "إجراء مقابلات" التي جاءت بمرتبة ثانية بمتوسط حسابي (2.23). أما بالمرتبة الأخيرة فقد جاءت الفقرة "تنظيم الرحلات" بمتوسط حسابي (1.76).

وبدرجة مرتفعة، وهذا يؤكد مكانتها في العصر الحديث وما تمتاز به من خدمات تفاعلية وأيضاً نشرها للنص المكتوب والصور والفيديو وقدرة متابعتها من خلال الهواتف الذكية بكل سهولة، وهذه النتيجة تخالف نتيجة دراسة (Springston, 2001)، التي كشفت عن قلّة استخدام المواقع الإلكترونية من قبل ممارسي العلاقات العامة في ترويجهم للخدمات. أما بالمرتبة الأخيرة فجاءت المجالات بمتوسط حسابي (1.71) وبدرجة متوسطة.

نتائج السؤال الثالث: إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟ الجدول رقم (5) مساهمة شبكات التواصل في تفعيل عمل العلاقات العامة. يُبيّن الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.56-2.56)، كان أعلاها "الفيس بوك" بمتوسط حسابي (2.56) وبدرجة مرتفعة، وهذا يؤكد أهمية هذه الشبكة في ممارسة العلاقات العامة والتفاعل مع الجمهور الأردني في الجوانب الحقوقية. وبالمرتبة الثانية شبكة "تويتر"

الجدول رقم (٣) القيام بعمل العلاقات العامة بين متخصصين بها أو غير المتخصصين.

| النسبة % | التكرار | التصنيف |
|----------|---------|--|
| ٦٢,٩ | ٣٩ | تقوم بعمل العلاقات العامة إلى جانب أعمال وظيفية أخرى |
| ٨,١ | ٥ | تقوم بعمل العلاقات العامة فقط |
| ٢٩,٠ | ١٨ | تقوم بعمل العلاقات العامة والإعلام معاً |
| ١٠٠,٠ | ٦٢ | المجموع |

الجدول رقم (٤) مساهمة وسائل الإعلام في تفعيل عمل العلاقات العامة.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|---------------------|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ٥ | الصحافة الإلكترونية | ٢,٥٨ | ٠,٧١٤ | ١ | مرتفعة |
| ١ | التلفزيون | ٢,١٢ | ٠,٧٠٦ | ٢ | مرتفعة |
| ٤ | الصحافة الورقية | ١,٨٦ | ٠,٧٤٣ | ٣ | متوسطة |
| ٢ | الإذاعة | ١,٧٦ | ٠,٧٣٩ | ٤ | متوسطة |
| ٣ | المجلات | ١,٧١ | ٠,٧٥٥ | ٥ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,٠٦ | ٠,٧٣١ | - | مرتفعة |

ملاحظة: ترقيم الفقرات يمين الجدول كما جاءت في الاستبانة عند توزيعها، أما ترتيبها بعد النتائج فهو موضع في نافذة (المرتبة)

الجدول رقم (٤) مساهمة وسائل الإعلام في تفعيل عمل العلاقات العامة.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|------------|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ١ | الفيس بوك | ٢,٥٦ | ٠,٦٩ | ١ | مرتفعة |
| ٢ | تويتر | ٢,٣٤ | ٠,٧ | ٢ | مرتفعة |
| ٥ | اليوتيوب | ٢,٠٦ | ٠,٧ | ٣ | مرتفعة |
| ٦ | LinkedIn | ١,٧٦ | ٠,٧٨ | ٤ | متوسطة |
| ٣ | انستغرام | ١,٧٤ | ٠,٨١ | ٥ | متوسطة |
| ٤ | سناپ شات | ١,٥٦ | ٠,٧٦ | ٦ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,٠٠ | ٠,٧٤ | - | متوسطة |

وسيلة رسمية أثناء التخابر، وهذا مناسب لعمل المراكز الحقوقية التي تتعامل مع مؤسسات محلية ودولية وجماهير متنوعة. وتلقى هذه النتيجة مع دراسة (Springston, 2001)، التي كشفت عن كثافة في استخدام البريد الإلكتروني من قبل ممارسي العلاقات العامة.

ثم جاء "الوتساب" الذي يلقي حضوراً عالمياً كبيراً في مجال التواصل وتسريع وتيرة العمل بمتوسط حسابي (2.39) أما بالمرتبة الأخيرة وسيلة المراسلة "رسائل SMS" بمتوسط حسابي (1.58)، وهي أداة قديمة في التراسل ولم تعد متداولة كما السابق.

نتائج السؤال السادس: أي أنواع الجمهور فاعلية مع الأنشطة التواصلية التي ينفذها ممارسو العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟

وبناء على ما سبق، فإن ممارسي العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان في الأردن يمزجون بين الوسائل الإعلامية الحديثة والوسائل التقليدية في عملهم، وهذا يوافق ما توصلت له دراسة (Luo, 2012 & Jiang)، في أن ممارسي العلاقات العامة في الصين يمزجون في الوظيفة التواصلية بين وسائل الإعلام الحديثة والوسائل التقليدية في عملهم وتواصلهم مع الجمهور.

نتائج السؤال الخامس: ما أكثر وسيلة مراسلة يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن في أداء عملهم؟
يُبين الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.58-2.48)، كان أعلاها لوسيلة المراسلة "الإيميل" بمتوسط حسابي (2.48) وبدرجة مرتفعة، وبالتالي فالإيميل وسيلة مراسلة جديّة وعملية وتعتبر عالمياً

الجدول رقم (٦) استخدام ممارسي العلاقات العامة لوسائل الاتصال التقليدية.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|---------------------------|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ٤ | إجراء اتصالات هاتفية | ٢,٣٥ | ٠,٧٧ | ١ | مرتفعة |
| ٩ | إجراء المقابلات | ٢,٢٣ | ٠,٧٨ | ٢ | مرتفعة |
| ٨ | المشاركة العامة والزيارات | ٢,٢١ | ٠,٧٥ | ٣ | مرتفعة |
| ١ | تسجيل المناسبات فيديو | ٢,١٨ | ٠,٧٨ | ٤ | مرتفعة |
| ٧ | المشاركة في المسابقات | ١,٨٩ | ٠,٨٣ | ٥ | متوسطة |
| ٢ | تنظيم المعارض | ١,٨٧ | ٠,٧١ | ٦ | متوسطة |
| ٣ | عرض الأفلام | ١,٨٧ | ٠,٧١ | ٧ | متوسطة |
| ٥ | تنظيم الحفلات | ١,٨٧ | ٠,٧٨ | ٨ | متوسطة |
| ٦ | تنظيم الرحلات | ١,٧٦ | ٠,٨ | ٩ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,٠٣ | ٠,٧٧٣ | - | مرتفعة |

الجدول رقم (٧) أكثر وسائل المراسلة استخداماً من قبل ممارسي العلاقات العامة.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|------------|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ١ | الإيميل | ٢,٤٨ | ٠,٧٤ | ١ | مرتفعة |
| ٢ | الوتساب | ٢,٣٩ | ٠,٦٦ | ٢ | مرتفعة |
| ٣ | الماسنجر | ١,٩٢ | ٠,٧٥ | ٣ | متوسطة |
| ٤ | SMS رسائل | ١,٥٨ | ٠,٧٦ | ٤ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,٠٩ | ٠,٧٢٨ | - | مرتفعة |

الجدول رقم (٨) الجمهور الأكثر فاعلية مع الأنشطة التواصلية التي تقوم بها مراكز حقوق الإنسان.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|--------------------------------|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ١ | الجمهور (كأفراد) | ٢,٣٧ | ٠,٧٥ | ١ | مرتفعة |
| ٤ | جمهور الجهات والمنظمات الدولية | ٢,٢١ | ٠,٦٨ | ٢ | مرتفعة |
| ٣ | الجمهور كمؤسسات محلية أهلية | ٢,١٦ | ٠,٦٦ | ٣ | مرتفعة |
| ٢ | الجمهور كمؤسسات محلية رسمية | ١,٩ | ٠,٦٧ | ٤ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,١٦ | ٠,٦٩ | - | مرتفعة |

والإبداع فيها دون دراسة كما نستنتج من هذه النتيجة .
نتائج السؤال الثامن: إلى أي مدى تفعل الأدوات والأنشطة التواصلية عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟
يبيّن الجدول رقم (10) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (2.0-2.35)، وجاءت بالمرتبة الأولى من بين الأدوات والأنشطة التواصلية الفقرة " استخدام وسائل الاتصال من حيث مراعاة خصوصية الأفراد " بمتوسط حسابي بلغ (2.35) وبدرجة مرتفعة، ما يشير إلى المكانة الأخلاقية والعملية المتقدمة التي يعمل بها موظفو العلاقات العامة في المراكز الحقوقية بالأردن من حيث مراعاتهم للشؤون الخاصة لأفراد الجمهور أثناء التواصل والاتصال والأنشطة التي يقومون بها.

جاء بالمرتبة الثانية الفقرة "زادت شبكات التواصل الاجتماعي من معرفتي بجاذبات الجمهور لأنه يستخدمها بكثرة " وبتوسط حسابي بلغ (2.34) وبدرجة مرتفعة، وهذا يؤكد الدور الكبير لشبكات التواصل في العمل الحقوقي والتي يمكن لها تفعيل آليات هذا العمل وتسريع وتيرته وتسهيل التواصل مع الجمهور الذي بات يستخدمها بكثافة في كل دول العالم، أما بالمرتبة الأخيرة فجاءت الفقرة "استخدام وسائل الإعلام بأنواعها يؤدي إلى إنجاز الهدف بوقت قياسي" بمتوسط حسابي (2.0)، وهذا يشير إلى أن استخدام كل أو مختلف وسائل الإعلام لا يؤدي بالضرورة إلى تفعيل عمل العلاقات العامة الذي يحتاج إلى اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة لتحقيق الهدف.

أما بخصوص التواصل الوجيه فقد جاء بالمرتبة (11) وهي مرتبة متأخرة رغم أهمية الاتصال الوجيه مع الجمهور، وهذا يختلف مع نتائج الدراسة السابقة (العتوم 2010) التي كشفت اهتمام ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الأردنية باستخدام الاتصال الوجيه المباشر مع الجمهور .
أما نتيجة "استخدام الفيديو في التواصل مع الجمهور" فهي تتفق مع نتيجة دراسة (الأمين، 2007)، التي بينت أن استخدام العلاقات العامة للوسائط المتعددة ساعد كثيراً في مخاطبة الجمهور والتعرف على ردة فعله.

نتائج السؤال التاسع: ما المعوقات التي تحد من تفعيل الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟
يبيّن الجدول رقم (11) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.90-2.29)، حيث جاء بالمرتبة الأولى في المعوقات التي تحد من تفعيل الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة الفقرة "كثافة النشاط الاتصالي للمنظمات

يبيّن الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.90-2.37)، وجاء بالمرتبة الأولى من بين أنواع الجمهور فاعلية مع الأنشطة الاتصالية فقرة "الجمهور كأفراد" بمتوسط حسابي (2.37) وبدرجة مرتفعة، وهذا يشير إلى اهتمام الجمهور كأفراد المجتمع المعنيين والمستهدفين بمتابعة الأنشطة الاتصالية وأيضاً اهتمام المراكز الحقوقية بجمهورها، أما بالمرتبة الثانية فقد جاءت "المنظمات الدولية" بمتوسط حسابي (2.21)، وهذا بسبب العلاقات التبادلية والتعاونية بين المراكز الحقوقية على المستوى العالمي، وبالمرتبة الأخيرة "الجمهور كمؤسسات محلية رسمية" بمتوسط حسابي (1.90) وبدرجة متوسطة، وهذا يشير إلى وجود تجاذبات وتشابكات بين المراكز الحقوقية والمؤسسات المحلية الحكومية بسبب عدم الصداقة بين الطرفين والمطالب والمتابعات والرقابة التي تمارسها المراكز الحقوقية على الأعمال الحكومية وتشريعاتها المتعلقة بالحقوق .

نتائج السؤال السابع: ما درجة أهمية الصفات الشخصية والعملية لدى العاملين بالعلاقات العامة، في تفعيل الأداء الاتصالي لمراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟

يبيّن الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية للفقرات تراوحت بين (1.68-2.39)، وجاء بالمرتبة الأولى من بين الصفات الشخصية والعملية صفة "الأمان الوظيفي في المنظمة يعزز الأداء الاتصالي" بمتوسط حسابي (2.39) وبدرجة مرتفعة، وهذا يؤكد ما يمر به الموظفون من ظروف معيشية يتطلعون فيها إلى الأمان المعيشي من خلال الأمان الوظيفي الذي يحفزهم على الإبداع في عملهم بالعلاقات العامة وهو شأن مهم لدى كل العاملين بمختلف القطاعات .

وجاء بالمرتبة الثانية " القدرة على فهم مزاجية الجمهور وحساسية طرح بعض القضايا الحقوقية" بمتوسط حسابي (2.29)، وهذا يؤكد أهمية فهم مزاج الجمهور وكيفية التعامل معه سيما وأن العديد من المجتمعات خصوصاً المحافظة منها والتي لديها حساسية في بعض القضايا الحقوقية وتحتاج إلى مهارة في التخاطب والتعامل معها من قبل ممارسي العلاقات العامة، أما بالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة "أن يكون رجل العلاقات العامة دارساً لتخصص العلاقات العامة" بمتوسط حسابي (1.68) وبدرجة متوسطة، وهذا يؤكد أن العلاقات العامة يمكن اكتسابها من وجهة نظر العينة دون دراستها، علماً أن دراسة التخصص هو كفاءة أكثر للعامل، لكن هناك تخصصات يمكن اكتسابها

الجدول رقم (٩) صفات العاملين بالعلاقات العامة ودورها في تفعيل الأداء الاتصالي

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|---|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ١ | الأمان الوظيفي في المنظمة يعزز الأداء الاتصالي | ٢,٣٩ | ٠,٧٥ | ١ | مرتفعة |
| ٩ | القدرة على فهم مزاجية الجمهور وحساسية طرح بعض القضايا الحقوقية | ٢,٢٩ | ٠,٦٩ | ٢ | مرتفعة |
| ٢ | القدرة على استمالة الآخرين للأفكار الحقوقية التي تعمل عليها المنظمة | ٢,٢٧ | ٠,٧١ | ٣ | مرتفعة |
| ٦ | مهارة الكتابة والاستماع | ٢,٢٧ | ٠,٦٨ | ٤ | مرتفعة |
| ١١ | عدم الخداع والتحويل أو التهوين أثناء استخدام الأدوات الاتصالية | ٢,٢٤ | ٠,٦٧ | ٥ | مرتفعة |
| ٣ | مهارة الخطابة والرد على الجمهور والناقدين | ٢,٢٣ | ٠,٧٦ | ٦ | مرتفعة |
| ١٠ | تقبل انتقادات الإدارة وتحمل كثرة الملاحظات | ٢,٢٣ | ٠,٧١ | ٧ | مرتفعة |
| ٨ | الحس الفني في استخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في الوقت المحدد | ٢,١٨ | ٠,٧٤ | ٨ | مرتفعة |
| ٥ | الشجاعة في الرد على الرسائل الاتصالية الناقدة أو الحادة | ٢,١٥ | ٠,٧٦ | ٩ | مرتفعة |
| ٤ | الذكاء أثناء التواصل مع الجمهور واكتشاف طرق التأثير بهم | ٢,١١ | ٠,٧٥ | ١٠ | مرتفعة |
| ٧ | أن يكون رجل العلاقات العامة دارساً لتخصص العلاقات العامة | ١,٦٨ | ٠,٨١ | ١١ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,١٩ | ٠,٧٣ | - | مرتفعة |

الجدول رقم (١٠) درجة تفعيل الأدوات والأنشطة التواصلية عمل العلاقات العامة

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|--|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ١٢ | استخدام وسائل الاتصال من حيث مراعاة خصوصية الأفراد | ٢,٣٥ | ٠,٦٨ | ١ | مرتفعة |
| ٢ | زادت شبكات التواصل الاجتماعي من معرفتي بحاجات الجمهور لأنه يستخدمها بكثرة . | ٢,٣٤ | ٠,٧٩ | ٢ | مرتفعة |
| ٦ | الدمج بالعمل بين العلاقات العامة واعمال أخرى زاد فاعلية العمل | ٢,٢٩ | ٠,٨٢ | ٣ | مرتفعة |
| ٤ | أدى تنفيذ المقابلات الشخصية إلى التعرف على الأخطاء في العمل وتصحيحها . | ٢,٢٣ | ٠,٧٨ | ٤ | مرتفعة |
| ٥ | ساهم استخدام وسائل المراسلة بأنواعها في تعريف الجمهور بالخدمات الجديدة. | ٢,٢٣ | ٠,٧٦ | ٥ | مرتفعة |
| ٩ | يزيد استخدام الفيديو في الاتصال مع الجمهور من ثقته بالخدمة | ٢,١٨ | ٠,٧٤ | ٦ | مرتفعة |
| ١١ | ساهم استخدامنا للتكنولوجيا الرقمية في اطلاع العمول مباشرة على الأنشطة التي ننفذها | ٢,١٨ | ٠,٧٤ | ٧ | مرتفعة |
| ٧ | نشر الفيديو والصور حقّر طالبي الخدمة للتواصل معي | ٢,١١ | ٠,٧٣ | ٨ | مرتفعة |
| ٨ | تنفيذ اعمال درامية حقوقيّة قصيرة ونشرها ساهم في تبسيط وصول الأفكار إلى الجمهور | ٢,١١ | ٠,٧٥ | ٩ | مرتفعة |
| ١٠ | الاستفادة من التجارب الغربية في توظيف وسائل الاعلام زاد من قدرتنا على حشد المؤيدين | ٢,١١ | ٠,٦٨ | ١٠ | مرتفعة |
| ١ | استخدام الاتصال الوجيهي أوصلني إلى فئات لا تتابع وسائل الإعلام | ٢,١٠ | ٠,٧٤ | ١١ | مرتفعة |
| ٣ | استخدم وسائل الإعلام بأنواعها يؤدي إلى إنجاز الهدف بوقت قياسي | ٢,٠ | ٠,٧٨ | ١٢ | مرتفعة |
| | المجال ككل | ٢,١٩ | ٠,٧٤٩ | - | مرتفعة |

الجدول رقم (١١) المعوقات التي تحد من تفعيل الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة .

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المرتبة | الدرجة |
|-------|---|-----------------|-------------------|---------|--------|
| ٧ | كثافة النشاط الاتصالي للمنظمات الحقوقيّة وتداخلها بالأهداف يربك الجمهور ويشتت انتباهه | ٢,٢٩ | ٠,٨ | ١ | مرتفعة |
| ١٠ | حساسية بعض القضايا الحقوقيّة تسبب إرباكاً في تنفيذ الأنشطة الاتصالية | ٢,٢٩ | ٠,٧٦ | ٢ | مرتفعة |
| ١١ | صعوبة قبول الجمهور أفكاراً جديدة بسبب خوفهم من مخاطر التمويل الأجنبي | ٢,٢٦ | ٠,٧٢ | ٣ | مرتفعة |
| ٨ | ضعف التسهيلات من قبل الإدارة أدى إلى تراجع استخدام وسائل الاتصال | ٢,١ | ٠,٧٢ | ٤ | مرتفعة |
| ١ | تشتت الجمهور بين شبكات التواصل الاجتماعي أثر في استقرار التواصل معه. | ٢,٠٨ | ٠,٧٧ | ٥ | مرتفعة |
| ٣ | قلّة تنظيم المؤتمرات والندوات ساهم في ضعف التشبيك مع الجمهور داخلياً وخارجياً | ٢,٠٦ | ٠,٨٥ | ٦ | مرتفعة |
| ٩ | شروط الممول تقلل من استخدام بعض الوسائل التقليدية المهمة أثناء العمل | ٢,٠٥ | ٠,٨٢ | ٧ | مرتفعة |
| ٤ | عدم تعامل الجمهور بجدية مع استطلاعات الرأي يعيق معرفة الطريقة الفضلى في عملها القادم | ٢,٠٢ | ٠,٧٦ | ٨ | مرتفعة |
| ٥ | متابعة الجمهور أنواعاً محددة في وسائل الاعلام يقلل الوصول إليهم بسرعة | ٢,٠٢ | ٠,٧٤ | ٩ | مرتفعة |
| ٢ | عدم إجراء الأبحاث والدراسات قتل من التعرف على آليات العمل المستقبلية | ١,٩٨ | ٠,٧٤ | ١٠ | متوسطة |
| ٦ | قلّة تنظيم أنشطة اتصالية كالرحلات والمسابقات يحدّ من الإنجاز في العمل | ١,٩٠ | ٠,٧٦ | ١١ | متوسطة |
| | المجال ككل | ٢,٠٩ | ٠,٧٦٧ | - | مرتفعة |

يعملون باستقلالية عن الأجهزة الإدارية الأخرى، كما يجب على هذه المراكز أن تهتم بتشغيل خريجي العلاقات العامة الذين لديهم معرفة في كيفية تفعيل الوظيفة الاتصالية والتواصلية.

كما يوصي الباحث بعدم تغيير ممارس العلاقات العامة كل حين، لأنه وبحسب نتائج البحث فالأمان الوظيفي لدى العاملين بأجهزة العلاقات العامة بات هاجساً في ظل التبدل والتغيير الدائم بين موظفي العلاقات العامة في الوقت الذي يحتاج العامل بالعلاقات العامة إلى سنوات لكي يتعرف على الجمهور ومداخله ومخارجه من حيث التأثير والتأثر، لذلك، يجب تسكين وظائف العلاقات العامة وعدم التغيير بين موظفيها خصوصاً أن نتائج البحث كشفت عن أهمية أن يكون لدى العاملين بالعلاقات العامة دراية بحساسية المجتمع تجاه بعض القضايا الحقوقية وفهم مزاجية الأفراد وهذا يأتي بالخبرة.

الحقوقية وتداخلها بالأهداف يربك الجمهور ويشتت انتباهه" بمتوسط حسابي بلغ (2.29) وبدرجة مرتفعة، وهذه نتيجة مهمة تعترف بها العينة، وهي واضحة للمتابعين من حيث كثرة النشاط للمراكز والمنظمات الحقوقية في الأردن وحضورها القوي وكثرتها وتداخلها في المجالات الحقوقية وأيضاً في استهدافها للجمهور الواحد وكثافة الرسائل والأنشطة التي يتلقاها مما يؤدي إلى تشتت التركيز أو إرباك تحقيق الرسالة والهدف من قبل العاملين بالعلاقات.

أما بالمرتبة الثانية جاءت الفقرة "حساسية بعض القضايا الحقوقية تسبب إرباكاً في تنفيذ الأنشطة التواصلية" بمتوسط حسابي بلغ (2.29) وبدرجة مرتفعة، وهذه نتيجة طبيعية سيما وأن المجتمعات العربية عموماً والمجتمع الأردني من بينها يُعدُّ محافظاً لا بُد وأن هذا يعيق العمل في الجوانب الحقوقية خصوصاً أن هناك وجهة نظر قوية لدى المجتمعات المحافظة تجاه المراكز الحقوقية والمتهمه بالتمويل الخارجي الذي يستهدف تغيير القيم والمعتقدات الاجتماعية بحسب وجهة نظر العديد من الأفراد.

وبالمرتبة الأخيرة جاءت الفقرة "قلة تنظيم أنشطة اتصالية كالرحلات والمسابقات يحد من الإنجاز في العمل" بمتوسط حسابي (1.90) وبدرجة متوسطة.

وبخصوص إجراء البحوث من قبل ممارسي العلاقات العامة والتي جاءت بدرجة متوسطة، فإنها تلتقي مع نتائج الدراسات السابقة (العجيل 2018) و (البيسوني 2009) واللذين كشفتاً عن ضعف هذا الجانب لدى ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات المجتمع المدني.

النتائج العامة للبحث

1. زيادة نسبة العاملين في العلاقات العامة من الذكور أكثر من الإناث كما تبين النتائج أن أكثر العاملين في العلاقات العامة يقومون بتنفيذ أعمال أخرى إلى جانب العلاقات العامة.
2. تعمل الصحافة الإلكترونية على تفعيل عمل العلاقات العامة أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، لكونها تركز على نشر القضايا والأنشطة الحقوقية بشكل مستمر، كما ويُعتبر "الفيس بوك" مساهماً فاعلاً في العلاقات العامة أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى.
3. يهتم ممارسو العلاقات العامة في "إجراء الاتصالات عبر الهاتف" عند تواصلهم بالأدوات التقليدية مع الجمهور، كما يهتمون باستخدام وسائل الاتصال من حيث مراعاة خصوصية الأفراد.
4. الجمهور كأفراد وليس كمؤسسات متفاعل أكثر مع الأنشطة التواصلية للعلاقات العامة، كما يُعتبر "الأمان الوظيفي" أكثر الصفات الشخصية والعملية لدى ممارسي العلاقات العامة التي تعزز من أداء وفاعلية عملهم، ثم تأتي ثانياً صفة " القدرة على فهم مزاجية الجمهور وحساسية طرح بعض القضايا الحقوقية".

الخاتمة

يظهر من نتائج البحث أن جهاز العلاقات العامة غير مستقل في هذه المراكز الحقوقية، مما يوجب على القائمين عليه الاهتمام بموظفي العلاقات العامة الذين تبين أن أغلبهم يتبعون أقسام أخرى، ما يؤثر في تنفيذ العمل خصوصاً الشؤون الحقوقية المهمة للفئات الضعيفة التي يعمل فيها موظفو العلاقات العامة تحت أمره رؤساء آخرين خارج إطار العلاقات العامة.

وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي ووسيلة الصحافة الإلكترونية بدور مهم في تفعيل عمل العلاقات العامة وتأثيرها بالجمهور، لذا، لا بُد من عمل شراكة حقيقية مع القائمين على هذه الصحافة ونشطاء شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز وصول الرسائل إلى الجمهور خصوصاً في المناطق البعيدة ومناطق الأطراف وأيضاً فئة الشباب، كما لا بُد من آلية إعلامية جديدة يمكن فيها إيصال الرسائل بقوة إلى فئات صغار وكبار السن الذين يحتاجون إلى خدمات وأنشطة هذه المراكز.

ويوصي الباحث أن تزيد وسائل الإعلام غير الصحافة الإلكترونية اهتمامها بقضايا حقوق الإنسان وأن يعمل ممارسو العلاقات العامة على تفعيل هذه الوسائل في عملهم، كما ومن الضروري فصل العلاقات العامة عن الأقسام الأخرى وذلك لأن العمل الحقوقي في الأردن يشهد نشاطاً وبالتالي كثافة في الرسائل الحقوقية التي تبثها المراكز الحقوقية يومياً عبر مختلف الوسائل المتاحة، وفي ضوء ما يشهده هذا العمل الحقوقي من حراك مستمر، فإنه يتطلب تنظيماً أكثر من حيث أن يكون لجهاز العلاقات العامة رؤساء مختصون

References Translated:

- I. Al Jawahri, Muhammad 1979, "Public Relations in International Conferences" Dar Al Ma'arif for Printing and Publishing, Egypt.
- II. Al Fa'adi, Attia, 2009 "Methods of Scientific Research in the Social Sciences", Omar Al Mukhtar Printing Press, Morocco.
- III. Hashem, Zaki 2008 "Public Relations: Concepts and Scientific Foundations" 2nd edition, "That Al-Salasil" Printing and Publishing, Kuwait.
- IV. Harbi, Hasan, and others, 1991, "Public Relations: Concepts and Applications" House of Wisdom Publishing. Mosul. Iraq.
- V. Ismail M Hassan, 2003, "Communication Science Principles and Influencing Theories", International Publishing and Distribution House. Cairo.
- VI. Judah, Ahmed. 2002, "Public Relations Concepts and Practices". Zahran Publishing House. Egypt.
- VII. Zgheib, Shaima 2009, "Research Methods and Statistical Uses in Media Studies" The Egyptian Lebanese Publishing House, Cairo.
- VIII. Al Atoum, Ahmed, 2020, "Communication Function Importance in the work of Public Relations: A Field Study in Jordanian ministries, unpublished MA Thesis, Faculty of Media, MEU, Jordan.
- IX. Amin, Ali, 2007, "The Impact of Multimedia on the Public Relations Function", Unpublished MA Thesis, University of Khartoum. Sudan.
- X. Al Shuhri, Abdullah, 2002 "Contribution of Communication Technologies toward Achieving the Objectives of Public Relations", Unpublished MA Thesis. IMBSU, Riyadh.
- XI. Al Ajeel, Badr 2018 "The Role of Public Relations Communication Activities in Libyan Civil Society Institutions in Shaping Public Attitudes". Unpublished MA Thesis, Assiut University.
- XII. Bassiouni, Amani 2009 "Communication Activities in Civil Society Institutions: An Analytical Study of Public Relations Activities and Their Role in Shaping Public Attitudes", unpublished PhD thesis. Faculty of Media, Ain Shams University. Egypt.
- XIII. Masalha & Adi, Abdullah, Heba 2006 "The Contribution of Public Relations in the Education Directorate to the Development of Educational Institutions in Rural Areas" Unpublished research. Nablus.
- XIV. Shazli, Abdul Fadil, 2015 "The Effectiveness of Public Relations in Developing the Governmental Institutions Performance", unpublished MA thesis, Khartoum University. Sudan.
- XV. The United Nations, High Commission for Human Rights: <https://www.ohchr.org/ar/issues/pages/whatarehumanrights.aspx>

المراجع العربية

1. الجواهري، محمود محمد.(1979). العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية. دار المعارف. مصر.
2. إسماعيل، محمود حسن.(2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. الدار العلمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
3. الفاندي، محبوب عطية.(2009). طرق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مطبعة عمر المختار. الدار البيضاء. المغرب.
4. جودة، محفوظ احمد. (2002). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات. دار زهران للنشر. مصر.
5. هاشم، زكي. (2008). العلاقات العامة: المفاهيم والاسس العلمية. ط2. ذات السلاسل للطباعة والنشر. الكويت.
6. زغيب، شيماء.(2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
7. حربي، محمد حسن، وآخرون. (1991). العلاقات العامة: المفاهيم والتطبيقات. دار الحكمة للنشر. العراق.
8. الشهري، عبد الله. (2002). "اسهامات تقنيات الإتصال في تحقيق أهداف العلاقات العامة". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الرياض.
9. العتوم، أحمد. (2020). "اهمية الوظيفة الاتصالية في عمل العلاقات العامة : دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية". رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط. الأردن.
10. أمين، زهير علي. (2007). "أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الخرطوم. السودان.
11. بسيوني، أماني. (2009). "النشاط الاتصالي في مؤسسات المجتمع المدني دراسة تحليلية لأنشطة العلاقات العامة ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور". رسالة دكتوراة غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة عين شمس. مصر.
12. بدر العجيل. (2018). "دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مؤسسات المجتمع المدني الليبية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحوها". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أسبوط. مصر.
13. مصالحة، عدي، عبد الله هبة. (2006). مدى مساهمة العلاقات العامة في مديرية التربية والتعليم في تنمية المؤسسات التعليمية في المناطق الريفية جورة عمرة نموذجاً. بحث غير منشور. نابلس.
14. عبدالفضيل، شاذلي. (2015). "فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية (دراسة تحليلية بالتطبيق على وزارة الإعلام الاتحاديّة". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الخرطوم. السودان.
15. الموقع الإلكتروني للأمم المتحدة، مفوضية حقوق الإنسان: <https://www.ohchr.org/ar/issues/pages/whatarehumanrights.aspx>

المراجع الأجنبية:

1. Hirschland, M. (2006). Corporate Social Responsibility and the Shaping of Global Public Policy (New York: Palgrave Macmillan.p23.
2. Jo,S. and Jung, J. (2005). A Cross – Cultural Study of the World Wide Web and Public Relation. Corporate Communication: An International Journal. 10 (1),24-40.
3. Sims, R. (2003). Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants fall (Westport: Praeger.p42.
4. Luo, Y. And Jiang, H. (2012). A Dialogue with Social Media Experts:Measurement and Challenges of Social Media Use in Chinese Public Relations Practice.Global Media Journal, Canadian Edition. Vo. 5,(2) .p57.
5. Springston,Jeffrey. (2001). Public Relations and New Media Technology: The Impact of the Internet. in Public Relations Handbook. ed. Robert Heath (Newbury Park. CA:Sage).

الملحق رقم (1)

السادة العاملون في العلاقات العامة في المنظمات والمراكز الحقوقية الأردنية

تحية طيبة لكم

يقوم الباحث الدكتور زياد الشخانة بدراسة عنوانها "الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة ودورها في تفعيل عمل المراكز والمنظمات الحقوقية" أرجو تعبئة الاستبانة المرفقة مع وافر الشكر، علماً أن تعبئتها مساهمة حقيقية في الخلاص إلى نتائج علمية دقيقة يحتاجها العلم ويحتاجها أيضاً العاملون في العلاقات العامة، علماً أن الاستبانة والنتائج هي فقط لغايات هذا البحث المحكم.

المعلومات الشخصية : ضع (√) بجانب المعلومة التي تناسبك في ما يلي :

- النوع الاجتماعي : ذكر () أنثى ()
- الفئة العمرية : 20-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () فما فوق ()
- المستوى التعليمي : أقل من جامعي () الشهادة الجامعية الأولى () دراسات عليا ()
- اسم الجهاز : وحدة علاقات عامة () قسم علاقات عامة () تابع لقسم آخر ()
- الوظيفة الحالية : مدير () رئيس قسم () موظف ()

السؤال الأول: هل تنفذ عملك في العلاقات العامة بشكل مستقل أم إلى جانب أعمال أخرى ؟ ضع (√) بجانب الإجابة الصحيحة

| الرقم | الفقرة |
|-------|--|
| ١- | تقوم بعمل العلاقات العامة فقط |
| ٢- | تقوم بعمل العلاقات العامة والإعلام معاً |
| ٣- | تقوم بعمل العلاقات العامة إلى جانب أعمال وظيفية أخرى |

السؤال الثاني : إلى أي درجة تساهم وسائل الإعلام في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟

| الوسيلة | قليلة | متوسطة | عالية | المتوسط |
|-----------------------|-------|--------|-------|---------|
| ١ التلفزيون | | | | |
| ٢ الإذاعة | | | | |
| ٣ المجلات | | | | |
| ٤ الصحافة الورقية | | | | |
| ٥ الصحافة الإلكترونية | | | | |

السؤال الثالث : إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟

| الفقرة | قليلة | متوسطة | عالية | المتوسط |
|-------------|-------|--------|-------|---------|
| ١ الفيس بوك | | | | |
| ٢ تويتر | | | | |
| ٣ انستغرام | | | | |
| ٤ سناب شات | | | | |
| ٥ اليوتيوب | | | | |
| ٦ LinkedIn | | | | |

السؤال الرابع : ما مدى استخدامك لوسائل الاتصال التقليدية في أداء عملك؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الفقرة | |
|---------|-------|--------|-------|---------------------------|---|
| | | | | تسجيل المناسبات فيديو | ١ |
| | | | | تنظيم المعارض | ٢ |
| | | | | عرض الأفلام | ٣ |
| | | | | إجراء اتصالات هاتفية | ٤ |
| | | | | تنظيم الحفلات | ٥ |
| | | | | تنظيم الرحلات | ٦ |
| | | | | المشاركة في المسابقات | ٧ |
| | | | | المشاركة العامة والزيارات | ٨ |
| | | | | إجراء المقابلات | ٩ |

السؤال الخامس : ما أكثر وسيلة مراسلة تستخدمها في أداء عملك؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الوسيلة | |
|---------|-------|--------|-------|-----------|---|
| | | | | الإيميل | ١ |
| | | | | الواتساب | ٢ |
| | | | | الماسنجر | ٣ |
| | | | | SMS رسائل | ٤ |

السؤال السادس : أي أنواع الجمهور فاعلية مع الانشطة الاتصالية التي تستخدمها؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الجهة | |
|---------|-------|--------|-------|--------------------------------|---|
| | | | | الجمهور (كأفراد) | ١ |
| | | | | الجمهور كمؤسسات محلية رسمية | ٢ |
| | | | | الجمهور كمؤسسات محلية أهلية | ٣ |
| | | | | جمهور الجهات والمنظمات الدولية | ٤ |

السؤال السابع : ما درجة أهمية الصفات الشخصية والعملية لدى العاملين بالعلاقات العامة، في تفعيل الأداء الاتصالي لمراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الفقرة | |
|---------|-------|--------|-------|---|----|
| | | | | الأمان الوظيفي في المنظمة يعزز الأداء الاتصالي | ١ |
| | | | | القدرة على استمالة الآخرين للأفكار الحقوقية التي تعمل عليها المنظمة | ٢ |
| | | | | مهاراة الخطابة والرد على الجمهور والناقدن | ٣ |
| | | | | الذكاء أثناء التواصل مع الجمهور واكتشاف طرق التأثير بهم | ٤ |
| | | | | الشجاعة في الرد على الرسائل الاتصالية الناقدة أو الحادة | ٥ |
| | | | | مهارة الكتابة والاستماع | ٦ |
| | | | | أن يكون رجل العلاقات العامة دارساً لتخصص العلاقات العامة | ٧ |
| | | | | الحس الفني في استخدام الوسيلة الاتصالية المناسبة في الوقت المحدد | ٨ |
| | | | | القدرة على فهم مزاجية الجمهور وحساسية طرح بعض القضايا الحقوقية | ٩ |
| | | | | تقبل انتقادات الإدارة وتحمل كثرة الملاحظات | ١٠ |
| | | | | عدم الخداع والتهويل أو التهوين أثناء استخدام الأدوات التواصلية | ١١ |

السؤال الثامن: إلى أي مدى تفعل الأدوات والأنشطة التواصلية عمل العلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن ؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الفقرات | |
|---------|-------|--------|-------|--|----|
| | | | | استخدام الاتصال الجاهلي أو صلني إلى فئات لا تتابع وسائل الإعلام | ١ |
| | | | | زادت شبكات التواصل الاجتماعي من معرفتي بحاجات الجمهور لأنه يستخدمها بكثرة | ٢ |
| | | | | استخدم وسائل الإعلام بأنواعها يؤدي إلى إنجاز الهدف بوقت قياسي | ٣ |
| | | | | ادى تنفيذ المقابلات الشخصية إلى التعرف على الأخطاء في العمل وتصحيحها | ٤ |
| | | | | ساهم استخدام وسائل المراسلة بأنواعها في تعريف الجمهور بالخدمات الجديدة | ٥ |
| | | | | الدمج بالعمل بين العلاقات العامة واعمال أخرى زاد فاعلية العمل | ٦ |
| | | | | نشر الفيديو والصور حفز طالبي الخدمة للتواصل معي | ٧ |
| | | | | تنفيذ اعمال درامية حقوقية قصيرة ونشرها ساهم في تبسيط وصول الأفكار إلى الجمهور | ٨ |
| | | | | يزيد استخدام الفيديو في الاتصال مع الجمهور من ثقته بالخدمة | ٩ |
| | | | | الاستفادة من التجارب الغربية في توظيف وسائل الاعلام زاد من قدرتنا على حشد المؤيدين | ١٠ |
| | | | | ساهم استخدامنا للتكنولوجيا الرقمية في اطلاع الممول مباشرة على الأنشطة التي ننفذها | ١١ |
| | | | | استخدام وسائل الاتصال من حيث مراعاة خصوصية الأفراد | ١٢ |

السؤال التاسع: ما المعوقات التي تحد من تفعيل الوظيفة التواصلية للعلاقات العامة في مراكز حقوق الإنسان بالأردن؟

| المتوسط | عالية | متوسطة | قليلة | الفقرة |
|---------|-------|--------|-------|--|
| | | | | ١ تشتت الجمهور بالاهتمام بين مختلف شبكات التواصل الاجتماعي أثر في استقرار التواصل معه |
| | | | | ٢ عدم إجراء الأبحاث والدراسات قلل من التعرف على آليات العمل المستقبلية |
| | | | | ٣ قلة تنظيم المؤتمرات والندوات ساهم في ضعف التشبيك مع الجمهور داخلياً وخارجياً |
| | | | | ٤ عدم تعامل الجمهور بحدية مع استطلاعات الرأي يعيق معرفة الطريقة الفضلى في عملنا القادم |
| | | | | ٥ متابعة الجمهور أنواعاً محددة في وسائل الاعلام يعيق مخاطبتهم والوصول إليهم بسرعة |
| | | | | ٦ قلة تنظيم أنشطة اتصالية كالرحلات والمسابقات يحد من الإنجاز في العمل |
| | | | | ٧ كثافة النشاط الاتصالي للمنظمات الحقوقية وتداخلها بالأهداف يربك الجمهور ويشتت انتباهه |
| | | | | ٨ ضعف التسهيلات من قبل الإدارة أدى إلى تراجع استخدام وسائل الاتصال |
| | | | | ٩ شروط التمويل تحد من استخدام بعض الوسائل التقليدية المهمة أثناء العمل |
| | | | | ١٠ حساسية بعض القضايا الحقوقية تسبب إرباكاً في تنفيذ الأنشطة الاتصالية |
| | | | | ١١ صعوبة قبول الجمهور أفكاراً جديدة بسبب خوفهم من مخاطر التمويل الأجنبي |

