

## دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية: دراسة ميدانية

م.م. أحمد خيري أحمد

قسم العلاقات العامة/ كلية الإعلام/ الجامعة العراقية

[ahmed.k.ahmed@aliaqia.edu.iq](mailto:ahmed.k.ahmed@aliaqia.edu.iq)

07855222006

### مستخلص:

تناول البحث دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد بالمؤسسات الحكومية، واعتمد الباحث على استخدام المنهج المسح الميداني باستخدام اداة استمارة الاستبيان على عينة من (٢٣٢) مبحوث من العاملين في دائرة العلاقات والإعلام في وزارة الداخلية العراقية وبالاتماد على العينة القصدية، وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج منها أن الاستراتيجيات الاتصالية والإعلامية تعد جزءاً أساسياً من جهودها في مكافحة الفساد، وتحقيق الاهداف، وتوفير المعلومات الشفافة عن طريق النشر بإجراءات كالقوانين والتشريعات، والآليات المتاحة للإبلاغ، وذلك عبر المواقع الرسمية والمنصات الرقمية للوزارة، كما إن تقييد الحصول على المعلومات يعد من التحديات تواجه العلاقات لتقديم التوصيات أو البيانات للجمهور وأن التحول إلى الحكومة المفتوحة تُعد استراتيجية مهمة في المعالجات المستقبلية.

**الكلمات الافتتاحية:** العلاقات العامة، المؤسسات الحكومية مكافحة، الفساد.

The Role of Public Relations in Combating Corruption in  
Government Institutions – A Field Study

Ahmed khairi Ahmed

Department of Public Relations/ College of Media/ Al-Iraqia  
University

## Abstract:

This research explores the role of public relations in combating corruption within governmental institutions. A field survey methodology was employed, using a questionnaire distributed to a purposive sample of 23 employees from the Public Relations and Media Department at the Iraqi Ministry of Interior. The study found that communication and media strategies are essential in anti-corruption efforts, supporting transparency through the dissemination of laws, regulations, and reporting mechanisms via official websites and digital platforms. One major challenge is limited access to information, which hinders the ability to provide public recommendations or statements. The study concludes that transitioning to open government represents a vital strategy for future anti-corruption initiatives.

**Keywords:** Public Relations, Corruption, Government Institutions, Combating.

## مقدمة:

تعد ظاهرة الفساد ظاهرة عالمية على الرغم من وجود الفساد في معظم المجتمعات إلا أن البيئة التي تتسم بالنظام البيروقراطي تشجع على بروز ظاهرة الفساد وانتشاره في حين تقل هذه الظاهرة في النظم الديمقراطية التي تقوم على أسس احترام حقوق الإنسان.

يعتبر الفساد في المؤسسات الحكومية تحديًا خطيرًا يؤثر على استقرار الدول والمؤسسات ويعيق جهود التنمية البشرية والارتقاء بالعمل المؤسسي. فهو يؤدي إلى هدر الموارد العامة مما يسبب في تدني مستوى الأداء في الأجهزة الحكومية، ويقلل

من ثقة الجماهير الداخلية والخارجية في مؤسسات الدولة كافة. كما أن تأثيره لا يقتصر على الجانب الاقتصادي فقط، بل الاجتماعية والسياسية والقانونية. وينتج الفساد ضعف الرقابة، وغياب الشفافية، وانعدام المحاسبة، مما يمنح البعض فرصة لاستغلال مراكزهم الوظيفية لتحقيق مصالح شخصية على حساب المصالح العامة، حيث تتنوع مظاهره بين الرشوة، والاختلاس، والمحسوبية، والاستغلال السيء للسلطة.

لذلك على الجميع العمل على مواجهة هذه الظاهرة من خلال تعزيز مبادئ الشفافية والنزاهة، وتفعيل الأجهزة الرقابية الداخلية، وتطبيق القوانين والتعليمات ومعاينة المقصرين، بالإضافة إلى نشر ثقافة الوعي بمخاطر الفساد وأثره السلبي على المجتمع. اختار الباحث موضوع البحث للتعرف على دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في مكافحة الفساد وطبيعة الأنشطة التي تعمل بها والمعوقات والتحديات التي تواجهها في التصدي له.

ويقسم البحث الى ثلاثة مباحث بدءا من المبحث الاول منهجية البحث العلمي ثم الإطار النظري في المبحث الثاني، كما تناول المبحث الثالث عرض وتحليل النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي خرج بها الباحث.

### المبحث الأول: منهجية البحث

#### أولاً: مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس هو (ما هو دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد بالمؤسسات الحكومية؟). ويتفرع منه عدة أسئلة فرعية: -

١. ما دور العلاقات العامة في وزارة الداخلية واخذ التدابير اللازمة ضد الفساد؟
٢. ما الوسائل التي استخدمها ممارسي العلاقات العامة في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية؟

٣. ما أبرز الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

٤. ما لمعوقات التي تواجهها العلاقات العامة في التوعية ضد الفساد؟

٥. هل هنالك معالجات مستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد؟

٦. ما الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد؟

**ثانياً: اهمية البحث:**

يرى الباحث ان الاهمية تبرز من خلال ما يأتي: -

١. الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مكافحة الفساد بالمؤسسات الحكومية.

٢. الاساليب والاليات التي تتبعها العلاقات العامة في التوعية والارشاد للحد من الفساد.

٣. الوقوف على الاسباب التي تدفع لبروز هذه الظاهرة.

٤. كيفية القضاء على الظواهر السلبية من الرشوة والابتزاز والمحسوبية في المؤسسات الحكومية.

٥. الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في حل المعوقات التي تحول دون تحقيق اهدافها كالعادات والتقاليد المتعارفة إحدى أشكال الفساد.

**ثالثاً: أهداف البحث:**

١. معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في وزارة الداخلية في التوعية ضد الفساد من خلال اخذ التدابير اللازمة.

٢. تحديد الاليات المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة في مكافحة الفساد بالمؤسسات الحكومية.

٣. معرفة الوسائل الاعلامية التي استخدمها ممارسي العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

٤. التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

٥. تقييم مستوى دور العلاقات العامة في إرساء الشفافية في مكافحة الفساد.
٦. التعرف على المعوقات التي تحول دون تمكين العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من مكافحة الفساد.

#### **رابعاً: مجالات البحث:**

الحدوث البشرية: يتحدد البعد البشري على العاملين في وزارة الداخلية - دائرة العلاقات العامة للذكور والإناث فيها.

الحدود المكانية: تم اختيار تطبيق البحث في العراق / بغداد / وزارة الداخلية / دائرة العلاقات والإعلام.

الحدود الزمانية: تتمثل بالمدة المحصورة من ٢٠٢٥/٤/١ الى ٢٠٢٥/٤/٢٥ وتمثلت هذه المدة بجمع البيانات وتوزيع اداة البحث.

#### **خامساً: نوع البحث ومنهجه:**

استخدم الباحث منهج المسح الميداني في الحصول على المعلومات والبيانات من ممارسي العلاقات العامة لوصف العلاقات العامة في مكافحة الفساد بالمؤسسات الحكومية والوصول الى النتائج الحقيقية التي تفسر المعلومات والحقائق على وفق منهج علمي سليم.

#### **سادساً: مجتمع البحث وعينته:**

يعتبر تحديد مجتمع البحث وعينته من الخطوات المهمة في إعداد البحوث العلمية التي تهدف الى تفسير وتحليل الظواهر المراد دراستها، حيث يمثل مجتمع البحث عدد من الأفراد العاملين في وزارة الداخلية / دائرة العلاقات العامة والإعلام واعتمد الباحث في اعتماد العينة القصدية من هذا المجتمع التي بلغت (٢٣٢) مبحوث.

#### **سابعاً: إجراءات البحث وادوات جمع البيانات:**

اعتمد الباحث على أداة استمارة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة وقسم الباحث الاداة الى سبع محاور وضم المحور الاول المعلومات الديمغرافية

للمبحوثين فيما ضمت المحاور الأخرى باستخدام المقياس الثلاثي للكشف عن آراء المبحوثين.

**ثامناً: الصدق والثبات**

**الصدق: (Validity):**

**الصدق الظاهري: (Face Validity):**

تم عرض استمارة الاستبيان دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية على (5) محكمين\* في تخصص الإعلام لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبيان لأهداف البحث، حيث تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وحظيت الاستمارة بموافقة الخبراء بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحية أسئلة استمارة الاستبيان.

**٢- الثبات: (Reliability): -**

استخدام الباحث طريقة ألفا كرونباخ لحساب معامل ثبات استمارة الاستبيان، وكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0.996). وهو معامل ثبات يمكن الاعتماد عليه، وهذا يدل على أن استمارة استبيان دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية تتمتع بدرجة عالية من الثبات ومقبولة احصائياً وتخدم أهداف البحث.

**تاسعاً: مصطلحات الدراسة:**

تعرف العلاقات العامة أنها الجهود الإدارية المخططة التي تُقدم على التبادل المتفاهيم بين المؤسسة وجمهورها المستهدف (هاتف (2025, p. 279).  
أما إجرائياً: الجهود الوظيفية التي يؤديها ممارس العلاقات العامة لتحقيق أهداف المؤسسة من خلال إيصال الرسالة إلى الجمهور سواء كان داخلياً أم خارجياً.

(\*) ١- أ.د. صباح أنور محمد ٢- أ.د. هيثم عكاب عطية

٣- أ.م.د. حردان هادي صايل ٤- أ.م.د. نهلة نجاح عبدالله

٥- أ.م.د. صباح عواد محمد ٦- م.د. محمد وليد صالح

أدوار (دور): هو مجموعة من الانماط السلوكية المتوقعة من الفرد أو المؤسسة (إصبع، ٢٠٠٨، صفحة ٢٠).

أما إجرائياً: الجهود التي يبذلها ممارسي العلاقات العامة في القيام بجميع الوظائف والمهام.

الفساد: هو أي عمل خارج القانون ويتنافى مع الاخلاق يهدف الى تحقيق مصلحة خاصة على حساب المنفعة العامة (الاصفر، ٢٠٠١، صفحة ٣٢٩).

مكافحة الفساد: هي تجريم كافة ممارسات الفساد بأنواعها المختلفة مثل (الرشوة بجميع وجوهها في القطاعين العام والخاص والاختلاس بجميع وجوهه والاتجار بالنقود والاساءة في استغلال الوظيفة وتبييض الاموال والربح الغير مشروع وغيرها من أوجه الفساد الاخرى) (اللطيف، ٢٠٠٤، صفحة ٩٧).

### المبحث الثاني: العلاقات العامة والفساد الاداري

#### أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

اصبحت العلاقات العامة نشاطا حيويًا ومهما في المجتمع المعاصر وصلاته المعقدة وتطوراتها وعلى المستويات كلها وهي تحتل هذه المكانة المهمة لما تؤديه من دور فعال في تحقيق التفاهم وتبادل بين المؤسسات والجماهير عن طريق صياغة سياسات والخطط والبرامج المختلفة في أداء اعمالها (سلطان، ٢٠٢٢، صفحة ٣٤).

ان المفهوم الحديث للعلاقات العامة الذي يركز عليه الباحثون هو الذي يهتم المؤسسة او المنظمة، والخاص بإقامة تفاهم متبادل بينها، وبين الجمهور خارج المؤسسة او داخلها، اذ ان كسب الجمهور داخل المؤسسة حري بان يساعد المؤسسة على تحقيق اهدافها، الامر الذي يؤدي الى تقوية علاقاتها بالجمهور (الخطيب، ٢٠٠٠، صفحة ٢٤).

ان العلاقات العامة تنطلق من منهجية علميه وبعد استراتيجي واضح المعالم تصنع افاقا رحب للعمل الاداري والسياسي والاقتصادي والاجتماعي وجاءت انطلاق انطلاق العلاقات العامة من حيث المبدأ من التطور الذي يرافق الصيرورة البشرية وما يواجهه

من تحديات وتعقيدات في طبيعة العلاقات الإنسانية وان مواجهه هذه التعقيدات يستدعي جمع التوافقات ومواجهه ومعاصره جميع التباينات في الآراء والمواقف امام المسيرة الإنسانية (الجريدة، ٢٠١٢، صفحة ٢٣).

لقد تعددت تعريفات العلاقات العامة، واختلف العلماء والمفكرين في تحديد تعريف معين لها، لأنها علم، وفن وظيفة حديثة ومتطورة، لذا سنتطرق الى بعض تعريفات العلاقات الهامة بشكل عام مما اورد الباحثون المتخصصون، او الهيئات المعنية في ميدان العلاقات.

ويعرفها هادي الهيبي على انها ((نشاط اداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة انطباعية ايجابية عن الهيئة التي تتولى القيام بين العاملين فيها، وبين المتعاملين معها، او الذين يتحمل ام يتحملوا مع اعتماد على تنظيم تفاعل اتصالي قوامه المعاني والمعلومات التي تصف اغراضها تجارية او اقتصادية او سياسية (الهيبي، ١٩٩٨، صفحة ٢٤).

وعرفها قاموس وبستر بانها الفن القائم على اساس علميه لبحث انسب طرق التعامل الناجح المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق الاهداف مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والاخلاق العامة بالمجتمع (الجريدة، ٢٠١٢، صفحة ١٨).

في حين عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة على إنها الجهود المخططة والمرسومة التي تهدف الى إقامة وتدعيم واستمرار تفاهم متبادل بين الهيئة وجمهورها (الدليمي، ٢٠٠٤، صفحة ٣٢).

### ثانياً: أهداف ووظائف العلاقات العامة:

ان تحديد اهداف أي جهاز من اجهزت العلاقات العامة يعد خطوة اساسية، لان من دونها لا يستطيع هذا الجهاز القيام باي عمل ناجح، واهدافها هي النتائج المطلوب تحقيقها مستقبلاً بالجهد الجماعي، وإذا كان هذا المستقبل بعيدا كانت الاهداف

استراتيجية، وإذا كانت هذه الاهداف في الاجل القصير كانت الاهداف تكتيكية، والاهداف هي المنار الذي يرشد نحو الغاية المنشودة وبدونها سيضلون الطريق.

أنفق المختصون والخبراء في العلاقات العامة على أن الهدف الأساس للعلاقات العامة يتركز على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أمام الجمهور الداخلي أي العاملين داخل المؤسسة وأمام الجمهور الخارجي، والحفاظ على تواصل جيد بين الأطراف المعنية داخل المؤسسة، أو الجمهور الداخلي، أو الخارجي أو مساهمين أو الإدارة وزيادة الكفاءة في أداء المؤسسة، وتعظيم القيم المضافة التي تعمل من أجلها سواء كانت خدمية او ربحية او غير ربحية (داوود، ٢٠٠٨، صفحة ٥٠).

ليس من العبرة أن تجد تنظيمًا للعلاقات العامة، بل العبرة بنتائج عملها ومدى قيامها بمسؤولياتها في إطار ذلك التنظيم، إضافة إلى كيفية تأدية العلاقات العامة أو تنظيمها للعمل ويحقق أهدافه المقصودة لإيجاد علاقات متينة بين المؤسسة وجمهورها، ولن يتم ذلك إلا من خلال وظائفها التي حددها الباحثون وهي البحث والتخطيط والاتصال والتقويم والتنسيق والتقويم (الدليمي ع.، ٢٠١١، الصفحات ١٨-١٩).

**وفيما يأتي تعريف لكل وظيفة من هذه الوظائف:**

#### ١- البحث:

يقصد به: قيام جهاز العلاقات العامة بأجراء الدراسات المتصلة بقياس الراي العام لفئات الجماهير الداخلية والخارجية والمتعاملة مع المؤسسة، وتتم هذه البحوث بطرق متعددة منها: الاستفتاء، والملاحظة، وتحليل الشكاوى، والرغبات التي ترد الى المؤسسة او تنشر في الصحف واتداع من الاذاعة المسموعة المرئية (التهامي و الداقوقي، صفحة ٤١).

#### ٢- التخطيط:

التخطيط في العلاقات العامة هو (ذلك النشاط العقلي الاداري الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق اغراض معينة في فترة زمنية محددة) (عجوة، ٢٠٠٠، صفحة ١١٩).

وبذلك يقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة، ولأتعاض معها، وفي ضوء الخطة القومية الشاملة وهذه الخطة تحدد الاهداف البعيدة والقصيرة المدى، وترسم خطوات التنفيذ وتحدد الميزانية تحديداً دقيقاً وتوزيع المسؤوليات على القائمين بالتنفيذ (كشك، ١٩٨٧، صفحة ٤٢).

### ٣- التنسيق:

من الضروري لنشاط العلاقات العامة ان يتحقق دون تضارب، او تداخل او ازدواج، وهذا يتطلب وجود التنسيق بين الجهات التي تسهم في ممارسة العلاقات العامة، والتنسيق هو ((المجهود الذي يرمي الى تعاون مختلف اجزاء التنظيم وعدم تضاربها في سبيل تحقيق الهدف المشترك)) (الحلو، ١٩٨٥، صفحة ٢٢).

### ٤- الاتصال:

وهي العملية التي يتم خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفوية او مكتوبة او صوره وحتى يمكن أن تكون اشاره معبره، حيث تكون الاتصالات ليست ذات اتجاه واحد، بل هي تسير في اتجاهيين.

### ٥- التقويم:

ويمثل المرحلة النهائية من اليه عمل العلاقات العامة كما ان هنالك علاقة عضويه بين هذه المرحلة وكافه المراحل الاخرى (زويلف، ٢٠١٠، صفحة ٧٦).

### ثالثاً: مفهوم الفساد وأسبابه:

يعتبر الفساد من الظواهر السلبية التي تهدد كيان المجتمعات والمؤسسات العامة والخاصة، نظراً لما يترتب عليه من آثار خطيرة على التنمية، والعدالة، والثقة العامة بالمؤسسات. وقد باتت هذه الظاهرة تحظى باهتمام واسع في الأوساط الأكاديمية والاقتصادية والسياسية، لما لها من تداعيات على كفاءة الأداء، واستنزاف الموارد، وعرقلة جهود الإصلاح، وبصورة خاصة كونها ظاهرة عالمية منتشرة تأخذ ابعاد واسعة تتداخل فيها عوامل مختلفة يصعب التمييز بينها وتختلف درجة الشمولية من مجتمع لآخر (المهايني، ٢٠٠٩، صفحة ٢٣).

وتعددت تعريفاته بحسب الزاوية التي يُنظر إليه كل باحث ومنها تعريف موسوعة العلوم الاجتماعية التي عرفته أنه فعل خارج عن القانون ومناف للأخلاق هدفه الأساسي تحقيق منفعة خاصة على حساب المنفعة العامة (الأصفر، ٢٠٠١، صفحة ٣٢٩).

حيث عرف أنه سلوك منحرف يترتب عليه ارتكاب مخالفات ضد القوانين والتعليمات النافذة داخل الجهاز الإداري الحكومي لتحقيق أهداف خاصة كالمكاسب الاجتماعية والمالية فتتسبب في عدم تحقيق المؤسسة أهدافها بتقديم خدماتها بكفاءة وفاعلية (المصري، ٢٠١١، صفحة ٣٤).

وعند النظر الى هذه التعريفات يتبين ان مفهوم الفساد هو كل فعل خارج عن القانون والانظمة المتعامل بها بهدف تحقيق مصالح معينه قد تكون اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو لفرد معين، أو جماعة وتعني انها استغلال الغير المشروع للصلاحيات الممنوحة للموظف في المؤسسات العامة والخاصة والمكلفة بخدمة المجتمع والمؤسسات لمنفعة خاصة.

وقد حدد عامر رشيد مبيض ست عناصر أساسية لمفهوم الفساد وهي (مبيض، ٢٠٠٠، صفحة ١٣):

١. إساءة استخدام السلطة واستغلالها لمصالح شخصية.
  ٢. إنحراف في السلوك العام.
  ٣. الإساءة السرية غير القانونية للسلطة.
  ٤. إلحاق الضرر بالمصلحة العامة لحساب المصالح الشخصية
  ٥. الانحراف في معيار السلوك الاجتماعي.
  ٦. حماية التقدير من اتخاذ القرار في ظل غياب الرقابة القانونية
- ويرى الباحث أن الفساد في المؤسسات الحكومية يزداد بسبب الرقابة بكافة أشكالها وقلة الدين وغياب المساءلة وتغليب مفاهيم المحسوبية في المؤسسات وانعدام مبدأ

تكافؤ الفرص وبيروقراطية التعليمات وعدم تطوير الهيكل التنظيمي للمؤسسة بما يتوافق مع المصلحة العامة.

#### رابعاً: أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

نتيجة للتطور في مختلف نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية ظهرت الحاجة الى إيجاد إدارة للعلاقات العامة في كل وزارة أو مؤسسة حكومية تتولى عملية توفير قنوات الاتصال اللازمة لحسن سير العمل والتنسيق مع الادارة العليا والوسطى والعاملين داخل المؤسسة وجماهيرها الخارجية (دره، ٢٠١٣).

حيث تمثل العلاقات العامة جانبا هاما من جوانب الإدارة سواء في المنظمات الاعمال او في المؤسسات الحكومية كونها نشاطا يسعى الى كسب ثقة وتأييد الجماهير المختلفة وتحقيق الاهداف والسياسات وبيان انجازات المؤسسة وخلق جو من الألفة والتعاون بينها وبين جماهيرها المختلفة هذا كله يعتمد على وجوه سياسات سليمة واعلام صادق على نطاق واسع (الدليمي ع.، العلاقات العامة في التطبيق، ٢٠٠٥، صفحة ١٥٣). وازداد اهتمام الحكومات بالعلاقات العامة نتيجة لانتشار الأنظمة الديمقراطية وبروز الرأي العام كقوة مؤثرة في إدارة الأحداث وصنع القرار، إلى جانب انتشار جماعات الضغط في العديد من الدول. كما ساهم تطور وسائل الاتصال في تقليص المسافات بين مختلف مناطق العالم، مما عزز من تبادل التأثير بين الثقافات المتنوعة (عجوة، دراسات في العلاقات العامة والاعلام، ١٩٨٥، صفحة ٦٦).

### المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

المحور الأول: المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين:

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

١ - جنس المبحوثين:

جدول (١) يبين توزيع عينة الدراسة حسب جنس المبحوثين

| المرتبة | الجنس | التكرارات | النسبة المئوية |
|---------|-------|-----------|----------------|
| الأولى  | ذكور  | ١٥٦       | ٦٧,٢٤%         |
| الثانية | إناث  | ٧٦        | ٣٢,٧٦%         |
| المجموع |       | ٢٣٢       | ١٠٠%           |

يتضح من بيانات جدول (١) ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره ٣٤,٥% اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (١٥٦) تكراراً محققة نسبة (٦٧,٢٤%) تليها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٧٦) تكراراً ونسبة (٣٢,٧٦%).

٢ - العمر:

جدول (٢) يبين توزيع المبحوثين حسب العمر

| ت       | العمر         | التكرارات | النسبة المئوية | المرتبة |
|---------|---------------|-----------|----------------|---------|
| ١       | من ٢٠ - ٣٠    | ٢٦        | ١١,٢%          | الثالثة |
| ٢       | من ٣١ - ٤٠    | ١٠٢       | ٤٣,٩٧%         | الثانية |
| ٣       | من ٤١ - فأكثر | ١٠٤       | ٤٤,٨٣%         | الأولى  |
| المجموع |               | ٢٣٢       | 100%           | -       |

بينت نتائج الجدول السابق توزيع الفئات العمرية للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية على ثلاث فئات، تصدرت فيها فئة (من ٤١ - فأكثر) تصنيف الفئات العمرية للمبحوثين بواقع (١٠٤)

تكرارا محققة اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٤٤,٨٣%) وحلت بالمرتبة الأولى، تليها بالمرتبة الثانية فئة (من ٣١ - ٤٠) وحازت على (١٠٢) تكرارا ونسبة بلغت (٤٣,٩٧%)، بينما حلت فئة (من ٢٠ - ٣٠) بالمرتبة الأخيرة بواقع (٢٦) تكرارا ونسبة بلغت (١١,٢%).

### ٣- التحصيل الدراسي:

#### جدول (٣) يبين توزيع المبحوثين حسب التحصيل الدراسي.

| ت |           | التكرارات | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|-----------|----------------|---------|
| ١ | متوسطة    | ٢         | ٠,٨٦%          | السادسة |
| ٢ | اعدادية   | ١٤        | ٦,٠٣%          | الخامسة |
| ٣ | معهد      | ٢٤        | ١٠,٣٤%         | الثالثة |
| ٤ | بكالوريوس | ١١٦       | ٥٠%            | الأولى  |
| ٥ | ماجستير   | ٥٦        | ٢٤,١٤%         | الثانية |
| ٦ | دكتوراه   | ٢٠        | ٨,٦٢%          | الرابعة |
|   | المجموع   | ٢٣٢       | 100%           | -       |

أظهرت نتائج الجدول أعلاه توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية على ستة مستويات تصدر فيها تحصيل (البكالوريوس) تصنيف التحصيل الدراسي بواقع (١١٦) تكرارا محققا اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٥٠%) وحل بالمرتبة الأولى يليها تحصيل (ماجستير) بالمرتبة الثانية وسجل (٥٦) تكرارا ونسبة بلغت (٢٤,١٤%)، بينما حل تحصيل (معهد) بالمرتبة الثالثة محققاً (٢٤) تكرارا ونسبة بلغت (١٠,٣٤%) في حين جاء تحصيل (دكتوراه) في المرتبة الرابعة بواقع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٨,٦٢%)، تلاها تحصيل (اعدادية) بالمرتبة الخامسة بواقع (١٤) تكرارا ونسبة بلغت (٦,٠٣%)، ليأتي تحصيل متوسطة في المرتبة الأخيرة بعد أن سجل (٢) تكرار ونسبة بلغت (٠,٨٦%).

#### ٤- سنوات العمل:

##### جدول (٤) يبين توزيع المبحوثين بحسب عدد سنوات العمل.

| ت | سنوات العمل        | التكرارات | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|--------------------|-----------|----------------|---------|
| ١ | أقل من سنة         |           | ٩, %           | الثالثة |
| ٢ | من سنة الى سنتين   |           | ١٠, %          | الثانية |
| ٣ | من ثلاثة الى اربعة |           | ٩, %           | الثالثة |
| ٤ | من خمسة فأكثر      | ١         | ٧٠, %          | الأولى  |
|   | المجموع            | ٢٣٢       | 100 %          | -       |

بينت نتائج الجدول السابق توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية على أربعة فئات تصدرت فيها فئة من (خمس سنوات فأكثر) تصنيف فئات سنوات العمل بواقع (١٦٤) تكرارا محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٧٠,٦٩ %) وحلت بالمرتبة الأولى، تليها بالمرتبة الثانية فئة (من سنة الى سنتين) وسجلت (٢٤) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٠,٣٤ %)، بينما حلت فئة (أقل من سنة، من ثلاثة إلى أربعة سنوات) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٢) تكرارا ونسبة بلغت (٩,٤٨ %) لكل منهما.

#### ٥- العمل:

##### جدول (٥) يبين توزيع المبحوثين حسب العمل

| ت | العمل        | التكرارات | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|--------------|-----------|----------------|---------|
| ١ | مراسل        | ٤         | ١,٧٢ %         | السادسة |
| ٢ | محرر         | ٢٠        | ٨,٦٢ %         | الثالثة |
| ٣ | مصور         | ١٦        | ٦,٩ %          | الرابعة |
| ٤ | مونتاج       | ٦         | ٢,٥٩ %         | الخامسة |
| ٥ | وظيفة إدارية | ١٣٦       | ٥٨,٦٢ %        | الأولى  |

|         |      |     |        |         |
|---------|------|-----|--------|---------|
| ٦       | أخرى | ٥٠  | %٢١,٥٥ | الثانية |
| المجموع |      | ٢٣٢ | %100   | -       |

بينت نتائج الجدول السابق توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية على ست فئات، تصدر فيها فئة (وظيفة إدارية) تصنيف فئات العمل بواقع (١٣٦) تكراراً محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٥٨,٦٢%) وحلت بالمرتبة الأولى، تليها بالمرتبة الثانية فئة (أخرى) وحصلت على (٥٠) تكراراً ونسبة (٢١,٥٥%)، بينما جاءت فئة (محرر) بالمرتبة الثالثة وحازت على (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٨,٦٢%)، أما فئة (مصور) فقد حلت بالمرتبة الرابعة بواقع (١٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٦,٩%)، ثم فئة (مونتاج) بالمرتبة الخامسة وسجلت (٦) تكراراً ونسبة بلغت (٢,٥٩%)، في حين جاءت فئة (مراسل) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١,٧٢%).

## المحور الثاني: مقياس دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية:

### ■ دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية:

يمكن تحديد مستويات دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد للمؤسسات الحكومية باستعمال الوسط المرجح حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الثلاثي: أتفق (ثلاثة درجات)، محايد (درجتان)، لا أتفق (درجة واحدة)، تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (٣ - ١ = ٢)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (٢ / ٣ = ٠,٦٧) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي (عباس، ٢٠٢٢، صفحة ٢٣٩):

### جدول (٦) يوضح التقدير اللفظي لمستويات الوسط المرجح.

|             |                                                              |
|-------------|--------------------------------------------------------------|
| مستوى منخفض | تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١ إلى أقل من ١,٦٧    |
| مستوى متوسط | تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١,٦٧ إلى أقل من ٢,٣٥ |
| مستوى مرتفع | تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٢,٣٥ إلى ٣           |

## العلاقات العامة ودورها في مكافحة الفساد:

جدول (٧) يبين العلاقات العامة ودورها في مكافحة الفساد. ن = (٢٣٢).

| المرتبّة | المستوى | الوزن<br>المثوي | الانحراف<br>المعياري | الوسط<br>المرجح | الاستجابات |           |       | العبارات |                                                                                                    |
|----------|---------|-----------------|----------------------|-----------------|------------|-----------|-------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |         |                 |                      |                 | لا أتفق    | غير متأكد | أتفق  |          |                                                                                                    |
| ٣        | مرتفع   | ٩٠,٦٧           | .978                 | ٢,٧٢            | ١٠         | ٤٤        | ١٧٨   | ك<br>%   | ١ تعمل العلاقات العامة على تعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور من خلال الاسهام في تشكيل السمعة الجيدة |
|          |         |                 |                      |                 | ٤,٣١       | ١٨,٩٦     | ٧٦,٧٢ |          |                                                                                                    |
| ١        | مرتفع   | ٩٣,٣٣           | .809                 | ٢,٨             | ٨          | ٣٠        | ١٩٤   | ك<br>%   | ٢ تساهم العلاقات العامة على استخدام كافة وسائل الاعلام لدعم المؤسسة في عملها لمحاربة الفساد        |
|          |         |                 |                      |                 | ٣,٤٥       | ١٢,٩٣     | ٨٣,٦٢ |          |                                                                                                    |
| ٦        | مرتفع   | ٨٦,٣٣           | .735                 | ٢,٥٩            | ٢٠         | ٥٤        | ١٥٨   | ك<br>%   | ٣ تسعى العلاقات العامة الى إقامة النشاطات الاخرى التي تساهم في رفع مستوى الوعي والادراك ضد الفساد  |
|          |         |                 |                      |                 | ٨,٦٢       | ٢٣,٢٨     | ٦٨,١  |          |                                                                                                    |
| ٥        | مرتفع   | ٨٩,٦٧           | .688                 | ٢,٦٩            | ١٤         | ٤٤        | ١٧٤   | ك<br>%   | ٤ يساهم عمل العلاقات العامة الى تعميم أهداف ورسالة المؤسسة في                                      |
|          |         |                 |                      |                 | ٦,٠٣       | ١٨,٩٦     | ٧٥    |          |                                                                                                    |

|    |                                                                             |   |         |       |       |      |     |       | مكافحة الفساد بين أوساط الجماهير |   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|---|---------|-------|-------|------|-----|-------|----------------------------------|---|
| ٥  | يهدف عمل العلاقات العامة الى العمل بروح الفريق الواحد                       | ك | ١٧٤     | ٤٨    | ١٠    | ٢,٧١ | 806 | ٩٠,٣٣ | مرتفع                            | ٤ |
|    |                                                                             |   | % ٧٥    | ٢٠,٦٩ | ٤,٣١  |      |     |       |                                  |   |
| ٦  | تعمل العلاقات العامة تشجيع المجتمع في الابلاغ في محاربة الفساد بكافة أشكاله | ك | ١٤١     | ٦٢    | ٢٩    | ٢,٤٨ | 987 | ٨٢,٦٧ | مرتفع                            | ٩ |
|    |                                                                             |   | % ٦٠,٧٨ | ٢٦,٧٢ | ١٢,٥  |      |     |       |                                  |   |
| ٧  | تسعى العلاقات العامة الى خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور عن المؤسسة          | ك | ١٩٠     | ٣٤    | ٨     | ٢,٧٨ | 883 | ٩٢,٦٧ | مرتفع                            | ٢ |
|    |                                                                             |   | % ٨١,٩  | ١٤,٦٦ | ٣,٤٥  |      |     |       |                                  |   |
| ٨  | تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهم المؤسسة في مكافحة الفساد       | ك | ١٧٦     | ٤٦    | ١٠    | ٢,٧٢ | 693 | ٩٠,٦٧ | مرتفع                            | ٣ |
|    |                                                                             |   | % ٧٥,٨٦ | ١٩,٨٣ | ٤,٣١  |      |     |       |                                  |   |
| ٩  | تساهم العلاقات العامة في إيجاد مشتركات بين الجمهور والمؤسسة                 | ك | ١٣٦     | ٧٤    | ٢٢    | ٢,٤٩ | 935 | ٨٣    | مرتفع                            | ٨ |
|    |                                                                             |   | % ٥٨,٦٢ | ٣١,٩  | ٩,٤٨  |      |     |       |                                  |   |
| ١٠ | يسهم عمل العلاقات العامة الى تعميم أهداف ورسالة المؤسسة في                  | ك | ١٥٤     | ٤٦    | ٣٢    | ٢,٥٣ | 835 | ٨٤,٣٣ | مرتفع                            | ٧ |
|    |                                                                             |   | % ٦٦,٣٨ | ١٩,٨٣ | ١٣,٧٩ |      |     |       |                                  |   |

|   |       |       |      |       |  |  |  |  |                                                        |         |
|---|-------|-------|------|-------|--|--|--|--|--------------------------------------------------------|---------|
|   |       |       |      |       |  |  |  |  | مكافحة الفساد بين أوساط الجماهير من خلال التواصل الجيد |         |
|   |       |       |      |       |  |  |  |  |                                                        | المجموع |
| - | مرتفع | ٨٨,٣٧ | .834 | ٢,٦٥١ |  |  |  |  |                                                        |         |

يوضح الجدول السابق أن العلاقات العامة ودورها في مكافحة الفساد يتم توضيحها على وفق ما يأتي:

جاءت فئة (تساهم العلاقات العامة على استخدام كافة وسائل الاعلام لدعم المؤسسة في عملها لمحاربة الفساد) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٨) وبوزن مؤوي (٩٣,٣٣%)، يليها فئة (تسعى العلاقات العامة الى خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور عن المؤسسة) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢,٧٨) وبوزن مؤوي (٩٢,٦٧%)، ثم فئة (تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهم المؤسسة في مكافحة الفساد، تعمل العلاقات العامة على تعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور من خلال الاسهام في تشكيل السمعة الجيدة) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٧٢) وبوزن مؤوي (٩٠,٦٧%)، بينما جاءت فئة (تعمل العلاقات العامة تشجيع المجتمع في الابلاغ في محاربة الفساد بكافة أشكاله) بالترتيب التاسع بوسط مرجح (٢,٤٨) وبوزن مؤوي (٨٢,٦٧%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة العلاقات العامة ودورها في مكافحة الفساد بلغ (٢,٦٥١)، وبنسبة بلغت (٨٨,٣٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية الباحثين أن العلاقات العامة ودورها في مكافحة الفساد يتمثل في أن دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد يعد من الأبعاد الحيوية التي يمكن أن تسهم بشكل كبير في تعزيز الشفافية والمصداقية، وتحفيز التواصل الفعّال بين المؤسسات والجمهور، ويمكن توضيح كيفية مساهمة العلاقات العامة في هذا المجال:

- ١- عن طريق نشر المعلومات الدقيقة والموثوقة حول أنشطة المؤسسة، مما يعزز الثقة بين المؤسسة والجمهور ويقلل من الشائعات والمعلومات المغلوطة.
- ٢- استخدام العلاقات العامة لخلق قنوات للتواصل مع الجمهور، حيث يمكن للمواطنين والعاملين في المؤسسة الإبلاغ عن أي ممارسات غير قانونية أو فساد بشكل آمن وسري.
- ٣- تصميم حملات توعوية تهدف إلى توعية الجمهور حول آثار الفساد وكيفية محاربتة، مما يساهم في تعزيز ثقافة النزاهة والمساءلة.
- ٤- التحفيز على المشاركة المجتمعية\*: تشجيع الأفراد والمجتمعات على المشاركة في البرامج والمبادرات التي تهدف إلى مكافحة الفساد، مما يعزز من جهود المراقبة والمساءلة.

**المحور الثالث: الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية**

**جدول (٨) يبين الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية. ن = (٢٣٢).**

| المرتبّة | المستوى | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | الاستجابات |       |       | العبارات                                                                                                                           |   |
|----------|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|-------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|          |         |              |                   |              | لا أتفق    | محايد | أتفق  |                                                                                                                                    |   |
| ٢        | مرتفع   | ٨٥           | .990              | ٢,٥٥         | ١٨         | ٦٨    | ١٤٦   | ك تنظيم حملات توعية عبر وسائل الاعلام المختلفة (الصحف، التلفزيون، الاذاعة، وسائل التواصل الاجتماعي) لنشر قيم النزاهة ومخاطر الفساد | ١ |
|          |         |              |                   |              | ٧,٧٦       | ٢٩,   | ٦٢,٩٣ |                                                                                                                                    |   |
| ١        | مرتفع   | ٨٦,٣٣        | .783              | ٢,٥٩         | ١٦         | ٦٢    | ١٥٤   | ك                                                                                                                                  | ٢ |

|   |       |       |      |      |       |     |       |   |                                                                                       |  |
|---|-------|-------|------|------|-------|-----|-------|---|---------------------------------------------------------------------------------------|--|
|   |       |       |      |      | ٦,٩   | ٢٦, | ٦٦,٣٨ | % | إقامة الورش والندوات والمؤتمرات<br>لتوعية العاملين والجمهور<br>بسبل الوقاية من الفساد |  |
| ٧ | متوسط | ٧٧    | .956 | ٢,٣١ | ٣٦    | ٨٨  | ١٠٨   | ك | ٣ إصدار تقارير دورية تبين أداء<br>المؤسسة والجراءات المتبعة<br>لمكافحة الفساد         |  |
|   |       |       |      |      | ١٥,٥٢ | ٣٧, | ٤٦,٥٥ | % |                                                                                       |  |
| ٦ | متوسط | ٧٠,٣٣ | .785 | ٢,١١ | ٥٦    | ٩٤  | ٨٢    | ك | ٤ إنشاء مواقع الالكترونية متخصصة<br>تتيح الاطلاع على المعلومات<br>وتقديم الشكوى       |  |
|   |       |       |      |      | ٢٤,١٤ | ٤٠, | ٣٥,٣٤ | % |                                                                                       |  |
| ٥ | متوسط | ٧٠,٦٧ | .902 | ٢,١٢ | ٤٢    | ٧٦  | ١١٤   | ك | ٥ توفير قنوات اتصال امنية بين المؤسسة<br>والجماهير                                    |  |
|   |       |       |      |      | ١٨,١  | ٣٢, | ٤٩,١٤ | % |                                                                                       |  |
| ٤ | مرتفع | ٨٠,٦٧ | .925 | ٢,٤٢ | ٣٢    | ٧٠  | ١٣٠   | ك | ٦ الاعلان عن الاجراءات التأديب بحق<br>المخالفين لتعزيز مبدئ<br>المحاسبية              |  |
|   |       |       |      |      | ١٣,٧٩ | ٣٠, | ٥٦,٠٣ | % |                                                                                       |  |
| ٣ | مرتفع | ٨٢,٣٣ | .864 | ٢,٤٧ | ٣٤    | ٥٤  | ١٤٤   | ك |                                                                                       |  |

|   |       |       |      |      |         |     |       |   |                                                                                 |   |
|---|-------|-------|------|------|---------|-----|-------|---|---------------------------------------------------------------------------------|---|
|   |       |       |      |      | ١٤,٦٥   | ٢٣, | ٦٢,٠٧ | % | إقامة برامج تدريبية للعاملين حول أخلاقيات العمل ومخاطر الفساد                   |   |
| ٧ | متوسط | ٧٧    | .979 | ٢,٣١ | ٣٦      | ٨٩  | ١٠٧   | ك | التعاون المشترك مع الهيئات الحكومية والمنظمات ذات العلاقة                       | ٨ |
|   |       |       |      |      | ١٥,٥٢   | ٣٨, | ٤٦,١٢ | % |                                                                                 |   |
| ٢ | مرتفع | ٨٥    | .882 | ٢,٥٥ | ١٨      | ٦٩  | ١٤٥   | ك | العمل مع وسائل الاعلام لنشر قصص النجاح المؤسسية في مكافحة الفساد وكشف التجاوزات | ٩ |
|   |       |       |      |      | ٧,٧٦    | ٢٩, | ٦٢,٥  | % |                                                                                 |   |
| - | مرتفع | ٧٩,٣٣ | .896 | ٢,٣٨ | المجموع |     |       |   |                                                                                 |   |

يوضح جدول (٨) أن الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية يتم توضيحه وفق ما يأتي: جاءت فئة (إقامة الورش والندوات والمؤتمرات لتوعية العاملين والجمهور بسبل الوقاية من الفساد) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٥٩) وبوزن مئوي (٨٦,٣٣%)، يليها فئة (تنظيم حملات توعية عبر وسائل الاعلام المختلفة (الصحف، التلفزيون، الاذاعة، وسائل التواصل الاجتماعي) لنشر قيم النزاهة ومخاطر الفساد، العمل مع وسائل الاعلام لنشر قصص النجاح المؤسسية في مكافحة الفساد وكشف التجاوزات)، بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢,٥٥) وبوزن مئوي (٨٥%)، ثم فئة (إقامة برامج تدريبية للعاملين حول أخلاقيات العمل ومخاطر الفساد) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٤٧) وبوزن مئوي (٨٢,٣٣%)، بينما جاءت فئة (اصدار تقارير دورية

تبيين أداء المؤسسة والاجراءات المتبعة لمكافحة الفساد، التعاون المشترك مع الهيئات الحكومية والمنظمات ذات العلاقة) بالترتيب السابع بوسط مرجح (٢,٣١) وبوزن مئوي (٧٧%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية بلغ (٢,٣٨)، ونسبة بلغت (٧٩,٣٣%) وهو مستوى متوسط.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية المبحوثين أن الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية يتمثل في أن الورش والندوات والمؤتمرات تعد من الأدوات الفعالة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في مكافحة الفساد، ومن خلال هذه الفعاليات، يمكن توعية العاملين والجمهور بأهمية الشفافية والنزاهة، وسبل الوقاية من الفساد.

بالإضافة إلى ذلك، تنظيم حملات توعية عبر وسائل الإعلام يلعب دورًا مهمًا في نشر المعلومات والرسائل التوعوية بشكل واسع، مما يساهم في بناء ثقافة مجتمعية ترفض الفساد.

أيضًا يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات لنشر المحتوى التوعوي، وهو ما يجعل الرسائل تصل إلى جمهور أوسع وبشكل أسرع، كل هذه الجهود تساهم في تعزيز قيم النزاهة وتسهيل التواصل بين المؤسسات والجمهور بمختلف شرائحه.

المحور الرابع: الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

جدول (٩) يبين الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد. ن = (٢٣٢).

| المرتب | المستوى | الوزن المثوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | الاستجابات |       |       | العبارات                                                                                             |   |
|--------|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|-------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|        |         |              |                   |              | لا أتفق    | محايد | أتفق  |                                                                                                      |   |
| ٣      | مرتفع   | ٨٥,٦٧        | .716              | ٢,٥٧         | ٢٠         | ٦٠    | ١٥٢   | إقامة قنوات اتصال مفتوحة بين الإدارة والموظفين                                                       | ١ |
|        |         |              |                   |              | ٨,٦٢       | ٢٥,٨٦ | ٦٥,٥٢ |                                                                                                      |   |
| ٨      | مرتفع   | ٧٩,٣٣        | .669              | ٢,٣٨         | ٢٢         | ١٠٠   | ١١٠   | إقامة قنوات اتصال مفتوحة بين الإدارة والموظفين لتسهيل الإبلاغ عن المخالفات                           | ٢ |
|        |         |              |                   |              | ٩,٤٨       | ٤٣,١  | ٤٧,٤١ |                                                                                                      |   |
| ٧      | مرتفع   | ٨١,٣٣        | .894              | ٢,٤٤         | ١٤         | ١٠٢   | ١١٦   | تنظيم لقاءات داخلية لمناقشة السياسات المناهضة للفساد                                                 | ٣ |
|        |         |              |                   |              | ٦,٠٣       | ٤٣,٩٧ | ٥٠    |                                                                                                      |   |
| ٤      | مرتفع   | ٨٥,٣٣        | .899              | ٢,٥٦         | ٢٤         | ٥٤    | ١٥٤   | تطوير آليات الإبلاغ: مثل الصناديق السرية، الخطوط الساخنة، والإلكتروني الآمن لتشجيع الإبلاغ عن الفساد | ٤ |
|        |         |              |                   |              | ١٠,٣٤      | ٢٣,٢٨ | ٦٦,٣٨ |                                                                                                      |   |
| ٥      | مرتفع   | ٨٤,٣٣        | .860              | ٢,٥٣         | ١٦         | ٧٦    | ١٤٠   |                                                                                                      | ٥ |

|   |       |       |      |      |         |       |       |   |                                                                                        |  |
|---|-------|-------|------|------|---------|-------|-------|---|----------------------------------------------------------------------------------------|--|
|   |       |       |      |      | ٦,٩     | ٣٢,٧٦ | ٦٠,٣٤ | % | نشر التقارير الدورية حول الأداء المالي والإداري لتوضيح كيفية اتخاذ القرارات            |  |
| ٦ | مرتفع | ٨٦,٣٣ | .935 | ٢,٥٩ | ١٦      | ٦٢    | ١٥٤   | ك | تطبيق سياسة الباب المفتوح لتعزيز الثقة بين الموظفين والإدارة                           |  |
|   |       |       |      |      | ٦,٩     | ٢٦,٧٢ | ٦٦,٣٨ | % |                                                                                        |  |
| ٧ | مرتفع | ٨٧    | .832 | ٢,٦١ | ١٦      | ٥٨    | ١٥٨   | ك | توفير المعلومات للجمهور حول إجراءات مكافحة الفساد عبر المواقع الرسمية والمنصات الرقمية |  |
|   |       |       |      |      | ٦,٩     | ٢٥    | ٦٨,١  | % |                                                                                        |  |
| ٨ | مرتفع | ٨٢,٦٧ | .815 | ٢,٤٨ | ٢٦      | ٦٨    | ١٣٨   | ك | استطلاعات الرأي لقياس وعي المجتمع حول قضايا الفساد وتقييم الجهود المبذولة لمكافحته     |  |
|   |       |       |      |      | ١١,٢١   | ٢٩,٣١ | ٥٩,٤٨ | % |                                                                                        |  |
| - | مرتفع | ٨٤    | .827 | ٢,٥٢ | المجموع |       |       |   |                                                                                        |  |

يوضح جدول (٩) أن الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (توفير المعلومات للجمهور حول إجراءات مكافحة الفساد عبر المواقع الرسمية والمنصات الرقمية) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٦١) وبوزن مؤوي (٨٧%)، يليها فئة (تطبيق سياسة الباب المفتوح لتعزيز الثقة بين الموظفين والإدارة) بالترتيب الثاني

بوسط مرجح (٢,٥٩) وبوزن مئوي (٨٦,٣٣%)، ثم فئة (إقامة قنوات اتصال مفتوحة بين الإدارة والموظفين) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٥٧) وبوزن مئوي (٨٥,٦٧%)، بينما جاءت فئة (إقامة قنوات اتصال مفتوحة بين الإدارة والموظفين لتسهيل الإبلاغ عن المخالفات) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢,٣٨) وبوزن مئوي (٧٩,٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد بلغ (٢,٥٢)، وينسبة بلغت (٨٤%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية الباحثين أن الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد يتمثل في أن الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية تعد جزءاً أساسياً من جهود العلاقات العامة في مكافحة الفساد، ومن الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق هذا الهدف، توفير المعلومات الشفافة عن طريق نشر المعلومات المتعلقة بإجراءات مكافحة الفساد بما في ذلك القوانين والتشريعات، والآليات المتاحة للإبلاغ عن الفساد، وذلك عبر المواقع الرسمية والمنصات الرقمية، كذلك تصميم رسائل اتصالية واضحة ومباشرة تصل إلى الجمهور وتوضح أهمية مكافحة الفساد ودورهم في ذلك، بالإضافة إلى ذلك يجب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور، من خلال الإجابة على استفساراتهم وتقديم الدعم والمعلومات اللازمة.

## المحور الخامس: الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد

جدول (١٠) يبين الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد. ن = (٢٣٢).

| المر | المستوى | الوزن المئوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | الاستجابات |       |       | العبارات                                                                                              |   |
|------|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|-------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|      |         |              |                   |              | لا أتفق    | محايد | أتفق  |                                                                                                       |   |
| ٨    | مرتفع   | ٨٦,٣٣        | .965              | ٢,٥٩         | ٢٢         | ٥٢    | ١٥٨   | ك<br>تعزيز صورة الهيئات الرقابية والحكومية<br>كمؤسسات نزيهة وفعالة                                    | ١ |
|      |         |              |                   |              | ٩,٤٨       | ٢٢,٤١ | ٦٨,١  |                                                                                                       |   |
| ٧    | مرتفع   | ٨٧           | .986              | ٢,٦١         | ١٨         | ٥٤    | ١٦٠   | ك<br>تحويل النظرة السلبية للفساد من "أمر<br>عادي" إلى سلوك مرفوض<br>أخلاقياً وقانونياً                | ٢ |
|      |         |              |                   |              | ٧,٧٦       | ٢٣,٢٨ | ٦٨,٩٧ |                                                                                                       |   |
| ٤    | مرتفع   | ٨٨,٦٧        | .783              | ٢,٦٦         | ١٨         | ٤٢    | ١٧٢   | ك<br>استخدام وسائل الإعلام التقليدية<br>والرقمية لنشر رسائل مضادة<br>للفساد                           | ٣ |
|      |         |              |                   |              | ٧,٧٦       | ١٨,١  | ٧٤,١٤ |                                                                                                       |   |
| ١    | مرتفع   | ٩٠,٦٧        | .964              | ٢,٧٢         | ١٦         | ٣٢    | ١٨٤   | ك<br>توظيف قصص حقيقية أو تمثيلية تُظهر<br>معاناة الأفراد من الفساد، مما<br>يخلق تعاطفاً ويحفز التغيير | ٤ |
|      |         |              |                   |              | ٦,٩        | ١٣,٧٩ | ٧٩,٣١ |                                                                                                       |   |
| ٣    | مرتفع   | ٨٩           | .988              | ٢,٦٧         | ١٨         | ٤٠    | ١٧٤   | ك<br>التعاون مع شخصيات عامة مؤثرة في<br>الرأي العام (نشطاء، فنانيين، قادة                             | ٥ |
|      |         |              |                   |              | ٧,٧٦       | ١٧,٢٤ | ٧٥    |                                                                                                       |   |

|   |       |       |      |      |      |       |       |   | رأي) لنشر الرسائل المضادة للفساد                                                         |         |
|---|-------|-------|------|------|------|-------|-------|---|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ٥ | مرتفع | ٨٧,٦٧ | .922 | ٢,٦٣ | ١٨   | ٥٠    | ١٦٤   | ك | إدراج مفاهيم النزاهة في المناهج الدراسية وبرامج التدريب للموظفين الحكوميين والقطاع الخاص | ٦       |
|   |       |       |      |      | ٧,٧٦ | ٢١,٥٥ | ٧٠,٦٩ | % |                                                                                          |         |
| ٢ | مرتفع | ٨٩,٣٣ | .953 | ٢,٦٨ | ١٤   | ٤٦    | ١٧٢   | ك | في بعض المجتمعات، يُنظر إلى الفساد كجزء من العادات، مما يتطلب تغييراً عميقاً في الذهنية  | ٧       |
|   |       |       |      |      | ٦,٠٣ | ١٩,٨٣ | ٧٤,١٤ | % |                                                                                          |         |
| ٦ | مرتفع | ٨٧,٣٣ | .944 | ٢,٦٢ | ٨    | ٧٢    | ١٥٢   | ك | التثقيف حول مخاطر الفساد وما يترتب عليه من اثار سلبية على الجمهور                        | ٨       |
|   |       |       |      |      | ٣,٤٥ | ٣١,٠٣ | ٦٥,٥٢ | % |                                                                                          |         |
| - | مرتفع | ٨٨,٣٣ | .938 | ٢,٦٥ |      |       |       |   |                                                                                          | المجموع |

يوضح جدول (١٠) أن الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (توظيف قصص حقيقية أو تمثيلية تُظهر معاناة الأفراد من الفساد، مما يخلق تعاطفاً ويحفز التغيير) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٧٢) وبوزن مئوي (٩٠,٦٧%)، يليها فئة (في بعض المجتمعات، يُنظر إلى الفساد كجزء من العادات، مما يتطلب تغييراً عميقاً في الذهنية) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢,٦٨) وبوزن مئوي (٨٩,٣٣%)، ثم فئة (التعاون مع شخصيات عامة مؤثرة في الرأي العام

(نشطاء، فنانيين، قادة رأي) لنشر الرسائل المضادة للفساد) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٦٧) وبوزن مئوي (٨٩%)، بينما جاءت فئة (تعزيز صورة الهيئات الرقابية والحكومية كمؤسسات نزيهة وفعالة) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢,٥٩) وبوزن مئوي (٨٦,٣٣%). وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد بلغ (٢,٦٥)، ونسبة بلغت (٨٨,٣٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية المبحوثين أن الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد يتمثل في أن الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد تعد فعالة جداً، حيث تلعب دوراً هاماً في توعية المجتمع والتأثير على سلوك الأفراد. ويتم استخدام هذه الاستمالات عن طريق تقديم قصص حقيقية عن ضحايا الفساد يساعد في توضيح تأثيره السلبي على الأفراد والمجتمعات، وهذا النوع من السرد يخلق تعاطفاً مع الضحايا ويحفز الجمهور على اتخاذ إجراءات للمساهمة في التغيير، كذلك أن استخدام المسرحيات أو الأفلام التمثيلية لتسليط الضوء على قصص الفساد وكيف تؤثر على حياة الناس تعطي بعداً إنسانياً للقضية، مما يسهل على الجمهور فهمها واستيعابها، بالإضافة إلى أن تنظيم حملات توعية لتعريف الجماهير بمخاطر الفساد وأثره على التنمية الاجتماعية والاقتصادية يُعدّ أساسياً، وقد تشمل هذه الحملات ورش عمل، محاضرات، أو حوارات مجتمعية.

## المحور السادس: التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

جدول (١١) يبين التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد. ن = (٢٣٢).

| المرتبّة | المستوى | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | الاستجابات |       |       | العبارات                                                                           |   |
|----------|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|-------|-------|------------------------------------------------------------------------------------|---|
|          |         |              |                   |              | لا أتفق    | محايد | أتفق  |                                                                                    |   |
| 11       | متوسط   | ٧٦           | .926              | ٢,٢٨         | ٥٢         | ٦٤    | ١١٦   | عدم تحديد الواجبات والمهام للعلاقات العامة في المؤسسة                              | ١ |
|          |         |              |                   |              | ٢٢,٤١      | ٢٧,٥٩ | 50    |                                                                                    |   |
| 10       | متوسط   | ٧٧,٦٧        | .949              | ٢,٣٣         | ٣٠         | ٩٦    | ١٠٦   | عدم وضوح موقع العلاقات العامة داخل الهيكل الوظيفي للمؤسسة                          | ٢ |
|          |         |              |                   |              | ١٢,٩٣      | ٤١,٣٨ | ٤٥,٦٩ |                                                                                    |   |
| 8        | مرتفع   | ٨٠,٣٣        | .937              | ٢,٤١         | ٤٤         | ٥٠    | ١٣٨   | ضعف أنشطة العلاقات العامة داخل المؤسسة في مكافحة الفساد                            | ٣ |
|          |         |              |                   |              | ١٨,٩٧      | ٢١,٥٥ | ٥٩,٤٨ |                                                                                    |   |
| 6        | مرتفع   | ٨١,٦٧        | .931              | ٢,٤٥         | ٣٠         | ٦٨    | ١٣٤   | عدم وجود ميزانية جيدة للعلاقات العامة في المؤسسة لممارسة أنشطتها في الحد من الفساد | ٤ |
|          |         |              |                   |              | ١٢,٩٣      | ٢٩,٣١ | ٥٧,٧٦ |                                                                                    |   |
| 3        | مرتفع   | ٨٢,٦٧        | .944              | ٢,٤٨         | ٢٤         | ٧٢    | ١٣٦   | الحفاظ على المعلومات التي يدلي بها الجمهور في العلاقات العامة                      | ٥ |
|          |         |              |                   |              | ١٠,٣٤      | ٣١,٠٣ | ٥٨,٦٢ |                                                                                    |   |
| 1        | مرتفع   | ٨٤,٣٣        | .832              | ٢,٥٣         | ٢٢         | ٦٤    | ١٤٦   | تقييد وصول العلاقات العامة الى المعلومات يعيق قدرتها على تعزيز الشفافية            | ٦ |
|          |         |              |                   |              | ٩,٤٨       | ٢٧,٥٩ | ٦٢,٩٣ |                                                                                    |   |
| 5        | مرتفع   | ٨٢           | .849              | ٢,٤٦         | ٢٤         | ٧٨    | ١٣٠   |                                                                                    | ٧ |

|    |   |     |    |    |       |       |       |       |                                                                                             |                                                                                                                  |
|----|---|-----|----|----|-------|-------|-------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |   |     |    |    | ١٠,٣٤ | ٣٣,٦٢ | ٥٦,٠٣ | %     | وجود ثقافة داخل المؤسسة ترفض التغيير من خلال حماية المصالح الفاسدة تعيق عمل العلاقات العامة |                                                                                                                  |
| ٨  | ك | ١٤٦ | ٥٤ | ٣٢ | ٢,٤٩  | ٨٣    | .856  | مرتفع | 2                                                                                           | عدم ثقة الجمهور بمكافحة الفساد يقف أمام ثقتهم بالدور الاعلامي للعلاقات العامة                                    |
|    |   |     |    |    |       |       |       |       |                                                                                             |                                                                                                                  |
| ٩  | ك | ١٣٤ | ٧٣ | ٢٥ | ٢,٤٧  | ٨٢,٣٣ | .871  | مرتفع | 4                                                                                           | ضعف القوانين والمساءلة التي تحمي المبلغين وتجرم الفساد يحد من قدرة العلاقات العامة على تحفيز الجمهور على الإبلاغ |
|    |   |     |    |    |       |       |       |       |                                                                                             |                                                                                                                  |
| ١٠ | ك | ١٣٢ | ٧٠ | ٣٠ | ٢,٤٤  | ٨١,٣٣ | .812  | مرتفع | 7                                                                                           | نقص الموارد البشرية الكفوة والدعم المالي                                                                         |
|    |   |     |    |    |       |       |       |       |                                                                                             |                                                                                                                  |
| ١١ | ك | ١١٨ | ٨٤ | ٣٠ | ٢,٣٨  | ٧٩,٣٣ | .839  | مرتفع | 9                                                                                           | تعمل العلاقات العامة على منع تضليل المعلومات والقضاء على الشائعات التي تؤثر بشكل سلبي في مكافحة الفساد           |
|    |   |     |    |    |       |       |       |       |                                                                                             |                                                                                                                  |
|    |   |     |    |    | ٢,٤٣  | ٨١    | .861  | مرتفع | -                                                                                           | المجموع                                                                                                          |

يوضح جدول (١١) أن التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (تقييد وصول العلاقات العامة الى المعلومات يعيق قدرتها على تعزيز الشفافية) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٥٣) وبوزن مئوي (٨٤,٣٣%)، يليها فئة (عدم ثقة الجمهور بمكافحة الفساد يقف أمام ثقتهم بالدور الاعلامي للعلاقات العامة) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢,٤٩) وبوزن مئوي (٨٣%)، ثم فئة (الحفاظ على المعلومات التي يدلي بها الجمهور في العلاقات العامة) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٤٨) وبوزن مئوي (٨٢,٦٧%)، بينما جاءت فئة (عدم تحديد الواجبات والمهام للعلاقات العامة في المؤسسة) بالترتيب الحادي عشر بوسط مرجح (٢,٢٨) وبوزن مئوي (٧٦%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد بلغ (٢,٤٣)، وبنسبة بلغت (٨١%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية المبحوثين أن التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد تتمثل في أن التحديات التي تواجهها العلاقات العامة في مكافحة الفساد هي متعددة ومعقدة، ومن هذه التحديات:

١- تقييد وصول المعلومات: في كثير من الأحيان، تواجه العلاقات العامة صعوبة في الحصول على المعلومات الضرورية لتقديم توصيات أو بيانات دقيقة للجمهور، وعدم شفافيتها يمكن أن يؤثر سلباً على جهودها في تعزيز الوعي ومكافحة الفساد.

٢- عدم ثقة الجمهور: إذا كانت هناك مستويات عالية من الشك وعدم الثقة في المؤسسات المعنية بمكافحة الفساد، فقد يؤثر ذلك على قدرة العلاقات العامة على الاتصال الفعال، فإن الشك من قبل الجمهور يمكن أن يحول دون استجابة إيجابية للمبادرات الإعلامية التي تهدف إلى تعزيز الشفافية والنزاهة.

٣- قد يكون هناك تحيز في تغطية القضايا المتعلقة بالفساد، مما يتسبب في تشويه الحقائق أو عدم نقل الرسالة بشكل صحيح، وبذلك يمكن أن تؤثر هذه الانحيازات على طريقة فهم الجمهور لهذه القضايا.

**المحور السابع: المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد**

**جدول (١٢) يبين المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد. ن = (٢٣٢).**

| المرتبة | المستوى | الوزن المئوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | الاستجابات |           |       | العبارات                                                                                                     |   |
|---------|---------|--------------|-------------------|--------------|------------|-----------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|         |         |              |                   |              | لا أوافق   | غير متأكد | موافق |                                                                                                              |   |
| 4       | مرتفع   | ٨٩,٦٧        | .819              | ٢,٦٩         | ١٤         | ٤٤        | ١٧٤   | قيام العلاقات العامة بالرصد والتنبؤ من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الحكومية              | ١ |
|         |         |              |                   |              | ٦,٠٣       | ١٨,٩٧     | ٧٥    |                                                                                                              |   |
| 9       | مرتفع   | ٨٣           | .993              | ٢,٤٩         | ٢٠         | ٧٨        | ١٣٤   | عمل منصات ابلاغ ذكية لها القدرة على تطوير تطبيقات التعلم الالي لتقييم البلاغات عن الفساد مما يسرع في الاجابة | ٢ |
|         |         |              |                   |              | ٨,٦٢       | ٣٣,٦٢     | ٥٧,٧٦ |                                                                                                              |   |
| 7       | مرتفع   | ٨٦           | .844              | ٢,٥٨         | ٢٢         | ٥٤        | ١٥٦   | تصميم حملات توعية الالكترونية تستخدم تقنية VR يظهر كيف يمكن لرشوة تدمير مشروع ضخم                            | ٣ |
|         |         |              |                   |              | ٩,٤٨       | ٢٣,٢٨     | ٦٧,٢٤ |                                                                                                              |   |
| 6       | مرتفع   | ٨٧           | .979              | ٢,٦١         | ١٣         | ٦٤        | ١٥٥   |                                                                                                              | ٤ |

|   |       |       |      |      |      |       |       |   |                                                                                                             |  |
|---|-------|-------|------|------|------|-------|-------|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|   |       |       |      |      | ٥,٦  | ٢٧    | ٦٦    | % | استخدام العلاقات العامة لتشجيع الإبلاغ عن الفساد عبر ضمان السرية والمكافآت المادية والمعنوية                |  |
| ٥ | مرتفع | ٩٠,٦٧ | .834 | ٢,٧٢ | ١٦   | ٣٤    | ١٨٢   | ك | بناء شراكات مع القطاع الخاص لتطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي من أجل مكافحة الفساد                              |  |
|   |       |       |      |      | ٦,٩  | ١٤,٦٦ | ٧٨,٤٥ | % |                                                                                                             |  |
| ٦ | مرتفع | ٩٢,٦٧ | .999 | ٢,٧٨ | ٩    | ٢٧    | ١٩٤   | ك | التحول الى الحكومة المفتوحة من خلال نشر جميع البيانات الحكومية واستخدام العلاقات العامة للتسويق لهذه الخطوة |  |
|   |       |       |      |      | ٣,٨٨ | ١١,٦٤ | ٨٣,٦٢ | % |                                                                                                             |  |
| ٧ | مرتفع | ٩٢    | .825 | ٢,٧٦ | ١٢   | ٣٢    | ١٨٨   | ك | قيام العلاقات العامة بتحذير العاملين غير رسائل مخصصة عند اقترابهم من سلوكيات محفوفة بالمخاطر                |  |
|   |       |       |      |      | ٥,١٧ | ١٣,٧٩ | ٨١,٠٣ | % |                                                                                                             |  |
| ٨ | مرتفع | ٨٤    | .889 | ٢,٥٢ | ٢٢   | ٦٨    | ١٤٢   | ك | استخدام استراتيجيات العلاقات العامة لبناء ثقافة رافضة للفساد داخل المؤسسة                                   |  |
|   |       |       |      |      | ٩,٤٨ | ٢٩,٣  | ٦١,٢  | % |                                                                                                             |  |
| ٩ | مرتفع | ٨٨,٦٧ | .987 | ٢,٦٦ | ١٨   | ٤٢    | ١٧٢   | ك |                                                                                                             |  |

|   |       |       |      |      |      |      |       |   |                                                                       |         |
|---|-------|-------|------|------|------|------|-------|---|-----------------------------------------------------------------------|---------|
|   |       |       |      |      | ٧,٧٦ | ١٨,١ | ٧٤,١٤ | % | نشر الوعي حول مخاطر الفساد وأثاره<br>السلبية على المجتمع<br>والاقتصاد |         |
| - | مرتفع | ٨٨,٣٣ | .907 | ٢,٦٥ |      |      |       |   |                                                                       | المجموع |

يوضح جدول (١٢) أن المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (التحول الى الحكومة المفتوحة من خلال نشر جميع البيانات الحكومية واستخدام العلاقات العامة للتسويق لهذه الخطوة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢,٧٨) وبوزن مئوي (٩٢,٦٧%)، يليها فئة (قيام العلاقات العامة بتحذير العاملين عبر رسائل مخصصة عند اقترابهم من سلوكيات محفوفة بالمخاطر) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢,٧٦) وبوزن مئوي (٩٢%)، ثم فئة (بناء شراكات مع القطاع الخاص لتطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي من اجل مكافحة الفساد) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢,٧٢) وبوزن مئوي (٩٠,٦٧%)، بينما جاءت فئة (عمل منصات ابلاغ ذكية لها القدرة على تطوير تطبيقات التعلم الالي لتقييم البلاغات عن الفساد مما يسرع في الاجابة) بالترتيب التاسع بوسط مرجح (٢,٤٩) وبوزن مئوي (٨٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد بلغ (٢,٦٥)، ونسبة بلغت (٨٨,٣٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق عن رؤية الباحثين أن المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد تتمثل في أن المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد عن طريق التحول إلى الحكومة المفتوحة تُعد خطوة استراتيجية مهمة، وفي هذا الإطار يمكن التركيز على نشر البيانات الحكومية، إذ يجب أن تتبنى الحكومة سياسة شفافة تشمل نشر جميع البيانات المتعلقة

بالعمليات الحكومية والمالية، ويساهم هذا في زيادة ثقة المواطنين ويعزز المساءلة، كما يمكن استخدام استراتيجيات العلاقات العامة للترويج لمبادرات الحكومة المفتوحة، ويتضمن ذلك إنشاء حملات توعوية تبرز الفوائد التي ستجنيها المجتمعات من الشفافية، مثل تحسين الخدمات وتخفيف الفساد، بالإضافة إلى تحذير العاملين عن طريق تقديم رسائل مخصصة للعاملين في الحكومة حول سلوكياتهم المحتملة، ويمكن للعلاقات العامة لعب دور وقائي، ويمكن استخدام نظم الاتصالات الداخلية لإرسال تنبيهات إلى الموظفين تحذرهم من المخاطر المرتبطة باتباع سلوكيات غير أخلاقية.

### فرضيات الدراسة:

**الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة احصائية فيما يخص الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية وتبعاً لمتغير الجنس.

للتحقق من الفرضية الأولى بحسب جنس المبحوثين لمعرفة دلالة الفرق في الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي T- test لعينتين مستقلتين فأتضح لها أن متوسط الذكور (2.2616) و بانحراف معياري (0.44044)، و متوسط الإناث (1.0732) و بانحراف معياري (0.26148) و بدرجة حرية (230) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (8.505) أكبر من القيمة الجدولية (1.96). و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) وجدول (١٣) يوضح ذلك.

جدول (١٣) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات درجات الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية.

| الجنس | العدد | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | القيمة التائية |          | الحكم                     |
|-------|-------|---------------|-------------------|-------------|----------------|----------|---------------------------|
|       |       |               |                   |             | المحسوبة       | الجدولية |                           |
| ذكور  | ١٥٦   | 2.2616        | .44044            | ٢٣٠         | 8.505          | 1.96     | دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ |
| إناث  | ٧٦    | 1.0732        | .26148            |             |                |          |                           |

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات الوسائل التي يستخدمها ممارسي العلاقات في مكافحة الفساد في المؤسسات الحكومية عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (2.2616). وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى.

**الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد وبين التحديات التي تواجهها العلاقات العامة.

جدول (١٤) يبين العلاقة بين الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد وبين التحديات التي تواجهها العلاقات العامة.

| المتغير                                                                              |  |  |  | التحديات التي تواجهها العلاقات العامة |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|---------------------------------------|----------------------|
| الاستراتيجيات الاتصالية والإعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد |  |  |  | درجة الحرية                           | قيمة بيرسون          |
|                                                                                      |  |  |  | دالة                                  | الحكم                |
|                                                                                      |  |  |  | عند مستوى دلالة ٠,٠١                  | عند مستوى دلالة ٠,٠١ |
|                                                                                      |  |  |  | ٢٣٠                                   | ٠.٩٢٢**              |
|                                                                                      |  |  |  | ٠.٢٣٢                                 | ٠.٢٣٢                |

توضح بيانات جدول (١٤) وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية جدا بين الاستراتيجيات الاتصالية والاعلامية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في مكافحة الفساد وبين التحديات التي تواجهها العلاقات العامة، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ( $0.922^{**}$ ) وهي أكبر من القيمة الجدولية ( $0.232$ ) عند مستوى دلالة ( $0.01$ ) ودرجة حرية ( $230$ ) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

## الاستنتاجات:

١. كشفت نتائج الدراسة أن دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد يعد من الأبعاد الحيوية التي يمكن أن تسهم بشكل كبير في تعزيز الشفافية والمصداقية، وتحفيز التواصل الفعال بين المؤسسات والجمهور عن طريق نشر المعلومات الدقيقة والموثوقة حول أنشطة المؤسسة، مما يعزز الثقة بين المؤسسة والجمهور ويقلل من الشائعات والمعلومات المغلوطة، وأن استخدامها لخلق قنوات للتواصل مع الجمهور، يساعد المواطنين والعاملين في المؤسسة الإبلاغ عن أي ممارسات غير قانونية أو فساد بشكل آمن وسري.
٢. بينت نتائج الدراسة أن الورش والندوات والمؤتمرات تعد من الأدوات الفعالة التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في مكافحة الفساد، ومن خلال هذه الفعاليات، يمكن توعية العاملين والجمهور بأهمية الشفافية والنزاهة، وسبل الوقاية من الفساد، بالإضافة إلى ذلك، تنظيم حملات توعية عبر وسائل الإعلام يلعب دورًا مهمًا في نشر المعلومات والرسائل التوعوية بشكل واسع، مما يساهم في بناء ثقافة مجتمعية ترفض الفساد.
٣. أظهرت نتائج الدراسة أن الاستراتيجيات الاتصالية والإعلامية تعد جزءًا أساسيًا من جهود العلاقات العامة في مكافحة الفساد، ومن الاستراتيجيات التي يمكن أن تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق هذا الهدف، توفير المعلومات الشفافة عن طريق نشر المعلومات المتعلقة بإجراءات مكافحة الفساد بما في ذلك القوانين والتشريعات، والآليات المتاحة للإبلاغ عن الفساد، وذلك عبر المواقع الرسمية والمنصات الرقمية.
٤. أوضحت نتائج الدراسة أن الاستمالات التي تستخدمها العلاقات العامة في مكافحة الفساد تعد فعالة جدًا، حيث تلعب دورًا هامًا في توعية المجتمع والتأثير على سلوك الأفراد.

٥. بينت نتائج الدراسة أن تقييد وصول المعلومات يعد من التحديات تواجه العلاقات العامة في الحصول على المعلومات الضرورية لتقديم توصيات أو بيانات دقيقة للجمهور، وعدم شفافيتها يمكن أن يؤثر سلبًا على جهودها في تعزيز الوعي ومكافحة الفساد.
٦. بينت نتائج الدراسة أن التحول إلى الحكومة المفتوحة تُعد خطوة استراتيجية مهمة ومن المعالجات المستقبلية للعلاقات العامة في مكافحة الفساد.

### توصيات

١. تعزيز الشفافية والمساءلة من خلال نشر المعلومات المتعلقة بالموازنات، العقود، والمشتريات العامة بشكل علني وتمكين آليات الشكاوى والتبليغ عن الفساد مع ضمان حماية المبلغين وفرض الإفصاح عن الذمة المالية للمسؤولين الحكوميين
٢. التعاون الدولي والإقليمي من خلال تبادل المعلومات والخبرات مع الجهات الدولية في مكافحة الفساد والمشاركة في مبادرات الشفافية الدولية.
٣. بناء ثقافة مؤسسية قائمة على النزاهة من خلال إدراج قيم النزاهة والشفافية ضمن البرامج التدريبية والورش والندوات للموظفين وترسيخ ثقافة عدم التسامح مع الفساد.
٤. توحيد الخطاب الاعلامي لكافة المؤسسات الاعلامية العراقية للحد من هذه الظاهرة واقامة البرامج والفعاليات التي تؤكد معالجتها.
٥. اجراء المزيد من الابحاث والدراسات حول موضوع الفساد في المؤسسات العامة والخاصة في العراق تشمل عينات ومجتمعات بحث مختلفة للوقوف على الاجراءات المتبعة في مكافحة الفساد.

## مصادر:

١. احمد الاصفر. (٢٠٠١). الضوابط الاخلاقية والفساد الاداري في المؤسسات العامة. أكاديمية نايف العربية للعلوم الامنية، ١٦ (٣٢)، ٣٢٩.
٢. أحمد الأصفر. (٢٠٠١). الضوابط الاخلاقية والفساد الاداري في المؤسسات العامة. المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب، ١٦ (٣٢).
٣. بسام عبدالرحمن الجرايدة. (٢٠١٢). ادارة العلاقات العامة. عمان: دار اسامة للنشر .
٤. حمزة كامل عباس. (٢٠٢٢). أطر المعالجة الإخبارية لمواقع الصحف الدولية بالعربي إزاء الشأن العراقي وعلاقته بمستويات المعرفة لدى الجمهور. بغداد: جامعة بغداد/ كلية الإعلام.
٥. ربحي داوود. (٢٠٠٨). تطور النظريات الاجتماعية. عمان: دار تنسيق للنشر والتوزيع.
٦. سعاد راغب الخطيب. (٢٠٠٠). المدخل الى العلاقات العامة. عمان: دار النشر المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
٧. صالح خليل أبو إصبع. (٢٠٠٨). العلاقات العامة والاتصال الانساني. عمان: دار الشروق.
٨. عادل عبد اللطيف. (٢٠٠٤). الفساد كظاهرة فريبة واليات ضبطها إطار لفهم الفساد في الوطن العربي ومعالجته. مجلة المستقبل العربي، ٢٧ (٣٠٩)، ٩٧.
٩. عامر رشيد مبيض. (٢٠٠٠). موسوعة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية، مصطلحات ومفاهيم. سوريا: دار المعارف للنشر.

١٠. عبد الباري ابراهيم دره. (٢٠١٣). *العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرون*. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
١١. عبد الرزاق محمد الدليمي. (٢٠٠٤). *العلاقات العامة والعولمة*. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
١٢. عبد الرزاق محمد الدليمي. (٢٠٠٥). *العلاقات العامة في التطبيق*. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
١٣. عبد الله أحمد عبد الله المصراطي. (٢٠١١). *الفساد الإداري: نحو نظرية اجتماعية في علم اجتماع الانحراف والجريمة*. الاسكندرية: المكتب العربي الحديث.
١٤. عبدالرزاق محمد الدليمي. (٢٠١١). *الهندسة البشرية والعلاقات العامة*. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
١٥. علي عجوة. (١٩٨٥). *دراسات في العلاقات العامة والاعلام*. القاهرة: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع.
١٦. علي عجوة. (٢٠٠٠). *الاسس العلمية للعلاقات العامة*. القاهرة: عالم الكتب.
١٧. كزار حيدر هاتف. (١٤، ٢٠٢٥). *فاعلية ممارسي العلاقات العامة في إدارة منصات التواصل الاجتماعي للقنوات الفضائية العراقية "دراسة ميدانية"*. (<https://lark.uowasit.edu.iq/index.php/lark/article/view/>) ٢٧٧/٤، ٢٧٧، (المحرر) *Lark Journal*، ١٧ (٢).
١٨. ماجد راغب الحلو. (١٩٨٥). *علم الإدارة العامة*. الاسكندرية: دار المطبوعات الجامعية.
١٩. محمد بهجت كشك. (١٩٨٧). *العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية*. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
٢٠. محمد خالد المهائني. (٢٠٠٩). *النيات حماية المال العام والحد من الفساد الاداري*. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
٢١. محمد صاحب سلطان. (٢٠٢٢). *العلاقات العامة ووسائل الاتصال*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

٢٢. مختار التهامي، و ابراهيم الداڤوقي. (١٩٨٠). مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية.
٢٣. مهدي حسين الطراونه زويلف. (٢٠١٠). العلاقات العامة: نظريات وأساليب. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
٢٤. هادي نعمان الهيبي. (١٩٩٨). الاتصال الجماهيري. بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة.

#### References:

1. Bassam Abdulrahman Al-Jaraydeh, Public Relations Management, Amman: Osama Publishing House, 2012.
2. Rubhi Dawood, The Development of Social Theories, Amman: Tasneem Publishing and Distribution, 2008.
3. Saleh Khalil Abu Isbaa, Public Relations and Human Communication, Amman: Al-Shorouk Publishing House, 2008.
4. Amer Rasheed Mubaid, Cultural, Social, Economic, and Military Encyclopedia, Damascus: Al-Maaref Publishing House, 2000.
5. Abdul Bari Ibrahim Darah, Nabil Khalaf Al-Majali, Public Relations in the 21st Century, 2nd Edition, Amman: Wael Publishing and Distribution, 2013.

6. Abdul Razzaq Mohammed Al-Dulaimi, Public Relations and Globalization, Amman: Jarir Publishing and Distribution, 2004.
7. Abdul Razzaq Mohammed Al-Dulaimi, Applied Public Relations, Amman: Jarir Publishing and Distribution, 2005.
8. Abdul Razzaq Mohammed Al-Dulaimi, Human Engineering and Public Relations, Amman: Wael Publishing and Distribution, 2011.
9. Ali Ajwa, Scientific Foundations of Public Relations, 4th Edition, Cairo: Alam Al-Kutub, 2000.
10. Ali Ajwa, Studies in Public Relations and Media, Cairo: Alam Al-Kutub Publishing and Distribution, 1985.
11. Majid Ragheb Al-Hilu, The Science of Public Administration, Alexandria: University Press Publications, 1985.
12. Mohamed Bahgat Keshk, Public Relations and Social Work, Cairo: Modern University Office, 1987.
13. Mohammed Sahib Sultan, Public Relations and Means of Communication, Amman: Al-Maseerah Publishing and Distribution, 2022.

14. Mohammed Khaled Al-Mahayni, Mechanisms for Protecting Public Funds and Reducing Administrative Corruption, Cairo: Arab Administrative Development Organization, 2009.
15. Ahmed Al-Asfar, Ethical Guidelines and Administrative Corruption in Public Institutions, Riyadh: Arab Journal for Security Studies and Training, Vol. 16, No. 32, 2001.
16. Suad Ragheb Al-Khatib, Introduction to Public Relations, Amman: Al-Maseerah Publishing and Distribution, 2000.
17. Mukhtar Al-Tuhami, Ibrahim Al-Daouqi, Principles of Public Relations in Developing Countries, Ministry of Higher Education and Scientific Research, Baghdad, 1980.
18. Abdullah Ahmed Al-Masrati, Administrative Corruption: Towards a Social Theory in the Sociology of Deviance and Crime – A Field Study, Alexandria: Arab Modern Office, 2011.
19. Mahdi Hussein Al-Tarawneh Zweif, Public Relations: Theories and Methods, Amman: Arab Society Library for Publishing and Distribution, 2010.
20. Hadi Noaman Al-Hayti, Mass Communication, Baghdad: Public Cultural Affairs Publishing House, 1998.

21. Hamza Kamel Abbas, News Coverage Frames on International Arabic Newspaper Websites Regarding Iraqi Affairs and Their Relation to Audience Knowledge Levels, Unpublished Doctoral Dissertation, College of Media, University of Baghdad, 2022.
22. Ahmed Al-Asfar, Ethical Guidelines and Administrative Corruption in Public Institutions, Riyadh: Naif Arab Academy for Security Sciences, Arab Journal for Security Studies and Training, Vol. 16, No. 32, October, 2001.
23. Adel Abdul Latif, Corruption as an Alien Phenomenon and Mechanisms to Control It: A Framework for Understanding and Addressing Corruption in the Arab World, Beirut: Al-Mustaqbal Al-Arabi Journal, Year 27, Issue 309, 2004
24. Hamza Kamel Abbas, Frames of News Coverage of Arabic International Newspapers Regarding Iraqi Issues and its Relation to Audience Knowledge Levels, Unpublished PhD Thesis, College of Media, University of Baghdad, 2022, p. 239