

قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية:

هيئة مكافحة الفساد الفلسطينية أنموذجاً

إعدادُ

فاطمة التيتي

إشراف

د. عبد الكريم سرحان

قُدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.

2021

قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية:

هيئة مكافحة الفساد الفلسطينية أنموذجاً

إعداد

فاطمة حسن التيتي

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2021/9/2م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع



1. د. عبد الكريم سرحان / مشرفاً ورئيساً



2. د. دعاء شاكر / ممتحناً خارجياً



3. د. حسام ابوديه / ممتحناً داخلياً

الإهداء

الى من علمني ان الدنيا كفاح سلاحها العلم والمعرفة

والذي العزيز

الى من كان دعائها نورا لي اعظم امرأة في الوجود

امي الحبيبة

الى الذين اهداني اياهم القدر سندا ومن شاركتم الحياة بكل تفاصيلها

اخوتي واخواتي

الى عائلتي الثانية اللذين كانوا دعما وحضنا لي خلال مسيرتي العلمية

شركتي الحبيبة فلسطين للتأمين

الى احبتي وعائلتي واصدقائي اللذين لم يبخلوا في دعمي وتشجيعي

للقدس ومن صمد فيها للشهداء الذين ضحوا بحياتهم من اجل كرامتنا

الى منارات العلم والمعرفة الذين بذلوا جل جهدهم من اجلنا اساتذتي

إلى كل من يفكر ويبحث للارتقاء بالعلم في كل مكان، أهدي هذا الجهد المتواضع.

الشكر والتقدير

"فوق كل ذي علم عليم"

الحمد لله حمدا كثيرا، الذي أعانني ويسر دربي في مسيرتي ووفقني في إنجاز هذه الرسالة، وبعد الله عز وجل، لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى جميع الأساتذة الأفاضل الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، وكانوا لنا داعمين، ولنا رافعين نحو العلا.

وكل الشكر والتقدير أرفعهما إلى د. عبد الكريم سرحان، ومُشرفي على هذه الدراسة، وأدين له بجزيل الشكر لسعة صدره، ودعمه الحقيقي لي، فكل الشكر لك على جهودك الرائعة، والشكر أيضاً إلى لكل أفراد العينة في دراستي لما قدموه من تعاون في الاستجابة على أداتي الدراسة، ممثلة بالاستبانة والمقابلة، وكل الشكر أرفعه إلى لجنة المحكمين من أساتذة العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية، ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر من أعضاء اللجنة الممتحنة الأستاذ الدكتور الفاضل حسام ابو ديه ممتحناً داخلياً، والأستاذة الدكتورة الفاضلة دعاء شاعر ممتحناً خارجياً، على ما قدماه لي من ملاحظات قيمة خلال المناقشة، ولما فيه من إثراء للدراسة، ولا أنسى أن أرفع كلمات الشكر لكل من ساندني في دراستي من أساتذتي، وأهلي، وأحبتي فلكم مني جزيل الشكر والعرفان.

الاقرار

أنا الموقع أدناه، مقدّم الرسالة التي تحمل العنوان:

قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية:

هيئة مكافحة الفساد الفلسطينية أنموذجا

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الأطروحة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد. وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name:

اسم الطالب: فاطمة حسنة سبي

Signature:

التوقيع: فاطمة سبي

Date:

التاريخ: 2021/9/2

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
ح	فهرس الجداول
ل	فهرس الملاحق
م	الملخص
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة وخلفيتها النظرية
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
4	أسئلة الدراسة
6	فرضيات الدراسة
6	أهداف الدراسة
7	أهمية الدراسة
8	حدود الدراسة
9	مصطلحات الدراسة
11	الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة
11	الأدب النظري
33	الدراسات السابقة
33	الدراسات العربية المتعلقة بالعلاقات العامة
46	الدراسات الأجنبية المتعلقة بالعلاقات العامة
48	الدراسات العربية المتعلقة بالشفافية
57	الدراسات الأجنبية المتعلقة بالشفافية
59	التعقيب على الدراسات السابقة
61	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
61	منهج الدراسة
61	مجتمع الدراسة وعينتها

63	أداة الدراسة
65	صدق الأداة
66	ثبات الأداة
69	إجراءات الدراسة
69	متغيرات الدراسة
71	المعالجات الإحصائية
72	الفصل الرابع : نتائج الدراسة
72	النتائج المتعلقة بالاستبانة
105	النتائج المتعلقة بالمقابلة
111	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
111	المقدمة
111	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس الأول
117	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس الثاني
124	مناقشة نتائج أسئلة المقابلة
128	التوصيات
129	المقترحات
130	قائمة المراجع والمصادر
140	قائمة الملاحق
b	Abstract

فهرس الجداول

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة بالاستبانة الأولى (العاملين) حسب متغيراتها المستقلة	62
2	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة بالاستبانة الثانية (الجمهور الخارجي) حسب متغيراتها المستقلة	62
3	فقرات الاستبانة الأولى (العاملين) تبعاً لمجالاتها	64
4	فقرات الاستبانة الثانية (الجمهور) تبعاً لمجالاتها	65
5	مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي	65
6	معامل ثبات الأداة الخاصة للموظفين، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha	66
7	معامل ثبات الأداة الخاصة بالجمهور، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha	67
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات الدراسة لإستبانة الجمهور مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	73
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	74
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (التأثير في الرأي العام) مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	75
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	76
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	77

78	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	13
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	14
81	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في تعزيز الشفافية حسب متغير النوع الاجتماعي	15
82	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية	16
83	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المؤهل العلمي	17
83	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير التخصص للدرجة الكلية	18
84	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير التخصص	19
85	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الخبرة للدرجة الكلية	20
85	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الوظيفة	21
87	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات الدراسة لإستبانة الجمهور مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	22
88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	23
89	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (التأثير في الرأي العام) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	24

25	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي
26	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي
27	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي
28	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي
29	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في تعزيز الشفافية حسب متغير النوع الاجتماعي
30	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية
31	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المؤهل العلمي
32	نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية - هيئة مكافحة الفساد انموذجاً. في الدرجة الكلية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)
33	نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية - هيئة مكافحة الفساد انموذجاً في الدرجة الكلية لمحور (الشفافية المهنية)
34	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية
35	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير العمر

101	نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)	36
101	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الوظيفة للدرجة الكلية	37
102	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الوظيفة	38
103	نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	39
103	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المحافظة للدرجة الكلية	40
104	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المحافظة	41

قائمة الملاحق

الصفحة	المحتوى	الرقم
140	لجنة المحكمين	1
141	كتاب تسهيل المهمة البحثية	2
143	الاستبانة بصورتها الأولية	3
148	الاستبانة بصورتها النهائية	4
153	الإستبانة بصورتها الاولية للعاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	5
157	الإستبانة بصورتها النهائية للعاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية	6
161	نص المقابلة	7
171	جدول المقابلة	8

قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية:

هيئة مكافحة الفساد الفلسطينية أنموذجاً

اعداد

فاطمة التيتي

إشراف

د. عبد الكريم سرحان

المُلخَص

هدفت الدراسة التعرف إلى قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية الفلسطينية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً، والتعرف إلى أثر اختلاف متغيرات: (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والعمر، والوظيفة، والمحافظة) في قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً، كما هدفت الدراسة التعرف إلى تحديات قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة أسلوب المزج بين المنهج الوصفي والمنهج النوعي من خلال أداتين: نوعية وكمية، وهما: المقابلة والاستبانة، حيث تكون مجتمع الدراسة من (200,000) مواطناً، و(95) موظفاً، وبلغ حجم العينة (385) مواطناً، و(77) موظفاً بالإضافة إلى 8 من موظفي العلاقات العامة و3 من رؤساء الأقسام في هيئة مكافحة الفساد، وتمّ تحليلها إحصائياً باستخدام برنامج الرزم الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وقد أظهرت نتائج أداة الدراسة الكمية (الاستبانة) بعد تحليل البيانات وتفسيرها، بالإضافة إلى 8 من موظفي العلاقات العامة و3 من رؤساء الأقسام في هيئة مكافحة الفساد، وأظهرت النتائج أن قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد- أنموذجاً كبيرة، كما أظهرت نتائج الدراسة أنّ دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد استطاعت من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين من خلال تأثيرها في الرأي العام بصورة كبيرة، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات الموظفين تعزى إلى متغيرات: المؤهل العلمي، والمحافظة، ووجود فروق دالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس، ولصالح الإناث، بالإضافة إلى وجود فروق

دالة إحصائياً في العمر، ولصالح الأصغر سناً، وأظهرت النتائج أن تحديات قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية " في هيئة مكافحة الفساد كبيرة، وأوصت الباحثة توعية الجمهور بدور العلاقات العامة في المؤسسات العامة بشكل عام وهيئة مكافحة الفساد بشكل خاص، وتتقيد الشباب بقضايا الفساد وتوعيتهم من خلال أنشطة تقييمها العلاقات العامة في المؤسسات، وضرورة منح دائرة العلاقات العامة في المؤسسات عامة، وهيئة مكافحة الفساد بشكل خاص صلاحيات أوسع في نشاطاتها.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة وخلفيتها النظرية

المقدمة

تطورت العلاقات العامة بتطور المجتمعات والشعوب، واصبحت ظاهرة موجودة في المجتمع نتيجة لاحتكاك الشعوب مع بعضهم ومع المؤسسات والهيئات، كما أصبحت العلاقات العامة ثورة في الفكر الإداري وفترة نوعية في تطور المؤسسات لاهتمها بشتى المواضيع.

العلاقات العامة من المواضيع الحديث نسبياً، تعد من أكثر المواضيع التي حظيت باهتمام الحكومات والدول، كما اهتمت بها الشركات والمؤسسات الخاصة، وتعتبر العلاقات العامة حلقة الوصل بين الهيئة والجمهور، لأن عدم وجود ثقة بين متبادلة بين الهيئة و جماهيرها سيكلف الهيئة كثيراً وستعجز عن القيام بأداء مهامها واعمالها وتحقيق اهدافها (جبوري، 2001، ص 8).

وتعد العلاقات العامة من الوظائف الحديثة جدا في الوطن العربي، ومن أجل ايجاد علاقات طيبة وقوية مع المواطنين قامت العديد من الحكومات بإنشاء اجهزة مركزية على الصعيد القومي، تزودهم بالمعلومات الضرورية من جهة وتستقبل اراءهم وافكارهم ومقترحاتهم من جهة اخرى، وتتطلب العلاقات العامة التفاهم بين الأفراد والجماعات، والتفاهم بين المؤسسات والمجتمع، ولذلك فهي بمثابة التواصل مع الجميع، وأداة التخاطب مما يشعر المواطنين بالرضا تجاه الهيئة عندما يسعى أصحابها من خلال قسم العلاقات العامة تقديم التوضيحات اللازمة لهم للاطمئنان على مصالحهم، والشعور بالارتياح تجاه ما تقدمه الإدارة في الهيئة لهم من خدمات (عليوة، 2002، ص88).

وفي الحديث عن الإدارة، تعد أخلاقيات العمل في الإدارة من الأمور الأكثر اهتماماً التي لفتت انتباه الباحثين لما لهذا الجانب من أهمية كبيرة في الأثر على أداء الهيئة بشكل عام وفي تعزيز وتشجيع السلوكيات والأخلاق الإيجابية فيها، فقد كثر الحديث في مختلف المجتمعات في الدول النامية والمتقدمة منها ضرورة الإعلان عن المعلومات والقرارات بين الأطراف ووضوحها وصراحتها

وهذا ما أطلق عليه بالشفافية، والتي كانت الممارسات الأخلاقية موجودة لتعزيزها ولمحاربة الفساد (الراشدي، 2007، ص.94).

وتتبع أهمية الشفافية من آثارها الإيجابية على القطاعين العام والخاص، إذ تساعد على تحقيق العديد من الفوائد ومنها تعزيز دور الولاء لدى العاملين، وزيادة إنتاجيتهم وشد همهم، وترسيخ قيم التعاون وتظافر الجهود ووضوح النتائج وتحسنها، كما تعمل على تقليل الغموض وتساعد في استئصال الفساد إن وجد، وانعدام الشفافية يؤدي إلى غموض التشريعات، وبالتالي السماح للموظف أن يأخذ على عاتقه حرية تفسير التشريعات، مما يؤدي إلى ازدياد المعوقات الإدارية، وتعمل الشفافية أيضاً على تسهيل عمليات تقييم الأداء وتوفير الوقت والتكاليف وتجنب الإرباك والفوضى في العمل وتطوير وظائف الوحدات الإدارية وترسيخ قيم التعاون والعمل الجماعي (الحربي، 2011، ص.9)

كما يعد الوصول الحر والمباشر للمعلومات والعمليات والإجراءات من قبل المعنيين في أي مهنة كما يذكر مصلح (2007) هو جوهر الشفافية، حيث يُمكنهم الحصول على المعلومات التي من شأنها مساعدتهم على فهم ومراقبة مصالحهم بطرق سهلة واضحة، حيث تتناسب درجتا الشفافية والوصول إلى المعلومات طردياً، فكلما كان الوصول للمعلومة سهلاً، زادت درجة الشفافية، لذا تعد الشفافية ركناً رئيساً أساسياً في كل هيئة تحتضن الحكم الصالح الذي يعمل بطريقة أكثر كفاءة وفيه مساءلة تبعاً للقوانين الموضوعية من قبل الهيئة من المؤسسات مهما كان نوعها (الراشدي، 2007، ص11-10).

وبناءً على توجه المؤسسات نحو تفعيل مبادئ المساءلة والمراقبة، فقد أصبح من الضروري على المؤسسات السعي لتطبيق الشفافية للعمل من أجل تطوير نفسها، والتخلص قدر الإمكان من الفساد الإداري، فانعدام الشفافية في العمل قد يؤدي إلى فشل في السياسات الخاصة بالإصلاح (الراشدي، 2007، ص.7).

وبناء على ما سبق، ومن خلال مراجعة بعض الدراسات السابقة كدراسة بوادي (2008) التي تتناول المعايير الأخلاقية في المؤسسات وأهمية تطبيق الشفافية لمكافحة الفساد في المؤسسات والمنظمات التعليمية جاءت فكرة الباحثة بموضوع هذه الرسالة للوقوف على قدرة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية واعتماد هيئة مكافحة الفساد الفلسطينية أنموذجاً، وما يترتب على ذلك من مكافحة للفساد وتطبيق مبادئ النزاهة والعدالة.

مشكلة الدراسة

نظراً للدور الكبير للعلاقات العامة في المجتمعات المعاصرة، فقد سعت باختلاف أنواعها ومستوياتها المحلية، والإقليمية، والعالمية على الاهتمام بالجوانب المتعلقة بالعلاقات العامة وذلك تماشياً مع نظم الإدارات الحديثة، وانسجاماً مع متطلبات الألفية الثالثة، ولأجل ذلك شرعت المؤسسات الحديثة والمواكبة للتغيير على تخصيص دائرة للعلاقات العامة تابعة للهيئة وتعمل على تنظيم أنشطتها وتعميم رسالتها، وتوثيق اتصالاتها مع المجتمع، ومؤسسات المجتمع المدني المختلفة (العدوي، 2010، ص.45).

وبما أن العلاقات العامة تمثل مرآة الهيئة التي يرى بها الجمهور والعملاء نشاطها وأعمالها فقد حرصت الكثير من الإدارات التي تسعى إلى الوصول إلى معايير الجودة الشاملة فيما تقدمه من خدمات للجمهور، ولذلك شرعت في تطبيق معايير الشفافية لتكون واضحة بنشاطاتها وأهدافها، وتكون العلاقات العامة لسان حالها للتخاطب مع المجتمع ونقل رسالتها بشفافية واضحة، وقد تطرقت هيئة أمان (2016) في منشوراتها السنوية عن واقع النزاهة ومكافحة الفساد في فلسطين على عدة مستويات والتي تناولت فيه عدة مؤشرات مثلت تحديات للنزاهة والشفافية في المجتمع الفلسطيني، حيث لم تحصل أي تطورات جذرية على آليات الرقابة وتنفيذ احكام مدونة السلوك والتي تمثل مرجعية مساءلة العمل الأهلي، في دراسة قام بها مركز تطوير المؤسسات الأهلية الفلسطينية (NDC,2013)، بعنوان " استراتجية تطوير قطاع المؤسسات الأهلية الفلسطينية ومن خلال الهدف الرابع من الدراسة في خلق منظمات غير حكومية أكثر فعالية وخاضعة للمساءلة والشفافية"، أفادت الدراسة أن هناك منافسة متزايدة وازدواجية في العمل وتجزئة للجهود المبذولة بين

المنظمات غير الحكومية، التي تتميز بتكامل ضعيف فيما بينها، كما أن المنظمات غير الحكومية ضعيفة في تنسيق ممارسات وإجراءات الحكم الرشيد، مما أعطى صورة عامة عن الفساد وعدم كفاءة المنظمات، كما جاء خلال المؤتمر الصحفي الذي عقده الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة -أمان في تاريخ 2019/12/11 في مقره برام الله، وأعلن فيه نتائج مقياس الفساد العالمي للمنطقة العربية، والتي شملت بدورها ست دول عربية، منها فلسطين، حيث كشفت النتائج آراء المواطنين المستطلعة آراؤهم الذين قاموا باستغلال علاقاتهم الشخصية، واستخدموا الوساطة للحصول على خدمات حكومية. وكشفت نتائج مقياس الفساد العالمي للمنطقة العربية، أن فلسطين تحتل المرتبة الثانية بالمقارنة مع لبنان والأردن في غالبية مظاهر وأشكال الفساد على مستوى الدول العربية، التي يراها المراقبون بأنها الأخطر؛ لأنها ما زالت في طور النشوء ومرحلة التحرر الوطني (صحيفة الحدث، 2021). واستناداً إلى ما سبق، ونظراً لوجود قصور في تطبيق مبادئ المساءلة والنزاهة والشفافية في كثير من المؤسسات، فقد حددت الباحثة مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال دورها الوظيفي؟
2. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال تأثيرها في الرأي العام؟
3. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من خلال الخدمات التي تقدمها؟

4. ما قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد؟

5. ما التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد؟

6. هل تختلف وجهات نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية مدى قدرة

العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع

الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة)؟

والسؤال الرئيس الثاني:

ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر

الجمهور؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة

نظر الجمهور من خلال دورها الوظيفي؟

2. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة

نظر الجمهور من خلال تأثيرها في الرأي العام؟

3. هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة

نظر الجمهور من خلال الخدمات التي تقدمها؟

4. ما تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد؟

5. ما قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد؟

6. هل تختلف وجهات نظر الجمهور مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوظيفة، والمحافظة)؟

فرضيات الدراسة

تسعى الدراسة إلى فحص الفرضيات الصفرية الآتية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة).
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات الجمهور مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوظيفة، والمحافظة)

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف إلى قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (هيئة مكافحة الفساد- نموذجاً).
2. دراسة قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر الجمهور.
3. التعرف إلى أثر متغيرات الدراسة: (الجنس، المؤهل العلمي، العمر، الوظيفة، المحافظة) على استجابات الجمهور على تعزيز الشفافية.

4. التعرف إلى أثر متغيرات الدراسة: (الجنس، مستوى التعليم، التخصص، سنوات الخبرة) على استجابات العاملين في دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية.

5. تقييم مستوى تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد.

6. رصد وتحليل التحديات التي تحول دون تمكين العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية.

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من حيث:

أولاً: الأهمية النظرية

تتضح الأهمية النظرية للدراسة في إعداد الإطار النظري الخاص بهذه الدراسة، وذلك من خلال الاطلاع على الأدبيات والدراسات الحديثة والمعاصرة ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية، والتعرف إلى محتوياتها الفكرية والفلسفية، واستخلاص أبرز المؤشرات التي يمكن من خلالها استكشاف قدرة العاملين في قسم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية.

ثانياً: الأهمية البحثية

تكتسب هذه الدراسة أهميتها البحثية من كونها:

تُعد من أوائل الدراسات البحثية في فلسطين على حد _ علم الباحثة _ التي تناولت موضوع قدرة العاملين في قسم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية، ونظراً لحدثة هذه الدراسة، فإنها ستشكل مرجعاً حديثاً لكثير من الدارسين، والباحثين في العلاقات العامة، والعاملين في المؤسسات الحكومية، كما ستعمل على إثراء المكتبات الجامعية في فلسطين خاصةً، ومواقع

المكتبات الجامعية الإلكترونية عامة بالمادة البحثية والعلمية المتعلقة بالعلاقات العامة وقدرتها على تعزيز الشفافية.

ثالثاً: الأهمية التطبيقية

تبرز الأهمية التطبيقية للدراسة من خلال تزويد العاملين في العلاقات العامة في أسس ومعايير الشفافية، والتخاطب مع الجمهور، والحفاظ على اخلاقيات المهنة، ومكانة الهيئة وتعزيز صورة ذهنية طيبة للمؤسسات الحكومية وغيرها من المؤسسات من خلال تعزيز الشفافية، والاطلاع على المعلومات والآراء حول هذا الموضوع ومحاولة تطويرها، كما تساهم في تعزيز ومواءمة العلاقات بين العاملين والمجتمع، وتوفير قيم التعاون وتضافر الجهود ووضوح النتائج من خلال اتخاذ قرارات جماعية، كما تساهم هذه الدراسة في تشجيع العاملين على التبنّي والاستمرار في تعزيز مفهوم الشفافية وفي جميع معاملاتها، وإفادة الباحثين وطلبة الدراسات العليا بالمادة البحثية والنظرية لهذه الدراسة في إعداد دراسات متشابهة تتناول هذا الموضوع في مجتمعات دراسية مختلف، إضافة أنها ستكون مثابة محفز للإدارات الحديثة في المؤسسات المختلفة على الاهتمام الكبير بدور العلاقات العامة مقسم له شأنه ودوره في كسب ثقة الجمهور للوصول إلى رضاهم كون أداة تعمل على تعزيز الشفافية في الهيئة.

حدود الدراسة

اقتصرت الدراسة الحالية على الحدود الآتية :

الحد البشري: الموظفون في قسم العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد ورؤساء الأقسام في هيئة مكافحة الفساد.

العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

جمهور هيئة مكافحة الفساد من المواطنين فوق سن 18 عام.

الحد المكاني: هيئة مكافحة الفساد ودوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

الحد الزمني: تم تطبيق الدراسة ميدانياً مع بداية الفصل الدراسي الثاني للعام 2020-2021، وتم توزيع الاستبانات وعمل المقابلات بين الفترات 2021/5/24 - ولغاية 2021/6/15.

الحد الموضوعي: اقتصرت حدود الدراسة على معرفة قدرة العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (هيئة مكافحة الفساد أنموذجاً).

الحد الإجرائي: تحددت إجراءات الدراسة بالأداة المستخدمة في جمع البيانات واستجابة عينة الدراسة عنها، وطبيعة التحليل الإحصائي المستخدم في معالجة البيانات.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة: "إدارة العلاقات والروابط بين المنظمات المختلفة، وبين جماهيرها المتعددة، تحقيقاً لأهداف المنظمات وتقديم المشورة لإدارة المنظمات واستقطاب الموارد المادية وإعطاء الأهمية للشؤون الاجتماعية العامة وتحسين صورة المنظمة ومنحها ميزة تنافسية والقيام بدور رئيس، في إدارة الأزمات التي قد تواجه المنظمات" (درة والمجالي، 2010، ص 316).

وتعرف إجرائياً قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية التي تناولتها الباحثة كحد مكاني ويتبين مقدرتها على تعزيز الشفافية من خلال استجابات المبحوثين على أداتي الدراسة الاستبانة والمقابلة.

الشفافية: " أن المعلومات المتعلقة بالسياسة العامة للدولة تكون معلومة واضحة ومنظورة ومفهومة من قبل الشعب، وعلى الحكومة أن تتبنى سياسة الابتعاد عن الحكم الشمولي وتوسيع الديمقراطية" (البهجي، 2014، ص 15).

وتعرف إجرائياً مدى وضوح أنظمة المؤسسات الحكومية للجمهور من خلال العلاقات العامة وذلك من خلال استجابات المبحوثين على أداتي الدراسة الاستبانة والمقابلة.

الفساد: "سلوك منحرف يترتب عليه ارتكاب مخالفات ضد القوانين والتعليمات النافذة داخل الجهاز الإداري الحكومي لتحقيق أهداف خاصة كالأطماع المالية والمكاسب الاجتماعية، فتتسبب في عدم

تحقيق الجهاز الإداري أهدافه بتقديم خدمات للجمهور بكفاءة وفاعلية" (المصراتي، 2011، ص 34).

هيئة مكافحة الفساد: "هيئة فلسطينية تتمتع بالاهلية القانونية اللازمة للقيام بجميع التصرفات القانونية بما يخص مكافحة الفساد وتلقي البلاغات والشكاوي بخصوص جرائم الفساد، وقد انشئت بموجب القرار بقانون 7 لسنة 2010" (مكافحة الفساد، تحديات وحلول، ص50-51).

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري:

يتضمن هذا الفصل الأدب النظري المتعلق بمحوري الدراسة العلاقات العامة والشفافية، وكل ما يتعلق بالمحورين من موضوعات، كما سيتناول هذا الفصل الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بمحوري الدراسة العلاقات العامة والشفافية المهنية والتعقيب على الدراسات السابقة.

الأدب النظري

إن الدراسة المتعلقة بالعلاقات العامة، لا بد أن تبدأ من نقطة انطلاق محددة، فما من علم ينشأ من فراغ نظري أو منهجي، والعلاقات العامة كعلم يفيد العلوم الاجتماعية المختلفة من خلال الاستعانة بها كخلفية نظرية تساهم في إرساء قواعد هذا العلم الذي يتميز بالحدائث النسبية، ويفتقر إلى منطلق نظري محدد، يساهم في دراسة أو تفسيره أو تطبيقاته، وعليه لا بد من استعراض نموذج ميلفن شارب ونظرية الامتياز للتحقق من دور العلاقات العامة في الجانب العلمي والتطبيقي.

نموذج ميلفن شارب لأخلاقيات العلاقات العامة.

يعتبر نموذج شارب الذي ابتكره (ميلفن شارب) امتداد للنماذج الأربعة لجروينج وهانت. فبحسب شارب إن النماذج لا تحقق جميع عناصر السلوك اللازمة لأداء فعّال للعلاقات العامة، يفترض نموذج شارب حسب Olusegun (2006) أن بعض الاجراءات السلوكية ضرورية للعلاقات العامة، الجيدة حيث أن هذه السلوكيات تعمل على تليين العلاقات، وهذا التواصل يخلق بالتالي وعي بهذه الاجراءات (ص.45). ويرى شارب حسب النموذج الذي اقترحه انه لا بد من وجود وتحليل للسلوك الشخصي والتنظيمي لتسهيل العلاقات وذلك لتحقيق الاستقرار طويل الامد، ووضع شارب خمسة مبادئ للسلوك ضرورية جداً لأداء العلاقات العامة.(Olusegun, 2006 p.46).

كما يعتقد شارب بأن الاخذ بالمبادئ الخمسة التي وضعها في نموذجها تخلق علاقات سلسة بين المنظمة وجمهورها، وتحقق افضل النتائج. ويعد هذا النموذج من افضل النماذج التي تساعد الادارة على فهم دورها في تحقيق علاقات عامة وفعّالة.

وهذه العلاقات الخمسة حددها شارب فيما يلي: (الجمال وعياد، 2008، ص.379).

1. امانة الاتصال لتحقيق المصادقية.
2. وضوح واتساق السلوكيات لتحقيق الثقة.
3. العدالة لتحقيق المصلحة المتبادلة.
4. الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير.
5. تحليل مستمر للصورة الذهنية لتصحيح السلوك وبرامج الاتصال.

نقد النموذج:

مع ذلك فإنه ليس بالأمر البسيط أن نحقق جميع النتائج المرجوة عن تطبيق نموذج شارب لأن المنظمة تتعامل مع جمهور متعدد القيم المختلفة عن بعضها، فمثلا ما يعتبر مصادقية عند بعض الجماهير لا يعتبر كذلك عند جماهير أخرى، وكذلك فإن الهيئة عند تحليل صورتها تكتشف أن الطريقة التي تحلل بها نفسها تكون مختلفة عن الطريقة التي يحلل بها جمهورها، وبالتالي فإن التعديلات التي تجريها على سلوكها أو تواصلها مع الجمهور قد لا تتناسب مع توقعات الجمهور (Olusegun, 2006 p.48).

ويمكن القول أنه بناءً على النموذج، تفحص هذه الدراسة مدى تحقيق دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد للشفافية وتعزيزها وفقاً لمبادئ النموذج سالفة الذكر.

نظرية الامتياز في العلاقات العامة

نظرية الامتياز هي نظرية عامة للعلاقات العامة "تحدد كيف تجعل العلاقات العامة في المنظمات أكثر فاعلية، وكيف يتم تنظيمها وإدارتها عندما تساهم بشكل كبير في الفعالية التنظيمية، والظروف في المنظمات وبيئاتها التي تجعل المنظمات أكثر فعالية، وكيف يمكن تحديد القيمة النقدية للعلاقات العامة.

وتعتبر نظرية الامتياز في العلاقات العامة نتاج انتقال من مرحلة النماذج الأربعة إلى الأبعاد، وتعد مرحلة انتقال أخرى قام بها "جرونج" وفريق عمله، فقد طوروا النموذج الرابع وفق الأبعاد الأربعة وقاموا باختباره في مختلف البلدان والثقافات. (المديفر، 2019، ص.326).

ونظرية الامتياز "نظرية الاصول العامة والتطبيقات الخاصة" مزيج مفهومي لمدرستين مختلفتين، ترى المدرسة الأولى بأن العلاقات العامة يجب أن تكون مركزية لتحافظ على استراتيجيات الادارة، أما الأخرى فتري أن المركزية في العلاقات العامة لا تستجيب للاختلافات الثقافية والاتصالية. (المديفر، 2019، ص.326).

تعد صياغة نظرية الامتياز في العلاقات العامة والتي تتكون من المبادئ العامة والتطبيقات الخاصة بها، والتي أثبتت كفاءتها في اختبارها عبر ثقافات ومجتمعات مختلفة، من خلال الثبت منها علمياً إذ تطبق في استراتيجيات عالمية، وذلك لأنها أدرجت مفهومي مفيدتين في نظرية شاملة للعلاقات العامة المتعددة الجنسيات، فالمفهوم الأول جاء نتيجة دمج طرفي النقيض لمدرستين في العلاقات العامة متعددة الجنسيات، واستناداً إلى نظرية الامتياز يجب أن تكون العلاقات العامة مركز أساسية للمحافظة على استراتيجيات الإدارة في الهيئة والرسائل العالمية، ولكن هناك من عارض ذلك لأن المركزية لا يمكن أن تستجيب للاختلافات الثقافية والاتصالية، وعليه فهناك مفهومي لنظرية الامتياز، الأول عُرف بنظرية الأصول العامة والتطبيقات الخاصة أو المحددة وتخرج بنتائج أفضل، أما المرتكز الثاني من نظرية عامة أو محددة فهو في التفريق بين برامج العلاقات العامة من ناحية وإدارة الاتصال من ناحية ثانية، وتتطلب النظرية الحاجة إلى اتجاهين متوازيين في الاتصال حيث تعمل اتصالات العلاقات العامة لتحقيق المنفعة المتبادلة بين الهيئة

وجمهورها، واشتملت النظرية كذلك على تحديد المواقع للمسؤولين الأعلى في العلاقات العامة مع الإدارة العليا، والانفصال عن التسويق، بحيث يمكن للعلاقات العامة أداء الأدوار الإدارية كالمسح البيئي، وبناء العلاقة بين جميع أصحاب المصلحة، والمساهمين الآخرين في الفعالية، ومن الجدير ذكره أن الامتياز في مجال الاتصالات عالمية، أي أنها لا تختلف في نظامها في أي دولة كانت (لاريسا، جورنج وآخرون، 2017، ص. 280).

تفترض النظرية أن الحاجة إلى اتجاهين متوازنين في الاتصال مهم، وتهدف اتصالات العلاقات العامة إيجاد منفعة متبادلة بين المنظمة والجمهور. دعت النظرية إلى تحديد مواقع المسؤولين في العلاقات العامة في الإدارة العليا، والفصل بينها وبين التسويق، وقيام العلاقات العامة بدورها في بناء علاقات مع أصحاب المصلحة والمساهمين. (المديفر، 2019، ص. 325).

مبادئ نظرية الامتياز

تحددت نظرية الامتياز بمجموعة من المبادئ وهي كما ذكرها (المديفر، 2019، ص. 327):

- اشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.
- أن يكون العاملين بالعلاقات العامة لهم ارتباط وظيفي مباشر بالإدارة العليا.
- أن تكون وظيفة العلاقات العامة وظيفة متكاملة عن طريق دمج التخصصات الوظيفية الاحترافية للعلاقات العامة.
- أن تكون إدارة العلاقات العامة إدارة مستقلة عن الإدارات الأخرى.
- أن يرأس إدارة العلاقات العامة شخصية إدارية قيادية.
- أن تستخدم العلاقات العامة نموذج الاتصال الحواري (المتوازن ثنائي الاتجاه) مع الجمهور.
- أن يكون نظام الاتصال الداخلي في الهيئة متوازنًا.

• أن يكون العاملين بالعلاقات العامة معرفة وكفاءة تؤهلهم للدور الإداري ولممارسة العلاقات العامة المتوازنة.

• السماح بالتنوع والكفاءة الوظيفية دون تحيز.

• الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة الراقية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية.

وفيما يلي عرض لهذه المبادئ التي تعتبر الركائز الأساسية التي بنيت عليها نظرية التميز:

اشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.

وذلك لأن اشراك العلاقات العامة في الادارة الاستراتيجية يتيح الفرصة أمامها باتخاذ قرارات وسياسات تنظيمية أفضل وبالتالي يحقق مستوى أعلى من الرضا في نظر الجمهور، كما يمكنها من وضع خطط استراتيجية طويلة الأمد وتساعد على التعرف على أجزاء البيئة التي تؤثر على مهمة الهيئة وأهدافها. وبالتالي فإنها تعمل على إقامة علاقات جيدة مع الجماهير، وبناء العلاقات مع الجماهير الاستراتيجية التي تحقق أهداف المنظمة. فاشراك العلاقات العامة في الادارة الاستراتيجية يساعدها على تقديم المشورة بشأن الأمور التي تشمل على القيم والجمهور وصنع القرارات الاخلاقية (لارسيا وجرونج، 1996، ص.37).

أن يكون العاملين بالعلاقات العامة لهم ارتباط وظيفي مباشر بالإدارة العليا.

انه لمن المهم اشراك العلاقات العامة مع الادارة العليا لمساهمتها في اتخاذ القرارات .

التنوع المتجسد في جميع الأدوار

إدارات العلاقات العامة الممتازة تشمل على التنوع، والمجموعات العرقية المختلفة في جميع الأدوار

(Grunig, 2008, P1-2).

أن تكون إدارة العلاقات العامة إدارة مستقلة عن الإدارات الأخرى.

يجب أن تكون العلاقات العامة مستقلة عن الوظائف والادارات الأخرى في المنظمة حتى تكون علاقات عامة ممتازة، لا يمكن للعلاقات العامة أن تطور أنشطتها الا اذا كانت منفصلة (يو، 2016، ص14).

نموذج متماثل ثنائي الاتجاه للعلاقات العامة ونظام متماثل للاتصال الداخلي

أوجد جرونج وهانت أربع نماذج اتصال تتمثل في: نموذج الوكالة أو الدعاية وهو نموذج أحادي الاتجاه يستخدم للتلاعب والتأثير على الجماهير كما تريد المنظمة، أما نموذج المعلومات العامة الذي يعتبر أيضا اتصال أحادي الاتجاه فهو يستخدم لنشر المعلومات وتقنيات الاتصال لتوزيع المعلومات، والنموذج غير المتوازن ثنائي الاتجاه يستخدم للتلاعب والاقناع للتأثير على قرارات الجمهور، أما النموذج الرابع فهو نموذج متوازن ثنائي الاتجاه يكون باتجاهين فيه تفاوض مع الجمهور يستخدم لحل الخلافات والنزاعات وتعزيز التفاهم المشترك والاحترام بين المنظمة وجمهورها (كيني، 2016، ص79).

الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة الراقية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية.

رأى الباحثون المتميزون الأخلاق والنزاهة كاعتبارات هامة مع إعادة تحديد أهمية الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بدرجة كافية لتكون مبدأً مستقلاً من مبادئ التميز (صالحية، 2020، ص12).

نقد النظرية

يرى المديفر (2019) أن بعض الباحثين يعتبروا النظرية بأنها خيالية ومثالية وغير واقعية من ناحية التوازن في الاتصال، وغير صالحة للتعميم عالمياً، ووحدة التحليل التي تركز عليها دراسات الامتياز لا تزال دولة واحدة، أضاف (Leichty) أن العلاقات العامة التعاونية بالكامل ليست ممكنة

في بعض الحالات، وأشار إلى أن افتقار ممارسي العلاقات العامة للسلطة داخل المنظمة يزيد من تقييد التعاون (ص. 329).

أولاً: العلاقات العامة

التطور التاريخي للعلاقات العامة:

تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقة طيبة بين الهيئة وجمهورها سواء كان الخارجي أو الداخلي فهي نشاط يختص بعلاقة الهيئة بهذا الجمهور، فالعلاقات العامة ونشاطاتها لم تأت محض الصدفة، بل كان لتطورها وانتشارها أسباب وتداعيات، أهمها الثورة التقنية والاتصالية في نهاية الألفية الثانية، وبداية الألفية الثالثة، وسنحاول من خلال المبحث الأول التعرف على نشأة العلاقات العامة وتطورها.

ولقد استخدم مفهوم العلاقات العامة في أواخر القرن التاسع عشر، إلا أنه أصبح مفهوم شائع بمعناه المعاصر في منتصف القرن العشرين، وذلك من الناحيتين التطبيقية والنظرية، وقد تمثل ذلك في العديد من الدراسات والمؤلفات العربية والأجنبية، وفي اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات على اختلاف أنواعها (جرادات والشامي، ص10، 2010).

فالعلاقات العامة بإطارها العام تعتبر نشاطاً قديماً، حيث أن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة المحامي الأمريكي دورمان أيتون، وذلك في عنوان محاضراته "العلاقات العامة وواجبات المهن الشرعية"، والتي ألقاها في مدرسة بيل للقانون عام (1882م) ، ويعد إدوارد بيرنز من أبرز الشخصيات التي دفعت العلاقات العامة للأمام، فهو أول من استخدم مصطلح مستشار العلاقات العامة عام (1920م)، والرئيس الأمريكي توماس جيفرسون فقد استخدم مصطلح العلاقات العامة في رسالته السابعة أمام الكونغرس عام (1807م) (جرادات والشامي، ص29، 2009).

بدأت العلاقات العامة مع بداية الجمهور، حيث اقترن وجودها بنشأة المجتمعات والمؤسسات الانسانية (الأسرة والقبيلة والمجتمع والدول)، ولعل من أهم أشكالها في المجتمعات البدائية إقناع الجماهير برحلات القنص والصيد، والهجرات إلى مناطق المياه، والانضمام إلى غزو القبائل

الأخرى، وظهر ذلك من خلال نقوش الإنسان البدائي على الواجهات والجدران وتوجيه رسائل الانتصارات في زمن الأشوريين والبابليين، واستعمال الأرقام الطينية والتمثيل في وادي الرافدين (الجبوري، ص27، 2001).

إن العلاقات العامة ولدت بميلاد أول مجموعة منظمة فكرت بعملية الاتصال مع الجماهير، فقد وجدت منذ نشأت الحضارات القديمة، فالتطور النظري والعملية للعلاقات العامة ناتج عن تطور الصحافة الجماهيرية في القرن التاسع عشر، وبداية القرن العشرين، و عن التعقيدات المجتمعية (Black, 8:2003)، إن العلماء والمؤرخين لم يتفقوا على تحديد تاريخ ونشأة العلاقات العامة، فهناك إجماع بينهم على أن القرن العشرين شهد اهتماما بمصطلح العلاقات العامة، فلا يمكن ربط ظهورها بظهور الصحافة ووسائل الإعلام، لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبيعته، ولا يستطيع العيش بمفرده وبمعزل عن الآخرين، لكن ازدياد الاهتمام بها لاحقا يرجع لظهور المنشآت الكبيرة، و ظهور شبكات ووسائل إعلام واسعة، وبروز الحاجة إلى التأييد الجماهيري، وازدياد قوة الرأي العام، وأخيرا زيادة طلب الجماهير لمعرفة المعلومات والحقائق المتعلقة بالمؤسسات، بسبب زيادة الوعي الناجم عن انتشار التعليم والمعرفة. (رشوان، 196 ص، 2004)

بينما أشار يونس (2008، ص190-191) بأن العلاقات العامة ظهرت بصور وأشكال في مختلف الحقب التاريخية، ولازمت الحضارات الإنسانية، وعبرت عن حال المجتمعات، ومثال ذلك أن آثار الحضارة السومرية في بلاد ما بين النهرين، كشفت وجود صفائح مسمارية في العراق، عرضت فيها نشرة تعليمية للفلاح، تعلمه كيفية بذر البذور، وكيفية حصد المحاصيل، وكيفية سقي البذور، ومكافحة آفات الحقول، وهي الآن تنتشر بمدونات تتبع وزارة الزراعة، وتحديد دوائر العلاقات العامة فيها، وقد وصل من الحضارة المصرية الفرعونية مدونات إعلامية توضح طرق ممارسة الشعائر الدينية، وهي ما تقوم به العلاقات العامة بالمساجد والمؤسسات الدينية.

تعد العلاقات العامة أحد أهم الدوائر التي تؤثر في الجمهور، وذلك من خلال كسب ثقتهم وتعاطفهم وتأييدهم داخليا وخارجيا، والتأثير في الرأي العام واستطلاع رضاه عن الهيئة وسياستها بقياس رأي الجمهور لتأكد من توافقه مع سياسات الهيئة، وأوجه نشاطها، وتحقيق المزيد من

التعاون الخلاق، والأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المنظمات وجماهيرها، باستخدام الإعلام الشامل المخطط، وكما تعرف العلاقات العامة على أنها "العملية الإدارية التي تحدد وتؤسس، وتبقي على استمرارية العلاقات والصلات المفيدة بين الهيئة وجمهورها المتعدد، والذي يعتمد نجاح هذه الهيئة، أو فشلها.

مفهوم العلاقات العامة

البناء اللفظي لكلمة علاقات عامة (Public Relation) فإن كلمة علاقات Relation تعني عملية الصلات والارتباطات التي تتوافر بين الهيئة والجماهير المتعاملة معها، أما كلمة عامة Public فتعني كل جماعة أو جمهور أو شريحة من المجتمع تكون الهيئة على علاقة بها مثل جمهور ألعاملين أو العملاء، أو الموردين، أو المستهلكين، أو الممولين أو الطلبة أو الهيئات والجهات الحكومية الخاصة الأخرى (الموسوي، 2016، ص.26).

ويرى زيدان (2008) أن العلاقات العامة بمفهومها لا يقتصر على التعريف بأنشطة الجهاز، بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور؛ ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير الجهاز، وكما أن لها دوراً في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من نواح مختلفة وخلق صورة ذهنية ايجابية للهيئة لدى الجمهور الخارجي، بينما يرى العدوي (2011، ص.95) أن العلاقات العامة هي فلسفة اجتماعية للإدارة وتواصل مستمر ونشاط بأهدافها ووظائفها القائمة على بناء صورة ذهنية إيجابية وإقامة علاقات متبادلة بناءة مع الجمهور من خلال تحديد اتجاهات الرأي العام والبيانات البيئية للمجتمع، ويرى الموسوي (2016، ص.28) أنها أصبحت أحد مجالات العمل الإداري الذي يعد بشكل عام نشاطاً مهماً في بيئة العمل وأداة فعالة لبناء فريق واحد حيث أن له دوراً أساسياً في بناء ثقافة التأسيس لخدمة جميع أهدافها.

وترى الباحثة أن العلاقات العامة حلقة الوصل بين الجمهور والهيئة تعمل من خلال أنشطتها المختلفة على نقل سياسات الهيئة للجمهور، ونقل احتياجات ومتطلبات الجمهور للمنظمة، كما تعمل على كسب ثقة وتأييد الجمهور للمنظمة.

أهداف العلاقات العامة

للعلاقات العامة أهدافاً متعددة، حيث يرى العطوة (2018) أن العلاقات العامة أهدافاً تتمثل في التعريف الصحيح المقنع بنشاط الجهاز، وكسب تأييد وثقة الجمهور، والتحرري عن المعلومات من خلال إجراء بحوث الرأي والاستطلاع، وجمع معلومات عن الشركات المنافسة، ومنتجاتها وجماهيرها، وكذلك معلومات عن الشركة ومنتجاتها، والاتصال بجميع أنواعه، وذلك من خلال توفير قنوات الاتصال المناسبة في الاتجاهين من الهيئة إلى الجماهير، ومن الجماهير إلى الهيئة، أو عن طريق الاتصال الشخصي، أو الاتصال الجماهيري، وتخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها، وذلك بوضع خطط وقائية وعلاجية لتحسين صورة المنشأة الذهنية لدى الجماهير، وتقسّم إلى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى والتقييم حيث تقوم بتقييم برامجها وخططها تقييماً قلياً وتقييماً مرحلياً أثناء التنفيذ وتقييماً لاحقاً، والتنسيق باعتبارها جهاز تنسيق بين إدارات الهيئة المختلفة، وكذلك التنسيق بين الهيئة وجماهيرها، والتواصل فهي حلقة الاتصال بين الأقسام داخل الشركة (ص.27).

بينما حدد الصرايرة (2001) أهداف العلاقات العامة ببناء سمعة طيبة للهيئة في الداخل والخارج، والحفاظ على حالة الثقة بين الهيئة والجمهور، وخلق صورة إيجابية عن الهيئة لدى الجمهور، وتكوين حالة المصلحة المشتركة بين الهيئة والجمهور (ص.18).

وترى الباحثة أن أهداف العلاقات العامة تتجسد في استمرارية أنشطة الهيئة من خلال تمكين جسور الثقة والود بين الهيئة وجمهورها والعمل على تذييل الصعوبات والتحديات التي تحول دون كسب ثقة الجمهور.

أهمية دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية

ذكر العطوي (2018، ص.23) بأن العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين للهيئة وترفع إنتاجيتهم وجودة أعمالهم وخدماتهم، كما أنها تقوم بدور التنسيق بين دوائر وأقسام الهيئة بما يرفع من كفاءة العاملين ويحسن من أدائهم، وأشار جرادات (2014، ص.162) إلى أن العلاقات

العامّة تقوم برعاية العاملين في الهيئة بتوفير عدد من الأنشطة والخدمات لهم ولأسرهم كالتدريب للعاملين لتحسين مهاراتهم، والرعاية الاجتماعية والصحية والتعليمية مما ينعكس هذا على مستويات الرضا للعاملين وبالتالي يسهم في زيادة كفاءتهم في العمل والإنتاج .

ورأى البكري (1999) أن العلاقات العامة تمثل جانباً مهماً من جوانب الإدارة سواءً في منظمات الأعمال أو في المنظمات الحكومية، فهي لا تخرج عن كونها نشاطاً يسعى لكسب ثقة الجماهير المختلفة وتأييدهم فقط، بل تتعدى ذلك لأهداف وسياسات وإنجازات الهيئة وخلق جو من الألفة والتعاون بين الهيئة وجماهيرها المختلفة الداخلية والخارجية، ويرتكز ذلك على وجود سياسات سليمة وإعلام صادق على نطاق واسع، وفي ذلك لا تختلف مسؤوليات العلاقات العامة وجمهورها في المنظمات الحكومية عنها في المنظمات والمشروعات الصناعية والتجارية، فهي كلها تهدف في النهاية إلى خلق جو من الثقة والاحترام والفهم المتبادلين بين الهيئة وبين الجمهور الداخلي والخارجي، والعلاقات العامة في مجال المنظمات الحكومية لها أهمية بارزة، حيث تمارس الحكومة أعباء ضخمة ومسؤوليات عديدة تجاه أفراد المجتمع، وهذا ما أدى إلى توسع حجم الجهاز الحكومي وتنوع أدواره (ص. 233).

الأدوار الأساسية التي تقوم بها العلاقات العامة في المنظمات :

للعلاقات العامة عدة أدوار تقوم بهاد، وقد ذكرها (الأمين، 2016، ص83) وهي:

- 1. الدور الإداري:** والذي يهدف إلى بناء استراتيجيات للحفاظ على علاقات الهيئة مع مجموعة من الجماهير من أجل الكشف عن الثقة والتفاهم المتبادل.
- 2. الدور الإجرائي:** حيث أنه يحرص على إعداد وسائل الاتصال للمنظمة وأعضائها في الداخل والخارج من أجل مساعدة الهيئة في تشكيل اتصالاتها.
- 3. الدور عاكس لأوضاع المجتمع:** يهتم بتحليل معايير وقيم التغيير المجتمعي ومناقشتها من أجل تعديل قيم الهيئة وتكييفها مع معايير المجتمع في إطار المسؤولية الاجتماعية للمنظمة.

4. الدور التعليمي: يقوم على مساعدة أعضاء الهيئة لتصبح مكونات التواصل التي يمكن أن تستجيب للاحتياجات أو المتطلبات الاجتماعية وبناء سلوكيات أعضاء الهيئة في الداخل والخارج كقنوات اتصال للمنظمة في المجتمع.

أهمية العلاقات العامة:

ذكر العطوي (2018، ص.23) بأن العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين للهيئة وترفع إنتاجيتهم وجودة أعمالهم وخدماتهم، كما أنها تقوم بدور التنسيق بين دوائر وأقسام الهيئة بما يرفع من كفاءة العاملين ويحسن من أدائهم، وأشار جرادات (2014، ص.162) إلى أن العلاقات العامة تقوم برعاية العاملين في الهيئة بتوفير عدد من الأنشطة والخدمات لهم ولأسرهم كالتدريب للعاملين لتحسين مهاراتهم، والرعاية الاجتماعية والصحية والتعليمية مما ينعكس هذا على مستويات الرضا للعاملين وبالتالي يسهم في زيادة كفاءتهم في العمل والإنتاج.

مبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة

تعد العلاقات العامة من أساسيات النجاح التي تعكس ثقة الهيئة بموظفيها وأجهزتها وكذلك ثقة المجتمع، وإن كفاءة الفرد تتأثر بأيمانه وقناعته بالقيم الأصيلة والمثل الأخلاقية العالية التي تدفعه إلى تنمية معرفه العلمية ومهاراته السلوكية والعلمية نحو تحسين الأداء ومن ثم فإن القيم الأخلاقية تؤثر في سلوك الفرد، والتحدي الأكبر للمنظمات يتمثل في القدرة على استيعاب المعرفة بقدر ما يمكنها من القدرة على صياغة قيم أخلاقية حضارية ومؤسسية جديدة تتسجم مع ثقافة وقيم المجتمع (نجم، 2006، ص.23).

وترتكز العلاقات العامة في مبادئها على تنظيم أنشطتها وبرامجها بصدق وأمانة وحفظ الكرامة، والعمل على الوصول إلى أعلى درجة الالتزام بأخلاقيات المهنة؛ لذلك كان من الضروري تحديد ميثاق أخلاقي يضم مجموعة من القوانين تنظم أعمال نشاطات العاملين في مجال العلاقات العامة كما هو الحال بالنسبة للمهن الأخرى كالمحامين والصحفيين (الزهري، 2004، ص.24).

وقد وضعت العديد من المؤسسات قوانين تلزم العاملين في العلاقات العامة سواء كانوا مهنيين أو مستشارين بممارسة رشيدة وملتزمة اجتماعيا ومن أبرز هذه القوانين أو ما تطلق عليها دساتير وهو دستور الاتحاد الدولي لعلاقات العامة 1965-آداب مهنة العلاقات العامة، ويلزم على موظف في العلاقات العامة عدم إساءة استخدام المعلومات الخاصة بأعمال العميل أو صاحب العمل من أجل التكسب المادي، أن يكون استخدام المعلومات والبيانات الخاصة بالهيئة من أجل تحقيق مكاسب وتقديم خدمات وامكانيات بمنتهى الحرية إلى أي عميل أو صاحب العمل في الهيئة، وعدم الإساءة إلى سمعة الهيئة (أحمد، 2016، ص.37).

وظائف العلاقات العامة

يقسم فيرن كما ذكر حجاب ووهبي (2002، ص87) وهي:

تفسير سياسات الهيئة وأعمالها إلى الجماهير، وتفسير ردود الفعل الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير إلى الهيئة ذاتها، ونقل ردود الجماهير للمنظمة، وأضاف حجاب ووهبي يقع على عاتق العلاقات العامة طباعة المنشورات، وعقد المؤتمرات والمنشورات، والقيام بالأنشطة الإعلامية للمنظمة، واستقبال الوفود والزوار وتنظيم إقامتهم، والتخطيط والإعلان عن خدمات الهيئة ومنتجاتها، والقيام بأعمال التسهيلات، وتحليل المعلومات التي تنشر عن الهيئة، وتقديم الخدمات للجمهور وعملاء الهيئة، والتعريف بنشاطات الهيئة، وأهدافها، ورؤيتها، وتوفير الأجواء المريحة بين الهيئة وعملائها وجمهورها.

الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة

يرى الزهري (2004) حساسية العمل في العلاقات العامة لأسباب تتعلق في كونها تمثل عنوان الهيئة، وكون أداة الاتصال المباشر بين الإدارة في الهيئة والجمهور، وعدم التقيد بساعات العمل، وأي خطأ من العلاقات العامة يسئ للهيئة (85).

ويرى عوجة (2001) أنه بالرغم من الدراسات العلمية التي تناولت العلاقات العامة إلا أن الممارسة العملية للمهنة ما زالت تواجه بعض الصعاب، ومنها الإعداد العلمي للعاملين في العلاقات العامة، وسيطرة بعض غير المتخصصين في أجهزة العلاقات العامة، وعدم فهم الإدارة العليا في الهيئة للمفهوم العام للعلاقات العامة، مما يؤثر في استجابتها لدعم نشاطات دائرة العلاقات العامة (15).

ويعتقد هلال (2007، ص24) أن هناك أخطاء تحول دون تحقيق أهداف العلاقات العامة مثل غياب التخطيط المنظم، والعجلة دون انتظار النتيجة، وعدم التنسيق مع وسائل الإعلام بشكل منظم ومنسق، أما لبري (2005، ص163) فيرى أن الصعوبات تنحصر بين الجمهور الموجه إليه نشاطات العلاقات العامة، وافتقار بعض العاملين في العلاقات العامة إلى الخبرة والحنكة في التعامل، والأفكار الخاطئة عن العلاقات العامة، والتغيير المستمر في العناصر الثقافية الخاصة بجماهير الهيئة الداخلية والخارجية نتيجة مواكبة التقدم التكنولوجي والعلمي، وعدم توافر الخبرة المهنية لدى العاملين في العلاقات العامة.

وترى الباحثة أن من الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية تدخل الإدارة العامة بنشاطات الدائرة والضغط عليها بإملاءات شخصية، وغياب مبادئ الشفافية والنزاهة والمحسوبية في بعض المؤسسات.

ثانياً: الشفافية

في وقتنا الحاضر تتردد كثيراً كلمة الشفافية في مختلف مجالات الحياة، ولطالما في الشؤون الإدارية خاصة في المؤسسات والمنظمات بمختلف إداراتها، يمكننا هنا تلخيص مفهوم الشفافية من خلال مجموعة الأبحاث التي دارت حولها بأنها الإفصاح عن المعلومات والوضوح في التشريعات وسهولة ومرونة الوصول لها بحيث تكون متاحة لجميع الأفراد في الهيئة وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين لتوفير مناخ تغلب عليه الثقة والمصداقية وتعزيز الرقابة والمساءلة.

يرى الراشدي (2007) الشفافية بأنها ظاهرة تدل على التعامل مع المعلومات بشكل واضح ومكشوف وتقاسمها بين جميع الأطراف التي لها مصالح في العمل، فمن خلال ذلك يستطيع الأفراد البحث عن المعلومات حول موضوع أو منظمة معينة والكشف فيما إذا كان هناك مساوئ قد تضر في مصالحهم في الوقت الحالي أو مستقبلاً وبالتالي الحفاظ على مصالحهم، فتمتلك المنظمات والإدارات ذات الشفافية قوانين وإجراءات واضحة للقرارات على الصعيد العام وتتميز بوجود قنوات اتصال مفتوحة بين المسؤولين وأصحاب المصالح ووجود المعلومات والقرارات الواضحة في متناول يد الجمهور، فالشفافية ظاهرة تشير إلى تشارك المعلومات ووضوح الإجراءات لأخذ القرار، حيث تمتلك الأنظمة ذات الشفافية تواصل بين المسؤولين وأصحاب المصالح بحيث توفر لهم كافة المعلومات المتعلقة بالعمل (ص.16).

وأشار كل من الغامدي والفران (2020) إلى أن الشفافية لها فرعان شفافية داخلية وشفافية خارجية، وتعنى الداخلية بتنظيم العمل والعلاقة بين الإدارة العليا والموظفين من خلال إشراكهم في صنع القرارات ورسم سياسة الهيئة بالإضافة إلى التعامل معهم بوضوح دون سرية، بينما تنظم الشفافية الخارجية علاقة الهيئة مع الجمهور الخارجي عن طريق نشر المعلومات الصحيحة عن ما تقدمه الهيئة من خدمات وعن الازمات التي تواجهها.

وقد عرفها عثمان (2013، ص) بأنها الوضوح والالتزام بالمسؤوليات أو الواجبات والشروط التي تخص العمل، تعني أيضاً من وجهات نظره بأنها وجود فرص متكافئة للجميع ومنع الفساد وسهولة إجراءات العمل، وكذلك سهولة فهم ووضوح التشريعات والقوانين وانسجامها وتطورها تبعاً للمتغيرات المحيطة المختلفة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو إدارية وغيرها وبما يناسب العصر الحالي وبساطة الإجراءات ومدى إتاحتها للجميع، بينما أشار التويجري (2015) أن الشفافية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفاهيم عديدة كالمصداقية، والنزاهة، والعدل، والمكاشفة، والمصارحة، وترتبط بجميع العمليات الإدارية ووظائفها، كشفافية التخطيط، وشفافية التنظيم والتوجيه، وشفافية الرقابة واتخاذ القرارات، ويرتبط كذلك بالبحث عن معايير النزاهة والعدالة والمساءلة في الأعمال والممارسات الإدارية، وعرفتتها الحربي (2011) بأنها الوضوح والانسجام بين التشريعات والإجراءات والقضاء

على الروتين، مما يوفر مناخ صحي يسوده الثقة، فالشفافية منهاج عمل ومبدأ إداري في الهيئة يشمل بعض الممارسات التي تصب في مجال اتخاذ القرارات وإدارة الموارد البشرية، والتطوير الإداري.

وتعرف الشفافية كذلك بالوضوح والعقلانية والالتزام بقوانين العمل، وسهولة الإجراءات، والنزاهة في تنفيذها، والوضوح في اتخاذ القرارات، ورسم الخطط، وخضوع الممارسات الإدارية للمراقبة والمتابعة المستمرة (الصيرفي، 2006، ص16).

واستناداً إلى التعريفات السابقة ترى الباحثة أن الشفافية المهنية هي وضوح القرارات والأهداف، والقوانين لدى المؤسسات الحكومية والخاصة مما يشعر جمهورها بالرضا والقبول.

أهمية الشفافية

تعد الشفافية ضرورة ملحة في المؤسسات التربوية على المستويين، القيادات التربوية، والعاملين وذلك لما لها من دور فعال في عملية التنمية والحد من الفساد الإداري وتحسين الخدمات، وكونها من المفاهيم الحديثة الإدارية والمتطورة والتي تسعى لها الحكومات والشركات والمؤسسات لتطبيقها، وهي المحور الأساسي للوصول إلى التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص أهمية الشفافية من خلال تطبيقها حتى تتمكن الهيئة بإدارتها وأفرادها من تحقيق المصلحة العامة للهيئة وذلك باتخاذ القرارات السليمة وتبادل المعلومات وإعلانها بشكل صريح وواضح لجميع الأطراف وذلك بإنشاء قناة مفتوحة للاتصال، فالشفافية أداة هامة لمحاربة الفساد كما ذكر الراشدي (2007، ص16)، وتعمل الشفافية على تعزيز ثقة المرؤوسين برؤسائهم والاستقرار في العلاقات والعمل وتحقيق العدل والمساواة (مصلح، 2007، ص41).

وتتلخص أهمية الشفافية الإدارية كما يرى الرحاحلة (2010، ص93) وعميرة (2008، ص48) بأنها تحقق مبدأ المشاركة في اتخاذ القرارات وإطلاع المستفيدين على الخيارات المتاحة، وتعمل على محاربة الفساد بكافة أشكاله وتعزيز الرقابة والاستقلالية، وتساهم في إيمان العاملين بقدرتهم على التأثير الإيجابي في نتائج الأعمال، وتعزز قيم الصدق والانفتاح وبالتالي تحقيق المسؤولية

الاجتماعية، كما تسهم الشفافية في التطوير والتغيير والتغلب على التحديات التي تواجه الهيئة، وتشير بن ساعد (2017، ص28) إلى أن الشفافية هي المحور الأهم في التنمية الإدارية وفي مكافحة وردع الفساد الإداري بحيث تعمل على محاربة الفساد الإداري بكافة أشكاله وتحقيق المصلحة العامة للهيئة وتعميق الترابط في جميع المستويات فيها وإيجاد التكامل فيما بين المستويات الإدارية والتنفيذية، وتعزيز الرقابة الذاتية والمساءلة، وتنمي قدرات الإداريين على مواكبة التطورات والمستجدات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مما يساعد على اختيار قيادات إدارية تتصف بالموضوعية والوضوح والنزاهة والتي تعمل جاهدةً لتحقيق أهداف الهيئة.

وترى الباحثة أن الشفافية المهنية تسهم في كسب رضا الجمهور وتعزيز ثقتهم بالهيئة، والقوانين، والتشريعات، كما تحد من الفساد وذلك بسبب الرقابة المستمرة على الأعمال، مما يشجع على الاستثمار، وتطوير المشاريع الإنتاجية في الهيئة التي تتبنى مبادئ الشفافية المهنية.

ويرى الصيرفي (2006، ص64) أن الشفافية المهنية تبرز أهميتها من خلال مساهمتها في تحقيق المصلحة العامة لأن وضوح الأهداف والقوانين يحول دون تفسيرات واجتهادات شخصية قد تكون خاطئة، وتوفير النجاح المستمر للمنظمة مما يزيد من الحد من الفساد وأشكاله، كما تسهم الشفافية المهنية في وضوح القرارات الإدارية، واتخاذها بشكل صحيح، كما تشجع الشفافية المهنية على تشجيع المستثمرين، فغياب الشفافية المهنية يؤدي إلى عرقلة المشاريع، ونفور المستثمرين وتخوفهم، كما تسعى المؤسسات الحكومية إلى تطبيق الشفافية المهنية لأنها أصبحت سمة من سمات الديمقراطية، ويرى أبو كريم (2006، ص48) أنها تقلل الغموض المتعلق بالتشريعات والقوانين، وتمكين الجمهور بالحصول على المعلومات ومعرفتها، وتسهيل عملية تقويم الأداء للممارسات والأعمال، وتجنب فوضى الأعمال، واختصار الوقت والجهد، وترسيخ مبادئ العمل التعاوني، ومبادئ المساءلة والديمقراطية.

وترى الباحثة أن تطبيق الشفافية تكفل رضا الجمهور وذلك لوضوح الأنظمة والتعليمات والمبادئ، وتعزز مبادئ المشاركة المجتمعية.

ولتحقيق ضمان العمل بالشفافية فإن هناك قواعد أساسية يجب العمل بها وهي (صالح، 2020. ص7-8):

1. وجود قانون وتشريعات تضمن المحاسبة والشفافية
2. الاعلان عن المعلومات بما يضمن وصول الجمهور لها كالمعلومات الاساسية عن الهيئة رسالتها ورؤيتها واهدافها.
3. وجود معايير أخلاقية صارمة على العاملين في كافة المستويات.
4. مراقبة معايير الشفافية والمحاسبة في العمل من خلال أنشطة الهيئة.
5. العمل بشكل اقتصادي مؤثر وفقا للتشريعات والانظمة السائدة.
6. توفير وإعداد تقارير دورية للجمهور حول أنشطة الهيئة.
7. استخدام الوسائل الاتصالية المتقدمة والفعالة والمتنوعة في نشر نتائج انشطتها مثل الاعلام ووسائل التواصل.
8. الاستعانة بخبراء من خارج الهيئة لضمان تحسين جودة العمل ومصداقيته.

متطلبات الشفافية المهنية

يتطلب تحقيق الشفافية في المؤسسات إحداث تطوير إداري في إدارة المنظمات، ولا بد من أن تكون هناك سياسة واضحة في التعيين والاختيار وفق مبدأ الكفاءة، وتطوير شبكة المعلومات بين الوحدات الإدارية في الهيئة، وضرورة توفير قنوات اتصال واضحة ومحددة، وتمكن الجمهور من الإبلاغ عن حالات الانحراف بسهولة، والتركيز على تحسين كفاءة القيادات الإدارية من خلال التدريب واختيار الأفضل، وتوفير الإجراءات اللازمة لضمان النزاهة والمساءلة، وتدوير الموظفين لتغليب المصلحة العامة على المصالح الشخصية، مراجعة القوانين والأنظمة ومعالجة الثغرات فيها، وضرورة وجود أنظمة تتيح للعاملين سهولة الحصول على المعلومات التي يحتاجونها في مجال

عملهم، وفتح قنوات الاتصال ما بين العاملين والإدارة والجمهور، ويكون باب التعيين والترقية حسب الكفاءة (الرحاحلة، 2010).

وترى الباحثة أن نجاح الشفافية مرتبط بالمصداقية، والأمانة المهنية، والرقابة الذاتية، والمساءلة.

مستويات عمل الشفافية

تعمل الشفافية وفق مستويان، وهما كما ذكرهما (الفيثوري، 2005، ص.9):

أولاً: المستوى الذاتي، ويشمل التشريعات والقوانين، فيتوجب على الأنظمة الإفصاح عن القوانين واللوائح، وتقييم الأداء للعاملين بصورة مستمرة، وأن يكون التعيين والارتقاء بعيداً عن مفاهيم المحسوبية والواسطة، وتوعية الموظفين والعاملين بمهام الهيئة وأهدافها، وتعميم قصص النجاح والفشل لتكون حافزاً ورادعاً للعاملين.

ثانياً: المستوى الشمولي، عقد اللقاءات الدورية وفتح قنوات الحوار مع العاملين، وتأكيد الالتزام بالقوانين، وتفعيل برامج الرقابة على القيادات الإدارية، وتوفير قاعدة للمعلومات سهل الوصول إليها.

قياس الشفافية

هناك بعض الأدوات والمؤشرات لقياس مستوى الشفافية بالهيئة، والحد من الفساد ومنها ما ذكرها (عاشور وآخرون، 2001، ص.21):

- محاولة الحصول على إحصائيات تقريبية حول حجم الفساد في الهيئة.
- وجود إحصائية مقارنة بين أنواع الفساد (الرشوة، والواسطة، والمحسوبية).
- التعرف إلى درجة وجود الفساد في الأجهزة المختلفة بالهيئة، وحساب التكلفة المالية للفساد ونسبة الهدر المالي.

مؤشرات الشفافية

هناك عدة مؤشرات للشفافية ذكرتها مصلح(2010) تتعلق بتوافر وثائق حول أهداف الهيئة، وبرامجها، وإفصاحها للجمهور، وتوفير المعلومات التي تتعلق بالهيكل التنظيمي للجمهور، والخطط واشراك الجمهور بخطط الهيئة، وإتاحة الفرصة لهم بحضور إجتماعات دورية للمنظمة(ص.75).

المشكلات التي تواجه تطبيق الشفافية

هناك عدة أسباب لعدم تطبيق الشفافية مما تشكل عائقاً أمام تطبيقها وهي كما ذكرها كل من (عبدالله، 2009، ص179):

- ضعف أجهزة الرقابة في الدولة وعدم استقلاليتها.
- غياب الدور الإعلامي في الوصول إلى المعلومات مما يغيب دورهم الرقابي في الوزارة المختلفة.
- كثرة الإجراءات والوثائق المطلوبة، وعدم وضوحها للمواطن.
- غياب المساءلة، وضعف الرقابة المهنية.
- ضعف السياسات المالية.
- عدم وجود شفافية في سلوكيات المؤسسات الحكومية، مما يعيق توجه الدولة نحو الشفافية.
- انعدام دقة البيانات المتعلقة بالموازنات المالية المعطاة للباحثين.

الفساد

يعرفه الشامي (2007، ص737) بأنه الخروج عن الأنظمة والقوانين وعدم الالتزام بها، أو استغلالها من أجل التكسب والمصالح الخاصة، ويعرفه عبد اللطيف (2004، ص94) سوء استخدام السلطة من التكسب من المنصب، أما اتفاقية الأمم المتحدة اعتبرت الفساد هي الممارسات التي تحدث في الواقع وتحريمها مثل الرشوة، وتبييض الأموال، والنزاع غير المشروع، وغير ذلك من ممارسات غير مشروعة.

واستناداً إلى التعريفات السابقة ترى الباحثة أن الفساد هو استغلال المنصب من أجل التكسب الغير مشروع كالرشوة وغير ذلك من ممارسات غير مشروعة.

أسباب الفساد

تعد العوامل الاقتصادية من أهم العوامل الرئيسية للفساد الإداري، ويحدث الفساد عندما يتم استغلال المنصب لتحقيق مكاسب خاصة أو الحصول على المال، أو انخفاض مستوى الدخل مقارنة بتضخم الأسعار مما يحول دون اشباع الفرد للحاجات الأساسية، مما يدفع بعضهم ممن تسول لهم أنفسهم إلى الرشوة أو الاختلاس، كما تعد البطالة من الأمور المشجعة للفساد، فعدم وجود فرص عمل يزيد من درجة الفقر الأمر الذي يدفع بالبعض تحت ضغوط الحاجة إلى الفساد، وارتفاع معدل المنافسة بين الشركات الكبرى يساهم في ارتفاع وتيرة التجسس الاقتصادي خاصة في مجال الصناعة (الشلفان، 2003، ص335).

وبالنسبة للعوامل الاجتماعية فبعض المورثات الاجتماعية تلعب دوراً هاماً في الفساد كعادة تقديم الهدايا للمسؤولين، وانتشار مفاهيم العائلية، والقبلية، يحول دون تنفيذ القانون ومعاقبة المخالفين، لأن حكم العائلة والعشيرة ينفذ في بعض المناطق، إضافة إلى العوامل السياسية المتمثلة بالاستبداد السياسي، وتشابك مصالح رجالات السياسية بمصالح رجال المال والأعمال، أما الأسباب الإدارية فتتمثل في ضعف الرقابة الإدارية للمسؤولين والعاملين، وسيطرة العلاقات الاجتماعية في الأعمال الإدارية، وعدم وضوح التعليمات مما يدفع ببعض العاملين التصرف بعشوائية مما يدخله في مدخل

الانحراف، وجود هياكل تنظيمية قديمة تقتصر إلى روح القيادة القادرة على الإدارة والقيادة، وتوزيع الاختصاصات لغير ذوي الاختصاص، وتكدس الأقسام الإدارية بالعاملين وخلو بعض الأقسام كالأقسام الفنية بالمؤهلين وذوي الخبرة، وعدم استقطاب ذوي الكفاءات من ذوي التغيير والتحديث والتطوير، والمنافسة الغير شريفة بين الإداريين على الارتقاء (عبد العظيم، 2008، ص64).

وترى الباحثة أن الفساد يزيد بغياب الرقابة الذاتية والإدارية، وغياب الوازع الديني، وغياب المساءلة والشفافية، وتغليب مفاهيم الوساطة والمحسوبية في المؤسسات، وغياب مبدأ تكافؤ الفرص، وروتينية التعليمات، وعدم تحديثها وتغيير الهياكل التنظيمية بما يتوافق مع مصلحة الهيئة، ومتطلبات القرن الحادي والعشرين.

أشكال الفساد

يرى الكبيسي (2008، ص.85) أن هناك أربعة أشكال للفساد وهي:

- الفساد التنظيمي: ويتمثل في عدم احترام مواقيت العمل، والامتناع عن تنفيذ العمل، أو التراخي في إنجاز العمل، وعدم الالتزام بالتعليمات، وعدم الاكتراث بتطوير الأداء.
- الانحرافات السلوكية: ومنها عدم المحافظة على كرامة العمل، والجمع بين أكثر من وظيفة في أماكن عمل مختلفة، وسوء استغلال المنصب، وانتشار مفاهيم الوساطة والمحسوبية.
- الانحرافات المالية: مخالفة القواعد المنصوص عليها في القوانين المالية، والمزيدات، والمناقصات والمشتريات.
- الانحرافات الجنائية: كالرشوة، والاختلاس، والتزوير.

وترى الباحثة أن تجاوز التعليمات والقوانين والأنظمة، في كافة الجوانب المهنية، والمالية، والأخلاقية فأى تجاوز غير مقبول في القوانين الداخلية أو تشريعات الدولة هو شكل من أشكال الفساد.

الدراسات السابقة

تناولت الباحثة في هذا الفصل الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بمحوري الدراسة العلاقات العامة، والشفافية المهنية وذلك بهدف الاطلاع على منهجية الدراسات وأدوات الدراسات السابقة، ومجتمع الدراسات، والنتائج والتوصيات، والتعقيب عليها من حيث أوجه الاتفاق وأوجه الاختلاف، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

أ. الدراسات العربية المتعلقة بالعلاقات العامة:

دراسة المدهون (2020) هدفت التعرف إلى دور العلاقات العامة في بناء الثقافة التنظيمية بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، تحددت مشكلة الدراسة الوقوف على دور العلاقات العامة في نقل الصورة الطيبة عن المؤسسات ولذلك كان لابد من الوقوف على دورها في بناء الثقافة التنظيمية بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، تكون مجتمع الدراسة من (850) صحفياً وصحفية، وتكونت عينة الدراسة من (203) صحفي وصحفية من العاملين في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي، مستخدمة أداة الدراسة الاستبانة، أظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تؤدي دوراً إيجابياً في تعزيز الثقافة التنظيمية وجاء دورها في بناء ثقافة تنظيمية داعمة في الترتيب الأول، وبناء ثقافة تنظيمية إنسانية في الترتيب الثاني، وثقافة إبداعية في الترتيب الثالث والآخر، وأوصت الدراسة بتعزيز مكانة العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية لتمكينها من القيام بأدوارها المطلوبة في توفير بيئة تنظيمية مناسبة ومحفزة للإبداع الإداري يسودها ثقافة تنظيمية قوية كمدخل قيمى يدعم السلوك الإبداعي ويزيد من الفعالية التنظيمية.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الوقوف على دور العلاقات العامة في المؤسسات، واختلفت معها في محور الثقافة التنظيمية والدراسة الحالية تناولت الشفافية المهنية، وتميزت الدراسة الحالية أنها تناولت دور العلاقات العامة في كافة المؤسسات الحكومية.

دراسة قيراط (2019) هدفت الدراسة التعرف إلى الخصائص السوسيو ديمغرافية والتوجهات المهنية والقيم الأخلاقية وظروف العمل والرضا عن العمل لممارسي العلاقات العامة في دولة قطر، وتحدت مشكلة الدراسة في الوقوف على دور العلاقات الفعال وفي عملية التفاعل الصحي بين المنظمة وجمهورها، والبعض يجهل دور العلاقات، وشروطها، هذه الدولة الفتية التي تتطور بسرعة كبيرة جدا في مختلف المجالات، الأمر الذي انعكس إيجابا على مهنة العلاقات العامة التي انتشرت، هي بدورها بوتيرة سريعة جدا، واعتمدت هذه الدراسة منهج المسح حيث تم استعمال استبيان تم توزيعه على جميع ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة في قطر، ولم يتم تحديد عينة، ولكن الذين استجابوا لأداة الدراسة يحتوي على (80) سؤال تم توزيعه على ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة في قطر أشارت نتائج الدراسة إلى إيمان الممارسين لمهنتهم دوراً فعالاً في تشكيل آراء الجماهير حول المنظمة، حيث أن ثلاث أرباع المبحوثين أكدوا على أن "العلاقات العامة تأثيرا كبيرا في تكوين صورة إيجابية عن المنظمة"، و"تأثير العلاقات العامة في جماهير المنظمة". من جهة أخرى جاءت نتائج الدراسة إيجابية كذلك بالنسبة لرأي ممارسي العلاقات العامة في علاقاتهم مع الجمهور. بالنسبة للتوجهات المهنية لممارسي العلاقات العامة ومعظم المبحوثين يدركون جيدا المهام والوظائف والمسؤوليات الملقاة على عاتقهم. بالنسبة لمفهوم العلاقات العامة، وأن معظم المبحوثين لم يذكروا الوظائف الاستراتيجية للعلاقات العامة كالدراسات والبحوث والمساهمة في صناعة القرار وتقديم المشورة والنصح للإدارة العليا، وأوصت الدراسة بعقد ورشات تدريبية لممارسي العلاقات العامة لإكسابهم مهارات القرن الحادي والعشرين.

انتقلت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الوقوف على دور العلاقات العامة، وتميزت الدراسة الحالية عن هذه الدراسة بأنها ربطت دور العلاقات العامة بالشفافية المهنية في المؤسسات الحكومية ومزجت بين المنهج الكمي والكمي.

دراسة الخالدي (2019) هدفت الدراسة التعرف إلى فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العلاقات الإنسانية لدى العاملين في المؤسسات الأمنية بمدينة الرياض، وتحددت مشكلة الدراسة حول معرفة فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العلاقات الإنسانية لدى العاملين في المؤسسات الأمنية بمدينة الرياض، تكون مجتمع الدراسة وعينته: تم عمل حصر شامل لجميع العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بمدينة الرياض (الأمن العام - الدفاع المدني - الجوازات)، وتم استخدام المنهج الوصفي، واعتمد الباحث على الاستبانة أداة لجمع البيانات والمعلومات، وأظهرت النتائج أن متوسط الموافقة على واقع العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بمدينة الرياض " (4.22) وبدرجة (موافق بشدة)، وجاءت الموافقة على العوامل الإيجابية في أداء العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية بمدينة الرياض " (3.79) وبدرجة (موافق) ، وموافقة أفراد الدراسة على " أنشطة العلاقات العامة لتعزيز العلاقات الإنسانية (4.08) وبدرجة (موافق)، وفيما يتعلق بالمعوقات التي تحد من تعزيز العلاقات الإنسانية فجاءت المعوقات المهنية في المرتبة الأولى بمتوسط (3.97)، يليه المعوقات البشرية بمتوسط (3.73)، والمعوقات الإدارية بمتوسط (3.72)، وفي الأخير المعوقات الفنية بمتوسط حسابي (3.49). يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول واقع العلاقات العامة باختلاف العمر لصالح الذين أعمارهم تتراوح من (40) سنة فأكثر، يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول واقع العلاقات العامة باختلاف سنوات الخبرة العملية لصالح الذين سنوات الخبرة العملية لهم تتراوح من 10 إلى أقل من 20 سنة، يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول على واقع العلاقات العامة ومحور أنشطة العلاقات العامة لتعزيز العلاقات الإنسانية باختلاف المؤهل العلمي لصالح الذين مؤهلهم ماجستير، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف التخصص، كما بينت نتائج الدراسة أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية باختلاف الدورات في مجال العلاقات العامة لصالح أفراد الدراسة الذين حصلوا على دورتين تدريبيتين، أوصت الدراسة بضرورة العمل على تحسين العلاقات الإنسانية بين جميع منسوبي الهيئة الأمنية، التأكيد على العمل بروح الفريق بين موظفي الهيئة والتعاون المثمر لصالح العمل.

انفتحت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الوقوف على دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة فقد اقتصرت هذه الدراسة على الهيئة الأمنية، بينما الدراسة الحالية تناولت المؤسسات الحكومية، وتميزت الدراسة الحالية بالربط بين دور العلاقات العامة والشفافية المهنية.

دراسة بشير (2018) هدفت الدراسة التحقق من أداء العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وتحدت مشكلة الدراسة حول دور العلاقات العامة للموظف في المنظمة أو المؤسسات أو الوزارة. والعلاقة مع الإدارة العليا على المنظمات الحكومية في السودان، وهذا يأتي من خلال معرفة مفهوم العلاقات العامة، والأهداف، ووظائف الإدارة العليا لتحديد الروابط مع الإدارة العليا، وتقدم الدراسة أو تخصص الأداء في الجهة الحكومية، من خلال النظر في الأهداف التي قدمتها الحكومة، وكيف يتم العمل ومعرفة كيف ومتى ولماذا هذه الأهداف، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 47 استمارة. خرجت الدراسة بنتائج أن العلاقات العامة استطاعت تحقيق الهدف منها بتقديم الهيئة للجمهور وشرح سياستها كما أوضحت الدراسة مساهمة العلاقات العامة في تحقيق أهداف الإدارة العليا بينها وبين الإدارات الأخرى، وأوصت الدراسة بإقامة حملات تثقيفية وتوعوية للتعريف بوظيفة العلاقات العامة بالوزارة.

انفتحت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية واختلفت معها في ربط الدراسة الحالية دور العلاقات العامة بتعزيز الشفافية المهنية، وتميزت الدراسة الحالية بالمزج بين المنهج الكمي والكيفي ومجتمع الدراسة داخلي وخارجي.

دراسة النصر وشلبي (2018) هدفت الدراسة التعريف بقدرة العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية غير الربحية بتعزيز ثقة جماهيرها الخارجية، إضافة إلى توضيح أثر الآليات والأساليب الاتصالية التي تتبعها دائرة العلاقات العامة في تعزيز ثقة جماهيرها الخارجية بها والحفاظ عليهم، وتحدت مشكلة الدراسة في الوقوف على آلية الاتصالية المتبعة للتعامل مع الجماهير الخارجية للمؤسسات الفلسطينية غير الربحية، وأثرها بتعزيز ثقة كل جمهور، حيث اعتمد فريق البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدماً أداة الدراسة الاستبانة، والمقابلة، تكون مجتمع الدراسة من

الجماهير الخارجية لهيئة عبد المحسن قطان والتي تتمثل بـ (المعلمين والمعلمات، ووسائل الإعلام المحلية، متطوعون /متطوعات، والشركاء الاستراتيجيون، والكاتبون والكاتبات، والفنانون والفنانات، في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي (2018/2017)، حيث تم إختيار عينة قصدية عددها (60)، وتم توزيع أداة الاستبانة عليها أظهرت نتائج الدراسة أن للعلاقات العامة في هيئة عبد المحسن قطان دور فعال في تعزيز الثقة مع جماهيرها الخارجية، ولها جهودا حثيثة لتعزيز القيم المجتمعية الفلسطينية، وأن هناك أثر واضح للجهود التي تبذلها العلاقات العامة في بناء الجسور بينها وبين المؤسسات المجتمعية الأخرى، وأوصت الدراسة العمل على استحداث وحدة للاستطلاعات الرأي العام، وللأبحاث تابعة لقسم العلاقات العامة في هيئة عبد المحسن قطان، لتسهيل المهام في الوصول لجميع الفئات المستهدفة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة فهذه الدراسة تناولت المؤسسات الغير الربحية، والدراسة الحالية تناولت المؤسسات الحكومية، وتميزت الدراسة الحالية بالربط بين دور العلاقات العامة وتعزيز الشفافية.

دراسة دروزة وأبو صالح وكوسا (2018) هدفت الدراسة التعرف إلى قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية على المواءمة بين الالتزام بأخلاقيات المهنة، تحددت مشكلة الدراسة في معرفة مدى قدرة موظفي العلاقات العامة، على المواءمة بين ممارسة أخلاقيات العلاقات العامة وتحقيق أهداف المشفى بالصورة الأمثل، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لأغراض الدراسة، كما اتبعت المنهج المقارن للمقارنة بين أداء العلاقات العامة في مشفى النجاح في نابلس ومشفى الاستشاري في رام الله، وتكون مجتمع الدراسة في الجمهور الخارجي للمشفى الإستشاري العربي في رام الله ومشفى النجاح في نابلس، واختار فريق البحث العينة العشوائية بتوزيع 50 استبيان، 25 لكل مشفى، استخدمت أدوات الدراسة المقابلة والاستبيان للتعرف إلى قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية، على المواءمة بين الالتزام بأخلاقيات المهنة وتحقيق أهداف المشافي وتم توزيع عينة صدفة على مدينتي رام الله ونابلس ووزعت بالتساوي، أظهرت النتائج التزام العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية بأخلاقيات المهنة بدرجة عالية، وهذا يساهم في تعزيز

العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي، وتعزيز الصورة الذهنية الطيبة للمشافي، وأوصت الدراسة بضرورة تشكيل نظام حوافز لتشجيع موظفي العلاقات العامة على الالتزام بأخلاقيات المهنة والقيام بورشات وندوات.

انفتحت الدراسة الحالية من حيث محور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث محور الالتزام بأخلاقيات المهنة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت بأن الدراسة الحالية ربطت بين العلاقات العامة وقدرتها في تعزيز الشفافية المهنية.

دراسة طه (2016) هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في معالجة قضايا الفساد الإداري والمالي وذلك بالتطبيق على (ديوان المراجع العام)، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على دور العلاقات العامة في معالجة قضايا الفساد الإداري والمالي، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أدوات الدراسة المكونة من المقابلة والملاحظة والاستبانة لجمع البيانات تكون مجتمع الدراسة من (550) عاملاً، وعينة الدراسة من (100) عاملاً بديوان المراجع العام تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، أظهرت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بديوان المراجع العام لا تقوم بتقديم أي برامج تستطيع من خلالها الحد من قضايا الفساد الإداري والمالي، إن الفساد مشكلة عالمية تعاني منها جميع البلدان المتقدمة والنامية، أن استراتيجيات مكافحة الفساد مسائلة ومحاسبة ونزاهة وشفافية كافية لمعالجة الفساد الإداري والمالي في السودان، وأوصت الدراسة أن تهتم الإدارة العليا بإدارة العلاقات العامة وأن تكون تابعة لإدارة الديوان العليا، إعطاء إدارة العلاقات العامة اختصاصاتها كاملة وتوفير جمع المعينات اللازمة التي تمكنها من القيام بدورها.

تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث موضوعات الدراسة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها من حيث المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الآغا (2015)، هدفت التعرف إلى واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في محافظات غزة من وجهة نظر العاملين وسبل تطويرها في قطاع غزة، والتعرف إلى الفروق في أداء العلاقات العامة بين مؤسسات التعليم الحكومية، تحددت مشكلة الدراسة في

التساؤل الرئيس التالي: ما واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعميم العالي الحكومية في محافظات غزة من وجهة نظر العاملين وسبل تطويرها، تكون مجتمع الدراسة من (144) فرداً، وعينة الدراسة من (114) فرداً، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي الإحصائي التحليلي وكانت أداة الدراسة الأساسية عبارة عن استبانة تتكون في صورتها النهائية من (120) فقرة، وأظهرت نتائج الدراسة أن واقع توظيف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في قطاع بدرجة كبيرة كما خلصت توصيات عدة كان أهمها ضرورة توطيد العلاقات العامة بين دوائر العلاقات العامة، ومؤسسات المجتمع المحلي سواء أكانت أهلية أم حكومية.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت عنها في مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية من حيث التركيز على قضايا الشفافية المهنية ومكافحة الفساد.

دراسة أحمد (2015) هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية بصورة عامة، ووزارة الإعلام الاتحادية بصورة خاصة في السودان، وتحددت مشكلة الدراسة في عدم فهم المواطنين لدور العلاقات العامة في المؤسسات، فكان القصور في مخرجات وظيفة العلاقات العامة على أداء المؤسسات الحكومية، اشتمل مجتمع البحث الجمهور الداخلي لوزارة الإعلام الاتحادية برئاسة الوزارة بالخرطوم، أما عينة الدراسة فتكونت من (99) فرداً واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد المقابلة والملاحظة والاستبانة كأدوات للدراسة، وأظهرت النتائج أن العلاقات العامة في أي هيئة يجب أن تعمل على تحسين صورة الهيئة لدى الجمهور، وتحقيق الولاء والانتماء للهيئة، وأكدت أن العلاقات العامة في وزارة الإعلام الاتحادية توظف وسائل الاتصال لتعكس أنشطة المؤسسات الحكومية خاصة الصحافة، وأن فئة الشباب هي الفئة الأكبر في الوزارة وتملك الخبر الكافية في تعزيز أنشطة المؤسسات الحكومية، وأوصت الدراسة بالتدريب المستمر وتأهيل العاملين بوزارة الإعلام الاتحادية خلال الدورات التدريبية المستمرة.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث مجتمع الدراسة (المؤسسات الحكومية) واختلفت معها من حيث دور العلاقات العامة فقد اقتصر على تحسين صورة العلاقات العامة بينما في الدراسة الحالية فقد ركزت على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة البرابسة (2015)، هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات" شركة الشرق العربي للتأمين نموذجاً" والتعرف إلى أبرز المهام التي تقوم بها دائرة العلاقات العامة، وتحددت مشكلة الدراسة في تحديد أبعاد الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية أو المثالية سواء للجمهور الداخلي أو الخارجي للشركة، وتكون مجتمع الدراسة من (300) فرداً، وعينة الدراسة من (100) فرداً من العاملين في شركة الشرق العربي للتأمين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج أن الاستراتيجيات التي تتبعها دائرة العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية لشركة الشرق العربي للتأمين لدى الجماهير جاءت بشكل مرتفع، في حين أظهرت النتائج المتعلقة بدور العلاقات العامة في المشاركة في صنع القرار جاءت بصورة متوسطة، وأن جهود العلاقات المتبعة لتحسين صورة الشركة الذهنية لدى الجماهير جاءت بصورة مرتفعة، ولكن توجه العلاقات العامة لإجراء بحوث عن الشركة جاءت بصورة متوسطة، والتزام موظف العلاقات بإعطاء صورة إيجابية عن الشركة جاءت بالمرتبة الأولى، وأوصت الدراسة بأنه يجب على دائرة العلاقات العامة أن تقوم بإجراء بحوث دورية عن الشركة وجماهيرها الداخلية والخارجية.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة (المؤسسات الحكومية) ومن حيث دور العلاقات العامة فقد اقتصر على تحسين صورة العلاقات العامة بينما في الدراسة الحالية فقد ركزت على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الحمدي (2013)، هدفت الدراسة الوقوف على إدارة العلاقات العامة وانشطتها في المؤسسات الخاصة بالمملكة العربية السعودية، وتحددت مشكلة الدراسة في التعرف إلى طبيعة العلاقات العامة في المنشأة الخاصة من جوانبها المختلفة التنظيمية، والإدارية، والعملية، من خلال العاملين بإدارة العلاقات العامة في قطاعي الدراسة الإنتاجي والخدمي، ومن خلال الجمهور الداخلي والخارجي، ودرجة رضا واقتناع بأ أنشطة العلاقات العامة وبرامجها في كل من الرياض وجدة والدمام، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، وتم اعتماد البيانات وجمع

المعلومات كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج أن هناك إدارة عامة، وإدارات وأقسام للعلاقات العامة في معظم المنشأة المدروسة، وهذه الإدارات لها جانبها التنظيمي والإداري، والمميز وتنوع أنشطة العلاقات العامة وإشباعها للعديد من رغبات وحاجات كل من الجمهور الداخلي والخارجي، وأوصت الدراسة بعقد الورش التدريبية للعاملين في العلاقات العامة وتأهيلهم.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة البزار (2013) هدفت الدراسة التعرف إلى العلاقات العامة كأحد وسائل الاتصال المتاحة أمام إدارات المصارف التجارية الليبية لتعزيز الفترة التنافسية لهذه المصارف، وذلك من خلال التعرف على آراء العاملين والعملاء فيها، وقياس تأثير أداء العلاقات العامة في الفترة التنافسية في المصارف، تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي: "هل لمتغيرات العلاقات العامة أثر في خلق وتعزيز القدرة التنافسية، ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على الاستبانة، حيث صممت استبانتين منفصلتين أحدهما للعاملين في المصارف الليبية (مسؤولي العلاقات العامة) والآخرى لعملائها الأفراد الذين يترددون بصفة مستمرة على المصارف، تكون مجتمع الدراسة من فروع ووكالات المصارف التجارية العاملة في ميدان بنغازي والبالغ عددها 56 فرعا ووكالة تتبع لثمان مصارف تجارية موزعة في مدينة بنغازي وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من 170 موظفا، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغيرات العلاقات العامة في القدرة التنافسية وأن قيمة التأثير لكل متغير منفرد يختلف تبعا للمتغير والعينة، وأوصت الدراسة أن تقوم المصارف الليبية بمراجعة هياكلها التنظيمية بإنشاء أقسام مستقلة للعلاقات العامة ترتبط بالإدارة العليا لتقوم بدورها في تعزيز القدرة التنافسية لها وتوضيح الصورة الذهنية لهذه المصارف لدى عملائها والرأي العام وفق المنهج العلمي المتعارف عليه في العلاقات العامة.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة راشد (2010). هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية والشرطية، وتحددت مشكلة الدراسة في كشف واقع العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية والشرطية، والوقوف على جوانب الصورة الذهنية لرجل الشرطة المجتمعية لدى الجمهور وذلك لاختيار أفضل الوسائل والأساليب التي يمكن استخدامها في تحسين الصورة الذهنية، استخدم الباحث المنهج الوصفي بصورته المسحية، القائم على مسح البيانات والمعلومات الموثقة والمسجلة كأداة للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن صورة رجل الشرطة المجتمعة لدى المواطن صورة إيجابية بنسبة بلغت (67.7%)، كذلك كشفت الدراسة أن العلاقات العامة نجحت في تحسين صورة الشرطة المجتمعة بنسبة بلغت (84%)، كما أوضحت الدراسة إن الأغلبية يؤكدون على أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية والشرطية، وأوصت الدراسة بالتركيز على دور الشرطة في المجتمع هي أفضل السبل لتحسين صورة الشرطة المجتمعية.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الحديد (2010) هدفت الدراسة التعرف إلى واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، وتحددت مشكلة الدراسة في معرفة تقييم طلبة الجامعة الأردنية للأداء العام لدائرة العلاقات العامة ومعرفة الخدمات والنشاطات التي تقدمها ومدى إشراك الطلبة فيها. تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الأردنية، البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، للعام الدراسي 2010 والبالغ عددهم (36569) طالباً وطالبة، تكونت عينة الدراسة من (1097) وزعت بالطريقة الطبقيّة العشوائية، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، تم استخدام أداة الدراسة الاستبانة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى ما

يلي: إن تقييم أداء دائرة العلاقات العامة من وجهة نظر الطلبة بشكل عام قد جاء بدرجة منخفضة. إن الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للطلبة بشكل عام قد جاءت بدرجة منخفضة. وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة تعزى لمتغير الجنس لصالح الاناث، ولمتغير المرحلة الأكاديمية للطالب لصالح البكالوريوس والماجستير، ولمتغير السنة الدراسية للطالب ولصالح السنوات الدراسية الأولى، عدم وجود فروق دالة إحصائية في تقييم الطلبة لأداء دائرة العلاقات العامة تعزى لكل من متغير الكلية ومتغير مكان سكن الطالب ومتغير المعدل التراكمي للطالب، ومن أهم التوصيات التي خلصت لها الدراسة: ضرورة توجيه وتركيز الخدمات والنشاطات التي تقدمها دائرة العلاقات العامة إلى الطلبة. ضرورة إشراك الطلبة في نشاطات ومهام دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية ليكونوا داعماً أساسياً في تكوين الصورة الذهنية الطيبة عن الجامعة.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة سالم وأبو هدروس (2010) هدفت الدراسة إلى تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين من وجهات نظر مختلفة، وقد تم تطبيق البحث على فروع البنك العاملة في قطاع غزة - فلسطين، البالغ عددها ثمانية فروع، حيث تم تقييم فاعلية برامج العلاقات من خلال التعرف على اتجاهات كلٍّ من موظفي البنك وعملائه حول موضوع البحث، تحددت مشكلة الدراسة تتمثل في تقييم فاعلية برامج العلاقات العامة في بنك فلسطين بفروعه العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي، بهدف توضيح وتفسير الظاهرة، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج البحث، حيث قام الباحث بإعداد استبانتين (الأولي لعينة طبقية عشوائية من موظفي بنك فلسطين بلغت "200" موظف وموظفة، والثانية لعينة عشوائية من عملاء البنك بلغت "400" عميل، وذلك للحصول على تصور كامل ودقيق حول موضوع البحث.

وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن إدارة العلاقات العامة في بنك فلسطين تعاني من قصور في وضعها لأهدافها، كما أنها تعاني من قصور في تخطيط أنشطتها، كذلك فإن تطبيق أنشطة العلاقات العامة يتم بصورة ضعيفة، بالإضافة إلى أن إدارة البنك لا تقوم بإجراء تقييم لبرامج العلاقات العامة، وأوصت الدراسة ضرورة قيام إدارة العلاقات العامة في بنك فلسطين بصياغة أهدافاً واضحة ومحددة وقابلة للقياس، كما أوصى بضرورة تصميم خطة واضحة ومتكاملة لبرامجها.

انفتحت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة التلاوي (2008) هدفت هذه الدراسة رصد وتحديد الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال وفي تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال، والتعرف على مدى اهتمامها بإنتاج أنشطة اتصالية تحاول من خلالها تكوين صورة إيجابية عن رجال الأعمال، ورصد وتحديد طبيعة الصورة الذهنية المقدم بها رجال الأعمال ومؤسساتهم عينة الدراسة، تحددت مشكلة الدراسة تحديد أبعاد الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال في تشكيل الصورة الذهنية لرجال الأعمال أصحاب هذه المؤسسات ورصد الجهود الاتصالية التي تقوم بها في إطار ذلك، تم تطبيق الدراسة في عينة تحليلية تتمثل في (29) مادة إعلامية قامت العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال عينة الدراسة بإنتاجها خلال الفترة من 2007/1/1 وحتى 2007/7/1، (126) مضمون صحفي منشور عن رجال الأعمال ومؤسساتهم - عينة الدراسة- في أربع صحف (الأهرام، الوفد، الأسبوع، العالم اليوم)، أما العينة الميدانية فتمثلت في (26) ممارس للعلاقات العامة يعملون في سبع مؤسسات رجال الأعمال وهي (مجموعة سيراميكا كليوباترا، مجموعة سما، مجموعة أحمد بهجت، هيئة السلاب، هيئة فريد خميس للتنمية، مجموعة هايدلينا للصناعات الطبية، مجموعة أرتوك)، أما الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور فطبقت على عينة عشوائية طبقية مكونة من (396) مفردة من الجمهور موزعه ما بين ثلاث

محافظات وهي (القاهرة، الجيزة، المنيا). أظهرت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة في مؤسسات رجال الأعمال لها دور في تشكيل صورة رجل الأعمال مالك الهيئة، كما أظهرت أن هناك عدم اهتمام لدى ممارسي العلاقات العامة بالأنشطة الاتصالية الداخلية للهيئة، والاعتماد بشكل واضح على وسائل الاتصال الجماهيري، وأوصت الدراسة بضرورة تحسين التغطية الصحفية لأخبار رجال الأعمال في بعض الصحف، وحيث أن الصورة المتكونة لدى الجمهور عن رجال الأعمال ما زالت سلبية، مما يشير إلى احتمال تحول هذه الصورة إلى صورة نمطية يصعب تغييرها.

اتفقت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة أبو سليم (2006) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين، وتحدت مشكلة الدراسة حول مدى تحقيق إدارة العلاقات العامة لأهدافها في الكليات التقنية بمحافظة غزة؟ تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في ثلاث كليات تقنية هي كلية العلوم والتكنولوجيا- خانيونس، كلية فلسطين التقنية- دير البلح، وكلية مجتمع العلوم المهنية والتطبيقية- غزة للعام الدراسي (2006/2005) والبالغ عددهم (476) موظفاً وموظفة، وعينة عشوائية من (143) موظفاً وموظفة، قد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى نتائج الدراسة وأداة الدراسة عبارة عن استبيان، وأظهرت النتائج أن إدارة العلاقات العامة تعمل على تعزيز انتماء العاملين في الكلية بدرجة متوسطة، كما أن هناك عجز في مؤهلات رجل العلاقات العامة من وجهة نظر العاملين، من خلال اختبار الفرضيات تبين أن إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية تحقق بعض أهدافها، وتتجاهل أهداف أخرى، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تطوير إدارة العلاقات العامة في الكليات التقنية وضرورة تكثيف الدورات التدريبية للأفراد العاملين في إدارة العلاقات العامة.

انفتحت الدراسة الحالية من حيث دور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بالتركيز على قضايا الفساد والشفافية المهنية، وتميزت بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

ب. الدراسات الأجنبية المتعلقة بالعلاقات العامة

دراسة عناني وتكالاني (Anani, Takalani,2020) هدفت الدراسة التعرف إلى إطار ممارسة العلاقات العامة في قطاع الخدمات المالية في غانا، وتحددت مشكلة الدراسة في تطوير إطار متكامل وغير متسلسل لإدارة علاقات عامة ممتازة لقطاع الخدمات المالية في غانا وتصور العلاقات العامة وممارستها فيما يتعلق بالغرض (النماذج) والأدوار (الأنشطة). وتكونت عينة الدراسة من (22) فرداً، اعتمدت الدراسة المنهج الكيفي، وأداة الدراسة المقابلة، أظهرت النتائج أن ممارسو معظم أقسام الاتصال ليس لديهم خلفية في العلاقات العامة، وقد أثر ذلك على تصورهم للعلاقات العامة. بشكل أساسي، تتشكل العلاقات العامة في غانا، إلى حد كبير، من خلال أيديولوجية غربية. تتأثر العلاقات العامة بشكل كبير بالعلاقات الشخصية القوية، والتي تقوم إلى حد كبير على ثقافة البلد. ما هو واضح هو أن العلاقات العامة في قطاع الخدمات المالية ليست استراتيجية بالكامل. على الرغم من أن الممارسين يشغلون أدواراً إدارية، إلا أنهم محدودون في قدرتهم على إحداث تأثير بسبب عدم فهم الإدارة للغرض من العلاقات العامة وقيود الميزانية، وأوصت الدراسة بضرورة تمكين ممارسو العلاقات العامة وتدريبهم على فهم الإدارة والقيام بالأدوار الناجحة.

انفتحت هذه الدراسة الحالية من حيث محور العلاقات العامة واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت الدراسة الحالية بتناولها قضايا الفساد والشفافية المهنية في كافة المؤسسات الحكومية.

دراسة يو (Yue,2016)، هدفت الدراسة هو استكشاف الوضع الحالي لإدارة العلاقات العامة الاستراتيجية في الصين. وتحددت مشكلة الدراسة في استكشاف الوضع الحالي لإدارة العلاقات العامة، والوقوف على المبادئ العامة للعلاقات العامة الممتازة في الصين. تم استخدام المنهج

الوصفي والكيفي، وتم استخدام الاستطلاعات والمقابلات كأداتي للدراسة المتعمقة لمعالجة خمسة أسئلة بحثية: (1) ممارسة العلاقات العامة الاستراتيجية للممارسين، (2) علاقتهم مع التحالف المهيم، (3) نماذج الاتصال المستخدمة، (4) الكفاءة في ممارسة الإدارة والأدوار الفنية، (5) التحديات التي تواجه صناعة العلاقات العامة تم استكشافها باعتبارها أسئلة بحثية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة بالكاد كانت تدار بطريقة استراتيجية في الصين. أن العلاقات العامة شاركت في الغالب في دور الفني وليس في صنع السياسة التنظيمية، ولم تكن عضوًا في الائتلافات المهيمنة، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور العلاقات العامة في المجالات السياسية والتنظيمية.

اقتصرت هذه الدراسة على إدارة العلاقات العامة، بينما الدراسة الحالية تناولت قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية المهنية، واختلفت معها من حيث المنهج، والمجتمع، وتميزت عنها بأنها تناولت العلاقات العامة وقدرتها في تعزيز الشفافية المهنية في المؤسسات الحكومية.

دراسة فيوليت وآخرون (Violette et, al,2012) هدفت الدراسة إلى الكشف عن فاعلية العلاقات العامة في مناطق القرى ومناطق المدن بجنوب أفريقيا، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على دور العلاقات العامة في قرى ومدن جنوب أفريقيا، والوقوف على مواطن القصور في دورها، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي المقارن، وطور الباحثون مقياس لقياس فاعلية العلاقات العامة على فئة الشباب، تكونت عينة الدراسة من (644) فرداً منهم (300) من مناطق المدن، و(344) من مناطق القرى، وقد أظهرت النتائج أن العلاقات العامة أكثر فاعلية في القرى، ولا توجد فروق دالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين مناطق القرى والمدن، ولكن ظهرت فروق في الجنس في مناطق المدن بين الذكور والإناث، ولصالح الإناث، وأوصت الدراسة بضرورة انتقاء المادة الإعلامية التي تقدمها دوائر العلاقات العامة الحكومية بما يتفق مع الثقافات السائدة، وطبيعة السكان.

اتفقت هذه الدراسة من حيث محور العلاقات العامة، واختلفت معها من حيث الهدف والمجتمع، وتميزت الدراسة الحالية بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

ج. الدراسات العربية المتعلقة بالشفافية:

دراسة الطوب (2019)، هدفت الدراسة التعرف إلى الآليات المقترحة؛ لتفعيل الشفافية الإدارية في الجامعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية، وتحددت مشكلة الدراسة في التعرف إلى مدى توفر متطلبات تفعيل الشفافية الإدارية في جامعة حائل، وتقديم آليات مقترحة لتفعيلها، وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت الأداة في استبانة تم توزيعها على عينة عشوائية تكونت من (279) إدارياً وإدارية في جامعة حائل، وأظهرت النتائج أن مدى توفر متطلبات تفعيل الشفافية الإدارية، من وجهات نظر الإداريين في جامعة حائل، حصل على درجة متوسطة، وحصلت أبعاد الشفافية الإدارية على درجة متوسطة لكل بُعد، ما عدا شفافية المساءلة وشفافية صناعة واتخاذ القرارات بدرجة منخفضة، ووجود فروق دالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور، ووجود فروق ذات دالة إحصائية لمتغير القسم، ولصالح كليات التربية، ولا توجد فروق دالة إحصائية طبقاً لاختلاف متغيرات المؤهل العلمي وسنوات الخدمة في العمل الإداري والدورات التدريبية، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسة الشفافية الإدارية من خلال اعتماد آلية تفعيلها في الجامعات السعودية.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية المهنية، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها بأنها شملت المؤسسات الحكومية كافة وربطت موضوع الشفافية بدور العلاقات العامة في الهيئة.

دراسة الديحاني (2017) هدفت الدراسة التعرف إلى تأثير أبعاد الرقابة والشفافية الإدارية في مكافحة الفساد الإداري في المناطق التعليمية من وجهة نظر العاملين فيها، وقد تحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على آلية المتابعة والشفافية في الوقوف على مظاهر الفساد الإداري في المناطق التعليمية بدولة الكويت، تكون مجتمع الدراسة من (2101) موظفاً إدارياً، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت استبانة تم تطبيقها على (270) موظف أظهرت النتائج توفر الرقابة في المناطق التعليمية بمتوسط حسابي بدرجة تقدير كبيرة وتوفر الشفافية الإدارية في المناطق التعليمية بدرجة تقدير متوسطة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح مؤهل الدبلوم

مع محور الشفافية الإدارية ونظم الشفافية الإدارية ووجود فروق ذات دلالة احصائية لمحاور الدراسة مع المناطق التعليمية ووجود فروق ذات دلالة احصائية لمحور نظم الشفافية الإدارية لصالح فئة خبرة (15) سنة فأكثر ودرجة تأثير أبعاد الدراسة باعتبارها عوامل مستقلة عالية (الرقابة والشفافية الإدارية، ومكافحة الفساد الإداري)، ودرجة تأثير عالية بين المتغير التابع (مكافحة الفساد الإداري) للمتغيرات المستقلة (الرقابة، والشفافية الإدارية) عند درجة (0.73)، وأوصت الدراسة بتعزيز أبعاد الرقابة الإدارية، والشفافية الإدارية في معايير واضحة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث ربط محور الشفافية بقضايا مكافحة الفساد، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الفوزان (2017) هدفت الدراسة التعرف إلى معرفة مستوى ممارسة الشفافية في مؤسسات القطاع العام، والتعرف إلى العوامل المؤثرة على تطبيق الشفافية، وتحددت مشكلة الدراسة في محاولة الوصول إلى أهم الأساليب والآليات المقترحة لتطوير ورفع مستوى تطبيق الشفافية. ولتحقيق هدف الدراسة، اعتمد الباحث بدراسته على العينة العشوائية، تكونت عينة الدراسة من 11 وزارة حكومية من أصل 22 وزارة حكومية بمدينة الرياض لتمثل مؤسسات القطاع العام، تكون مجتمع الدراسة من (3050) موظفاً، وتم مسح 356 موظف بهذه الوزارات، بمعدل استجابة بلغ حوالي 71% وصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى تطبيق الشفافية الإدارية في المؤسسات كانت متوسطة بشكل عام، وأوصت الدراسة بتوفير قاعدة للبيانات داخل المنظمة، والاهتمام بالحاسب الآلي في العمل، وتوضيح أهمية الشفافية بالنسبة للموظفين.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الدراسة، واختلفت معها من حيث الهدف، وتميزت عنها من حيث أنها ربطت محور الشفافية بقضايا الفساد ودور العلاقات العامة.

دراسة السبيعي (2017) هدفت الدراسة التعرف إلى أثر تطبيق الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري في الشركات المالية السعودية، وتحدد مشكلة الدراسة، وقد تحددت مشكلة الدراسة في تدني مستوى الشفافية في بعض الشركات المالية السعودي، تكون مجتمع الدراسة من جميع

العاملين في الشركات المالية المرخصة في السعودية، حيث بلغ عددهم (1350) عامل، وتم سحب عينة طبقية عشوائية مقدارها (300) وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود أثر إحصائي لتطبيق أسس الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري في الشركات المالية السعودية، وعليه تم قبول جميع الفرضيات التي أثبتت الأثر الإحصائي للمتغير المستقل على المتغير التابع، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق إحصائية في مدى إدراك عينة الدراسة أثر تطبيق أسس الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري، وهذه الفروقات تعزى إلى الاختلاف في العمر، والمؤهل التعليمي، والمستوى، وأوصت الدراسة في المساهمة في تعزيز تطبيقات الشفافية الإدارية في الشركات المالية السعودية، وفي بعض القطاعات الأخرى.

اتفقت هذه الدراسة من حيث محور الشفافية وقضايا الفساد، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الشلوي (2016) هدفت الدراسة التعرف إلى الشفافية ودورها في الحد من الفساد الإداري دراسة تطبيقية على وزارة العمل في مدينة الرياض، وتحدت مشكلة الدراسة في الكشف عن مواطن الخلل والفساد في صنع الفساد والتشريعات واتخاذ القرارات، والوقوف على أهمية تطبيق الشفافية في حفظ الامان، استخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوب المسح الاجتماعي، تكون من مجتمع الدراسة من جميع العاملين في ديوان وزارة العمل السعودية والبالغ عددهم (1092) موظفاً، تم تحديد حجم العينة الممثلة للمجتمع بأسلوب العينة العشوائية البسيطة المكونة من (285)، اعتمد الباحث على الاستبانة كونها أداة دراسته، أظهرت النتائج أن واقع شفافية وزارة العمل في مدينة الرياض جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن الشفافية تسهم في الحد من الفساد الإداري في وزارة العلم بدرجة مرتفعة، كما أن هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، والمركز الوظيفي، وسنوات الخبرة، وأوصت الدراسة بتحديث التشريعات لتكون ملزمة بتطبيق الشفافية، عقد برامج تدريبية لرفع مستويات المساءلة الشفافية لأهميتها في الحد من الفساد.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث المجتمع، وتميزت باستخدامها أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الشبيل والمومني (2013) هدفت الدراسة التعرف إلى أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة المستخدمة في مؤسسات الدولة على مهام مدققي ديوان المحاسبة في تعزيز المساءلة والشفافية، وقد تحددت المشكلة في الوقوف على معايير تطبيق الشفافية المهنية في ديوان المحاسبة في الأردن، وقد تكون مجتمع الدراسة من (540) موظفاً، وعينة عشوائية مكونة من (208) من مدققي ديوان المحاسبة، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، اعتمد منها (162) استبانة لغايات التحليل، واستخدمت الأساليب الاحصائية الوصفية واختبار (T-Test) لتحليل البيانات واختبار الفرضيات. خلصت الدراسة إلى وجود تأثير لنظم المعلومات المحاسبية المحوسبة المستخدمة في مؤسسات الدولة على مهام ديوان المحاسبة، و في تعزيز المساءلة والشفافية فيها. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة المستخدمة في مؤسسات الدولة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، وأداة الدراسة، واختلفت معها من حيث هدف الدراسة والمجتمع، وتميزت الدراسة الحالية بأسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة أمان (2013) هدفت الدراسة إلى عمل تقييم أولي للنزاهة والشفافية في بناء وعمل هذه المنظمات من خلال رصد انجازاتها في هذا المجال، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على مواطن قصورها وذلك من خلال المساءلة وتقديم توصيات تعالج مواطن القصور وتعزز من نزاهة هذه المنظمات، على قاعدة تعزيز دور هذه المنظمات المجتمعي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المنظمات الربحية في فلسطين، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات ذات العلاقة ووثائق منظمات رئيسية وشبكات فاعلة وبالاعتماد على دراسات واستطلاعات الرأي حول الفساد في المنظمات غير الحكومية كأدوات للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن تعتمد المقترحات على المؤشرات السابقة لقياس الشفافية والمساءلة في المنظمات الأهلية الفلسطينية، وتتطلب من الانحياز إلى خيار تطوير عمل وفاعلية هذه المنظمات

من خلال تطوير جوانب الشفافية والمساءلة في هيكلتها ونشاطها، وأوصت الدراسة بإعداد معايير واضحة بالنزاهة والشفافية وتعميمها على الوزارة والمؤسسات المجتمعية.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الهدف واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الحسنات (2013) هدفت التعرف إلى مجال المساءلة لدى منظمات المجتمع المدني من وجهة نظر عينة الدراسة، تحددت مشكلة الدراسة في الوقوق على بعض مظاهر الفساد، والكشف عن وجود علاقة بين نمط الاتصال وواقع الشفافية في منظمات المجتمع المدني، والكشف عن وجود علاقة بين مستوى ثقافة المساءلة وواقع المساءلة، وتكون مجتمع الدراسة من (2101) موظفاً، وتكونت عينة الدراسة من (65) فرداً، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج موافقة عينة الدراسة على توافر مجال المساءلة لدى منظمات المجتمع المدني، ووجود علاقة دالة إحصائياً بين نمط الاتصال وواقع الشفافية في منظمات المجتمع المدني، وأوصت الدراسة بتعزيز أبعاد الرقابة الإدارية وأبعاد الشفافية الإدارية من خلال إيجاد معايير واضحة تتناسب مع طبيعة كل منطقة تعليمية لتحقيق مبادئ الإدارة اللامركزية.

اتفقت توصيات هذه الدراسة مع أهداف الدراسة الحالية، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة جاد الله (2012)، هدفت الدراسة التعرف إلى مدى التزام المنظمات الغير الحكومية بتطبيق الشفافية، وتحددت مشكلة الدراسة في التعرف إلى مستوى أنماط الفساد الإداري الشائع بالمنظمات الغير الحكومية، وتحديد مدى المعوقات التي تحول دون تطبيق الشفافية بالمنظمات الغير حكومية، وتكونت العينة من (112) فرداً من العاملين بالجامعات الأهلية باعتبارها منظمات غير حكومية تابعة لمديرية التضامن الاجتماعي بمحافظة الشرقية واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واستعان بمقياس إسهام الشفافية كأداة للدراسة في الحد من الفساد الإداري في المنظمات غير الحكومية باعتبارها أداة للدراسة، وأظهرت النتائج أن إلتزام المنظمات غير الحكومية بتطبيق الشفافية جاء بدرجة قوية جداً، وأن المعوقات التي تحول دون تطبيق الشفافية بالمنظمات الغير

حكومية جاءت بدرجة قوية جداً، أوصت الدراسة بالعمل على اتخاذ التدابير التي تحول دون تطبيق الشفافية بالمنظمات الغير حكومية.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها بتسليط الدور على دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية المهنية.

دراسة أبو قاعود (2011)، هدفت الدراسة التعرف إلى تقييم إطار مقترح لقياس أثر ممارسة أبعاد الشفافية الإدارية في محاور تطوير الأعمال لدى منظمات الأعمال، وتحددت مشكلة الدراسة في تحديد أثر ممارسة أبعاد الشفافية الإدارية في محاور تطوير الأعمال في منظمات الأعمال الأردنية وتحديداً شركة الاتصالات الأردنية "أورانج" من خلال إطار مقترح قدمه الباحث يضع معايير رئيسية وفرعية لمتغيرات الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من (186) فرداً وتم اعتماده كعينة للدراسة، وتم استخدام المنهاج الوصفي، ومقياس للشفافية كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج أنّ لممارسة أبعاد الشفافية أثر إيجابي في تنمية الأجهزة الإدارية وتطوير أعمالها، والتخفيف من الممارسات السلبية، والتأكيد على أهمية الدور الملحق على عاتق الحكومات في تعزيز ممارسة الشفافية، صت الدراسة بتطبيق الإطار المقترح من قبل منظمات الأعمال الأردنية، وأوصت كذلك بضرورة ضمان مستويات عالية من الإفصاح المعلوماتي والمالي وصياغة تشريعات تتميز بالدقة والوضوح ورفع مستوى مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات واستحداث قسم يعنى بتعزيز ممارسة الشفافية في تلك المنظمات.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث مجتمع الدراسة، وتميزت عنها بتسليط الدور على دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية المهنية.

دراسة الدعي (2011) هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في دعم وتعزيز الشفافية (أمانة بغداد انموذجاً)، تحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على سبل تعزيز معايير الشفافية في أمانة بغداد، ودور العلاقات العامة في تعزيزها، تم استخدام المنهج المسحي باستخدام أداتي الدراسة الاستبيان الميداني والملاحظة النظرية والمقابلة، تم توزيعها على العاملين في مجال العلاقات العامة والبالغ عددهم (16) مبحوثاً، أظهرت النتائج أن ممارسة نشاط تزويد وسائل

الإعلام بكافة الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها الأمانة هي النشاط الأبرز من بين مجمل الأنشطة الاتصالية التي تمارسها العلاقات العامة، في حين كان الإشراف على صندوق الشكاوى والمقترحات وتفعيل العمل به نشاطاً غير مفعّل بالصورة الصحيحة والوفائية رغم أهميته في استقراء واقع علاقة الأمانة بجمهورها، كما أن جريدة صوت العاصمة الصادرة عن أمانة بغداد هي أكثر الوسائل استخداماً لتمكين المواطنين من حصولهم على التعليمات والقوانين المتبعة لإنجاز معاملاتهم، الغموض وعدم وضوح الرؤية التفصيلية لدور العلاقات العامة في دعم وتعزيز الشفافية بالنسبة لأكثرية العاملين في مجال العلاقات العامة، وأوصت الدراسة إجراء دراسات مشابهة في مجتمعات مختلفة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث موضوع ومشكلة الدراسة، واختلفت معها من حيث المجتمع، فلم تقتصر الدراسة الحالية على العاملين بالعلاقات العامة، وإنما أيضاً الجمهور، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة الطراوانة والعضائية (2010)، هدفت الدراسة التعرف إلى أثر تطبيق الشفافية على مستوى المساءلة الإدارية في الوزارات الأردنية، وتحددت مشكلة الدراسة في ضعف المساءلة الإدارية في الوزارات الأردنية، وعدم تطبيق الشفافية كما يجب، استخدم الباحثان المنهج الوصفي، وتم تطوير استبانة كأداة للدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من (1653) عاملاً، وتكونت عينة الدراسة من (661) موظفاً من (6) وزارات وأظهرت النتائج إلى أنّ تصورات أفراد العينة لكل من درجة تطبيق الشفافية ومستوى المساءلة الإدارية في الوزارات المبحوثة كانت متوسطة لكل منها، ووجود أثر دال إحصائياً لدرجة تطبيق الشفافية في مجالاتها المختلفة مجتمعة ومنفردة على مستوى المساءلة الإدارية في الوزارات المبحوثة كما أنّ شفافيتها القرات هي أكثر مجالات الشفافية تأثيراً في مستوى المساءلة الإدارية في حين أنّ شفافيتها التشريعات أقل تلك المجالات تأثيراً، ووجود فروق دالة إحصائياً في تصورات أفراد العينة لدرجة تطبيق الشفافية في الوزارات المبحوثة تعزى لمتغيرات (الجنس ولصالح الذكور)، (وسنوات الخبرة لصالح أكثر من 10 سنوات)، (والمؤهل العلمي، ولصالح البكالوريوس)، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية في الوزارات المبحوثة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث الهدف، ومجتمع الدراسة، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة السبيعي (2010)، هدفت الدراسة استقصاء مستوى إلتزام القطاعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية بتطبيق الشفافية بوجه عام، وتحددت مشكلة الدراسة في التعرف إلى مستوى التزام الأجهزة الرقابية بمساءلة القطاعات الحكومية عن فسادها إن وجد، والتعرف إلى مستوى شيوع أنماط الفساد الإداري في القطاعات الحكومية، وتكونت مجتمع الدراسة من (669) فرداً، وتكونت عينة الدراسة من (503) عاملاً من هيئة الرقابة والتحقيق، وديوان المراقبة العامة، وديوان المظالم، وشعبة مكافحة غسيل الأموال في الإدارة العامة لمكافحة المخدرات، وإدارة مكافحة التزوير بالمديرية العامة للجوازات، وقسم التحقيقات بشرطة منطقة الرياض، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبانة كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج انخفاض مستوى التزام القطاعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية بتطبيق الشفافية بوجه عام، وانخفاض مستوى التزام الأجهزة الرقابية بمساءلة القطاعات الحكومية عن فسادها إن وجد، وشيوع أنماط الفساد الإداري في القطاعات الحكومية بدرجة عالية، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على رفع مستوى كفاءة الأجهزة الرقابية والقضائية بمنحها الصلاحيات الكافية، ودعمها بالكوادر البشرية المتخصصة والموارد المادية اللازمة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث الهدف، ومجتمع الدراسة، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة العتيبي (2009)، هدفت الدراسة التعرف إلى مستوى ممارسة الشفافية في القطاع العام، والعوامل المؤثرة في تطبيقها، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على سبل تعزيز الشفافية لتقليل الفساد في القطاع العام، وتكونت عينة الدراسة من (256) موظفاً من الوزارات الحكومية في الرياض، وتمّ استخدام المنهج الوصفي، وأداة الدراسة الاستبانة، وأظهرت النتائج أنّ مستوى ممارسة الشفافية جاء بنسبة متوسطة، وأنّ هناك عوامل تؤثر في ممارسة الشفافية مثل القيادات والتدريب،

وجود أثر دالة إحصائياً لمتغير المستوى التعليمي، ولصالح الدراسات العليا، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية في مؤسسات القطاع العام.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث محور الشفافية، واختلفت معها من حيث الهدف، ومجتمع الدراسة، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة **عبد الحليم وعبابنة (2006)** هدفت الدراسة التعرف على مدى توافر الشفافية والتفويض الإداري والبيئة الإبداعية والممارسة الإبداعية لتسع مؤسسات ودوائر حكومية تقدمت للحصول على جائزة الملك عبد الله الثاني للتميز، وتحددت المشكلة في الوقوف على مستوى النزاهة والشفافية في التحكيم والتصويت، وأجريت الدراسة على عينة قصديه مكونة من (329) فردا شملت جميع أفراد القيادات الإدارية والإشرافية في هذه المؤسسات والدوائر، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ودالة إحصائياً بين جميع مجالات الدراسة، كما وجد بأنه كلما ارتفع المستوى الوظيفي ومستوى الدخل لأفراد عينة الدراسة زادت الاتجاهات الإيجابية نحو توافر الشفافية والتفويض والبيئة الإبداعية والممارسة الإبداعية، وكلما زاد عدد الموظفين العاملين في مركز الهيئة أو الدائرة انخفضت درجة الممارسة الإبداعية، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية المهنية في الدوائر الحكومية.

توصيات هذه الدراسة اتفقت مع أهداف الدراسة الحالية، واختلفت معها من حيث الهدف والمجتمع، وتميزت عنها باستخدام أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة **نور واقبال (Noor&Iqbal,2013)**، هدفت الدراسة إلى تحديد قدرة المديرين على تطبيق الرقابة في المدارس، وتحديث استراتيجية محددة يتم تطبيقها خلال استخدام المديرين للرقابة الإدارية في المدارس، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على أثر تبيق الرقابية في تعزيز الشفافية، وقد اشتملت عينة الدراسة على (54) من الموظفين الإداريين على مستوى المقاطعة التعليمية المختارين من (8) مقاطعات (8) من المسؤولين والتنفيذيين و(16) من موظفي المقاطعة التعليمية، و(32) من نائبي مسؤولي المقاطعات التعليمية و(80) من مديري ورؤساء المدارس الثانوية الحكومية من الإناث والذكور بختيار باختوان، باكستان، وقد اعتمد الباحثان على المنهج

الوصفي التحليلي القائم على الاستبيان باعتبارها أداة للدراسة وقد أظهرت النتائج ان عدم وجود تدريب مناسب، وعدم وجود تنسيق كافٍ بين مديري المدارس وموظفي التعليم على مستوى المنطقة، وعدم توفير توجيه كافٍ للمديرين يجعلهم لا يمتلكون القدرة على فرض نظام الرقابة في إدارة المنظمات التعليمية بشكل صحيح، مما يؤثر في عملية اتخاذ القرارات كما اتضح أن المسؤولين عن التعليم على مستوى المقاطعات لا يلتفتون في اجتماعاتهم الشهرية نحو المشاكل الرسمية بين مديري المدارس والمعلمين، والتحديات التي تواجه تطبيق نظم الرقابة في المؤسسات التعليمية والمدارس وقد اتضح أن تنفيذ قواعد وسياسات سيئة للغاية في ظل غياب الإشراف المنتظم ونظام الثواب والعقاب من أهم العوائق التي تحول دون تطبيق نظم الرقابة، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الإشراف المنتظم ونظام الثواب والعقاب.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث أهداف الدراسة، واختلفت معها من حيث المجتمع، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

د. الدراسات الأجنبية المتعلقة بالشفافية

دراسة هانيكورن (Hazelkorn, 2012) هدفت الدراسة التعرف إلى الأدوات المناسبة التي يمكن أن توفر أكبر قدر من الشفافية والمعلومات لأصحاب المصلحة والمستفيدين من الخدمات التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي في إيرلندا، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على قياس مستوى الشفافية في مؤسسات التعليم العالي في إيرلندا ، وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من (145) فرداً، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل البيانات والوثائق كأدوات للدراسة، وأظهرت النتائج وجود تأثير بدرجة كبيرة لاستخدام قيادات التعليم العالي لعدد من الأدوات الرئيسية لدعم الشفافية ومتطلبات تطبيقها في الجوانب التالية (النزاهة والمحاسبة وفق مبدأ الثواب والعقاب، وتطوير اللوائح والقوانين وتحديثها باستمرار) بما يحقق تنفق المعلومات وتوفيرها للمستفيدين ولا إلى تحديث وتطوير التعليم العالي الأوربي، وأصت الدراسة بتعزيز مبادئ النزاهة والمحاسبة والمساءلة.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث أهداف الدراسة، واختلفت معها من حيث المجتمع، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة نورمان وآخرون (Noman, et al, 2010) هدفت الدراسة التعرف إلى أثر تبني الشفافية على مستوى ثقة المرؤوسين في الرئيس وإدراكهم لفاعليته، وتحددت مشكلة الدراسة في الوقوف على مستوى الشفافية واثر تطبيقها في رفع مستوى ثقة المرؤوسين في الرئيس وإدراكهم لفاعليته، وتمثلت عينة الدراسة في (304) مشارك تم اختيارهم ولاية كولورادو بالولايات المتحدة الأمريكية، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة للدراسة، وأظهرت النتائج أن مستوى شفافية الرئيس ومستوى قدراته النفسية الإيجابية تؤثر في درجة ثقة المرؤوسين وإدراكهم لفاعليته، وأن العاملين أكثر ثقة بالمدير الذي يثق بقراراتهم ويقدم لهم المعلومات اللازمة لصنع القرارات، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل الشفافية لكسب ثقة المرؤوسين.

اتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث أهداف الدراسة، واختلفت معها من حيث المجتمع، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

دراسة هابارد (Hubbard,2007)، فقد هدفت الدراسة التعرف إلى دور الإعلام في الحد من الفساد في التربية والتعليم، وتحددت مشكلة الدراسة في توضيح دور الإعلام في الحد من الفساد في قطاع التعليم، وتوضيح دور حملة الشفافية المستخدمة في الحد من المخاطر الحكومية الكبيرة والتي تظهر على هيئة مشكلات التمويل، وقد استخدم الباحث المنهج الوثائقي القائم على استعراض على عدد من الأدبيات السابقة كأدوات للدراسة التي تعمل على توضيح دور الشفافية في القضاء على الفساد القابع في قطاع التعليم بأوغندا والتصدي لمشكلات التمويل التي يواجهها التعليم في أوغندا والإصلاحات الخاصة بالجانب المالي والتعليمي والمعلوماتي بأوغندا، والقدرة على الحد من مستوى الفساد وقد أظهرت النتائج أن الإعلام يلعب دوراً مهماً وفعالاً في الحد من الفساد والمخاطر التي يواجهها القطاع التعليمي في أوغندا، ودور التمسك بالشفافية في الحد من المخاطر الحكومية التي تواجه المدارس والقطاع التعليمي، والتي تتمثل في عدم وجود تمويل كافٍ يخدم التعليم، ويعزز الإعلام من عزم الحكومة لتطبيق مزيد من الإصلاحات في التعليم، وأوصت الدراسة في تفعيل دور الإعلام التربوي والشفافية المهنية في قطاع التعليم.

انتقلت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث أهداف الدراسة، واختلفت معها من حيث المجتمع، وتميزت عنها من حيث أسلوب المزج بين المنهج الكمي والكيفي.

التعقيب على الدراسات السابقة

1. تنوعت موضوعات الدراسات السابقة المتعلقة بدور العلاقات العامة، فمثلاً دراسة المدهون (2020) ربطت بين العلاقات العامة والثقافة التنظيمية في المؤسسات، ودراسة بشير (2018)، والتي تناولت دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، ودراسة النصر وشلبي (2018) والتي تناولت قدرة العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية الغير حكومية، ودراسة طه (2016) والتي تناولت دور العلاقات العامة في معالجة قضايا الفساد الإداري، ودراسة أحمد (2016) والتي تناولت دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية، كما تعددت الموضوعات التي تناولت أهمية تطبيق الشفافية والالتزام بها، كدراسة الطوب (2019) والتي تناولت أهمية تفعيل الشفافية الإدارية في الجامعات الفلسطينية، ودراسة الديجاني (2017) والتي تناولت تأثير أبعاد الرقابة والشفافية الإدارية في مكافحة الفساد الإداري، ودراسة الدعيمي (2011) والتي تناولت دور العلاقات العامة في تعزيز ودعم الشفافية المهنية.

2. غالبية الدراسات السابقة اعتمدت المنهج الوصفي بصورتيه المسحية، والتحليلي، وأداة الدراسة الاستبانة كدراسة الخالدي (2019) دراسة مسحية، ودراسة أحمد (2016) دراسة تحليلية.

بعض الدراسات السابقة مزجت ما بين المنهج الوصفي الكمي والمنهج الكيفي النوعي، وأدوات الدراسة الاستبانة والمقابلة والملاحظة كدراسة طه (2016) ودراسة أحمد (2015).

3. أكدت الدراسات السابقة على دور العلاقات العامة في الأنشطة المختلفة للمؤسسات الحكومية والغير حكومية، وأهمية التزام المؤسسات بتطبيق الشفافية للحد من الفساد كدراسة السبيعي (2017) ودراسة الشلوي (2016).

4. اتفقت دراسة الدعي (2011) مع الدراسة الحالية بالربط بين دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية، ومع الدراسات السابقة بأهمية تفعيل دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وأهمية تطبيق الشفافية المهنية للحد من الفساد.

5. تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها من أوائل الدراسات الحديثة-حسب علم الباحثة- والتي تناولت دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية للحد من الفساد، وهيئة مكافحة الفساد انموذجاً.

6. مزجت الدراسة الحالية بين المنهج الوصفي والنوعي من خلال إعداد الاستبانة للبيانات الكمية، والمقابلات للبيانات النوعية.

الفصل الثالث

المنهج والإجراءات

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمنهجية البحث وأدواته، وطرق جمع البيانات التي اتبعتها الباحثة في تحديد مجتمع الدراسة وعينتها وبناء أدواتها والتحقق من صدق الأداة وثباتها، إضافة إلى وصف متغيرات الدراسة وتصميمها والمعالجات الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات.

منهج الدراسة

من أجل التعرف إلى قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية في تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - نموذجاً"، استخدمت الباحثة أسلوب المزج بين المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الكيفي النوعي، لأنّ المنهج الوصفي التحليلي هو الأنسب لوصف الظاهرة من جميع جوانبها، ويصفها بشكل دقيق كمياً، ويعطينا وصفاً رقمياً لتلك الظاهرة (Quantitative)، والمنهج الكيفي النوعي (Qualitative)، يصف لنا الظاهرة وخصائصها،

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كذلك من جميع المواطنين (الجمهور الخارجي) وعددهم (200000) ممن تزيد أعمارهم فوق 18 سنة في الضفة الغربية حسب إحصائيات الجاز المركز للإحصاء الفلسطيني عام (2020) <https://pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=3773>، حيث قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية طبقية مقدارها (385) مواطناً، وقد تم توزيعها إلكترونياً، ومسح شامل لكافة الموظفين في دوائر العلاقات العامة تم اعادة (77) استبانة من الاستبانات التي تم توزيعها على الموظفين وتم توزيعها ورقياً هي التي شكلت عينة الدراسة للاستبانة، بالإضافة إلى 8 من موظفي العلاقات العامة و3 من رؤساء الأقسام في هيئة مكافحة الفساد هي التي شكلت عينة الدراسة للمقابلة، وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة من موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية حسب متغيراتها الديمغرافية:

جدول 1: توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة الأولى (العاملين) حسب متغيراتها المستقلة.

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	38	49.4
	انثى	39	50.6
المؤهل العلمي	دبلوم	4	5.2
	بكالوريوس	50	64.9
	دراسات عليا	23	29.9
التخصص	إعلام	30	39.0
	علاقات عامة	8	10.4
	إدارة	19	24.7
	تخصصات أخرى	20	26.0
سنوات الخبرة	أقل 5 سنوات	12	15.6
	من 5-10 سنوات	25	32.5
	أكثر من 10 سنوات	40	51.9
	المجموع	77	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة الأولى (العاملين) حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة ، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة .

جدول 2: توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة الثانية (الجمهور الخارجي) حسب متغيراتها المستقلة.

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	161	41.8
	انثى	224	58.2
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	41	10.6
	بكالوريوس	243	63.1
	ماجستير فأعلى	101	26.2
سنوات العمر	من 18- لأقل من 25	71	18.4
	من 25- لأقل من 30	84	21.8
	من 30- لأقل من 35	90	23.4
	من 35- لأقل من 40	61	15.8
	من 40 فما فوق	79	20.5

36.1	139	حكومي	الوظيفة
35.8	138	موظف قطاع خاص	
2.9	11	أهلي	
25.2	97	غير ذلك	
18.2	70	نابلس	المحافظة
15.6	60	طوكرم	
7.0	27	جنين	
34.3	132	قلقيبية	
7.0	27	سلفيت	
13.0	50	رام الله	
1.3	5	الخليل	
1.3	5	بيت لحم	
2.3	9	القدس	
100.0	385	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة الثانية (الجمهور) حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة.

أداة الدراسة

استخدمت الباحثة الاستبانة والمقابلة ادايتين لدراستها وقد جاءت الأدايتين كالتالي:

الاستبانة

استخدمت الباحثة الاستبانة أداة لدراستها حول (قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً") على المواطنين والموظفين حيث تضمنت الاستبانة محورين هي (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) بمجالاتها (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية، والتأثير في الرأي العام، والخدمات التي تقدمها العلاقات العامة، وتحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) و(الشفافية المهنية) بمجالاتها (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد، وتحديات تعزيز الشفافية في هيئة

مكافحة الفساد) بالإضافة إلى المعلومات الديمغرافية، وقد قامت الباحثة بتصميمها وتطويرها كأداة لجمع المعلومات، وذلك وفقاً للخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدب النظري المتعلق بقدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية.

2. مراجعة الأبحاث والدراسات التي بحثت بالشفافية.

3. المناقشات والأفكار مع المتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة

الجزء الثاني: واشتمل على (45) فقرة موزعة على محورين هي (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) بمجالاتها (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية، والتأثير في الرأي العام، والخدمات التي تقدمها العلاقات العامة، وتحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) و(الشفافية المهنية) بمجالاتها (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد، وتحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) حول قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد (ملحق 5)، و(ملحق 6)، كما تبين الجداول 3، و4:

جدول 3: فقرات الاستبانة الأولى (العاملين) تبعاً لمجالاتها.

الرقم	المجال	عدد الفقرات
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد		
1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	6
2	التأثير في الرأي العام	5
3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	8
4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	5
الشفافية المهنية		
5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	10
6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	7
المجموع		41

جدول 4: فقرات الاستبانة الثانية (الجمهور) تبعاً لمجالاتها.

الرقم	المجال	عدد الفقرات
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد		
1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	8
2	التأثير في الرأي العام	7
3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	8
4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	5
الشفافية المهنية		
5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	10
6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	7
المجموع		45

وقد أعطيت درجات الفقرات الـ 41 والـ 45 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول رقم (4)

جدول 5: مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة					الدرجة
أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	
5	4	3	2	1	

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة

تم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض أدوات الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في شؤون الدراسات الإعلامية والتخصصات الأخرى، وقد طلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى مناسبتها للمجال الذي وضعت فيه، إما بالموافقة عليها أو تعديل صياغتها أو حذفها لعدم أهميتها، وقد رأى المحكمون بضرورة إعادة صياغة بعض الفقرات، ولقد تكونت أداة الدراسة في صورتها النهائية من محورين و(45) فقرة بذلك يكون قد تحقق الصدق الظاهري للاستبانة، وأصبحت أداة الدراسة في صورتها النهائية (ملحق 5).

ثبات الأداة

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha والجدول (6، 7) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول 6: معامل ثبات الأداة الخاصة للموظفين، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha.

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	6	94.6
2	التأثير في الرأي العام	5	91.7
3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	8	92.8
4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	5	92.7
	قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	24	94.2
5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	10	94.2
6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	7	89.1
	الشفافية المهنية	17	93.9
	الثبات الكلي للأداة	41	96.4

يتضح من الجدول رقم (6) أن معاملات الثبات لمجالات استبانة الموظفين للمحور الأول (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) تراوحت بين (91.7- 94.6) للمجالات الثاني (التأثير في الرأي العام) والأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) في حين بلغ الثبات الكلي للمحور (94.2) وللمحور الثاني (الشفافية المهنية) تراوحت بين (89.1 - 94.2) للمجال السادس (تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) وللمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) والثبات الكلي للمحور (93.9) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (96.4) وهو معامل ثبات عالٍ وفي بأغراض البحث العلمي.

جدول 7: معامل ثبات الأداة الخاصة بالجمهور، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا،

Cronbach's Alpha

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	8	94.2
2	التأثير في الرأي العام	7	94.4
3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	8	94.7
4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	5	92.6
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد			
5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	10	95.5
6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	7	83.9
الشفافية المهنية			
الثبات الكلي للأداة			
		45	96.8

يتضح من الجدول رقم (7) أن معاملات الثبات لمجالات استبانة الجمهور للمحور الأول قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد تراوحت بين(92.6- 794.) للمجالات الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) والثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) في حين بلغ الثبات الكلي للمحور (94.7) وللمحور الثاني (الشفافية المهنية) تراوحت بين (90.5- 83.9) للمجال السادس (تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) وللمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) والثبات الكلي للمحور (90.5) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (96.8) وهو معامل ثبات عالٍ وفي أغراض البحث العلمي.

المقابلة

استخدمت الباحثة المقابلة كأداة لدراساتها والتي تكونت من أحد عشر سؤال للعاملين في العلاقات العامة، وثلاث أسئلة لرؤساء الأقسام (ملحق 7)، كالتالي:

1. كيف يمكن للعلاقات العامة في الهيئة على تعزيز الشفافية المهنية والحد من الفساد الإداري؟

2. ما التحديات التي تحول دون تمكين دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة ؟

3. ما هي اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ؟

4. ما هو مكان العلاقات العامة في الادارة العليا ؟

5. ما هي تخصصات العاملين في العلاقات العامة لمعرفة خبراتهم؟

6. هل تكفي ميزانية دائرة العلاقات العامة لتنفيذ الانشطة؟

7. ما طبيعة الأنشطة التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للجمهور وللمؤسسات الحكومية؟

8. هل القرارات مركزية في هيئة مكافحة الفساد ؟ وهل يوجد صلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع؟

9. برأيك ما هي سبل مواجهة التحديات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية؟

10. هل يتم التواصل المستمر مع المؤسسات والجمهور ؟ وما طبيعة هذا الاتصال؟

11. هل يتم الأخذ بالرسائل او الشكاوي التي ترفع للهيئة من قبل المؤسسات الحكومية او من قبل الجمهور؟ وكيف يتم التعامل معها"

وأسئلة رؤساء الأقسام في هيئة الفساد هي:

1. ما هو دور دائرة العلاقات العامة في الهيئة؟

2. هل يتم إشراككم في أنشطة دائرة العلاقات العامة؟

3. هل العلاقات العامة وسيط بينكم وبين الإدارة العليا؟

إجراءات الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- إعداد أداتي الدراسة بصورتها النهائية.
- تحديد أفراد عينة الدراسة.
- قامت الباحثة بتوزيع الأداة إلكترونياً وورقياً، وقد تم استرجاع (385) استبانة للجمهور صالحة للتحليل إلكترونياً، و77 استبانة للموظفين.
- مقابلة ثمانية أفراد من موظفين العلاقات العامة وثلاثة من رؤساء الأقسام في هيئة الفساد.
- إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واقتراح التوصيات المناسبة.

متغيرات الدراسة

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ. المتغيرات الديمغرافية لإستبانة الموظفين

- النوع الاجتماعية: وله مستويان (ذكر، وأنثى)
- المؤهل العلمي: وله أربع مستويات (ثانوية عامة فأقل، دبلوم، وبكالوريوس، ودراسات عليا).
- التخصص: وله أربع مستويات (إعلام، وعلاقات عامة، وإدارة، وتخصصات أخرى).

- سنوات الخبرة: وله ثلاث مستويات (أقل من 5 سنوات، ومن 5-10 سنوات، وأكثر من 10 سنوات)

ب. المتغيرات الديمغرافية لإستبانة الجمهور:

- النوع الاجتماعية: وله مستويان (ذكر، وأنثى)
- المؤهل العلمي: وله ثلاث مستويات (دبلوم فأقل، وبكالوريوس، وماجستير فاعلى).
- سنوات العمر: وله خمس مستويات (18- لأقل من 25، و من 25- لأقل من 30، ومن 30- لأقل من 35، و من 35- لأقل من 40، و من 40 فما فوق)
- الوظيفة: وله أربع مستويات (موظف حكومي، موظف قطاع خاص، وموظف قطاع اهلي، وغير ذلك.
- المحافظة: وله تسع مستويات (نابلس، وطولكرم، وجنين، وقلقيلية، سلفيت، رام الله، والخليل، بيت لحم، القدس)

ج - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية كذلك من جميع المواطنين (الجمهور الخارجي) على فقرات أداة الدراسة التي تتعلق بقدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد- أنموذجاً.

المعالجات الإحصائية

بعد تفرغ إجابات أفراد العينة على الأداة (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة.

2. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار

3. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample t test وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير النوع الاجتماعي لعينة الدراسة من الجمهور والموظفين.

4. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بالمؤهل العلمي، العمر، والوظيفة، والمحافظة لعينة الدراسة من الجمهور والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة لعينة الدراسة من الموظفين.

5. اختبار المقارنات البعدية لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

الفصل الرابع عرض النتائج

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - نموذجاً، ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من محورين و(45) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (385) من الجمهور و(77) موظفي المؤسسات الحكومية الفلسطينية بالإضافة إلى مقابلة تتكون من أحد عشر سؤال للعاملين في العلاقات العامة، وثلاث أسئلة لرؤساء الأقسام حول نفس الموضوع.

نتائج أداة الدراسة الأولى (الاستبانة)

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

فيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث وهي النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس الأول: ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسب طول المدى وهو (5-1 = 4) ثم قسمته على 5 فترات (5/4 = 0.8) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمدت الباحثة التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.

المتوسط الحسابي (3.41- 4.20 ويعادل 68.2% - 84.0) درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي (2.61-3.40 ويعادل 52.2% - 68.0%) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (1.81-2.60 ويعادل 36.2% - 52.0%) درجة منخفضة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة منخفضة جداً.

والجداول التالية يوضح ذلك

جدول رقم 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات الدراسة لإستبانة الجمهور مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	2	التأثير في الرأي العام	3.61	0.68	72.2	كبيرة
2	1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	3.57	0.75	71.4	كبيرة
3	3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	3.54	0.67	70.8	كبيرة
4	4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	3.32	0.77	66.4	متوسطة
الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)						
5	5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	3.49	0.68	69.8	كبيرة
6	6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	3.38	0.60	67.6	متوسطة
الدرجة الكلية (الشفافية المهنية)						
			3.43	0.55	68.6	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (8) أن مجالات محور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.32) و(3.61) وهما المجالات (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) و(التأثير في الرأي العام)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية للمحور كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.51).

وأن مجالات محور(الشفافية المهنية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين(3.38) و(3.49) وهما المحالات (تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) و(قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية للمحور كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.43).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول

هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر

العاملين من خلال دورها الوظيفي؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة

الدراسة الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية)، والجدول (9) يبين ذلك:

جدول رقم 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	5	عمل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قائم على دعم مبادئ الهيئة	3.70	0.79	74.0	كبيرة
2	6	العلاقات العامة تعمل على تعميم أهداف هيئة مكافحة الفساد بين الجمهور	3.59	0.86	71.8	كبيرة
3	1	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة	3.57	0.95	71.4	كبيرة
4	3	العلاقات العامة قادرة على إيصال رسالة هيئة مكافحة الفساد للجمهور من خلال نشاط دائرة العلاقات العامة	3.57	0.92	71.4	كبيرة
5	4	العلاقات العامة توظف الأساليب العلمية في تنفيذ أنشطتها وبرامجها	3.57	0.84	71.4	كبيرة
6	2	العلاقات العامة استراتيجية واضحة لدورها الإعلامي في هيئة مكافحة الفساد	3.44	0.89	68.8	كبيرة
						الدرجة الكلية
						71.4
						0.75
						3.57

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (9) أن فقرات (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.44) و(3.70) وهما الفقرات (العلاقات العامة استراتيجية واضحة لدورها الإعلامي في هيئة مكافحة الفساد)

و(عمل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قائم على دعم مبادئ الهيئة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.57).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين من خلال تأثيرها في الرأي العام؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثاني (التأثير في الرأي العام)، والجدول (10) يبين ذلك:

جدول رقم 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (التأثير في الرأي العام) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	7	تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى جمهورها	3.76	0.80	75.2	كبيرة
2	8	تعزز العلاقات العامة ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها المختلفة بالهيئة	3.66	0.83	73.2	كبيرة
3	10	تؤثر العلاقات العامة في الجمهور من خلال الاتصال المباشر معهم	3.62	0.85	72.4	كبيرة
4	9	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد	3.55	0.80	71.0	كبيرة
5	11	تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور	3.44	0.86	68.8	كبيرة
						الدرجة الكلية
						3.61
						0.68
						72.2
						كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (10) أن فقرات (التأثير في الرأي العام) كانت جميعها بين كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.44) و(3.76) وهما الفقرات (تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور) و(تسعى العلاقات العامة

في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى جمهورها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.61).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث

والذي ينص على: هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر العاملين من خلال الخدمات التي تقدمها؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة)، والجدول (11) يبين ذلك:

جدول رقم 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	14	تعمل العلاقات العامة على بناء سمعة هيئة مكافحة الفساد داخل الهيئة وخارجها	3.70	0.87	74.0	كبيرة
2	12	تنقل العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد	3.64	0.89	72.8	كبيرة
3	15	تعمل على ربط الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور للحد من الفساد	3.57	0.88	71.4	كبيرة
4	13	توظف العلاقات العامة دورها الإعلامي في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد	3.54	0.95	70.8	كبيرة
5	18	تتمى أنشطة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد الإلتزام بين الجمهور	3.54	0.78	70.8	كبيرة
6	17	تنسق العلاقات العامة بين دوائر وأقسام مكافحة الفساد بما يرفع من كفاءة أدائها	3.50	0.82	70.0	كبيرة
7	16	تعزز العلاقات العامة تعاون الجمهور مع هيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها الداخلية	3.46	0.86	69.2	كبيرة
8	19	تكفل العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد	3.33	0.85	66.6	متوسطة
						الدرجة الكلية
			3.54	0.67	70.8	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (11) أن فقرات (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة ، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.33) و(3.70) وهما الفقرات (تكفل العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد) و(تعمل العلاقات العامة على بناء سمعة هيئة مكافحة الفساد داخل الهيئة وخارجها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.54).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع

والذي ينص على: ما تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (12) يبين ذلك:

جدول رقم 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	20	عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	3.44	0.97	68.8	كبيرة
2	21	عدم وضع العلاقات في القالب الإداري المناسب لها في هيئة مكافحة الفساد	3.35	0.94	67.0	متوسطة
3	24	تدني مستوى الخبرة لدى الكثير من العاملين في العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	3.32	0.89	66.4	متوسطة
4	23	ضعف ميزانية دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون تنفيذ العديد من أنشطتها	3.31	0.93	66.2	متوسطة
5	22	ضعف خبرة العاملين في العلاقات العامة مما يضعف دورها في مكافحة الفساد	3.19	0.87	63.8	متوسطة
						الدرجة الكلية
			3.32	0.77	66.4	متوسطة

- أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (12) أن فقرات (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.31) و (3.44) وهما الفقرات (ضعف خبرة العاملين في العلاقات العامة مما يضعف دورها في مكافحة الفساد) و (عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.32).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس

والذي ينص على: ما قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجال أداة الدراسة الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (13) يبين ذلك:

جدول رقم 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	28	تعمل العلاقات العامة على توصيل شكاوي الجمهور للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد	3.58	0.86	71.6	كبيرة
2	32	تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور	3.54	0.85	70.8	كبيرة
3	29	تعمل العلاقات العامة على دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور	3.54	0.88	70.8	كبيرة
4	25	تقدم العلاقات العامة بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية	3.54	0.88	70.8	كبيرة
5	33	تفعل العلاقات العامة دورها الإعلامي للترشح الوظيفي في هيئة مكافحة الفساد	3.50	0.83	70.0	كبيرة
6	31	تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور	3.50	0.86	70.0	كبيرة

كبيرة	69.0	0.86	3.45	تكشف العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصداقية تامة	34	7
كبيرة	68.4	0.90	3.42	تفعل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد	26	8
كبيرة	68.2	0.86	3.41	تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد	30	9
متوسطة	68.0	0.87	3.40	تملك العلاقات العامة القدرة على اتخاذ القرار في مشاركة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد	27	10
كبيرة	69.8	0.68	3.49	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أن فقرات (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.40) و(3.58) وهما الفقرات (تملك العلاقات العامة القدرة على اتخاذ القرار في مشاركة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد) و(تعمل العلاقات العامة على توصيل شكاوي الجمهور للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.49).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس

والذي ينص على: ما التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة السادس (ما التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (14) يبين ذلك:

جدول رقم 14: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	35	تحافظ هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات وعدم إفصاحها	3.57	0.97	71.4	كبيرة
2	36	تحول الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد دون عمل العلاقات العامة في توضيح بعض الأنظمة	3.46	0.85	69.2	كبيرة
3	40	تحول مركزية القرارات في هيئة مكافحة الفساد دون تفويض الصلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع	3.38	0.76	67.6	متوسطة
4	41	يحول عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة	3.38	0.84	67.6	متوسطة
5	37	يحول تقنين دور العلاقات العامة دون دور هيئة مكافحة الفساد في تعزيز الشفافية	3.29	0.76	65.8	متوسطة
6	39	عدم منح دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد الصلاحيات بنشر تقارير الهيئة الدورية	83.2	0.83	65.6	متوسطة
7	38	عدم توفر المصادقية بين الإدارة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور في العلاقات العامة	3.27	0.75	65.4	متوسطة
						الدرجة الكلية
						متوسطة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (14) أن فقرات (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.27) و(3.57) وهما الفقرات (عدم توفر المصادقية بين الإدارة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور في العلاقات العامة) و(تحافظ هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات وعدم إفصاحها)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.38).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السابع

والذي ينص على: هل تختلف وجهات نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية حول مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة الأولى.

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى

والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة).

لتحليل هذه الفرضية، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في الجداول التالية:

1. النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي

جدول رقم 15: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في تعزيز الشفافية حسب متغير النوع الاجتماعي.

الدرجة الكلية: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة(ت)	مستوى الدلالة*
ذكر	38	3.47	0.43	-0.664	0.509	
	39	3.55	0.57			
أنثى	38	3.41	0.49	-0.407	0.685	
	39	3.46	0.60			

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.509) وهي أكبر من (0.05)، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (الشفافية المهنية) حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.685) وهي أكبر من (0.05).

ثانياً: النتائج المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي

جدول رقم 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية.

المحور	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	دبلوم	4	3.35	0.57
	بكالوريوس	50	3.56	0.50
	دراسات عليا	23	3.42	0.52
	الكلية	77	3.51	0.51
الشفافية المهنية	دبلوم	4	3.25	0.40
	بكالوريوس	50	3.50	0.52
	دراسات عليا	23	3.31	0.62
	الكلية	77	3.43	0.55

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (17):

جدول رقم 17: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المؤهل العلمي

الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة(ف) مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.407	2	0.203	0.777
	داخل المجموعات	19.361	74	0.262	
	المجموع	19.768	76		
الشفافية المهنية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة(ف) مستوى الدلالة
	بين المجموعات	0.704	2	0.352	1.164
	داخل المجموعات	22.369	74	0.302	
المجموع	23.073	76			

• (دال إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.463) وهي أكبر من (0.05)، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.318) وهي أكبر من (0.05).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بمتغير التخصص

جدول رقم 18: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير التخصص للدرجة الكلية.

المحور	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)	إعلام	30	3.50	0.35
	علاقات عامة	8	3.56	0.72
	إدارة	19	3.50	0.61
	تخصصات أخرى	20	3.50	0.53
	الكلي	77	3.51	0.51

0.32	3.35	30	إعلام	الشفافية المهنية
0.62	3.85	8	علاقات عامة	
0.54	3.40	19	إدارة	
0.73	3.42	20	تخصصات أخرى	
0.55	3.43	77	الكلي	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (التخصص) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (19).

جدول رقم 19: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير التخصص.

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)
0.991	0.035	0.009	3	0.028	بين المجموعات	
		0.270	73	19.740	داخل المجموعات	
			76	19.768	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية (الشفافية المهنية)
0.144	1.861	0.547	3	1.640	بين المجموعات	
		0.294	73	21.434	داخل المجموعات	
			76	23.073	المجموع	

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير التخصص، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.991) وهي أكبر من (0.05)، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير التخصص، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.144) وهي أكبر من (0.05).

رابعاً: النتائج المتعلقة بمتغير الخبرة

جدول رقم 20: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الخبرة للدرجة الكلية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الخبرة	المحور
0.36	3.77	12	أقل من 5 سنوات	قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد
0.52	3.50	25	من 5-10 سنوات	
0.52	3.43	40	أكثر من 10 سنوات	
0.51	3.51	77	الكلية	الشفافية المهنية
0.44	3.57	12	أقل من 5 سنوات	
0.68	3.44	25	من 5-10 سنوات	
0.48	3.38	40	أكثر من 10 سنوات	
0.55	3.43	77	الكلية	

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الخبرة) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (20).

جدول رقم 21: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الوظيفة.

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد
0.125	2.136	0.540	2	1.079	بين المجموعات	
		0.253	74	18.689	داخل المجموعات	
			76	19.768	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية: لشفافية المهنية
0.590	0.532	0.164	2	0.327	بين المجموعات	
		0.307	74	22.746	داخل المجموعات	
			76	23.073	المجموع	

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الخبرة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.125) وهي أكبر من (0.05)، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير الخبرة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.590) وهي أكبر من (0.05).

• النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر الجمهور في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة؛ إذ حسب طول المدى وهو ($4 = 1-5$) ثم قسمته على 5 فترات ($0.8 = 5/4$) وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمدت الباحثة التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

المتوسط الحسابي (4.21 فأكثر ويعادل 84.2% فأعلى) درجة كبيرة جداً.

المتوسط الحسابي (3.41- 4.20 ويعادل 68.2%- 84.0) درجة كبيرة.

المتوسط الحسابي (2.61-3.40 ويعادل 52.2%- 68.0%) درجة متوسطة.

المتوسط الحسابي (1.81-2.60 ويعادل 36.2%- 52.0%) درجة منخفضة.

المتوسط الحسابي (أقل من 1.81) درجة منخفضة جداً.

والجداول التالية يوضح ذلك

جدول رقم 22: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة لمجالات الدراسة لإستبانة الجمهور مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	4	تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	3.55	0.81	71.0	كبيرة
2	3	الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة	3.34	0.81	66.8	متوسطة
3	2	التأثير في الرأي العام	3.30	0.82	66.0	متوسطة
4	1	الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية	3.28	0.84	65.6	متوسطة
الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)						
5	6	تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد	3.53	0.61	70.6	كبيرة
6	5	قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد	3.16	0.83	63.2	متوسطة
الدرجة الكلية (الشفافية المهنية)						
			3.35	0.53	67.0	متوسطة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (22) أن مجالات محور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.28) و(3.55) وهما المحالات (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) و(تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية للمحور متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.37).

وأن مجالات محور (الشفافية المهنية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.16) و(3.53) وهما المحالات (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) و(تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية للمحور متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.35).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول

هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر الجمهور من خلال دورها الوظيفي؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية)، والجدول (23) يبين ذلك:

جدول رقم 23: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	6	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تروج مبادئ الهيئة	3.47	0.95	69.4	متوسطة
2	3	تمارس العلاقات العامة دورا اعلاميا في دعم عمل هيئة مكافحة الفساد.	3.38	1.01	67.6	متوسطة
3	5	العلاقات العامة توظف الأساليب المقنعة في تنفيذ أنشطتها وبرامجها	3.32	.98	66.4	متوسطة
4	8	تعمم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أهداف ورسالة الهيئة في اوساط الجمهور	3.32	1.00	66.4	متوسطة
5	7	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تساهم في رفع مستوى الوعي والتدريب والتثقيف والمشاركة المجتمعية	3.28	1.08	65.6	متوسطة
6	4	تساهم نشاطات دائرة العلاقات العامة في إيصال رسالة واضحة من هيئة مكافحة الفساد للجمهور	3.26	1.02	65.2	متوسطة
7	2	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة	3.18	1.08	63.6	متوسطة
8	1	انا اثق في عمل هيئة مكافحة الفساد	3.07	1.18	61.4	متوسطة
الدرجة الكلية						
			3.28	0.84	65.6	متوسطة

- أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (23) أن فقرات (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية) كانت جميعها متوسطة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.07) و(3.47) وهما الفقرات (انا اثق في عمل هيئة مكافحة الفساد) و(العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تروج مبادئ الهيئة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.28).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر الجمهور من خلال تأثيرها في الرأي العام؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثاني (التأثير في الرأي العام)، والجدول (24) يبين ذلك:

جدول رقم 24: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثاني (التأثير في الرأي العام) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	9	تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد إلى خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور	3.51	0.94	70.2	كبيرة
2	11	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد	3.36	0.98	67.2	متوسطة
3	10	تساهم العلاقات العامة من خلال أنشطتها في تعزيز ثقتي بالهيئة	3.31	1.00	66.2	متوسطة
4	15	تساهم اتصالات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في إيجاد منفعة متبادلة بين المنظمة والجمهور	3.29	1.00	65.8	متوسطة
5	12	تؤثر العلاقات العامة في الهيئة في الجمهور من خلال الاتصال معهم	3.28	1.02	65.6	متوسطة
6	14	تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور	3.20	0.97	64.0	متوسطة
7	13	تستخدم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أثناء اتصالها مع الجمهور مبدأ الحوار	3.17	0.98	63.4	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.30	0.82	66.0	متوسطة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (24) أن فقرات (التأثير في الرأي العام) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.17) و(3.51) وهما الفقرات (تستخدم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد اثناء اتصالها مع الجمهور مبدأ الحوار) و(تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد إلى خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.30).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث

والذي ينص على: هل استطاعت دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد من تعزيز الشفافية من وجهة نظر الجمهور من خلال الخدمات التي تقدمها؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة)، والجدول (25) يبين ذلك:

جدول رقم 25: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	18	تساهم العلاقات العامة في تشكيل سمعة هيئة مكافحة الفساد	3.55	0.91	71.0	كبيرة
2	16	تتشر العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد	3.44	0.92	68.8	كبيرة
3	17	توظف العلاقات العامة الوسائل الإعلامية في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد	3.32	0.98	66.4	متوسطة
4	19	تعمل العلاقات العامة على تطوير الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور بهدف الحد من الفساد	3.32	1.04	66.4	متوسطة
5	22	تتمى أنشطة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد الالتزام بين الجمهور.	3.31	0.99	66.2	متوسطة

متوسطة	65.4	1.00	3.27	تكتسب العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد.	23	6
متوسطة	65.2	0.98	3.26	تتسق العلاقات العامة بين الجمهور ودوائر وأقسام هيئة مكافحة الفساد مما يرفع من كفاءة أداؤها	21	7
متوسطة	64.4	1.04	3.22	تساهم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في جعل الجمهور عنصر مشارك في انشطتها	20	8
متوسطة	66.8	0.81	3.34	الدرجة الكلية		

- أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (25) أن فقرات (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.22) و(3.55) وهما الفقرات (تساهم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في جعل الجمهور عنصر مشارك في انشطتها) و(تساهم العلاقات العامة في تشكيل سمعة هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.34).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع

والذي ينص على: ما تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (26) يبين ذلك:

جدول رقم 26: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	27	ضعف أنشطة دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون إشراك الجمهور	3.63	0.99	72.6	كبيرة
2	24	اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ليست واضحة	3.58	1.01	71.6	كبيرة
3	28	تدني مستوى أنشطة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد	3.57	0.98	71.4	كبيرة

كبيرة	70.4	0.97	3.52	عدم قدرة العلاقات العامة على كسب تأييد الجمهور في القيام بدورها في هيئة مكافحة الفساد	26	4
كبيرة	69.0	0.95	3.45	موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري في هيئة مكافحة الفساد ليس واضحاً	25	5
كبيرة	71.0	0.81	3.55	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (26) أن فقرات (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها كبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.45) و(3.63) وهما الفقرات (موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري في هيئة مكافحة الفساد ليس واضحاً) و(ضعف أنشطة دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون اشراك الجمهور)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.55).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس

والذي ينص على: ما قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة الخامس (ما قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (27) يبين ذلك:

جدول رقم 27: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الخامس (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	38	توضح العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصداقية تامة.	3.47	0.97	69.4	كبيرة
2	35	تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور	3.24	0.98	64.8	متوسطة

متوسطة	63.4	1.00	3.17	تساهم العلاقات العامة في دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور	33	3
متوسطة	63.0	1.01	3.15	تفعل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد	30	4
متوسطة	62.6	0.94	3.13	تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد	34	5
متوسطة	62.4	1.00	3.12	تشارك العلاقات العامة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد	31	6
متوسطة	62.4	1.05	3.12	تفعل العلاقات العامة دورها الإعلامي عملية التوظيف في هيئة مكافحة الفساد حسب الجدارة والكفاءة	37	7
متوسطة	62.2	1.06	3.11	تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور	36	8
متوسطة	62.2	1.04	3.11	تستقبل العلاقات العامة شكاوي الجمهور وتوصلها بشفافية للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد	32	9
متوسطة	60.4	1.07	3.02	تقدم العلاقات العامة للجمهور وبشكل دائم بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية	29	10
متوسطة	63.2	0.83	3.16	الدرجة الكلية		

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (27) أن فقرات (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.02) و(3.47) وهما الفقرات (تقدم العلاقات العامة للجمهور وبشكل دائم بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية) و(توضح العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصداقية تامة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.16).

الناتج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس

والذي ينص على: ما التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، للمجال أداة الدراسة السادس (ما التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، والجدول (28) يبين ذلك:

جدول رقم 28: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال السادس (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	43	لا تقوم دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر تقارير الهيئة الدورية.	3.71	0.96	74.2	كبيرة
2	44	تتواصل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مع مؤسسات المجتمع الأخرى .	3.63	0.90	72.6	كبيرة
3	45	عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة.	3.62	0.90	72.4	كبيرة
4	40	الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد تحول دون توضيح بعض القضايا	3.58	0.99	71.6	كبيرة
5	42	مستوى المصادقية بين العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور ضعيف	3.38	0.88	67.6	متوسطة
6	41	تقتين دورالجمهور في مشاركة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفسادبأنشطتها مما يحول دون دوره في تعزيز الشفافية	3.29	0.95	65.8	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.53	0.61	70.6	كبيرة

- أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (28) أن فقرات (التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.29) و(3.71) وهما الفقرات (تقتين دورالجمهور في مشاركة العلاقات العامة في هيئة

مكافحة الفساد بأنشطتها مما يحول دون دوره في تعزيز الشفافية) و(لا تقوم دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر تقارير الهيئة الدورية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.53).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السابع

والذي ينص على: هل تختلف وجهات نظر الجمهور في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية حول مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوظيفة، والمحافظة)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في النتائج المتعلقة بفرضية الدراسة الأولى.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية

والتي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات استجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوظيفة، والمحافظة).

لتحليل هذه الفرضية، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في الجداول التالية:

1. النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي

جدول رقم 29: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في تعزيز الشفافية حسب متغير النوع الاجتماعي.

الدرجة الكلية: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	161	3.28	0.55	-2.773	*0.006
	أنثى	224	3.43	0.53		
الدرجة الكلية: الشفافية المهنية	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	161	3.31	0.54	-1.105	0.272
	أنثى	224	3.37	0.52		

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.006) وهي أقل من (0.05)، وأن هذه الفروق كانت لصالح مستوى (أنثى) وذلك بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.43) بينما بلغ متوسط مستوى (ذكر) الحسابي (3.28).

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (الشفافية المهنية) حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.272) وهي أكبر من (0.05).

ثانياً: النتائج المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي

جدول رقم 30: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية.

المحور	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	دبلوم فأقل	41	3.59	0.48
	بكالوريوس	243	3.36	0.55
	ماجستير فأعلى	101	3.30	0.52
	الكلية	385	3.37	0.54
الشفافية المهنية	دبلوم فأقل	41	3.52	0.36
	بكالوريوس	243	3.31	0.57
	ماجستير فأعلى	101	3.38	0.48
	الكلية	385	3.35	0.53

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، وولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (31).

جدول رقم 31: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المؤهل العلمي.

الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الشفافية المهنية	بين المجموعات	2.499	2	1.250	4.240	*0.015
	داخل المجموعات	112.597	382	0.295		
	المجموع	115.097	384			
العلاقات العامة	بين المجموعات	1.732	2	0.866	3.063	*0.048
	داخل المجموعات	107.980	382	0.283		
	المجموع	109.712	384			

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير المؤهل العلمي ، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.015) وهي أقل من (0.05)، كذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.048) وهي أقل من (0.05).

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم 32: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد).

الدرجة الكلية	المستوى	دبلوم فأقل	بكالوريوس	ماجستير فأعلى
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	دبلوم فأقل	_____	*0.23350	*0.28852
	بكالوريوس	_____	_____	0.05503
	ماجستير فأعلى	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (دبلوم فأقل) ومستوى (بكالوريوس، وماجستير فأعلى) ولصالح مستوى (دبلوم فأقل) في الدرجة الكلية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد).

جدول رقم 33: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور (الشفافية المهنية).

الدرجة الكلية	المستوى	دبلوم فأقل	بكالوريوس	ماجستير فأعلى
الشفافية المهنية	دبلوم فأقل	_____	*0.21357	0.14068
	بكالوريوس	_____	_____	0.07288
	ماجستير فأعلى	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (دبلوم فأقل) ومستوى (بكالوريوس) ولصالح مستوى (دبلوم فأقل) في الدرجة الكلية لمحور (الشفافية المهنية)

ثالثاً: النتائج المتعلقة بمتغير العمر

جدول رقم 34: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير العمر للدرجة الكلية.

المحور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)	من 18- لاقل من 25	71	3.45	0.60
	من 25- لاقل من 30	84	3.48	0.51
	من 30- لاقل من 35	90	3.35	0.46
	من 35- لاقل من 40	61	3.24	0.51
	من 40 فما فوق	79	3.30	0.61
	الكلية	385	3.37	0.54
الشفافية المهنية	من 18- لاقل من 25	71	3.34	0.60
	من 25- لاقل من 30	84	3.46	0.49
	من 30- لاقل من 35	90	3.33	0.46
	من 35- لاقل من 40	61	3.24	0.47
	من 40 فما فوق	79	3.34	0.62
	الكلية	385	3.35	0.53

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (العمر) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (35).

جدول رقم 35: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير العمر.

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)
0.042	2.497	0.737	4	2.948	بين المجموعات	
		0.295	380	112.148	داخل المجموعات	
			384	115.097	المجموع	
مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية (الشفافية المهنية)
0.151	1.694	0.481	4	1.922	بين المجموعات	
		0.284	380	107.790	داخل المجموعات	
			384	109.712	المجموع	

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير العمر، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.042) وهي أقل من (0.05)، في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير العمر، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.151) وهي أكبر من (0.05).

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالي يوضح ذلك

جدول رقم 36: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد).

الدرجة الكلية قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد:	المستوى	من 18- لاقل من 25	من 25- لاقل من 30	من 30- لاقل من 35	من 35- لاقل من 40	من 40 فما فوق
	من 18- لاقل من 25	_____	0.03720	0.10084	*0.20743	0.14291
	من 25- لاقل من 30	_____	_____	0.13803	*0.24462	0.18011
	من 30- لاقل من 35	_____	_____	_____	0.10659	0.04207
	من 35- لاقل من 40	_____	_____	_____	_____	0.06452
	من 40 فما فوق	_____	_____	_____	_____	_____

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (من 35- لاقل من 40) ومستويات (ن 25- لاقل من 30) ولصالح مستويات (ن 25- لاقل من 30) في الدرجة الكلية.

رابعاً: النتائج المتعلقة بمتغير الوظيفة

جدول رقم 37: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الوظيفة للدرجة الكلية.

المحور	الوظيفة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	حكومي	139	3.27	0.50
	موظف قطاع خاص	138	3.38	0.58
	أهلي	11	3.21	0.39
	غير ذلك	97	3.51	0.53
	الكلي	385	3.37	0.54
الشفافية المهنية	حكومي	139	3.29	0.51
	موظف قطاع خاص	138	3.35	0.58
	أهلي	11	3.22	0.35
	غير ذلك	97	3.44	0.48
	الكلي	385	3.35	0.53

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الوظيفة) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (38).

جدول رقم 38: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الوظيفة.

الدرجة الكلية: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	بين المجموعات	3.415	3	1.138	3.883	*0.009
	داخل المجموعات	111.682	381	0.293		
	المجموع	115.097	384			
الدرجة الكلية: لشفافية المهنية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	بين المجموعات	1.569	3	0.523	1.842	0.139
	داخل المجموعات	108.144	381	0.284		
	المجموع	109.712	384			

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير الوظيفة ، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.009) وهي أقل من (0.05)، في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (الشفافية المهنية) حسب متغير الوظيفة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.151) وهي أكبر من (0.05).

ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالية يوضح ذلك:

جدول رقم 39: نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في قدرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية- هيئة مكافحة الفساد انموذجا في الدرجة الكلية لمحور قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

المستوى	حكومي	قطاع خاص	أهلي	غير ذلك	الدرجة الكلية قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد
حكومي	_____	0.10900	0.06637	*0.23301	
قطاع خاص	_____	_____	0.17537	0.12401	
أهلي	_____	_____	_____	-0.029938	
غير ذلك	_____	_____	_____	_____	

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (حكومي) ومستويات (غير ذلك) ولصالح مستوى (غير ذلك) في الدرجة الكلية لمحور قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد.

خامساً: النتائج المتعلقة بمتغير المحافظة

جدول رقم 40: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المحافظة للدرجة الكلية.

المحور	المحافظة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	نابلس	70	3.35	0.59
	طوكرم	60	3.37	0.49
	جنين	27	3.31	0.79
	قليلية	132	3.39	0.53
	سلفيت	27	3.34	0.63
	رام الله	50	3.43	0.40
	الخليل	5	3.10	0.34
	بيت لحم	5	3.08	0.45
	القدس	9	3.42	0.32
	الكلي	385	3.37	0.54
الشفافية المهنية	نابلس	70	3.39	0.50
	طوكرم	60	3.36	0.50
	جنين	27	3.18	0.71
	قليلية	132	3.34	0.56

0.54	3.39	27	سلفيت
0.47	3.39	50	رام الله
0.53	3.26	5	الخليل
0.28	3.32	5	بيت لحم
0.35	3.28	9	القدس
0.53	3.35	385	الكلية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المحافظة) في محوري الدراسة (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد، والشفافية المهنية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (41).

جدول رقم 41: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية حسب متغير المحافظة.

الدرجة الكلية: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.194	8	0.149	0.493	0.862
	داخل المجموعات	113.903	376	0.303		
	المجموع	115.097	384			
الدرجة الكلية: الشفافية المهنية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
	بين المجموعات	1.043	8	0.130	0.451	0.890
	داخل المجموعات	108.669	376	0.289		
	المجموع	109.712	384			

• (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية لمحور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) حسب متغير المحافظة، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.704) وهي اكبر من (0.05)، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) لاستجابات الجمهور في قسم العلاقات

العامه لدى المؤسسات الحكوميه على تعزيز الشفافيه لمحور (الشفافيه المهنيه) حسب متغير المحافظه، فقد بلغت قيمه مستوى الدلاله (0.890) وهي اكبر من (0.05).

نتائج أداة الدراسة الثانية (المقابلة)

قامت الباحثة بمقابلة ثمانية للعاملين في العلاقات العامه في الدوائر الحكوميه بالإضافة إلى ثلاثة من رؤساء الأقسام في هيئه مكافحه الفساد هي التي شكلت عينه الدراسه للمقابله، وقد جاءت نتائجها حسب أسئلتها كما يلي:

أولاً: نتائج الأسئلة الخاصه بالعاملين في العلاقات العامه في الدوائر الحكوميه:

أولاً: كيف يمكن للعلاقات العامه في الهيئه على تعزيز الشفافيه المهنيه والحد من الفساد الإداري؟

حسب استجابات عينه الدراسه من المبحوثين، يمكن للعلاقات العامه في الهيئه على تعزيز الشفافيه المهنيه والحد من الفساد الإداري كما يلي:

1. يتم طرح الوظائف الخاصه في الهيئه بالتعاون مع دائره الموارد البشريه لاستقبال الطلبات وعقد امتحانات ومقابلات.
2. يتم نشر كافة أعمال الهيئه من مؤتمرات وندوات وورش كما يتم عقد اتفاقيات مع المؤسسات الحكوميه في سبيل تعزيز التعاون لمكافحه الفساد وتعزيز النزاهه والشفافيه.
3. يتم نشر التقارير والإفصاح عنها عبر وسائل التواصل ومواقع الهيئه والمؤسسات الإعلاميه الرسميه والمحليه.
4. تسمح الهيئه لمقدمي الشكاوى حول قضايا الفساد بتتبع مسار الشكوى ومن حقه أن يستلم كتاب رسمي من الهيئه حول قضيه الفساد التي ابلغ عنها.

5. نظام حماية المبلغين والشهود وهو نظام تقوم الهيئة من خلاله بحماية المبلغين والشهود من أي اعتداء او أذى بحقهم بما يخص قضية الفساد التي قاموا بالإبلاغ عنها.

ثانياً: ما التحديات التي تحول دون تمكين دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة؟

ذكر المبحوثون من عينة الدراسة عدداً من التحديات التي تعيق عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة، منها:

فصل دائرة العلاقات العامة عن الإعلام وغياب مسميات الدوائر والأقسام حيث أن الإعلام يقوم بدور العلاقات العامة والبروتوكول دون مسمى، والانطباع الذهني السلبي عن مؤسسات الدولة بشكل عام وعن هيئة مكافحة الفساد خاصة . وثقافة المجتمع حول الفساد، والإجراءات المرتبطة في سير العملية التي تسير فيها قضية الإبلاغ عن فساد التي تبدأ من الإبلاغ في الهيئة، والانقسام والأجندات الحزبية الاحتلال والتقسيم الجغرافي للأرض، بالإضافة للالزمة المالية التي تعاني منها الدول ككل.

ثالثاً: ما هي اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد؟

ذكر المبحوثون عدداً من اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد، منها:

العمل على الصورة الذهنية من تعزيز وتحسين لصورة الهيئة وتثبيتها، وتشبيك العلاقات مع الجمهور الخارجي والمؤسسات الحكومية الشريكة للهيئة، وتنظيم المؤتمرات والندوات للهيئة، والاهتمام في مناسبات الموظفين الخاصة والاهتمام بالمناسبات الرسمية مثل يوم الأم ويوم المرأة ويوم الاستقلال وعيد الفصح والأعياد المسيحية والنكبة والنكسة ويوم الارض وغيرها من المناسبات الوطنية والدينية والعالمية والتنسيق مع دائرة البروتوكول لاستقبال الضيوف المهمين مثل الوزراء والسفراء، والتوعية حول قضايا الفساد وسبل الوقاية منها، تعزيز ولاء الموظفين الداخليين اتجاه الهيئة، والمشاركة في اللجان المشكلة في الهيئة (مثل لجنة الابتعاث المسؤولة عن تدريب وابتعاثات الموظفين في الهيئة) من خلال التشارك وعقد شراكة مع المؤسسات الإعلامية لتعزيز

الشفافية وإظهار دور الهيئة في مكافحة الفساد وتعزيز النزاهة والشفافية، ويتم إشراك جميع الأقسام والدوائر بنشاطات العلاقات العامة.

كذلك المشاركة في إعداد الخطط والاستراتيجيات للهيئة والمسؤولية عن متابعة وتوثيق الاخبار وتحليل ما تنشره وسائل الإعلام فيما يتعلق بقضايا الفساد وشبهات الفساد، والاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام والمسؤولية عن التنسيق مع كافة وسائل الإعلام ، تقديم التدريب، ومعالجة الصورة الذهنية بناء على نشر المعلومات والحقائق، وإظهار دور الهيئة وشركائها في تعزيز الشفافية والنزاهة وتدبير الوقاية من الفساد عبر الاستراتيجية الوطنية القطاعية لمكافحة الفساد، والتشارك وعقد شراكة مع المؤسسات الإعلامية لتعزيز الشفافية وإظهار دور الهيئة في مكافحة الفساد وتعزيز النزاهة والشفافية. على مستوى الهيئة يتبلور دورهم في نشر إخبار وإعمال الهيئة وأنشطة وفعاليات وانجازاتها في مكافحة الفساد خارجيا إظهار صورة الهيئة في وسائل الإعلام.

وإعداد التقارير وأخبار وسبوتات إذاعية انفوغرافيك، وإدارة الموقع الالكتروني الخاص بالهيئة يوتيوب يتم نشر فيديوهات عن الفساد والوقاية منه وتعزيز الشفافية، وتنفيذ أنشطة توعية مرتبطة بشبهات الفساد وأنواع الفساد، وتنفيذ مقابلات صحفية، اعداد برامج مع شركاء اعلاميين حول قضايا الفساد والتعامل مع الإعلام الرسمي والخاص مثل تلفزيون فلسطين وتلفزيون معا وصحيفة الحياة الجديدة ووكالة وفا.

رابعاً: ما هو مكان العلاقات العامة في الإدارة العليا؟

ذكر المبحوثين أن العلاقات العامة و دائرة الإعلام تتبع الإدارة العليا مباشرة.

خامساً: ما هي تخصصات العاملين في العلاقات العامة (لمعرفة خبراتهم)؟

تبين من الاستجابات أن تخصصات العاملين في العلاقات العامة هي الترجمة، الصحافة والإعلام، والخدمة الاجتماعية، والإرشاد النفسي، ودراسات دولية.

سادساً: هل تكفي ميزانية دائرة العلاقات العامة لتنفيذ الأنشطة؟

أجاب المبحوثون بالإيجاب أي أنه يتم تمويل جميع نشاطات العلاقات العامة ومشاريعها.

سابعاً: ما طبيعة الأنشطة التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للجمهور وللمؤسسات الحكومية؟

تبين من استجابات المبحوثين أن طبيعة أنشطة العلاقات العامة هي تسهيل المهام بين الهيئة والهيئة المراد التعاون معها من خلال العلاقات العامة التنسيق للدائرة المختصة في عقد مؤتمرات مثل التنسيق لدائرة الوقاية من الفساد لعقد ورشات، وإنشاء شراكة في الحد من الفساد عن طريق عقد دورات وأنشطة توعوية حول قضايا الفساد والوقاية منه والرقابة على المال العام.

ثامناً: هل القرارات مركزية في هيئة مكافحة الفساد؟ وهل يوجد صلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع؟

كانت الاستجابة عن هذا السؤال بأن القرارات تكون مركزية خاصة عندما تكون قضايا حساسة ومهمة، ولا مركزية بالنسبة للقرارات التي تخص عمل الدائرة الداخلي والخارجي.

تاسعاً: برأيك ما هي سبل مواجهة التحديات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية؟

كانت الاستجابات على سبل مواجهة التحديات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية كالتالي:

1. البحث والتخطيط ومورد مالي كافي ووجود شركاء حقيقيين.
2. يجب ان يتم توحيد دائرة العلاقات العامة والإعلام والبروتوكول تحت مسمى دائرة علاقات عامه وصلاحيات واضحة ومحددة.
3. تكثيف الجهود في نشر التوعية بمكافحة الفساد وتعزيز الشفافية بالإضافة إلى تغيير الصورة النمطية المأخوذة عن المؤسسات الحكومية وعن هيئة مكافحة الفساد بشكل خاص.

4. إشراك الجمهور بشكل دائم ومكثف في أنشطة وفعاليات دائرة العلاقات العامة التي تخص تعزيز الشفافية.

5. التواصل المستمر مع الجمهور بكافة أشكاله وتعريفهم بالهيئة واختصاصاتها وأعمالها.

6. زيادة عدد موظفي دائرة العلاقات العامة والإعلام لتكثيف الأنشطة التي تحسن من صورة الهيئة.

عاشراً: هل يتم التواصل المستمر مع المؤسسات والجمهور؟ وما طبيعة هذا الاتصال ؟

اتفق المبحوثون على وجود الاتصال باستمرار من خلال مؤتمرات وورشات وحملات توعية بالإضافة لحضور المناسبات الرسمية وعقد اتفاقيات لتعزيز التعاون والشراكة في مكافحة الفساد وتعزيز الشفافية.

حادي عشر: هل يتم الأخذ بالرسائل او الشكاوي التي ترفع للهيئة من قبل المؤسسات الحكومية أو من قبل الجمهور؟ وكيف يتم التعامل معها؟

ذكر بعض المبحوثين على أنه يتم الأخذ بالشكاوي ويتم التعامل معها بشكل جدي تبدأ من اخذ الشكاوي والبدء في التحقيق فيها وبمجرد التأكد منها ترفع الملف للنيابة والمحكمة في حين ذكر البعض الآخر بأن الشكاوي يتم أخذها من قبل دائرة مختصة نحن كدائرة علاقات عامة لا نختص ولا نتابع ملف الشكاوي.

ثانياً: نتائج الأسئلة الخاصة برؤساء الأقسام:

أولاً: ما هو دور دائرة العلاقات العامة في الهيئة ؟

ذكر المبحوثون عدة أدوار لدائرة العلاقات العامة في الهيئة، منها:

1. العمل على تشبيك علاقات مع المؤسسات والجمهور المراد العمل معهم لعقد ورش توعوية وتنظيم المؤتمرات والقيام بحملات إعلامية.

2. توفير تدريبات وتبادل خبرات، والمساعدة في تنظيم الورشات وعقد المؤتمرات.

3. نشر الأخبار والتقارير عن طريق وحدة الإعلام.

4. إعداد التقرير الشهري لإعمال الهيئة ونشره كاملاً بعد تقديم كافة الدوائر أعمالها الشهرية

ثانياً: هل يتم إشراككم في أنشطة دائرة العلاقات العامة؟

أجاب جميع المبحوثين بالإيجاب كون العلاقات العامة والإدارات الأخرى إدارات متكاملة فدورها التشبيك مع المؤسسات.

ثالثاً: هل العلاقات العامة وسيط بينكم وبين الإدارة العليا؟

أجاب جميع المبحوثين بالنفي كونهم جميعاً يتبعون مباشرة للإدارة العليا.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج وأهم التوصيات

المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد- أنموذجاً، وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من الأسئلة والفرضيات، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة وفرضياتها

مناقشة نتائج السؤال (الرئيس) الأول: ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة على (محور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، حيث كان أعلاها (التأثير في الرأي العام)، يليه (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية)، ثم (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة)، وأخيراً (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

ويعزى ذلك أن دور العلاقات العامة الوظيفي في المؤسسات بالدرجة الأولى هو التأثير في الجمهور، ونقل صورة حسنة عن الهيئة لهم، كما تسعى في دورها إلى إبراز صورة تؤثر في الرأي العام ومخاطبة الجمهور وان دورها وخدماتها من أولويات أهدافه، ولذلك جاءت أعلى الفقرات هي التأثير في الرأي العام من خلال توضيح أهداف الهيئة.

وأن مجالات محور (الشفافية المهنية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وأن اعلاها (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد)، وأدناها (تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، وكانت الاستجابة كبيرة على الدرجة الكلية.

ويعزى ذلك إلى طبيعة الدور الوظيفي للعلاقات العامة في توضيح أهداف الهيئة للجمهور، ونقل صورة الهيئة لهم فيشعرهم بالارتياح وهذا ما يعزز من مقدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الديحاني (2017) التي أظهرت توفر الرقابة في المناطق التعليمية بمتوسط حسابي بدرجة تقدير كبيرة، ومع نتيجة دراسة الشلوي (2016) التي أظهرت أن واقع شفافية وزارة العمل في مدينة الرياض جاءت بدرجة مرتفعة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الطوب (2019) التي كشفت أن مدى توفر متطلبات تفعيل الشفافية الإدارية، من وجهات نظر الإداريين في جامعة حائل، حصل على درجة متوسطة، ومع نتيجة دراسة الديحاني (2017) التي أظهرت توفر الشفافية الإدارية في المناطق التعليمية بدرجة تقدير متوسطة، ومع نتيجة دراسة الفوزان (2017) التي أظهرت أن مستوى تطبيق الشفافية الإدارية في المؤسسات كانت متوسطة بشكل عام، ومع نتيجة دراسة جاد الله (2012) التي أظهرت أن التزام المنظمات الغير حكومية بتطبيق الشفافية جاء بدرجة قوية جداً، ومع نتيجة دراسة الطراوانة والعضايلة (2010) التي أظهرت أن تصورات أفراد العينة لكل من درجة تطبيق الشفافية ومستوى المساءلة الإدارية في الوزارات المبحوثة كانت متوسطة، ومع نتيجة دراسة السبيعي (2010) التي أظهرت انخفاض مستوى التزام القطاعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية بتطبيق الشفافية بوجه عام، ومع نتيجة دراسة العتيبي (2009)، التي أظهرت أن مستوى ممارسة الشفافية جاء بنسبة متوسطة.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية والفرضية المنبثقة عن السؤال الرئيس الأول، فجاءت نتائجها كالتالي:

1. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت (كبيرة) على كافة فقرات الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث كان أعلاها (عمل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قائم على دعم مبادئ الهيئة)، يليها (العلاقات العامة تعمل على تعميم أهداف هيئة مكافحة الفساد بين الجمهور)، ثم (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة)، وأدناها الفقرة

(للعلاقات العامة استراتيجية واضحة لدورها الإعلامي في هيئة مكافحة الفساد)، ومن ثم (العلاقات العامة توظف الأساليب العلمية في تنفيذ أنشطتها وبرامجها)، ويليهما (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة).

وتتفق هذه النتيجة (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة) مع نتيجة نموذج ميلفن شارب لأخلاقيات العلاقات العامة التي ترى في الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير

وتعزى هذه النتيجة إلى أهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد وتدعم مبادئها من خلال تعميمها والإفصاح عنها بهدف تحقيق غاية الهيئة وهي مكافحة الفساد فالدور الإعلامي للعلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد هدف التعميم ونقل رسالة الهيئة للجمهور بهدف التوعية وعدم الاخلال بالنظام والثقة بأعمال ومبادئ الهيئة ويكون هذا الدور الإعلامي مخطط له ومنظم وبأسلوب علمي لأنه يخاطب عقول الجمهور بهدف الإقناع والتصديق بمبادئ الهيئة في مكافحة الفساد.

2. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت (كبيرة) على كافة فقرات التأثير في الرأي العام أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث كان أعلاها (تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى جمهورها)، ويليهما (تعزز العلاقات العامة ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها المختلفة بالهيئة)، ثم (تؤثر العلاقات العامة في الجمهور من خلال الاتصال المباشر معهم)، وأدناها الفقرة (تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور)، ومن ثم (تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد).

وتعزى هذه النتيجة إلى طبيعة المهام الملقاة على عاتق العاملين في العلاقات العامة بحكم وظيفة العلاقات العامة، وهي مخاطبة الجمهور، والاتصال والتوصل معهم، وكسب ثقتهم تجاه الهيئة، من خلال ما تقدمه من منح الطمأنينة للجمهور حول مصالحهم والخدمات التي تقدمها الهيئة لهم، فيعمل العاملون على تقديم ما يحتاجه الجمهور من توضيح حول استفساراتهم وفق الصلاحيات

وحجمها المخولة لهم، وذلك من باب كسب ثقة ورضا الرأي العام تجاه الهيئة مما يطورها وينمي من أدائها.

3. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث كان أعلاها (تعمل العلاقات العامة على بناء سمعة هيئة مكافحة الفساد داخل الهيئة وخارجها)، ويليهما (تتقل العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد)، ثم (تعمل على ربط الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور للحد من الفساد)، وأدناها الفقرة (تكفل العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد)، ومن ثم (تعزز العلاقات العامة تعاون الجمهور مع هيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها الداخلية).

وتعزى هذه النتيجة إلى دور العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد وهو كما يتبين من النتائج دور إعلامي هدفه إيصال رسالة وأهداف هيئة مكافحة الفساد وأعمالها والهدف من وجودها، وهو مكافحة الفساد ولذلك لا بد من تعاون حقيقي من الجمهور مع الهيئة وحتى يتسنى ذلك فهي بحاجة إلى الإعلام المرئي والمتمثل بالعلاقات العامة ودورها الإعلامي في التواصل والتخاطب مع الجمهور كحلقة الوصل بين الجمهور والهيئة.

4. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، ويليهما (تتقل العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد)، ثم (عدم وضع العلاقات في القلب الإداري المناسب لها في هيئة مكافحة الفساد)، وأدناها الفقرة (ضعف خبرة العاملين في العلاقات العامة مما يضعف دورها في مكافحة الفساد)، ومن ثم (ضعف ميزانية دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون تنفيذ العديد من أنشطتها)، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة دراسة جاد الله (2012) التي أظهرت وأن المعوقات التي تحول دون تطبيق الشفافية بالمنظمات الغير حكومية جاءت بدرجة قوية جداً.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن هيئة مكافحة الفساد هي هيئة أمنية واجتماعية لها قوانينها ونظامها الخاص، وتعمل من خلال العلاقات العامة على تعميم مبادئها، وأهدافها، ومخاطبة الجمهور لكسب ثقة الرأي العام ولكن مع ذلك فالعلاقات العامة بالهيئة لا تملك صلاحيات إدارية وليست بهيئة إعلامية تابعة للهيئة وتروج لها، إنما يتبين من خلال ما تسعى إليه الهيئة أنها توظف العلاقات العامة في مهام تجمع ما بين قناة التخاطب مع الجمهور والدور الإعلامي في الإفصاح عن أهداف الهيئة وليست مخولة في الإفصاح عن أخبارها وبعض التفاصيل الإدارية أو المهنية الخاصة بالهيئة.

5. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث كان أعلاها (تعمل العلاقات العامة على توصيل شكاوي الجمهور للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد)، يليها (تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور)، ثم (تعمل العلاقات العامة على دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور)، وأدناها الفقرة (تملك العلاقات العامة القدرة على اتخاذ القرار في مشاركة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد)، ومن ثم (تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد)، يليها (تفعل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد).

ويعزى ذلك إلى أن دور العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد وكون الهيئة هيئة تعمل على الحد من الفساد ولذلك هي تحتاج إلى أداة التخاطب والصلة مع الجمهور، وهنا يأتي دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد، من خلال نشر تقاريرها السنوية للجمهور، ونقل شكاوي الجمهور للهيئة، ومن خلال هذا الدور الذي تقوم فيه العلاقات العامة، وهي نشر التقارير السنوية، فهذا يوحي للجمهور بالارتياح والشعور بالرضا مما يعزز من قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية لدى هيئة مكافحة الفساد.

6. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (تحافظ هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات وعدم إفصاحها)، يليها (تحول الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد دون عمل العلاقات العامة في توضيح بعض الأنظمة)، ثم (تحول مركزية القرارات في هيئة مكافحة الفساد دون تفويض الصلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع)، وأدناها الفقرة (عدم توفر المصادقية بين الإدارة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور في العلاقات العامة)، ومن ثم (عدم منح دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد الصلاحيات بنشر تقارير الهيئة الدورية)، يليها (يحول تقنين دور العلاقات العامة دون دور هيئة مكافحة الفساد في تعزيز الشفافية).

ويعزى ذلك أن هيئة مكافحة الفساد لا تستطيع نشر بعض التقارير لأسباب أمنية قد تشهر ببعض الناس الذين يتم الاشتباه بفسادهم، ولذلك فدور العلاقات العامة مرهون بطبيعة هذه التقارير فهي لا تملك الصلاحيات المخولة بنشر تقارير خاصة على اعتبار أن هيئة مكافحة الفساد مركزية بقراراتها، ولا تمنح تفويض الصلاحيات للعلاقات العامة في نشر التقارير إلا ضمن الصالح العام.

7. بينت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) و(الشفافية المهنية) حسب متغير النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والتخصص، وسنوات الخبرة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الطوب (2019) التي كشفت عن عدم وجود فروق دالة إحصائية طبقاً لاختلاف متغيرات المؤهل العلمي وسنوات الخدمة.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الطوب (2019) التي كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور، ومع نتيجة دراسة الديحاني (2017) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحور نظم الشفافية الإدارية لصالح فئة خبرة (15) سنة فأكثر، ومع نتيجة دراسة السبيعي (2017) التي أظهرت وجود فروق إحصائية

في مدى إدراك عينة الدراسة أثر تطبيق أسس الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري، وهذه الفروقات تعزى إلى الاختلاف المؤهل التعليمي، ومع نتيجة دراسة الشلوي (2016) التي أظهرت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، ومع نتيجة دراسة الطراوانة والعضايلة (2010) التي أظهرت وجود فروق دالة إحصائية في تصورات أفراد العينة لدرجة تطبيق الشفافية في الوزارات المبحوثة تعزى لمتغيرات (الجنس ولصالح الذكور، وسنوات الخبرة لصالح (أكثر من 10 سنوات، والمؤهل العلمي، ولصالح البكالوريوس، ومع نتيجة دراسة السبيعي (2010) التي أظهرت وجود أثر دالة إحصائية لمتغير المستوى التعليمي، ولصالح الدراسات العليا.

وتعزى ذلك إلى وضوح سياسات العمل للذكور والإناث على حد سواء، وبغض النظر عن مؤهلاتهم وتخصصاتهم والاختلاف في مستويات الخبرة لديهم بسبب فهمهم واستيعابهم لطبيعة عملهم والذي يمكن أن يكون سبب ذلك دورات تدريبية أو توجيهات تلقوها من المستويات الوظيفية العليا لديهم، فالعاملين في العلاقات العامة ذكوراً وإناثاً يتلقون نفس التعليمات في طبيعة دورهم من قبل إدارة الهيئة، ويخضعون جميعهم بغض النظر عن سنوات الخبرة لديهم أو مؤهلهم العلمي لنفس التدريبات والمحاضرات والدورات التدريبية والتنقيفية فيما يتعلق بأدوارهم، ومهامهم، وصلاحياتهم في الهيئة.

مناقشة نتائج السؤال (الرئيس) الثاني: ما مدى قدرة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد على تعزيز الشفافية من وجهات نظر الجمهور في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة على (محور (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، حيث كان أعلاها (تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، يليه (الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة)، ثم (التأثير في الرأي العام)، وأخيراً (الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية للمحور متوسطة.

وتعزى تلك التحديات إلى محدودية الصلاحيات التي تمنحها هيئة مكافحة الفساد للعلاقات العامة في نشر التقارير السنوية، مما يقلل من مستوى الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للجمهور، وهذا قد يضعف من دورها في التأثير في الرأي العام، كما تكمن التحديات في تقويض دورها الفعال من قبل هيئة مكافحة الفساد التي تتميز بمركز القرارات.

وأن مجالات محور (الشفافية المهنية) كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وأن اعلاها (تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، وأدناها (قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد).

ويعزى ذلك إلى طبيعة النظام المركزي لهيئة مكافحة الفساد، والتي منح العلاقات العامة صلاحيات محدودة في نشر التقارير السنوية، ونقل شكاوي الجمهور، مما يحول دون تمكين دورها في تعزيز الشفافية المهنية بالمستوى المطلوب، وهذا ما يضعف من ثقة الجمهور بمستوى عالٍ بدور العلاقات العامة.

أما بالنسبة للأسئلة الفرعية والفرضية المنبثقة عن السؤال الرئيس الثاني، فجاءت نتائجها كالتالي:

1. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت (متوسطة) على كافة فقرات الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تروج مبادئ الهيئة)، يليها (تمارس العلاقات العامة دوراً اعلامياً في دعم عمل هيئة مكافحة الفساد)، ثم (العلاقات العامة توظف الأساليب المقنعة في تنفيذ أنشطتها وبرنامجها)، وأدناها الفقرة (انا اثق في عمل هيئة مكافحة الفساد)، ومن ثم (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة)، يليها (تساهم نشاطات دائرة العلاقات العامة في ايصال رسالة واضحة من هيئة مكافحة الفساد للجمهور).

ويعزى ذلك إلى أن دور العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد هو دور قائم على مخاطبة الجمهور، والتواصل معه، بهدف تعميم مبادئ هيئة مكافحة الفساد، وأنشطتها، وبرامجها، وأهدافها، فهي من خلال هذا الدور الإعلامي تعمل على توصيل رسالة الهيئة للجمهور فيكونوا على معرفة تامة بالإطار العام للهيئة وبالتالي فالدور والصلاحيات للعلاقات العامة هو دوراً يعزز علاقة الجمهور بالهيئة بهدف كسب ثقتهم من خلال الإفصاح الإعلامي. وربما يعد ذلك إلى وظيفة العلاقات العامة والتي تحتم عليها القيام بواجباتها القائم على دعم الهيئة وتعميم أهدافها بالإضافة إلى كسب ثقة جمهورها غير معروفة بالكامل لدى الجمهور.

2. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات التأثير في الرأي العام أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى جمهورها)، ويليهما (تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد)، ثم (تساهم العلاقات العامة من خلال أنشطتها في تعزيز ثقتي بالهيئة، وأدائها الفقرة (تستخدم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أثناء اتصالها مع الجمهور مبدأ الحوار)، ومن ثم (تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور).

ويعزى ذلك إلى طبيعة المهام الموكلة للعلاقات العامة في الهيئة والتي تتركز على محاور رضا الجمهور، وكسب ثقتهم، وخلق رأي إيجابي لديهم تجاه الهيئة، ولذلك فهي مكلفة بمخاطبة جمهورها والتأثير فيهم ونشر صورة إيجابية عنها من خلال فتح قنوات الاتصال معهم وتوضيح أهداف الهيئة، ولاحظ أن هذا الدور ليس بالكبير ولا بالقليل فهناك بعض الصلاحيات غير مخولة للعلاقات بها كنشر ما لم تعتمه الهيئة فهي مركزية بقراراتها.

3. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (تساهم العلاقات العامة في تشكيل سمعة هيئة مكافحة الفساد)، ويليهما (تنشر العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد)، ثم (توظف العلاقات

العامة الوسائل الإعلامية في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد)، وأدناها
الفقرة (تساهم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في جعل الجمهور عنصر مشارك في
انشطتها)، ومن ثم (تنسق العلاقات العامة بين الجمهور ودوائر وأقسام هيئة مكافحة الفساد مما
يرفع من كفاءة أداؤها).

ويعزى ذلك أن هيئة مكافحة الفساد حددت دور العلاقات العامة وقيدت صلاحياتها بالدور
الإعلامي ومخاطبة الجمهور لبناء جمهور يتق بالهيئة، ونشر أنشطتها وأهدافها دون أن يحق
للعلاقات العامة بنشر التقارير السنوية للهيئة إلا بموافقتها، ومن خلال الدور الإعلامي تكلف
العلاقات العامة في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية مما يشعر الجمهور بالرضا، ومع ذلك فإن دورها
في اشراك الجمهور في أنشطة الهيئة ما زال قليل على اعتبار أن حجم الصلاحيات المخولة إليها
متوسطة.

4. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت (كبيرة) على كافة فقرات تحديات العلاقات العامة
في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث
كان أعلاها (ضعف أنشطة دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون
اشراك الجمهور)، يليها (اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ليست
واضحة)، ثم (تدني مستوى أنشطة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد)، وأدناها الفقرة
(موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري في هيئة مكافحة الفساد ليس واضحاً)، ومن ثم
(عدم قدرة العلاقات العامة على كسب تأييد الجمهور في القيام بدورها في هيئة مكافحة الفساد).

ويعزى ذلك أن هيئة مكافحة الفساد هي مركزية في قراراتها ولها قوانينها وأنظمتها الخاصة، ولذلك
فتحديات العلاقات العامة كبيرة، فهي لا تملك صلاحيات كبيرة في نشر التقارير السنوية، بل قد
يكون هذا مرفوضاً في بعض التقارير، ولا تملك قراراً في إشراك الجمهور بأنشطة الهيئة، فمن
خلال ما سبق من نتائج، فقد حددت الهيئة دور العلاقات بدور إعلامي توعوي هدفه مخاطبة
الجمهور لا إشراكه، بالإضافة إلى غموض دور العلاقات العامة وعملها من وجهة نظر الجمهور.

5. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت متوسطة حيث كان أعلاها (توضح العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصادقية تامة)، يليها (تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور)، ثم (تساهم العلاقات العامة في دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور) ، وأدناها الفقرة (تقدم العلاقات العامة للجمهور وبشكل دائم بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية)، ومن ثم (تستقبل العلاقات العامة شكاوي الجمهور وتوصلها بشفافية للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد)، يليها (تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور).

ويعزى ذلك إلى أن العلاقات العامة تسعى ضمن أهدافها إلى خلق رأي إيجابي تجاه الهيئة، وكسب ثقة الجمهور، من خلال فتح قنوات الاتصال معهم، والتحاور معهم بهدف نقل الصورة الإيجابية عن أداء الهيئة، وبالمقال تنقل شكاويهم للهيئة، وعمل على نشر مبادئ واهداف الهيئة وأنشطتها، فهو دور إيجابي من شأنه تحقيق نوع من الرضا لدى الجمهور تجاه الهيئة.

6. أشارت النتائج إلى أن درجة الموافقة كانت بين (المتوسطة والكبيرة) على كافة فقرات التحديات التي تواجه تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد أما درجة الموافقة الإجمالية على الدرجة الكلية فقد جاءت كبيرة حيث كان أعلاها (لا تقوم دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر تقارير الهيئة الدورية)، يليها (تتواصل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مع مؤسسات المجتمع الأخرى)، ثم (عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة)، وأدناها الفقرة (تقنين دور الجمهور في مشاركة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشطتها مما يحول دون دوره في تعزيز الشفافية)، ومن ثم (مستوى المصادقية بين العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور ضعيف)، يليها (الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد تحول دون توضيح بعض القضايا).

ويعزى ذلك إلى أن هيئة مكافحة الفساد لا تمنح العلاقات العامة صلاحيات كبيرة في أدوارها خاصة فيما يتعلق بنشر التقارير أو المشاركة مع مؤسسات أخرى أو إشراك الجمهور بأنشطة الهيئة، وهذا ما يؤكد حجم المركزية لدى الهيئة، ومحدودية الصلاحيات الممنوحة للعلاقات العامة ممل يشكك من مصداقية دور العلاقات لدى الجمهور.

7. بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً لاستجابات العاملين في قسم العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) ولصالح الإناث.

ويعزى ذلك أن طبيعة الأنثى تربط القضايا ببعضها بحساسية أكثر من الذكور وتميل إلى التشكيل إذا لم تحصل على البيانات كاملة، وهذا ما يعكس ثقة أقل لديهم بعمل العلاقات العامة بهذا الدور الحساس.

وعدم وجود فروق دالة إحصائياً (الشفافية المهنية) حسب متغير النوع الاجتماعي.

ويعزى ذلك إلى النظرة المتشابهة للجمهور ذكوراً وإناثاً نحو الشفافية المهنية، لأنها مبادئ عامة وتتعلق بوضوح أهداف الهيئة ومصداقيتها وليس بأرائهم الشخصية.

كذلك وجود فروق دالة إحصائياً في (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد)، و(الشفافية المهنية) تعزى لمتغير المؤهل العلمي ولصالح مستوى الدبلوم.

ويعزى ذلك إلى عدم وضوح دور العلاقات العامة بكافة مستوياتها وأدوارها لنقص الخبرة العلمية، وتدني مستوى المعرفة لتدني مؤهلاته العلمية.

وجود فروق دالة إحصائياً في (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) عند الجمهور تعزى لمتغير العمر ولصالح الأعمار الصغيرة.

ويعزى ذلك إلى غياب المعرفة العلمية بالعلاقات العامة وأدوارها وعدم اطلاعهم بصورة كبيرة مقارنة بمن هم أكبر سناً بأشكال الفساد وأعمال مكافحة الفساد، ودور العلاقات فيها.

عدم وجود فروق دالة إحصائياً في (الشفافية المهنية) عند الجمهور حسب متغير العمر.

ويعزى ذلك إلى نظرتهم المتشابهة نحو موضوع الشفافية المهنية بغض النظر عن أعمارهم.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السببيني (2017) التي أظهرت وجود فروق إحصائية في مدى إدراك عينة الدراسة أثر تطبيق أسس الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري، وهذه الفروقات تعزى إلى الاختلاف العمر،

كذلك بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً في (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) عند الجمهور تعزى لمتغير الوظيفة ولصالح مستوى (غير ذلك).

ويعزى ذلك أن بعض الجمهور يمتنون مهن مختلفة قد تكون أعمال حرة، أو حرفية، أو تجارية، وهؤلاء لديهم أشغالهم ومهنتهم التي تحول دون الاهتمام بدور العلاقات العامة وأعمالهم فمشاغلهم كبيرة.

عدم وجود فروق دالة إحصائياً في (الشفافية المهنية) عند الجمهور حسب متغير الوظيفة وربما يعود ذلك إلى نظرتهم المتشابهة نحو موضوع الشفافية المهنية بغض النظر عن اختلاف وظائفهم فالشفافية في نظرتهم تعني وضوح التعليمات للجميع بغض مساهم الوظيفي.

وأخيراً، أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً في (قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد) وفي (الشفافية المهنية) عند الجمهور تعزى لمتغير المحافظة.

ويعزى ذلك إلى أن هيئة مكافحة الفساد هيئة حكومية ومبادئها وأعمالها تعمم على كل المحافظات، كما أن دور العلاقات العامة في مكافحة الفساد متفق عليه في كل المحافظات ضمن الصلاحيات الممنوحة لهم، إضافة لذلك تشابه الظروف المعيشية في المحافظات المختلفة.

مناقشة نتائج أسئلة المقابلة

1. أظهرت النتائج أن العلاقات العامة في الهيئة تعمل على تعزيز الشفافية المهنية والحد من الفساد الإداري من خلال النزاهة في التوظيف، ونشر أعمال الهيئة، من مؤتمرات وتقارير، والاستماع للشكاوى مع وجود نظام حماية للمبلغين.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن دور العلاقات العامة في هيئة الفساد قائم على تعزيز مبادئ الشفافية للجمهور من خلال نشر أعمال الهيئة وأهدافها وتقارير السنوية في ضمن الصلاحيات، ونقل شكاوي الجمهور للهيئة بهدف الاطلاع عليها ومعالجتها.

2. بينت النتائج أن التحديات التي تحول دون تمكين دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة تتمثل في الانطباع السلبي عن مؤسسات الدولة وعن هيئة مكافحة الفساد، وفصل دائرة العلاقات العامة عن غيرها، و ثقافة المجتمع عن الفساد بالإضافة إلى إجراءات سير قضايا الفساد.

ويعزى ذلك إلى عدم ثقة الجمهور بالمؤسسات الحكومية وأعمالها وهذا ما ينطبق أيضا على مكافحة هيئة الفساد وإيمانهم بأن كبار المفسدين لا يعاقبون، و من ليس له ظهر يعاقب ويتهم بتهمة الفساد، وهذا الانطباع السلبي يحول دون تمكين العلاقات العامة من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة فهم حتى لا يؤمنون بمصداقية ما ينشر لقناعتهم بعدم تطبيق العدالة في قضايا الفساد.

3. بينت النتائج أن اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تتمثل في تحسين صورة الهيئة والقيام بنشاطات وفعاليات مثل تنظيم المؤتمرات والاهتمام بالمناسبات المختلفة والتنسيق مع دوائر البروتوكولات لاستقبال الضيوف، والتوعية حول قضايا الفساد وغيرها.

ويعود ذلك إلى الدور اللوجستي للعلاقات العامة والمتمثل في الاتصال والتواصل مع الجمهور، والتنسيق للمؤتمرات، والاهتمام بالمناسبات، وتعميم رسالة الهيئة حول قضايا الفساد.

4. بينت النتائج أن مكان العلاقات العامة في الإدارة العليا أنها تتبع دائرة الإعلام وأنها في بعض الأحيان تتبع الإدارة العليا مباشرة.

وتتفق هذه النتيجة مع مبادئ نظرية التميز التي ترى ان يكون العاملين بالعلاقات العامة لهم ارتباط وظيفي مباشر بالإدارة العليا.

ويعزى ذلك إلى أن غالبية المهام الموكلة للعلاقات العامة في الهيئة مهام إعلامية قائمة على التعميم ونشر التقارير، وفتح قنوات الحوار مع الجمهور، وبالتالي فهي تتلقى التعليمات من الإدارة العليا مما يجعلها في أدوارها تستمد سلطتين إدارية وسلطة إعلامية.

5. بينت النتائج أن تخصصات العاملين في العلاقات العامة مختلفة مثل هي الترجمة، الصحافة والإعلام، والخدمة الاجتماعية، والإرشاد النفسي، ودراسات دولية.

وتتفق هذه النتيجة مع مبادئ نظرية التميز التي ترى ان يكون العاملين بالعلاقات العامة معرفة وكفاءة تؤهلهم للدور الإداري ولممارسة العلاقات العامة المتوازنة

ويعزى ذلك إلى طبيعة التخصص للعلاقات العامة فهو يتطلب الاتصال مع مؤسسات مختلفة واستقبال الوفود ولذلك لا بد من اكتسابهم مهارة عالية في اللغة الإنجليزية والتحاور مع الأجانب، إضافة إلى أن دور العلاقات يتطلب مهارات إعلامية للتخاطب مع الجمهور ونقل صورة الهيئة لهم، كما بحكم تقديم الخدمات المعرفية والمهنية فهي تؤدي خدمة اجتماعية، بالإضافة إلى أهمية الخبرة في العلاقات الدولية التي يتطلبها الدور حسب طبيعة الهيئة وحجمها وعلاقاتها الدولية.

6. بينت النتائج أن ميزانية دائرة العلاقات العامة لتنفيذ الأنشطة كافية ويتم تمويل جميع الأنشطة التي تقوم بها.

ويعزى ذلك إلى أن نشاطات العلاقات العامة تدعم مهام الهيئة وتعمم مبادئها وتخلق رأي ايجابي لدى الجمهور ولذلك يتم تغطية نشاطاتها ضمن ميزانية كافية ومدروسة.

7. بينت النتائج أن طبيعة أنشطة العلاقات العامة هي تسهيل المهام بين الهيئة والهيئة المراد التعاون معها من خلال العلاقات العامة التنسيق للدائرة المختصة في عقد مؤتمرات مثل التنسيق لدائرة الوقاية من الفساد لعقد ورشات، وإنشاء شراكة في الحد من الفساد عن طريق عقد دورات وأنشطة توعوية حول قضايا الفساد والوقاية منه والرقابة على المال العام.

ويعزى ذلك إلى طبيعة عمل العلاقات العامة في الهيئة والمتمثل بفتح قنوات الحوار وعقد الورش واللقاءات والمؤتمرات في سبيل تسهيل مهام الهيئة.

8. بينت النتائج أن قرارات هيئة مكافحة الفساد تكون مركزية خاصة عندما تكون قضايا حساسة ومهمة، ولا مركزية بالنسبة للقرارات التي تخص عمل الدائرة الداخلي والخارجي.

ويعزى ذلك أن هيئة مكافحة الفساد هي هيئة بنظام أمني وتبحث في قضايا الفساد ولذلك فهذه القضايا حساسة خاصة عندما يتعلق الأمر ببيانات هامة قد تؤدي المشتبه به أو تعرضه للتشهير قبل انهاء قضية والتحقق من خلو ملفه من الفساد، ولذلك ففي مثل هذه الأمور تتشدد الهيئة في مركزيتها، وتمنح العلاقات العامة صلاحيات محدود ضمن نطاق مهامها ومبادئها.

9. بينت النتائج أن سبل مواجهة التحديات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية تتمثل في البحث والتخطيط وإيجاد مورد مالي كافي، ووجود شركاء حقيقيين، والتنسيق بين الهيئة والإعلام والبروتوكول، ونشر التوعية بمكافحة الفساد، وإشراك الجمهور في أنشطة وفعاليات الهيئة والتواصل معه، بالإضافة إلى زيادة عدد موظفي دائرة العلاقات العامة.

ويعزى ذلك إلى أن كثير من فئات المجتمع باختلاف مناطق سكناهم، وعملهم، وأعمارهم ليس لديهم معرفة كافية بدور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد ولذلك لا بد من حملات التوعية وتكثيف أنشطة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور والمؤسسات المختلفة.

10. بينت النتائج أن هناك اتصال باستمرار مع المؤسسات والجمهور من خلال مؤتمرات وورشات وحملات توعية بالإضافة لحضور المناسبات الرسمية وعقد اتفاقيات لتعزيز التعاون والشراكة في مكافحة الفساد وتعزيز الشفافية.

وتتفق هذه النتيجة (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة) مع نتيجة نموذج ميلفن شارب لأخلاقيات العلاقات العامة التي ترى في الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير.

وتعزى هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة تنشط في اتصالاتها ومخاطبة الجمهور، وتكثف فعاليتها للتعاون مع المؤسسات والشركاء.

11. بينت النتائج أنه يتم الأخذ بالرسائل او الشكاوي التي ترفع للهيئة من قبل المؤسسات الحكومية أو من قبل الجمهور.

ويعزى ذلك إلى ان العلاقات العامة من خلال دورها في مخاطبة الجمهور تستمع لشكاويهم، وتنقلها بمحمل الجد للهيئة.

12. بينت النتائج وجود عدة أدوار لدائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد هي: التواصل مع المؤسسات والجمهور، والتدريب وتبادل الخبرات مع المؤسسات الأخرى، ونشر الأخبار والتقارير، وإعداد التقارير الشهرية.

وتتفق هذه النتيجة (العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة) مع نتيجة نموذج ميلفن شارب لأخلاقيات العلاقات العامة التي ترى في الاتصال المستمر لبناء العلاقات مع الجماهير

ويعزى ذلك إلى تشعب مهام العلاقات العامة من إعلام واتصال وعلاقات تحكمها طبيعة الهيئة وحجمها وعلاقاتها وطبيعة نظامها الداخلي والخارجي.

13. بينت النتائج أن موظفي هيئة مكافحة الفساد يتم إشراكهم في أنشطة دائرة العلاقات العامة.

وتتفق هذه النتيجة مع مبادئ نظرية الامتياز التي تنادي إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.

ويعزى ذلك أن العلاقات العامة دائرة من الدوائر الهامة في الهيئة، وبحسب طبيعة الدور التي تؤديه، وأهميته فإنه من الضرورة بمكان إشراك الموظفين في الهيئة بأنشطة الهيئة كي يمتلكون مهارات التخاطب مع الآخرين، والتواصل والحوار.

14. بينت النتائج أن العلاقات العامة ليست وسيطاً بين هيئة مكافحة الفساد والإدارات العليا.

ويعزى ذلك إلى أن العلاقات العامة هي تقدم برامج وأنشطة وتعمم أخبار الهيئة ضمن نطاق عملها ولكن ليس من باب الوساطة ما بين الجمهور والهيئة، ولكن من باب طبيعة الاختصاص الذي يفرض نفسه في فتح قنوات الحوار والاتصال مع الجمهور.

التوصيات:

بناء على نتائج الدراسة، خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات:

1. توعية الجمهور بدور العلاقات العامة في المؤسسات العامة بشكل عام وهيئة مكافحة الفساد بشكل خاص.

2. تثقيف الشباب بقضايا الفساد وتوعيتهم من خلال أنشطة تقيّمها العلاقات العامة في المؤسسات.

3. ضرورة منح دائرة العلاقات العامة في المؤسسات عامة، وهيئة مكافحة الفساد بشكل خاص صلاحيات أوسع في نشاطاتها.

4. توضيح وظيفة العلاقات العامة للجمهور في هيئة مكافحة الفساد بسبب تشعب أدوارها.

5. العمل على مزيد من الأنشطة التي تعزز من دور العلاقات العامة في المؤسسات لكسب ثقة الجمهور.

6. تفويض العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر مزيد من التقارير التي تعزز من مصداقية دور العلاقات العامة فيها.

7. تخصيص دعم مالي لتنظيم فعاليات وأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات.

8. ضرورة رفع مستوى طبيعة الأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد.

9. توعية الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي حول طبيعة مهام العلاقات العامة والإعلام والفرق بينهما.

المقترحات:

1. إجراء دراسات بحثية مشابهة تتناول قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في مؤسسات أخرى قد تكون أهلية أو تعليمية.

2. إعداد دليل للعلاقات العامة في المؤسسات وتوضيح أنشطتها وأدوارها من خلاله.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو قاعد، غازي (2012). إطار مقترح لقياس أثر ممارسة أبعاد الشفافية الإدارية في محاور تطوير الأعمال: دراسة تقييمية، جامعة القاهرة، مجلة النهضة، 12(2)، ص 169-210.
- أبو كريم، أحمد. (2006). مفهوم الشفافية لدى الإدارة الأكاديمية في الجامعات الأردنية الرسمية وعلاقة الاتصال الإداري، رسالة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- ابو صالحية، حليلة ايهاب (2020): مدى فاعلية دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية وفقاً لنظرية التميز. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
- أحمد، سلوى عبدالله الأمين. (2016). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنشآت الحكومية، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على سلطة الطيران المدني، رسالة ماجستير، جامعة افريقيا العالمية- عمادة الدراسات العليا- كلية الإعلام- قسم العلاقات العامة والإعلان.
- أحمد، شاذلي عوض (2015). فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية- دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الإعلام الاتحادية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، السودان.
- الأغا، شهناز عبد الكريم. (2015). واقع العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي الحكومية في محافظات غزة من وجهة نظر العاملين وسبل تطويرها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- الأمين، مرتضي. (2016). الاتصال في العلاقات العامة، عمان، هيئة الوراق للنشر والتوزيع

- العدوي، فهمي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- البرايسة، إسلام (2015). دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للشركات - شركة الشرق العربي نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البتراء، الكرك، الأردن.
- بشير، سمؤال حامد. (2018). دور العلاقات العامة في تعزيز أهداف المؤسسات الحكومية: دراسة وصفية تحليلية تطبيقية على وزارة الداخلية في الفترة ما بين 2015 - 2016، رسالة ماجستير، جامعة إفريقيا العالمية - عمادة الدراسات العليا - كلية الإعلام.
- البكري، فؤاد. (1999). العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، جامعة حلوان، حلوان مصر، دار الكتب الجامعية.
- بن ساعد، زهية (2017). "الشفافية والمساءلة كآليتين لمكافحة الفساد الإداري في الجزائر". جامعة المسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، الجزائر.
- البهجي، عصام أحمد. (2014). الشفافية وأثرها في مكافحة الفساد الإداري، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص15.
- التويجري، صائب. (2014) " مستوى وعي مديري المدارس الثانوية الحكومية بالتخطيط التعليمي وعلاقته بمستوى ممارستهم للشفافية الإدارية من وجهة نظر المدرسين في محافظة ديالى"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- جاد الله محمد، عرفات (2012). تصور مقترح من منظور طريقة تنظيم المجتمع كمنغير لتعزيز الشفافية في الحد من الفساد الإداري بالمنظمات غير الحكومية، المؤتمر الدولي الخامس والعشرون لكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان، مستقبل الخدمة الاجتماعية في ظل الدولة المدنية الحديثة.

- الجبوري، عبد الكريم راضي. (2001). العلاقات العامة فن وإبداع وتطوير الهيئة الإدارية، ط1 ، بيروت، دار ومكتبة الهلال.
- الجبوري، عبد الكريم راضي (2001). العلاقات العامة فن وإبداع: تطوير الهيئة ونجاح الإدارة، دار البحار ودار التيسير، بيروت، لبنان.
- جرادات، ناصر. (2014). المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، الشارقة، دار إثراء للنشر والتوزيع.
- جرادات، عبد الناصر أحمد والشامي، لبنان هاتف (2009): أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- جرادات، عبد الناصر والشامي، لبنان هاتف. (2010): مقدمة في العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- حجاب، محمد منير ووهبي، سحر. (2002). المداخل الأساسية للعلاقات العامة، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحربي، ينفين. (2011) "الإدارة بالشفافية وعلاقتها بالثقة التنظيمية بالجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
- الحسنات، يسرى (2013). واقع متطلبات الشفافية الإدارية لدى منظمات المجتمع المدني ودور الجهات ذات العلاقة في تعزيزها، دبلوم مهني، معهد التنمية المجتمعية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الحمدي، فارس حمدون (2013) ادارة العلاقات العامة وانشطتها في المؤسسات الخاصة بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية.

- الخالدي، زياد صالح سعد. (2019). فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العلاقات الإنسانية لدى العاملين في المؤسسات الأمنية: دراسة ميدانية، رسالة (ماجستير)-جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاعلام.
- درة، عبد البار؛ المجالي، نبيل. (2014). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحني نظامي واستراتيجي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ص316.
- دروزة، سارة عبد الطيف بهيج؛ أبو صالح، تسبيح جلال خالد؛ كوسا، راية محمد أسامة نبيل. (2018). قدرة العلاقات العامة في المشافي الفلسطينية على المواءمة بين ممارسة أخلاقيات المهنة وتحقيق أهدافها (مشفى النجاح ومشفى الإستشاري العربي نموذجين)، ورقة بحثية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، نابلس.
- الديحاني، سلطان غالب. (2017). تأثير أبعاد الرقابة والشفافية الإدارية في مكافحة الفساد الإداري بالمناطق التعليمية في دولة الكويت من وجهة نظر العاملين فيها، المجلة الدولية للبحوث التربوية، جامعة الامارات، المجلد (41)، العدد(2).
- راشد، محمد خالد. (2010). فاعلية وظيفة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الأمنية، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- الراشدي، سعيد. (2007). الإدارة بالشفافية، عمان، الأردن، دار كنوز الشرق للنشر والتوزيع.
- الرحاطة، عبد الرزاق. (2010). نظرية المنظمة، عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- رشوان، حسين أحمد (2004): العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الطبعة الرابعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- الزهري، محمد محفوظ (2004). العلاقات العامة: المشكلات والحلول، القاهرة، مصر، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر والتوزيع.

- السبيعي، فلاح بن فرج. (2017). *أثر تطبيق الشفافية الإدارية في الحد من الفساد الإداري في الشركات المالية السعودية*، المجلة العربية للإدارة، مج 37، ع1.
- السبيعي، فارس (2010). *دور الشفافية والمساءلة في الحد من الفساد الإداري في القطاعات الحكومية*، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- الشليل، عون، المومني، محمد. (2013). *نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة مدقي ديوان المحاسبة المساءلة الشفافية*، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، مجلد 19 ع (4).
- الشلفان، أحمد محمد (2007). *الفساد الإداري في وحدات الخدمات العامة، مفهومه، قياسه، مظاهره، تكلفته على المجتمع، الطرق وأساليب مكافحته*، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر السابع للقادة الإداريين، المنعقد في صنعاء في الفترة ما بين 26-28/2007 المعهد الوطني للعلوم الإدارية، صنعاء، اليمن.
- الشلفان، عادل بن أحمد (2003). *الفساد الإداري في المؤسسات العامة - المشكلة والحل -* مجلة كلية التجارة، 25(1، 2).
- صالح، هناء فاروق (2020). *دور الشفافية في دعم مصداقية المؤسسات الصحفية لدى الجمهور*، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، مصر: القاهرة، ص1-83.
- الصرايرة، محمد. (2001). *العلاقات العامة _ الأسس والمبادئ*، الأردن، مكتبة الرائد العلمية.
- الصرايرة، محمد. (2001). *العلاقات العامة _ الأسس والمبادئ*، الأردن، مكتبة الرائد العلمية.
- الصيرفي، محمد (2006). *التطوير التنظيمي*، الإسكندرية، مصر، دار الفكر الجامعي.
- الطراونة، رشا والعضايلة، علي. (2010). *أثر تطبيق الشفافية على مستوى المساءلة الإدارية في الوزارات الأردنية*، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 6(1)، 63-96.

- الطوب، ريم بن عبد العزيز (2019). آليات مقترحة لتفعيل الشفافية الإدارية في الجامعات الحكومية بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية بجامعة حائل، مجلة العلوم التربوية والنفسية، 3(22)، ص، ص 1-27.
- عاشور، أحمد وشحاته، إبراهيم، وأسيدون، سمون والطيب، حسن.(2001). المؤتمر الأول في مجال النزاهة والشفافية والمساءلة الإدارية، القاهرة، مصر، المنظمة العربية للتنمية.
- عبد الطيف، عادل. (2004). الفساد كظواهر عربية وآليات ضبطها، إطار لفهم الفساد في الوطن العربي ومعالجته، مجلة المستقبل العربي، ع(309). ص. ص 95-100.
- عبد العظيم، حمدي. (2008). عولمة الفساد وفساد العولمة، الإسكندرية، مصر، الدار الجامعية.
- عبد الله، عمرو (2009). مؤشرات الإدارة الرشيدة، مكافحة الفساد والتمثيل والمساءلة، بحث منشور في الإدارة الرشيدة والإصلاح الإداري، والمالي، القاهرة، مصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- عثمان، محمد قدري حسن عبدالرحمن (2013). الشفافية الإدارية، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، عجمان، الإمارات العربية.
- عجوة، علي(2001). الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، مصر، مكتبة عالم الكتب.
- العدوي، فهمي.(2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- العطوي، فهد. (2018). دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

- العطوي، فهد. (2018). دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- عليوة، السيد، (2002). تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ط2، القاهرة، مصر، دار ايتراك للنشر.
- عمارة، عدنان. (2008). "الشفافية الإدارية لدى مديري التربية والتعليم في الأردن وعلاقتها بكل من الضغط والأمن النفسيين للعاملين في مديرياتهم"، أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- الغامدي، عبدالرحيم جعفر والفران، عبير كامل (2020). اثر الشفافية الإدارية في العلاقة بين سياسات التسويق الداخلي وبين الرضا الوظيفي للعاملين الداخلي: دراسة تطبيقية بجامعة الطائف المملكة العربية السعودية، المصدر: مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية. ص 154-15.
- الفيتوري، عبد الله (2005). الشفافية الإدارية وتأثيرها على سلوك وكفاءة العاملين، أكاديمية الدراسات العليا، رسالة ماجستير غير منشورة، طرابلس، ليبيا.
- قيراط، محمد. (2019). العلاقات العامة في دولة قطر: خصائص الممارسين وواقع المهنة، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، ع 78، ص 142.114.
- الكبيسي، عامر. (2008). الفساد الإداري والعمومية، تزامن لا توأمة، الرياض، السعودية، المكتب الجامعي الحديث.
- لاريسا، جورنج وآخرون، ترجمة: العنزي، مفوض (2017) نظرية الامتياز ونماذج العلاقات العامة، مجلة العلاقات العامة والإعلان، ع(4)، ص.ص 277-279.
- ليري، صلاح (2005). مدخل إلى العلاقات العامة، الكويت، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

- المدهون، يحيى إبراهيم. (2020). دور العلاقات العامة في بناء الثقافة التنظيمية بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، مج10، ع(2)، 139-193.
- المدير، عماد (2019). "مابعد نموذج الإتصال المتوازن ثنائي الإتجاه في العلاقات العامة مراجعة نظرية"، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع(22)، ص. ص 315-334.
- المصراتي، عبد الله. (2011). الفساد الإداري نحو نظرية اجتماعية في علم الاجتماع الانحراف والجريمة، دراسة ميدانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ص34.
- مصلح، عبير. (2010). النزاهة والشفافية والمساءلة في مواجهة الفساد، الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة، القدس، فلسطين.
- الموسوي، محمد. (2016). إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي.
- الموسوي، محمد. (2016). إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي.
- نجم، عبود. (2006). أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، القاهرة، مصر، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- النصر، رهن عمار؛ شلبي، رنين عمر. (2018). قدرة العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية غير الربحية على تعزيز ثقة جماهير الخارجية (هيئة عبد المحسن قطان نموذجا)، ورقة بحثية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، نابلس.
- هلال، محمد عبدالغني حسن (2007). مهارات إدارة العلاقات العامة: الاتجاهات والمفاهيم الحديثة. مصر الجديدة، مصر، مركز تطوير الاداء والتنمية، دار الكتب.

- ونس، طارق الشريف (2008): إدارة العلاقات العامة: مفاهيم ومبادئ وسياسات مع إشارة للمعطي العربي والإسلامي، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- صحيفة الحدث (2021). مقالة فلسطين تحتل المرتبة الثانية عربياً بعد لبنان من حيث مظاهر الفساد. تم الاسترداد من موقع صحيفة الحدث

<https://www.alhadath.ps/article/110701>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Beuren, I M & Teixeira, S A. (2014). *Evaluation of management control systems in a higher education institution with the performance management and control*. **Journal of Information Systems and Technology Management**, 11(1), 169-192.
- Hazelkorn,E.(2012).European "**Transparency Instruments**": Driving the Modernisation of European Higher Education, Dublin Institute of Technology, Ireland
- Noor, Safia.,& Iqbal, Mohammad. (2013). *Developing Strategy for the Administrative Control of High School Principals in Khyber Pakhtunkhwa*. **Interdisciplinary journal of contemporary research in business**, 5(6) 509- 528.
- Norman, S; Avoliob, B and Luthansb, F. (2010). **The Impact of positivity and Transparency on Trust in leaders and their perceived Effectiveness**, the leadership Quarterly, 5 (2), 350-364

- Violette et. al (2012): *Public relations at urban and rural*, **Management Journal**, 17(1).
- Black, Caroline (2003) **The PR Practitioner's Desktop Guide**.
- London: Replica Press Pvt. Ltd
- Ojomo W. Olusegun (2006). **Principles and Practice of Public Relations**. Editor: Dr. Adidi O. Uyo .p45-50.
- Kenny, J. (2016). **Excellence Theory and its Critics: A literature review critiquing Grunig's strategic management of. Australia:** University of Sydney.
- Yue, C. (2016). **Strategic public relations management in China**. West Lafayette, Indiana: Purdue University.
- Gruing, L., & Gruing, J. (2000). **Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Evidence from the IABC Excellence Project**. USA: University of Maryland, College Park.
- Gruing, J. (2008). **Excellence Theory in Public Relations**. USA: University of Ma.

الملاحق

الملحق (1)

لجنة المُحكِّمين

المنطقة	الجامعة	الأسم	الرقم
نابلس	جامعة النجاح الوطنية	د. عامر قاسم	1
نابلس	جامعة النجاح الوطنية	د. فريد ابو ظهير	2
نابلس	جامعة النجاح الوطنية	د. حافظ ابوعياش	3
طولكرم	جامعة خضوري	د. علاء عياش	4
رام الله	جامعة القدس المفتوحة	د. شادي ابو عياش	5
رام الله	الجامعة العربية الامريكية	د. حسين الاحمد	6



التاريخ:
منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة:
إلى السيد/مدير: المحترم
المدينة:

الموضوع: تسهيل مهمة إجراء بحث أو مقابلة

أرجو إتاحة الفرصة امام الطالبة/ة لإجراء بحث/ لإجراء مقابلة
في مؤسستكم وذلك من أجل إستمثال اجتياز مساق رقم
أن تعاونكم معنا ليترك في نفوسنا الأثر الطيب، آمين منكم تسهيل مهمة الطالبة/ة المذكور اسمه/ها اعلاه.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

منسق برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة
د. عبد الكريم سرحان

الملحق (3)

الاستبانة بصورتها الأولى



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج العلاقات العامة

تحية طيبة وبعد؛

تقوم الباحثة فاطمة تيتي في كلية الدراسات العليا برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، برسالة الماجستير بعنوان " قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - نموذجاً" استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، حيث يتطلب اتمام الدراسة الإجابة عن أسئلة الاستبيان.

السادة/ السيدات الأفاضل الرجاء التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أشكر لكم حسن تعاونكم

الباحثة: فاطمة التيتي

القسم الأول:

أولاً : البيانات الشخصية

(1) النوع الاجتماعي

أ. ذكر ب. أنثى

(2) المؤهل العلمي

أ. دبلوم فأقل ب. بكالوريوس ج. ماجستير فأعلى

(3) الوظيفة

أ. موظف حكومي ب. موظف قطاع خاص ج. غير ذلك

(4) المحافظة

أ. نابلس ب. قلقيلية ج. رام الله د. طولكرم
هـ. جنين و. بيت لحم ز. سلفيت ح. الخليل
ط. القدس ق. طوباس ل. اريحا

القسم الثاني:

يُرجى وضع إشارة (v) في المكان المناسب من وجهة نظرك

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
المحور الأول: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد						
المجال الأول: الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية						
1	انا اتق في هيئة مكافحة الفساد .					
2	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة.					
3	تمارس العلاقات العامة نشاطات واضحة من خلال دورها الإعلامي في هيئة مكافحة الفساد.					
4	تساهم نشاطات دائرة العلاقات العامة في وضوح رسالة هيئة مكافحة الفساد للجمهور .					
5	العلاقات العامة توظف الأساليب المقنعة في تنفيذ أنشطتها وبرامجها.					
6	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تدعم مبادئ الهيئة.					
7	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على رفع مستوى الوعي والتدريب .والتنقيف والمشاركة المجتمعية					
8	تعمم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أهداف ورسالة الهيئة بين الجمهور .					
المجال الثاني: التأثير في الرأي العام						
9	تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور .					
10	ساهمت العلاقات العامة من خلال أنشطتها المختلفة في تعزيز تقني بالهيئة.					
11	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد.					
12	تؤثر العلاقات العامة في الجمهور من خلال الاتصال المباشر معهم.					
13	تستخدم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد اثناء اتصالها مع الجمهور مبدأ الحوار المتبادل.					
14	تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور					
15	تساهم اتصالات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في ايجاد منفعة متبادلة بين المنظمة والجمهور					
المجال الثالث: الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة						
16	تنقل العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد.					
17	توظف العلاقات العامة دورها الإعلامي في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد.					
18	ساهمت العلاقات العامة لدي في تشكيل سمعة هيئة مكافحة الفساد .					
19	تعمل العلاقات العامة على ربط الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور للحد من الفساد.					

					تساهم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في جعل الجمهور عنصر مشارك في انشطتها .	20
					تتسق العلاقات العامة بين الجمهور ودوائر وأقسام هيئة مكافحة الفساد بما يرفع من كفاءة أداؤها .	21
					تنمي أنشطة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد الالتزام بين الجمهور .	21
					تكسب العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد.	23
المجال الرابع: تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد						
					اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ليست واضحة.	24
					موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري في هيئة مكافحة الفساد ليس واضحا.	25
					عدم قدرة العلاقات العامة على كسب تأييد الجمهور في القيام بدورها في هيئة مكافحة الفساد.	26
					ضعف أنشطة دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون اشراك الجمهور .	27
					لا تتوفر ميزانية كافية للعلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد لتمارس انشطتها .	28
					تدني مستوى الخبرة لدى الكثير من العاملين في العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد.	29
المحور الثاني: الشفافية المهنية						
قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد						
					تقدم العلاقات العامة بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية.	30
					تفعل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد.	31
					تشارك العلاقات العامة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد.	32
					تستقبل العلاقات العامة شكاوي الجمهور وتوصلها بشفافية للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد.	33
					تساهم العلاقات العامة على دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور .	34
					تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد.	35
					تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور .	36
					تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور .	37
					تفعل العلاقات العامة دورها الإعلامي للترشح الوظيفي في هيئة مكافحة الفساد حسب الجدارة والكفاءة.	38
					تكشف العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصادقية تامة.	39
المجال الثاني: تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد						
					تحافظ العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات التي يقدمها الجمهور	40
					الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد تحول دون توضيح بعض القضايا.	41
					تقتنن دور الجمهور في مشاركة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بأنشطتها مما يحول دون دوره في تعزيز الشفافية.	42
					قلة المصادقية بين العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد والجمهور .	43

					لا تقوم دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر تقارير الهيئة الدورية.	44
					تتواصل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مع مؤسسات المجتمع الأخرى .	45
					عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة.	46

شكراً على حسن تعاونكم

الملحق (4)

الاستبانة بصورتها النهائية



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج العلاقات العامة

تحية طيبة وبعد؛

تقوم الباحثة فاطمة تيتي في كلية الدراسات العليا برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، برسالة الماجستير بعنوان " قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً " استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، بأشراف **الدكتور عبدالكريم سرحان**، حيث يتطلب اتمام الدراسة الإجابة عن أسئلة الاستبيان.

السادة/ السيدات الأفاضل الرجاء التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أشكر لكم حسن تعاونكم

الباحثة: فاطمة التيتي

القسم الأول:

أولاً : البيانات الشخصية

(1) النوع الاجتماعي

أ. ذكر ب. أنثى

(2) المؤهل العلمي

أ. دبلوم فأقل ب. بكالوريوس ج. ماجستير فأعلى

(3) العمر

من 18 - لاقل من 25

من 25 - لاقل من 30

من 30 - لاقل من 35

من 35 - لاقل من 40

من 40 فما فوق

(4) الوظيفة

أ. موظف حكومي ب. موظف قطاع خاص ج. أهلي د. غير ذلك

(4) المحافظة

.....

القسم الثاني:

يُرجى وضع إشارة (v) في المكان المناسب من وجهة نظرك

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض بشدة	أعارض بشدة
المحور الأول: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد						
المجال الأول: الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية						
1	انا اثق في عمل هيئة مكافحة الفساد .					
2	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة.					
3	تمارس العلاقات العامة دورا اعلاميا في دعم عمل هيئة مكافحة الفساد.					
4	تساهم نشاطات دائرة العلاقات العامة في ايصال رسالة واضحة من هيئة مكافحة الفساد للجمهور .					
5	العلاقات العامة توظف الأساليب المقنعة في تنفيذ أنشطتها وبرنامجها.					
6	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تروج مبادئ الهيئة.					
7	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد تساهم في رفع مستوى الوعي والتدريب والتثقيف والمشاركة المجتمعية					
8	تعمم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد أهداف ورسالة الهيئة في اوساط الجمهور .					
المجال الثاني: التأثير في الرأي العام						
9	تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد الى خلق رأي عام إيجابي لدى الجمهور .					
10	تساهم العلاقات العامة من خلال أنشطتها في تعزيز ثقتي بالهيئة.					
11	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد.					
12	تؤثر العلاقات العامة في الهيئة في الجمهور من خلال الاتصال معهم.					
13	تستخدم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد اثناء اتصالها مع الجمهور مبدأ الحوار .					
14	تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور					
15	تساهم اتصالات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في ايجاد منفعة متبادلة بين المنظمة والجمهور					
المجال الثالث: الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة						
16	تنشر العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد.					
17	توظف العلاقات العامة الوسائل الإعلامية في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد.					
18	تساهم العلاقات العامة في تشكيل سمعة هيئة مكافحة الفساد .					
19	تعمل العلاقات العامة على تطوير الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور بهدف الحد من الفساد.					
20	تساهم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد في جعل الجمهور عنصر مشارك في انشطتها					

					21	تتسق العلاقات العامة بين الجمهور ودوائر وأقسام هيئة مكافحة الفساد مما يرفع من كفاءة أدائها .
					21	تتمة أنشطة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد الالتزام بين الجمهور .
					23	تكسب العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد.
المجال الرابع: تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد						
					24	اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ليست واضحة.
					25	موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري في هيئة مكافحة الفساد ليس واضحاً.
					26	عدم قدرة العلاقات العامة على كسب تأييد الجمهور في القيام بدورها في هيئة مكافحة الفساد.
					27	ضعف أنشطة دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون إشراك الجمهور .
					28	تدني مستوى أنشطة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد
المحور الثاني: الشفافية المهنية						
قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد						
					29	تقدم العلاقات العامة للجمهور وبشكل دائم بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية.
					30	تفعل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد.
					31	تشارك العلاقات العامة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد.
					32	تستقبل العلاقات العامة شكاوي الجمهور وتوصلها بشفافية للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد.
					33	تساهم العلاقات العامة في دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور .
					34	تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد.
					35	تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور .
					36	تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور .
					37	تفعل العلاقات العامة دورها الإعلامي عملية التوظيف في هيئة مكافحة الفساد حسب الجدارة والكفاءة.
					38	توضح العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصادقية تامة.
المجال الثاني: تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد						
					39	تحافظ العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات التي يقدمها الجمهور
					40	الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد تحول دون توضيح بعض القضايا.
					41	تفتين دور الجمهور في مشاركة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بأنشطتها مما يحول دون دوره في تعزيز الشفافية.

					والجمهور مستوى المصادقية بين العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد ضعيف.	42
					لا تقوم دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بنشر تقارير الهيئة الدورية.	43
					تتواصل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مع مؤسسات المجتمع الأخرى .	44
					عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة.	45

شكراً على حسن تعاونكم

الملحق (5)

الإستبانة بصورتها الاولية للعاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج العلاقات العامة

المواطن/ة الافاضل تحية وبعد

تقوم الباحثة بدراسة ميدانية عنوانها " قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد -نموذجاً" " ولتحقيق أهداف الدراسة، قامت الباحثة بإعداد هذه الاستبانة كأداة بحثية، لذا يُرجى التكرم بالإجابة على الفقرات المطروحة في هذه الاستبانة والتي تتكون من (40) وتفرغ البيانات في القسم الأول حسب الحالة التي تنطبق عليك، وما يتوافق مع رأيك، علماً بأن البيانات الواردة ستُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شكراً على حسن تعاونكم

الباحثة: فاطمة التيتي

القسم الأول:

أولاً : البيانات الشخصية

(1) الجنس

أ. ذكر ب. أنثى

(2) سنوات الخبرة الوظيفية

(2) سنوات الخبرة الوظيفية

أ. أقل من 5 سنوات ب. من 5-10 سنوات ج. أكثر من 10 سنوات

أ. أقل من 5 سنوات ب. من 5-10 سنوات ج. أكثر من 10 سنوات

(3) المؤهل العلمي

أ. دبلوم ب. بكالوريوس ج. ماجستير فأعلى

(4) الوظيفة

أ. إداري ب. فني ج. إعلامي

القسم الثاني:

يُرجى وضع إشارة (v) في المكان المناسب من وجهة نظرك

الرقم	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض بشدة	معارض
المحور الأول: قدرة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية						
المجال الأول: الدور الوظيفي للعلاقات العامة						
1	تسهم العلاقات العامة في الهيئة الحكومية على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة.					
2	هناك استراتيجية واضحة لدور العلاقات العامة في الهيئة الحكومية.					
3	تصل رسالة الهيئة الحكومية للجمهور من خلال نشاط دائرة العلاقات العامة.					
4	توظف العلاقات العامة في الهيئة الحكومية الأساليب العلمية في تنفيذ أنشطتها وبرنامجها.					
5	تساهم العلاقات العامة في الهيئة الحكومية في دعم مبادئ الهيئة.					
6	تتعاون العلاقات العامة في الهيئة الحكومية على تعميم برامجها بين الجمهور					
المجال الثاني: التأثير في الرأي العام						
7	تعمل العلاقات العامة في الهيئة الحكومية على خلق رأي عام إيجابي لدى عملاؤها.					
8	يثق عملاء الهيئة الحكومية بالأنشطة التي تعممها دائرة العلاقات العامة في الهيئة.					
9	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول أعمال الهيئة الحكومية.					
10	يتحدد نشاط العلاقات العامة في الهيئة الحكومية على الدور الإعلامي فقط.					
11	تلتزم العلاقات العامة في الهيئة الحكومية بدورها المتكامل أمام الجمهور					
المجال الثالث: الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة						
12	تتقل العلاقات العامة في الهيئة الحكومية أخبار الهيئة للجمهور.					
13	توظف العلاقات العامة دورها الإعلامي في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في الهيئة.					
14	تعمل العلاقات العامة على بناء سمعة الهيئة الحكومية داخل الهيئة وخارجها.					
15	تعمل على تكوين المصلحة الخاصة بين الهيئة الحكومية والجمهور					
16	تعزز انتماء العاملين للهيئة من خلال أنشطتها الداخلية.					
17	تنسق بين دوائر وأقسام الهيئة بما يرفع من كفاءة العاملين ويحسن من أدائهم.					
18	توفر عدد من الخدمات للعاملين داخل الهيئة الحكومية ولأسرهم كالتدريب للعاملين لتحسين مهاراتهم، والرعاية الاجتماعية والصحية والتعليمية					
المجال الرابع: تحديات العلاقات العامة في الهيئة الحكومية						
19	عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة في الهيئة الحكومية.					
20	عدم وضع العلاقات في القالب الإداري المناسب لها في الهيئة الحكومية.					
21	ضعف خبرة العاملين في العلاقات العامة مما يضعف دورها في الهيئة الحاكمة.					
22	ضعف ميزانية دائرة العلاقات العامة في الهيئة الحكومية مما يحول دون تنفيذ العديد من أنشطتها.					

					23	تدني مستوى المؤهل العلمي لدى الكثير من العاملين في العلاقات العامة في الهيئة الحكومية.
المحور الثاني: الشفافية المهنية						
قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة الحكومية						
					24	تقدم العلاقات العامة بيانات ومعلومات عن الهيئة الحكومية بشفافية.
					25	تعمل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة الهيئة.
					26	تملك العلاقات العامة القدرة على اتخاذ القرار في مشاركة الجمهور بنشاطات الهيئة الحكومية.
					27	تعمل العلاقات العامة على توصيل شكاوي الجمهور للقيادات والمسؤولين في الهيئة الحاكمة.
					28	تعمل العلاقات العامة على دعم قنوات الحوار بين الهيئة الحكومية والجمهور.
					29	تسهل العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية للهيئة الحكومية
					30	تأخذ الهيئة الحكومية بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور.
					31	تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير الهيئة الحكومية الدورية والسنوية للجمهور.
					32	تعمل العلاقات العامة دورها الإعلامي للترشح الوظيفي في الهيئة الحكومية حسب الجدارة والكفاءة.
					33	تكشف العلاقات العامة للجمهور أداء الهيئة الحكومية بمصادقية تامة.
المجال الثاني: معوقات دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية						
					34	تحفظ الهيئة الحكومية على سرية البيانات وعدم افصاحها.
					35	الظروف الطارئة التي تتأثر بها الهيئة الحكومية مما يحول دون وضوح أهدافها.
					36	تقنين دور العلاقات العامة في الهيئة الحكومية مما يحول دون دورها في تعزيز الشفافية.
					37	عدم توفر المصادقية بين الإدارة في الهيئة الحكومية والعاملين في العلاقات العامة.
					38	عدم منح دائرة العلاقات العامة في الهيئة الحكومية الصلاحيات بنشر تقارير الهيئة الدورية.
					39	مركزية القرارات في الهيئة الحكومية يحول دون تفويض الصلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع.
					40	عدم ثقة الجمهور بالهيئة الحكومية مما يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة.

شكراً على حسن تعاونكم

الملحق رقم 6

الإستبانة بصورتها النهائية للعاملين في العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية



جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

برنامج العلاقات العامة

الاستبيان

تحية طيبة وبعد؛

تقوم الباحثة فاطمة تيتي في كلية الدراسات العليا برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، برسالة الماجستير بعنوان " قدرة العلاقات العامة لدى المؤسسات الحكومية على تعزيز الشفافية "هيئة مكافحة الفساد - أنموذجاً " استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، بأشراف الدكتور عبدالكريم سرحان، حيث يتطلب اتمام الدراسة الإجابة عن أسئلة الاستبيان.

السادة/ السيدات العاملين في العلاقات العامة في الهيئة الحكومية الرجاء التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

أشكر لكم حسن تعاونكم

الباحثة: فاطمة التيتي

القسم الأول:

البيانات الشخصية

(1) النوع الاجتماعي

انثى

ذكر

(2) مستوى التعليم

ثانوية عامة فأقل

دبلوم

بكالوريوس

دراسات عليا

(3) التخصص

اعلام

علاقات عامة

ادارة

تخصصات اخرى

(4) سنوات الخبرة

اقل من 5 سنوات

من 5-10 سنوات

اكثر من 10 سنوات

القسم الثاني:

يُرجى وضع إشارة (v) في المكان المناسب من وجهة نظرك

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
المحور الأول: قدرة العلاقات العامة في مكافحة الفساد						
المجال الأول: الدور الوظيفي للعلاقات العامة الحكومية						
1	العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قادرة على كسب ثقة الجمهور تجاه الهيئة.					
2	للعلاقات العامة استراتيجية واضحة لدورها الإعلامي في هيئة مكافحة الفساد.					
3	العلاقات العامة قادرة على إيصال رسالة هيئة مكافحة الفساد للجمهور من خلال نشاط دائرة العلاقات العامة.					
4	العلاقات العامة توظف الأساليب العلمية في تنفيذ أنشطتها وبرامجها.					
5	عمل العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد قائم على دعم مبادئ الهيئة.					
6	العلاقات العامة تعمل على تعميم أهداف هيئة مكافحة الفساد بين الجمهور					
المجال الثاني: التأثير في الرأي العام						
7	تسعى العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد على خلق رأي عام إيجابي لدى جمهورها.					
8	تعزز العلاقات العامة ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها المختلفة بالهيئة.					
9	تقدم العلاقات العامة توضيحات للجمهور حول مهام هيئة مكافحة الفساد.					
10	تؤثر العلاقات العامة في الجمهور من خلال الاتصال المباشر معهم.					
11	تلتزم العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد بدورها المتكامل أمام الجمهور					
المجال الثالث: الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة						
12	تنقل العلاقات العامة للجمهور أنشطة هيئة مكافحة الفساد.					
13	توظف العلاقات العامة دورها الإعلامي في تعميم مبادئ النزاهة والشفافية في هيئة مكافحة الفساد.					
14	تعمل العلاقات العامة على بناء سمعة هيئة مكافحة الفساد داخل الهيئة وخارجها.					
15	تعمل على ربط الشراكة بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور للحد من الفساد.					
16	تعزز العلاقات العامة تعاون الجمهور مع هيئة مكافحة الفساد من خلال أنشطتها الداخلية.					
17	تنسق العلاقات العامة بين دوائر وأقسام هيئة مكافحة الفساد بما يرفع من كفاءة أدائها .					
18	تتبع أنشطة العلاقات العامة لدى هيئة مكافحة الفساد الالتزام بين الجمهور .					
	تكفل العلاقات العامة من خلال دورها الإعلامي رضا الجمهور تجاه هيئة مكافحة الفساد.					
المجال الرابع: تحديات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد						
19	عدم وضوح اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد.					

					20	عدم وضع العلاقات في قالب الإداري المناسب لها في هيئة مكافحة الفساد.
					21	ضعف خبرة العاملين في العلاقات العامة مما ينعكس دورها في هيئة مكافحة الفساد.
					22	ضعف ميزانية دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون تنفيذ العديد من أنشطتها.
					23	تدني مستوى الخبرة لدى الكثير من العاملين في العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد.
المحور الثاني: الشفافية المهنية						
قدرة العلاقات العامة على تعزيز الشفافية المهنية في هيئة مكافحة الفساد						
					24	تقدم العلاقات العامة بيانات ومعلومات عن هيئة مكافحة الفساد بشفافية.
					25	تعمل العلاقات العامة اتصالاتها مع الجمهور لتوضيح رسالة هيئة مكافحة الفساد.
					26	تملك العلاقات العامة القدرة على اتخاذ القرار في مشاركة الجمهور بنشاطات هيئة مكافحة الفساد.
					27	تعمل العلاقات العامة على توصيل شكاوي الجمهور للقيادات والمسؤولين في هيئة مكافحة الفساد.
					28	تعمل العلاقات العامة على دعم قنوات الحوار بين هيئة مكافحة الفساد والجمهور.
					29	تسهم العلاقات العامة في تحقيق الرقابة الداخلية لهيئة مكافحة الفساد.
					30	تأخذ هيئة مكافحة الفساد بالرسائل التي ترفعها العلاقات العامة من قبل الجمهور.
					31	تقوم العلاقات العامة بنشر تقارير هيئة مكافحة الفساد الدورية والسنوية للجمهور.
					32	تعمل العلاقات العامة دورها الإعلامي للترشح الوظيفي في هيئة مكافحة الفساد حسب الجدارة والكفاءة.
					33	تكشف العلاقات العامة للجمهور أداء هيئة مكافحة الفساد بمصادقية تامة.
المجال الثاني: تحديات تعزيز الشفافية في هيئة مكافحة الفساد						
					34	تحافظ هيئة مكافحة الفساد على سرية البيانات وعدم افصاحها.
					35	الظروف الخاصة بالنظام الداخلي لهيئة مكافحة الفساد مما يحول دون عمل العلاقات العامة في توضيح بعض الأنظمة.
					36	تقنين دور العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد مما يحول دون دورها في تعزيز الشفافية.
					37	والجمهور في العلاقات عدم توفر المصادقية بين الإدارة في هيئة مكافحة الفساد العامة.
					38	عدم منح دائرة العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد الصلاحيات بنشر تقارير الهيئة الدورية.
					39	مركزية القرارات في هيئة مكافحة الفساد يحول دون تفويض الصلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع.
					40	عدم ثقة الجمهور بهيئة مكافحة الفساد مما يحول دون تصديق الدور الإعلامي للعلاقات العامة.

شكراً على حسن تعاونكم

الملحق (7)

نص المقابلة

1. كيف يمكن للعلاقات العامة في الهيئة على تعزيز الشفافية المهنية والحد من الفساد الإداري؟

يتم طرح الوظائف الخاصة في الهيئة بالتعاون مع دائرة الموارد البشرية لاستقبال الطلبات وعقد امتحانات ومقابلات.

يتم نشر كافة اعمال الهيئة من مؤتمرات وندوات وورش كما يتم عقد اتفاقيات مع المؤسسات الحكومية في سبيل تعزيز التعاون لمكافحة الفساد وتعزيز النزاهة والشفافية.

يتم نشر التقارير والافصاح عنها عبر وسائل التواصل ومواقع الهيئة والمؤسسات الاعلامية الرسمية والمحلية.

تسمح الهيئة لمقدمي الشكاوى حول قضايا الفساد بتتبع مسار الشكاوى ومن حقه ان يستلم كتاب رسمي من الهيئة حول قضية الفساد التي ابلغ عنها.

نظام حماية المبلغين والشهود وهو نظام تقوم الهيئة من خلاله بحماية المبلغين والشهود من أي اعتداء او اذى بحقهم بما يخص قضية الفساد التي قاموا بالإبلاغ عنها.

2. ما التحديات التي تحول دون تمكين دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية من تعزيز الشفافية المهنية في الهيئة؟

منتصر حمدان: من الاشكاليات او التحديات التي تواجه الاعلام هو فصل دائرة العلاقات العامة عن الاعلام وغياب مسميات الدوائر والاقسام حيث ان الاعلام يقوم بدور العلاقات العامة والبروتوكول دون مسمى.

التحدي الاخر هو الانطباع الذهني السلبي عن مؤسسات الدولة بشكل عام وعن هيئة مكافحة الفساد خاصة. وثقافة المجتمع حول الفساد.

من التحديات التي تواجه الدائرة هو الاجراءات المرتبطة في سير العملية التي تسير فيها قضية الابلاغ عن فساد التي تبدأ من الابلاغ في الهيئة.

الانقسام والاجندات الحزبية الاحتلال والتقسيم الجغرافي للأرض

بالاضافة للازمة المالية التي تعاني منها الدول ككل.

سيرين عواودة: التحديات نفسها التي تواجه الهيئة بشكل عام تؤثر على دائرة العلاقات العامة. مثل التحدي المالي بشكل عام للدولة في فترة من الفترات.

التقسيم السياسي للمناطق بسبب الاحتلال.

شذا الحسيني: التحدي الاكبر الذي نواجهه هو الصورة العامة للمؤسسات الحكومية من قبل الجمهور

بالاضافة الى المفهوم المغلوط عن الشفافية وعن الفساد

صورة الهيئة المأخوذة من قبل موظفي المؤسسات الحكومية الاخرى اتجاه الهيئة سلبية.

3. ما هي اختصاصات العلاقات العامة في هيئة مكافحة الفساد؟

سيرين عواودة: رئيس وحدة التعاون الدولي والعلاقات العامة والمحلية

موقع العلاقات العامة مباشرة تحت الادارة العليا عمل الدائرة يقوم على قسمين

العلاقات العامة والعلاقات الدولية

اختصاصات العمل: العمل على الصورة الذهنية من تعزيز وتحسين لصورة الهيئة وتثبيتها

تشبيك العلاقات مع الجمهور الخارجي والمؤسسات الحكومية الشريكة للهيئة

تنظيم المؤتمرات والندوات للهيئة.

داخليا: الاهتمام في مناسبات الموظفين الخاصة

الاهتمام بالمناسبات الرسمية مثل يوم الام ويوم المرأة ويوم الاستقلال وعيد الفصح والاعياد

المسيحية والنكبة والنكسة ويوم الارض وغيرها من المناسبات الوطنية والدينية والعالمية .

والتوعية حول قضايا الفساد وسبل الوقاية منها.

تعزيز ولاء الموظفين الداخليين اتجاه الهيئة

شذا الحسيني: من اختصاص دائرة العلاقات العامة ايضا المشاركة في اللجان المشكلة في الهيئة

(مثل لجنة الابتعاث المسؤولة عن تدريب وابتعاثات الموظفين في الهيئة) .

يتم اشراك جميع الاقسام والدوائر بنشاطات العلاقات العامة.

من اختصاصات العلاقات العامة ايضا التنسيق مع دائرة البروتوكول لاستقبال الضيوف المهمين

مثل الوزراء والسفراء .

منتصر حمدان: بكالوريوس صحافة واعلام بكالوريوس خدمة اجتماعية وماستر ارشاد نفسي

اختصاصات الاعلام: المشاركة في اعداد الخطط والاستراتيجيات للهيئة والمسؤولية عن متابعة

وتوثيق الاخبار وتحليل ما تنشره وسائل الاعلام فيما يتعلق بقضايا الفساد وشبهات الفساد.

الاتصال والتواصل مع وسائل الاعلام والمسؤولية عن التنسيق مع كافة وسائل الاعلام، تقديم

التدريب

معالجة الصورة الذهنية بناء على نشر المعلومات والحقائق.

اظهار دور الهيئة وشركائها في تعزيز الشفافية والنزاهة وتدابير الوقاية من الفساد عبر الاستراتيجية الوطنية القطاعية لمكافحة الفساد

التشارك وعقد شراكة مع المؤسسات الاعلامية لتعزيز الشفافية واظهار دور الهيئة في مكافحة الفساد وتعزيز النزاهة والشفافية. على مستوى الهيئة يتبلور دورهم في نشر اخبار واعمال الهيئة وانشطة وفعاليات وانجازاتها في مكافحة الفساد خارجيا اظهار صورة الهيئة في وسائل الاعلام

فادي شطارة، واسماء منصور، ووفاء القواسمي

اعلام- وترجمة- علم اجتماع -العلم الرقمي

الانشطة: اعداد التقارير واخبار وسبوتات اذاعية انفوغرافيك ادارة الموقع الالكتروني الخاص بالهيئة
يوتيوب يتم نشر فيديوهات عن الفساد والوقاية منه وتعزيز الشفافية

تنفيذ انشطة توعية مرتبطة بشبهات الفساد وانواع الفساد

مقابلات صحفية ، اعداد برامج مع شركاء اعلاميين حول قضايا الفساد والتعامل مع الاعلام الرسمي والخاص مثل تلفزيون فلسطين وتلفزيون معا وصحيفة الحياة الجديدة ووكالة وفا

4. ما هو مكان العلاقات العامة في الادارة العليا؟

منتصر حمدان: تتبع دائرة الاعلام لرئيس الهيئة مباشرة

سيرين عواوده: دائرة العلاقات العامة دائرة تتبع الادارة العليا مباشرة في الهيكلية

شذا الحسيني: تتبع دائرتنا الادارة العليا مباشرة .

5. ما هي تخصصات العاملين في العلاقات العامة (لمعرفة خبراتهم)؟

سيرين عواودة: ترجمه

منتصر حمدان: بكالوريوس صحافة واعلام وبكالوريوس خدمة اجتماعية وماستر ارشاد نفسي

شذا الحسيني: ادارة عامه وماجستير دراسات دولية

نور غنام: ترجمه وماجستير بناء مؤسسات

جمانة دبابسة: ترجمه

فادي شطارة: اعلام وصحافة

واسماء منصور: علم اجتماع

ووفاء القواسمي: ترجمة

6. هل تكفي ميزانية دائرة العلاقات العامة لتنفيذ الانشطة ؟

منتصر حمدان: نعم يتم تمويلنا من قبل الهيئة لتنفيذ انشطتنا ولا نواجه اي تحدي في الميزانية .

سيرين عواودة: نعم يتم تمويل جميع انشطتنا ولم نواجه اي تحدي بالميزانية.

شذا الحسيني: نعم يتم تمويل جميع نشاطاتنا

نور غنام: نعم يتم تمويلنا ،، بالاضافة الى انه جزء من عملي جلب مشاريع تدعم نشاطتنا وتمولها

جمانة دبابسة: نعم يتم تمويلنا

فادي شطارة: نعم تكفي الميزانية للتغطيات الاعلامية والمؤتمرات وكافة الانشطة التي نقوم بها

واسماء منصور: نعم تكفي

ووفاء القواسمي: نعم تكفي الميزانية لتغطية انشطتنا

7. ما طبيعة الانشطة التي تقدمها دائرة العلاقات العامة للجمهور وللمؤسسات الحكومية؟

سيرين عواوده وشذا الحسيني: تسهيل المهام بين الهيئة والهيئة المراد التعاون معها من خلال العلاقات العامة التنسيق للدائرة المختصة في عقد مؤتمرات مثل التنسيق لدائرة الوقاية من الفساد لعقد ورشات.

منتصر حمدان: دورنا مع المؤسسات الحكومية هو شراكة في الحد من الفساد عن طريق عقد دورات وانشطة توعوية حول قضايا الفساد والوقاية منه والرقابة على المال العام وتم اجراء برنامج عن سبل تدابير الوقاية وتحديد مخاطر الفساد.

توقيع الاتفاقيات للشراكة في الحد من الفساد مع كافة المؤسسات الحكومية.

8. هل القرارات مركزية في هيئة مكافحة الفساد؟ وهل يوجد صلاحيات للعلاقات العامة بالتواصل مع مؤسسات المجتمع؟

منتصر حمدان وسيرين عواوده وشذا الحسيني: غالبا ما تكون القرارات مركزية خاصة بالقضايا الحساسة والمهمة

اما القرارات التي تخص عمل الدائرة الداخلي او الخارجي فهو لا مركزي

9. برايك ما هي سبل مواجهة التحديات التي تواجه دائرة العلاقات العامة في تعزيز الشفافية؟

منتصر حمدان

اولا: البحث والتخطيط ومورد مالي كافي

وجود شركاء حقيقيين

ثانيا : يجب ان يتم توحيد دائرة العلاقات العامة والاعلام والبروتوكول تحت مسمى دائرة علاقات عامه ..وصلاحيات واضحة ومحددة

ثالثا: تكثيف الجهود في نشر التوعية بمكافحة الفساد وتعزيز الشفافية

تغيير الصورة النمطية المأخوذه عن المؤسسات الحكومية وعن هيئة مكافحة الفساد بشكل خاص

وشذا الحسيني وسيرين عواوده

رابعا: اشراك الجمهور بشكل دائم ومكثف في أنشطة وفعاليات دائرة العلاقات العامة التي تخص تعزيز الشفافية .

خامسا: التواصل المستمر مع الجمهور بكافة اشكاله وتعريفهم بالهيئة واختصاصاتها واعمالها .

سادسا : زيادة عدد موظفي دائرة العلاقات العامة والاعلام لتكثيف الانشطة التي تحسن من صورة الهيئة.

رؤساء الأقسام:

ما هو دور دائرة العلاقات العامة في الهيئة ؟

عبدالله عليان: مدير عام النزاهة والوقاية من الفساد

العلاقات العامة ادارة تعمل بروتوكول واعلام للهيئة

ادارة مساندة وتعمل على تشبيك علاقات مع المؤسسات المراد العمل معهم لعقد ورش توعوية وتنظيم المؤتمرات .

داليا عبيد: مديرة دائرة التدريب والتوعية الوقائية

ادارة مختصة بالتنسيق وادارة مساندة لدائرتنا في توفير تدريبات وتبادل خبرات

مساعدتنا في تنظيم الورشات وعقد المؤتمرات.

نشر الاخبار والتقارير عن طريق وحدة الاعلام.

اعداد التقرير الشهري لاعمال الهيئة ونشره كاملا بعد تقديم كافة الدوائر اعمالها الشهرية.

رولا: مديرة السياسات و التخطيط

دائرة العلاقات العامة دائرة مساندة تعمل على الترويج للهيئة وتقوم بحملات اعلامية والتنسيق مع

المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الحكومية والتشبيك مع الجمهور .

وتعمل على التنسيق للمؤتمرات والورشات والندوات التي تنفذها الهيئة

هل يتم اشراككم في أنشطة دائرة العلاقات العامة؟

داليا: نعم يتم اشراكنا في انشطتهم، خاصة في التدريبات وهو اختصاصنا

عبدالله: نعم يتم اشراكنا في انشطتهم نحن ادارات متكاملة فهم دورهم التشبيك مع المؤسسات ونحن بدورنا القيام بتنفيذ الورشة للتوعية.

رولا: نعم يتم اشراكنا في انشطتهم فنحن ادارات متكاملة.

هل العلاقات العامة وسيط بينكم وبين الادارة العليا ؟

داليا: لا هي ليست وسيط فقط دورها ما تم ذكره سابقا

عبدالله: لا تعاملنا كدائرة مباشر مع رئيس الهيئة

رولا: لا تعاملنا مباشر مع الادارة

ملحق رقم (8)

جدول المقابلات

الاسم	الصفة الوظيفية	مكان المقابلة	اليوم والتاريخ	الساعة
منتصر حمدان	مدير دائرة الاعلام	مبنى هيئة مكافحة الفساد 1	الثلاثاء 2021/6/1	9:00 صباحا
وفاء القواسمي	موظفة اعلام وعلاقات	مبنى هيئة مكافحة الفساد 1	الثلاثاء 2021/6/1	9:30 صباحا
اسماء منصور	موظفة اعلام وعلاقات	مبنى هيئة مكافحة الفساد 1	الثلاثاء 2021/6/1	9:40 صباحا
فادي شطارة	موظف اعلام وعلاقات	مبنى هيئة مكافحة الفساد 1	الثلاثاء 2021/6/1	9:55 صباحا
سيرين عواوده	مدير دائرة العلاقات العامة والتعاون الدولي	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	10:30 صباحا
شذا الحسيني	علاقات عامة	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	11:15 صباحا
نور غنام	علاقات عامة ومشاريع	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	11:45 صباحا
طارق عليان	مدير عام النزاهة والوقاية من الفساد	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	12:30 مساءا
داليا عبيد	مديرة دائرة التدريب والتوعية الوقائية	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	12:00 مساءا
رولا كبيجي	مديرة السياسات و التخطيط	مبنى هيئة مكافحة الفساد 2	الثلاثاء 2021/6/1	1:30 مساءا

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**The Ability of Public Relations in Government
Institutions to Enhance Transparency
Anti-Corruption Commission - a Model**

By

Fatima Altit

Supervisor

Dr. Abd Kareem Sarhan

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master in Public Relations Faculty of Graduate Studies,
An-Najah National University, Nablus- Palestine.**

2021

The Ability of Public Relations in Government Institutions to Enhance Transparency Anti-Corruption Commission - a Model

By

Fatima Altit

Supervisor

Dr. Abd Kareem Sarhan

Abstract

The study aimed to identify the capacity of public relations among government institutions to promote transparency "Anti-Corruption Authority, and identify the impact of different variables: (gender, scientific qualification, age, and the function) in the ability of public relations with government institutions to enhance transparency" Anti-Corruption Authority - Model, as the study aimed at identifying the challenges of public relations with government institutions to enhance transparency "Anti-Corruption Authority, and to achieve the objectives of the study, the researcher used the synthesis method between the descriptive curriculum and the qualitative methodology: the quality and quantity: the corresponding And took, where the study community () is a citizen, and () an employee, and the sample size (385), (385) and (77) employees, as well as 8 public relations staff and 3 heads of departments in the Anti-Corruption Commission, and has been statistically analyzed using a program The statistical packet for social science (SPSS), has shown the results of the quantitative study tool after analysis and interpretation of data, in addition to 8 public relations staff and 3 heads of departments in the Anti-Persons Authority, The results showed that public relations with government institutions promote transparency "Anti-Corruption Authority -

a major model, and the results of the study showed that the Department of Public Relations in the Anti-Corruption Authority has been able to promote transparency from the point of view of workers through a large public opinion and showed Results The lack of statistically significant differences between the averages of staff responses are attributed to variables: scientific qualifications, province, and statistically significant differences are attributable to sex variable, and female favor, as well as statistical differences in age, and the beneficent of younger, and the results showed the challenges of relationships The public institutions in promoting transparency "in the Anti-Corruption Commission is great, and the researcher recommended awareness of public relations in public institutions in general and the anti-corruption body in particular., Youth education and educating issues of corruption and their awareness through activities in institutions and the need to grant a department Public Relations in Public Institutions, and the Anti-Corruption Authority in particular broader powers in their activities.