

المبحث الثالث

العلاقات العامة ومكافحة الفساد الاداري

أولاً: العلاقات العامة ومكافحة الفساد الاداري

ان للعلاقات العامة في هيئه النزاهة العامة اهدافا ترمي الى تحقيقها عن طريق نشاطها الاتصالي والاعلامي، وتجسد تلك الاهداف بطبيعته الحال الاهداف العامة للهيئة لضمان تواصلها مع مختلف فئات الجمهور ولحسب اكبر عدد من الافراد الذين يساهمون في تحقيق هذه الاهداف، فعن طريق وسائل الاتصال والاعلام يمكن نشر قيم النزاهة والشفافية وبث الروح الوطنية بين الموظفين الاداريين، كما يمكن توعية افراد المجتمع بخطورة وابعاد ظاهرة الفساد الاداري لتشجيعهم على التبليغ عن مواطن هذه الظاهرة واشراكهم في عملية محاربتها، وفي الوقت ذاته يمكن ان تكون وسائل الاعلام رقيباً على اداء مؤسسات الدولة بشكل عام وبما يحقق اهداف الهيئة في الكشف عن الفساد الاداري فيها واهداف المجتمع بشكل عام.

وكشفت نتائج الدراسة عن درجة اهمية كل هدف من الاهداف المقترحة والتي تسعى ادارة العلاقات العامة في هيئة النزاهة الى تحقيقها عند ممارسة نشاطها، فقد اجاب (٧٠) من المبحوثين وبنسبة (٨٤.٣%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في كسب ثقة المواطنين بالهيئة مهم جداً، وأشار (١٠) من المبحوثين وبنسبة (١٢%) الى انه هدف مهم، وأشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه هدف متوسط الاهمية بينما أشار مبحوث واحد وبنسبة (١.٢%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٦٥) من المبحوثين وبنسبة (٧٨.١%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في اعداد رأي عام مضاد للفساد الاداري مهم جداً، وأشار (١٤) من المبحوثين وبنسبة (١٦.٩%) الى انه هدف مهم، وأشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه متوسط الاهمية، وايضاً أشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٦٩) من المبحوثين وبنسبة (٨٢.١%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تشجيع الرأي العام على التبليغ عن حالات الفساد الاداري مهم جداً. وأشار (١٠) من المبحوثين وبنسبة (١٢%) الى انه هدف مهم. وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار مبحوث واحد وبنسبة (١.٢%) الى ان هدف غير مهم.

وأشار (٧٢) من المبحوثين وبنسبة (٨٦.٨%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في السعي الى ايجاد ثقافة عامة للنزاهة ومحاربة الفساد الاداري مهم جداً. وأشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٦%) الى انه هدف مهم، وأشار (٣) من

المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار مبحوث واحد وبنسبة (١.٢%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٦٣) من المبحوثين وبنسبة (٧٥.٩%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تنمية اخلاقيات الوظيفة العامة لدى الموظفين مهم جداً، وأشار (١٦) من المبحوثين وبنسبة (١٩.٣%) الى انه مهم، وأشار مبحوث واحد وبنسبة (١.٢%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٦٣) من المبحوثين وبنسبة (٧٥.٩%) الى انه هدف ادارة العلاقات العامة في توعية الرأي العام بخطورة ونتاجات الفساد الاداري مهم جداً، وأشار (١٦) من المبحوثين وبنسبة (١٩.٣%) الى انه مهم، وأشار مبحوث واحد وبنسبة (١.٢%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٨) من المبحوثين وبنسبة (٦٩.٩%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تحصين الموظفين الجدد من ثقافة الفساد مهم جداً. وأشار (١٨) من المبحوثين وبنسبة (٢١.٧%) الى انه هدف مهم، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (٤.٨%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٦٠) من المبحوثين وبنسبة (٧٢.٣%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في بث الروح الوطنية والقيم النبيلة بين الموظفين في المؤسسات الحكومية مهم جداً. وأشار (١٦) من المبحوثين وبنسبة (١٩.٣%) الى انه هدف مهم، وأشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٤٩) من المبحوثين وبنسبة (٥٩.١%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تصحيح الافكار الخاطئة عند الجمهور حول الفساد الاداري مهم جداً، وأشار (٢٧) من المبحوثين وبنسبة (٣٢.٥%) الى انه هدف مهم، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (٤.٨%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٨) من المبحوثين وبنسبة (٦٩.٩%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في نشر الوعي القانوني الخاص باحكام جرائم المفسدين مهم جداً، وأشار (٢٠) من المبحوثين وبنسبة (٢٤.١%) الى ان هدف مهم، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٥) من المبحوثين وبنسبة (٦٦.٣%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في نشر قيم الشفافية في مؤسسات الدولة لضمان حقوق المواطنين من الاستلاب مهم جداً، وأشار (٢٠) من المبحوثين وبنسبة (٢٤.١%) الى انه مهم، وأشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٩) من المبحوثين وبنسبة (٧١.١%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في دعم استقلالية الهيئة وحياديتها وتعزيز قوتها لدى الرأي العام مهم جداً، وأشار (١٥) من المبحوثين وبنسبة (١٨.١%) الى انه هدف مهم، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٦) من المبحوثين وبنسبة (٧.٦%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٥) من المبحوثين وبنسبة (٦٦.٣%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تعديل ثقافة المجتمع العراقي حول الفساد الاداري مهم جداً، وأشار (١٧) من المبحوثين وبنسبة (٢٠.٥%) الى انه مهم، وأشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٦%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار (٦) من المبحوثين وبنسبة (٧.٢%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٨) من المبحوثين وبنسبة (٦٩.٩%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في اقامة اتفاقيات عربية وعالمية لمكافحة الفساد الاداري مهم جداً، وأشار (١٧) من المبحوثين وبنسبة (٢٠.٥%) الى انه هدف وأشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (٤.٨%) الى انه هدف متوسط الاهمية، ، بينما أشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (٤.٨%) الى انه هدف غير مهم.

وأشار (٥٩) من المبحوثين وبنسبة (٧١.١%) الى ان هدف ادارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للهيئة لدى الجمهور مهم جداً، وأشار (١٨) من المبحوثين وبنسبة (٢١.٧%) الى انه هدف مهم، وأشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (٤.٨%) الى انه هدف متوسط الاهمية، بينما أشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى انه هدف غير مهم.

وظهرت قيمة مربع كاي المحسوبة (٣٨) في حين بلغت قيمتها الجدولية (٥٨.١) عدد درجة حرية (٤٢) ومستوى ثقة (٩٥%)
.. قيمة كاي المحسوبة > من قيمة كاي الجدولية

.. لا يوجد فرق معنوي في أهمية الاهداف التي تسعى ادارة العلاقات العامة الى تحقيقها عند ممارسة نشاطها، مما يشير الى وجود درجة عالية من الوعي بالاهمية لدى المبحوثين حول الاهداف التي تسعى ادارة العلاقات العامة الى تحقيقها. انظر جدول-٣٠-

جدول- ٣٠- يبين اجابات المبحوثين بشأن درجة اهمية الاهداف التي تسعى ادارة العلاقات العامة الى تحقيقها عند ممارسة نشاطها

ت	الاهداف	مهم جدا		مهم		متوسط الاهمية		غير مهم		المجموع
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١	كسب ثقة المواطنين بالهيئة	٧٠	%٨٤.٣	١٠	%١٢	٢	%٢.٤	١	%١.٢	٨٣
٢	اعداد رأي عام مضاد للفساد الاداري	٦٥	%٧٨.١	١٤	%١٦.٩	٢	%٢.٤	٢	%٢.٤	٨٣
٣	تشجيع الرأي العام على التبليغ عن حالات الفساد الاداري	٦٩	%٨٣.١	١٠	%١٢	٣	%٣.٦	١	%١.٢	٨٣
٤	السعي الى ايجاد ثقافة عامة للنزاهة ومحاربة الفساد الاداري	٧٢	%٨٦.٨	٥	%٦	٣	%٣.٦	٣	%٣.٦	٨٣
٥	تنمية اخلاقيات الوظيفة العامة لدى الموظفين	٦٣	%٧٥.٩	١٦	%١٩.٣	٢	%٢.٤	٢	%٢.٤	٨٣
٦	توعية الجمهور وخطورة ونتاجات الفساد الاداري	٦٣	%٧٥.٩	١٦	%١٩.٣	١	%١.٢	٣	%٣.٦	٨٣
٧	تحسين الموظفين الجدد من ثقافة الفساد	٥٨	%٦٩.٩	١٨	%٢١.٧	٣	%٣.٦	٤	%٤.٨	٨٣
٨	نشر الروح الوطنية والقيم النبيلة بين الموظفين في المؤسسات الحكومية	٦٠	%٧٢.٣	١٦	%١٩.٣	٥	%٦	٢	%٢.٤	٨٣
٩	تصحيح الافكار الخاطئة عند الجمهور حول الفساد الاداري	٤٩	%٥٩.١	٢٧	%٣٢.٥	٣	%٣.٦	٤	%٤.٨	٨٣
١٠	نشر الوعي القانوني الخاص باحكام جرائم المفسدين	٥٨	%٦٩.٩	٢٠	%٢٤.١	٣	%٣.٦	٢	%٢.٤	٨٣
١١	نشر قيم الشفافية في مؤسسات الدولة لضمان حقوق المواطنين من الاستلاب	٥٥	%٦٦.٣	٢٠	%٢٤.١	٥	%٦	٣	%٣.٦	٨٣
١٢	دعم استقلالية الهيئة وحدايتها وتعزيز قوتها لدى الرأي العام	٥٩	%٧١.١	١٥	%١٨.١	٣	%٣.٦	٦	%٧.٦	٨٣
١٣	تعديل ر ثقافة المجتمع حول الفساد الاداري	٥٥	%٦٦.٣	١٧	%٢٠.٥	٥	%٦	٦	%٧.٢	٨٣
١٤	اقامة اتفاقيات عربية وعالمية لمكافحة الفساد الاداري	٥٨	%٦٩.٩	١٧	%٢٠.٥	٤	%٤.٨	٤	%٤.٨	٨٣
١٥	تحسين الصورة الذهنية للهيئة لدى الجمهور	٥٩	%٧١.١	١٨	%٢١.٧	٤	%٤.٨	٢	%٢.٤	٨٣
١٦	المجموع	٩١٣	%٧٣.٣	٢٣٩	%١٩.٢	٤٨	%٣.٩	٤٥	%٣.٦	١٢٤٥

أما عن مدى استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام كمصدر للكشف عن اشكال الفساد الاداري في مؤسسات الدولة، فقد أشار (٦٧) من المبحوثين وبنسبة (٨٠.٧%) الى انها تستعمل الوسائل الاعلامية وبصفة دائمة، وأشار (١٣) من المبحوثين وبنسبة (١٥.٧%) الى انها تستعمل الوسائل الاعلامية اكثر الاحيان، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى انها تستعمل الوسائل الاعلامية نادرا، بينما لم يشر اي مبحوث انها لاتستعمل الوسائل الاعلامية لكشف الفساد الاداري، وهذا يشير الى استعمال ادارة العلاقات العامة للوسائل الاعلامية للكشف عن اشكال الفساد الاداري في مؤسسات ودوائر الدولة وبصفة دائمة. انظر جدول- ٣١ -

جدول- ٣١ - يبين اجابات المبحوثين بشأن مدى استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام كمصدر للكشف عن الفساد الاداري في مؤسسات ودوائر الدولة

الاجابة	التكرار	%
تستعمل دائما	٦٧	٨٠.٧
اكثر الاحيان	١٣	١٥.٧
نادرا	٣	٣.٦
لا تستعمل	-	-
المجموع	٨٣	١٠٠%

أما عن درجة اهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام كمصدر لكشف اشكال الفساد الاداري فقد أشار (٦٦) من المبحوثين وبنسبة (٧٩.٥%) الى ان درجة اهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام كمصدر لكشف اشكال الفساد الاداري مهم جدا، وأشار (١٤) من المبحوثين وبنسبة (١٦.٩%) الى انه مهم، وأشار (٣) من المبحوثين وبنسبة (٣.٦%) الى ان استعمالها متوسط الاهمية، بينما لم يشر اي مبحوث الى قليل الاهمية او غير مهم. مما يؤشر ان لدى المبحوثين درجة عالية من الوعي باهمية استعمال الوسائل الاعلامية المختلفة للكشف عن اشكال الفساد الاداري. انظر جدول- ٣٢ -

جدول- ٣٢ - يبين اجابات المبحوثين بشأن درجة اهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام كمصدر من مصادر الكشف عن الفساد الاداري

الاجابة	التكرار	%
مهم جدا	٦٦	٧٩.٥
مهم	١٤	١٦.٩
متوسطة الاهمية	٣	٣.٦
قليل الاهمية	-	-
غير مهم	-	-
المجموع	٨٣	١٠٠%

أما عن مدى متابعة العاملين في ادارة العلاقات العامة لسير قضايا الفساد الاداري في عمل الهيئة، فقد أشار (٤٧) من المبحوثين وبنسبة (٥٦.٦%) الى انهم يتابعونها وبصفة دائمة، وأشار (٢١) من المبحوثين وبنسبة (٢٥.٣%) الى انهم يتابعونها اكثر الاحيان وأشار (١٣) من المبحوثين وبنسبة (١٥.٧%) الى انهم يتابعونها نادرا، بينما أشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى عدم متابعتها نهائيا. انظر جدول-٣٣-

جدول-٣٣- يبين اجابات المبحوثين بشأن مدى متابعة العاملين في ادارة العلاقات العامة لسير قضايا الفساد الاداري في هيئة النزاهة

الاجابة	التكرار	%
تتابع دائما	٤٧	٥٦.6
اكثر الاحيان	٢١	٢٥.3
نادرا	١٣	١٥.7
لا تتابع	٢	٢.4
المجموع	٨٣	١٠٠%

أما عن فائدة نشر اسماء المفسدين الذي صدرت ضدهم احكام قانونية كرادع للموظفين الجدد والآخرين، فقد أشار (٤٧) من المبحوثين وبنسبة (٥٦.٦%) الى ان ذلك مفيد جدا، وأشار (٢٤) من المبحوثين وبنسبة (٢٨.٩%) الى انه مفيد، وأشار (٢) من المبحوثين وبنسبة (٢.٤%) الى انه متوسط الفائدة، وأشار (٨) من المبحوثين وبنسبة (٩.٦%) الى انه قليل الفائدة، بينما أشار (٢) من المبحوثين وبنسبة (٢.٤%) الى انه غير مفيد، وتدل هذه النتائج على وجود وعي عالٍ لدى المبحوثين بفائدة نشر وسائل الاعلام لاسماء المفسدين كرادع للموظفين الجدد والذين قد تسنح لهم الفرصة للتعامل بقضايا الفساد الاداري. انظر جدول-٣٤-

جدول-٣٤- يبين اجابات المبحوثين بشأن درجة فائدة استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام في نشر اسماء المفسدين الذين صدرت ضدهم احكام كرادع للموظفين الجدد والآخرين

الاجابة	التكرار	%
مفيد جدا	٤٧	٥٦.6
مفيد	٢٤	٢٨.9
متوسط الفائدة	٢	٢.4
قليل الفائدة	٨	٩.6
غير مفيد	٢	٢.4
المجموع	٨٣	١٠٠%

أما عن درجة أهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام للتوعية بمخاطر وابعاد الفساد الاداري، فقد أشار (٧١) من المبحوثين وبنسبة (٨٥.٥%) الى

ان ذلك مهم جداً، وأشار (١٢) من المبحوثين وبنسبة (١٤.٥%) الى ان ذلك مهم. بينما لم يشر اي أحد من المبحوثين الى ان ذلك متوسط الاهمية او قليل الاهمية او غير مهم. مما يشير الى وجود وعي عالٍ لدى المبحوثين باهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام للتوعية بمخاطر وابعاد الفساد الاداري. انظر جدول- ٣٥-

جدول- ٣٥- يبين اجابات المبحوثين بشأن درجة أهمية استعمال ادارة العلاقات العامة لوسائل الاعلام للتوعية بمخاطر وابعاد الفساد الاداري

الاجابة	التكرار	%
مهم جداً	٧١	٨٥.5
مهم	١٢	١٤.5
متوسط الاهمية	-	-
قليل الاهمية	-	-
غير مهم	-	-
المجموع	٨٣	١٠٠%

ثانياً: علاقة الادارة العليا بنشاط ادارة العلاقات العامة

تتحدد مكانة ادارة العلاقات العامة في اية مؤسسة بمدى اقتناع الادارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها بضرورة تهيئة الظروف للممارسة الفعلية لها عن طريق جميع العاملين فيها من ناحية مع وجود ادارة متخصصة لقيادة هذا العمل من ناحية اخرى، ولذلك ترتفع مكانة المسؤول عن ممارسة هذا النشاط في كثير من المؤسسات التي تعترف بدور العلاقات العامة ومسؤوليتها الى مستوى الادارة العليا، فتشارك في اتخاذ القرارات مما يتيح لها التطبيق المباشر لمبادئ العلاقات العامة للتوفيق بين مصالح المؤسسة ومصالح الجماهير ووضع السياسات والخطط المؤدية الى تحقيق اهداف المؤسسة في القضاء على الفساد الاداري ولتحسين صورة المؤسسة في اذهان الجماهير.

وكشفت نتائج الدراسة ان (٧٢) من المبحوثين وبنسبة (٦٨.٧%) أشاروا الى قيام الادارة العليا بتقديم الدعم والتأييد لادارة العلاقات العامة من اجل مكافحة الفساد الاداري، بينما أشار (١١) من المبحوثين وبنسبة (١٣.٣%) الى عدم قيام الادارة العليا بتقديم الدعم والتأييد لادارة العلاقات العامة من اجل مكافحة الفساد الاداري. انظر جدول- ٣٦-

جدول- ٣٦- يبين اجابات المبحوثين بشأن تقديم الادارة العليا الدعم والتأييد لادارة العلاقات العامة في مكافحة الفساد الاداري

الاجابة	التكرار	%
تدعم وتؤيد	٧٢	٨٦.7
لا تدعم ولا تؤيد	١١	١٣.3
المجموع	٨٣	١٠٠%

أما عن أسباب عدم تقديم الادارة العليا الدعم والتأييد لادارة العلاقات العامة من اجل مكافحة الفساد الاداري فقد كانت الاجابة وحسب الاهمية كالآتي:

أشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٤٥,4%) الى عدم فهم الادارة العليا لدور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها، وأشار (٤) من المبحوثين وبنسبة (3٣,٦%) الى توزيع اختصاصات العلاقات العامة على ادارات اخرى في الهيئة، وأشار (٢) من المبحوثين وبنسبة (١٨,١%) الى ضعف وخلل في اداء وعمل ادارة العلاقات العامة في الهيئة، ولم يشر اي مبحوث الى ان العلاقات العامة ليس لها دور في مكافحة الفساد الاداري. انظر جدول-٣٧-

جدول- ٣٧- يبين اسباب عدم تقديم الادارة العليا الدعم والتأييد لنشاط العلاقات العامة في مكافحة الفساد الاداري

الاجابة	التكرار	%
عدم فهم الادارة العليا لدور العلاقات العامة في تحقيق اهدافها	٥	٤٥,4
ضعف او خلل في اداء وعمل ادارة العلاقات العامة في الهيئة	٢	١٨.1
العلاقات العامة ليس لها دور في مكافحة الفساد الاداري	٠	٠
توزيع اختصاصات العلاقات العامة على ادارات اخرى في الهيئة	٤	٣٦.3
المجموع	١١	١٠٠%

أما عن وجود تداخل بين أنشطة ادارة العلاقات العامة وأنشطة ادارات اخرى داخل الهيئة، فقد أشار (٧٥) من المبحوثين وبنسبة (٩٠.٤%) الى وجود تداخل بين أنشطة ادارة العلاقات العامة وادارات اخرى، بينما أشار (٨) من المبحوثين وبنسبة (٩.٦%) الى عدم وجود اي تداخل. انظر جدول- ٣٨-

جدول- ٣٨- يبين اجابات المبحوثين بشأن وجود تداخل بين أنشطة ادارة العلاقات العامة وادارات اخرى داخل الهيئة

الاجابة	التكرار	%
يوجد تداخل	٧٥	٩٠.4
لا يوجد تداخل	٨	٩.6
المجموع	٨٣	١٠٠%

وعن أسباب هذا التداخل فقد أشار (٣٣) من المبحوثين وبنسبة (٣٩.٧%) الى وجود دائرتين تمارسان نشاط العلاقات العامة في الهيئة، وأشار (٥) من المبحوثين وبنسبة (٦%) الى عدم وجود فهم كاف لدور العلاقات العامة في الهيئة، وأشار (١٤) من المبحوثين وبنسبة (١٦.٨%) الى تعدد جمهور الهيئة، بينما أشار (١١) من المبحوثين وبنسبة (١٣.٢%) الى عدم معرفة بعض الدوائر حدود عملها، وأشار مبحوثان وبنسبة (٢.٤%) الى عدم وجود ملاكات متخصصة في مجال العلاقات العامة، وتدل هذه الاسباب على انها واقعية وحقيقية للتداخل الذي يحصل بين ادارة العلاقات العامة وادارات اخرى داخل الهيئة.

أما عن معوقات عمل ادارة العلاقات العامة في الهيئة فقد كانت الاجابة وحسب الاهمية كالآتي:

أشار (٦٠) من المبحوثين وبنسبة (٣٥,9%) الى عدم توحيد جهود العلاقات العامة في الهيئة، وأشار (٥٥) من المبحوثين وبنسبة (٣٢,9%) الى عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة للقيادات العليا في الهيئة، وأشار (٢٢) من المبحوثين وبنسبة (١٣.٣%) الى قلة التخصيصات المالية، بينما أشار (٢١) من المبحوثين وبنسبة (١٢,5%) الى وجود تداخل مع ادارات اخرى في الهيئة، بينما أشار (٩) من المبحوثين وبنسبة (٥,3%) الى عدم توفر الكوادر المتخصصة في العلاقات العامة. انظر جدول- ٣٩-

جدول- ٣٩- يبين اجابات المبحوثين حول معوقات عمل ادارة العلاقات العامة في هيئة النزاهة

الاجابة	التكرار	%
قلة التخصيصات المالية	٢٢	١٣.3
عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة	٥٥	٣٢.9
وجود تداخل مع ادارات اخرى	٢١	١٢.5
عدم توحيد جهود ع.ع. في الهيئة	٦٠	٣٥.9
عدم توفر الكوادر المتخصصة في العلاقات العامة	٩	٥.3
المجموع	١٦٧	١٠٠%

أما عن المقترحات والمعالجات لتطوير عمل ادارة العلاقات العامة من اجل مكافحة الفساد الاداري فقد أشار (١٧) من المبحوثين وبنسبة (١٤.١%) الى انهم يقترحون توحيد جهود العلاقات العامة في ادارة واحدة داخل الهيئة من اجل مكافحة الفساد الاداري، وأشار (١٥) من المبحوثين وبنسبة (١٢.٤%) الى انهم يقترحون زيادة التخصيصات المالية لادارة العلاقات العامة من اجل القيام بالانشطة الاتصالية والاعلامية بشكل مستمر والتي تصب في مجال مكافحة ظاهرة الفساد الاداري، وأشار (١٤) من المبحوثين وبنسبة (١١.٦%) الى انهم يقترحون توضيح مفهوم ودور العلاقات العامة للادارة العليا في الهيئة لتطوير عمل العلاقات العامة، وأشار

(١٢) من المبحوثين وبنسبة (٩.٩%) الى انهم يقترحون زيادة الدورات التدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة من اجل مكافحة الفساد الاداري، وأشار (٨) من المبحوثين وبنسبة (٦.٦%) الى انهم يقترحون رفد الهيئة بالخبرات التخصصية في العلاقات العامة، وأشار (٨) من المبحوثين وبنسبة (٦.٦%) الى انهم يقترحون توفير الثقة الكاملة لاهمية جهود العلاقات العامة في مكافحة الفساد الاداري.