

نحو استراتيجية علمية مقترحة

لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة

د. ربا قحطان احمد الحمداني

كلية الاعلام - جامعة بغداد

أولاً: منهجية البحث:

1- مشكلة البحث :

تتناول هذه الدراسة معرفة نشاطات العلاقات العامة في هيئة النزاهة لعام ٢٠٠٧، ومعرفة مضامين هذه النشاطات، ومعرفة مضامين الإعلانات التي نشرتها، وهل مضامين الإعلانات كانت مقنعة، وهل استخدمت الصور الصحفية في هذه الإعلانات، كذلك هل استخدمت الرموز والشعارات. وما اللغة والكلمات التي كانت تخاطب بها المتلقي. وما المشاعر التي تثيرها مضامين الإعلانات.

2- أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

أ- ما نشاطات العلاقات العامة التي تقوم بها هيئة النزاهة؟

ب- هل مضامين الإعلانات التي تنشرها الهيئة مقنعة للمتلقي؟

ج- هل استطاعت هيئة النزاهة إيصال رسالتها إلى الجمهور؟

3- منهج البحث وإجراءاته :

بعد هذا البحث من البحوث الوصفية، إذ إن الدراسات الوصفية تهدف إلى تسجيل وصفي للحقائق بإتباع المنهج العلمي، أي أنها تعرض خصائص ما بطريقة موضوعية ودقيقة (١). واستخدمت الباحثة المنهج المسحي الذي يعد الشكل الرئيسي لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي.

وتم استخدام الحصر الشامل لمجتمع البحث، إذ جمعت الباحثة جميع نشاطات العلاقات العامة لهيئة النزاهة لعام ٢٠٠٧، واستخدمت الباحثة تحليل المضمون في دراسة الاعلانات التي نشرتها هيئة النزاهة ودراسة المجلة التي اصدرتها، وبما ان فئات التصنيف في اسلوب تحليل المضمون لا تكون

دائماً محددة، لذلك يضطر الباحث إلى تحديدها بنفسه بحسب المشكلة التي يحاول دراستها، وابعادها الهامة له (٢). إذ إن الأسلوب الشائع لتحليل المضمون أيا كان هدفه أو مستواه يتمثل في إيجاد عدد من الفئات التصنيفية التي إما أن تكون محددة في دراسات مماثلة أو يقوم الباحث نفسه بإيجادها وتحديدها، ومن ثم القيام باستعراض النص وتحليله في ضوء تلك الفئات، ودرجة التكرار في حالة كل منها (٣). لذلك استخدمت الباحثة التصنيفات التي تسهم في الإجابة عن تساؤلات البحث موضع الدراسة، وهي معرفة نشاطات العلاقات العامة، ومضامين الإعلانات، واستخدامها للصور والرموز والشعارات، ومعرفة اللغة والكلمات التي كانت تخاطب بها المتلقي، ومعرفة ماهية المشاعر التي تنبثها هذه الإعلانات.

وبعد دراسة وتحليل نشاطات العلاقات العامة، ومضامين الإعلانات قدمت الباحثة استراتيجية علمية لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة.

ثانياً: نشاطات العلاقات العامة في هيئة النزاهة

1- اصدار كتيبات:

أ- اصدرت كتيباً خاصاً بالامر ٥٥، الذي يتضمن تشكيل مفوضية النزاهة العامة، ويقع في ٢٨ صفحة من القطع المتوسط، وتضمن الغلاف الاول رمز المفوضية، فيما تضمن الغلاف الاخير، ارقام هواتف المفوضية، والبريد الالكتروني، وموقع المفوضية على شبكة الانترنت.

ب- اصدرت كتيباً خاصاً بالامر ٥٧، يتضمن عمل المفتشين العموميين العراقيين، ويقع في ٢٠ صفحة، وتضمن الغلاف الاول رمز المفوضية، فيما تضمن الغلاف الاخير صورة لمسألة حمورابي، فضلاً عن ارقام هواتف المفوضية، والبريد الالكتروني، وموقع المفوضية على شبكة الانترنت.

ان اصدار هذين الكتيبين هو تنقيف باتجاه الامر ٥٥، ٥٧، والكتيب بحجم مناسب.

2- النشرة:

اصدرت هيئة النزاهة نشرة دورية بعنوان (النزاهة)، وقد اصدرت ٥ أعداد لغاية ٢٠٠٧، بـ ١٢ صفحة ملونة.

وتضمنت النشرة اخبار رئيس هيئة النزاهة واخبار متفرقة وافتتاحية في الصفحتين ١- ٢. فيما تضمنت الصفحتان ٣- ٤ الاخبار المتعلقة بالقضايا التي احوالتها هيئة النزاهة إلى المحاكم المختصة، وتضمن الصفحة الخامسة اخبار الهيئات التحقيقية للنزاهة، والصفحة السادسة ثقافة قانونية، وتناولت الصفحة السابعة اخبار فروع النزاهة في المحافظات، وتناولت الصفحة الثامنة نشاطات واخبار هيئة

النزاهة، والصفحة التاسعة تضمنت مقابلات مع احد المسؤولين في الهيئة والصفحة العاشرة تضم (حكايات يرويها اصحابها) ، واختصت الصفحة العاشرة بالسيرة الذاتية لاحد شهداء هيئة النزاهة ، وكانت الصفحة الاخيرة تشمل اخبار متنوعة . وعن طريق هذا الاستعراض يتبين لنا ما يلي :

1- تسهم الصفحات ٣، ٤، ٥ في بناء الثقة بين المواطن والهيئة، حيث انها تعطي معلومات للقارئ عن جهود الهيئة في محاربة الفساد بكافة اشكاله، خاصة وان بعض الاخبار تتضمن الحكم على الموظفين الذين ثبت ممارستهم الفساد، ومدة الحكم، مما يخلق الثقة والاطمئنان لدى القارئ.

2- الصفحة السادسة تتكيف للقارئ بمسائل قانونية حول الفساد.

3- التعريف بشهداء منتسبي هيئة النزاهة يعطي انطباعاً بمدى جدية الموظفين في الهيئة من اجل محاربة الفساد إلى حد قيام جهات معينة بقتلهم. وهذا يخلق ويعزز الثقة بين القارئ والهيئة.

4- ان عدد صفحات النشرة التي تسعى إلى بناء الثقة بين المواطن والهيئة بلغت ٥ صفحات ، أي نصف النشرة.

3- المجالات:

اصدرت الهيئة مجلة بعنوان (الجيل الان) واصدرت ٥ أعداد ب ٤٢ صفحة وكانت تصنيف

الصفحات كما يلي:

جدول رقم (١) محتوى صفحات مجلة (الجيل الان)

ت	عنوان الصفحة	عدد الصفحات	
١	الاغنية	٤	٩,٥٢%
٢	واحة نزاهة	٥	١١,٩٠%
٣	واحة علوم	٧	١٦,٦٦%
٤	واحة ثقافة	٨	١٩,٠٥%
٥	واحة شخصيات	٣	٧,٠١%
٦	واحة شعر	٥	١١,٩٠%
٧	قرأت لك	٢	٤,٧٦%
٨	واحة فنون	٤	٩,٥٢%
٩	واحة رياضة	٢	٤,٧٦%
١٠	تسلية	٢	٤,٧٦%
	المجموع	٤٢	

ويتبين من الجدول رقم (١) ان مواضيع المجلة كانت تغطي اهتمامات الطلبة وقضايا مختلفة بدءاً من الثقافة والعلوم ، والنزاهة والشعر والفنون، والشخصيات المميزة، والرياضة والتسلية وقرأت

لك.

وقد احتلت الصفحات الخاصة عن النزاهة ١١,٩٠% من صفحات المجلة ، وهذا يجعل مواد المجلة مقنعة لتتوَعها . ولأن المواد الخاصة بالنزاهة لاتأخذ حيزاً كبيراً من صفحات المجلة.

4- الفولدرات:

اصدرت الهيئة فولدرات وهي:

1- تضمن الفولدر الاول التعريف بمفوضية النزاهة(*) العامة ، وهو تعريف مبسط بالمفوضية ومهامها، وآليات عملها.

وحملت الصفحة الاولى رمز المفوضية فقط دون وجود لشعار، ويد انسان وهي تضغط باصبع واحد على نقطة ضوء تشع على شكل دوائر متوالية، وتضمنت الصفحة الاخيرة من الفولدر صورة لمسلة حمورابي، في اشارة إلى العدالة والقوانين. اما دلالة الاصبع فهو يشير إلى ان الانسان يستطيع ان يغير الاشياء فيما اذا بدأ بخطوة اولى صحيحة.

2- حمل عنوان الفولدر الثاني (استغلال الوظيفة العامة) وفيه تعريف ومفهوم (الوظيفة العامة) ، وتعريف (الموظف) ، وتعريف (جريمة استغلال الوظيفة العامة)، والجرائم المنصوية تحت مفهوم استغلال الوظيفة العامة ، والعقوبات والتعديلات ، فضلا عن الاساليب الوقائية وخاتمة. وتضمنت الصفحة الاخيرة خارطة للعراق، وفيها فروع هيئة النزاهة في الجنوب، وبابل ونيوى وبغداد. وامام كل فرع هواتف، وعناوين البريد الالكتروني الخاصة بالفرع.

3- وتناول الفولدر الثالث مفهوم (غسل الاموال) ، وتعريفه، ومصادر الاموال غير المشروعة، كما تناول (الفساد وغسيل الاموال)، ومراحل غسل الاموال ، فضلا عن الآثار السلبية لظاهرة غسل الاموال، وتضمنت الصفحتان الاخيرتان فروع هيئة النزاهة الاربعة (بغداد، الجنوب، بابل، نيوى).

وبجانب كل فرع صورة ترمز اليها، فصورة جامعة بغداد ترمز إلى بغداد، والنخلة تشير إلى فرع البصرة، وآثار (اسد بابل) تشير إلى فرع بابل، والنور الممنح ترمز إلى فرع نيوى. والصفحة متداخلة مع الصفحة قبل الاخيرة والتي تضمنت صورة باللونين الاسود والابيض لمبنى (هيئة النزاهة العامة) يرتفع بجانبها علم العراق.

4- تضمن الفولدر الرابع الذي حمل عنوان (الاعلام وأثره على المجتمع) تعريف الاعلام، ونبذة عن وسائل الاعلام، والرسالة الاعلامية، وتعريف الاعلام التربوي، واهدافه، والاعلام والتربية، وتضمنت الصفحة الاخيرة من الفولدر شعار (من اجل عراق جديد خال من الفساد المالي والاداري) وفيه اربع صور تشير ايضاً إلى فروع الهيئة الاربعة فضلا عن ارقام هواتف ارضية، وارقام الجهاز

النقال مع البريد الالكتروني لكل فرع. وهناك طلب في اسفل الصفحة الاخيرة من الفولدر موجه إلى الجمهور يطلب فيه اراء ومقترحات القراء حول الهيئة مع بريد الكتروني خاص بذلك . لقد قدمت الفولدرات موجزاً من اهم المفاهيم التي ترتبط بالنزاهة، وهي تتقيف باتجاه هذه المفاهيم. فضلاً عن تقديم ارقام الهواتف الخاصة بالهيئة إلى الجمهور للاتصال بها والتبليغ عن اية حالات فساد.

وتتميز الفولدرات بسهولة تقديمها إلى الجمهور لصغر حجمها ، وخاصية الاحتفاظ بها طويلاً لأنها من ورقة سميكة جداً.

5- الاعلانات:

اعدت الهيئة (١٢) اعلاناً، وتم توزيع هذه الاعلانات على شكل بوسنترات بحجم ٦٦سم×٢٢سم. ووزعت على كل وزارات الدولة ليتم لصقها في الغرف والعمارات في الوزارات. كذلك تم تنفيذ تقويم منضدي تضمن هذه الاعلانات موزعة على (١٢) شهراً. وتم توزيعها ايضاً على مؤسسات ووزارات الدولة المختلفة .

تحليل مضمون الاعلانات:

جدول رقم (٢) الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

التسلسل	الكلمات	عدد التكرارات
١	الفساد	٧
٢	فعل امر	٤
٣	لا	٣
٤	الرشوة	٢

تضمنت الاعلانات (٧) مرات كلمة (الفساد) اذ جاء في مضمون الاعلانات (لاتلطح يدك بظلام الفساد) و (لا للرشوة والفساد) و (يدا بيد لنحارب الفساد) و(الفساد والارهاب وجهان لعملة واحدة). تضمنت الاعلانات استخدام فعل امر لـ (٤) مرات، اذ جاء في نصوص الاعلانات (احذر الرشوة) و(احذر الفساد) و(سلح نفسك). كما تضمنت الاعلانات استخدام (لا) (٣) مرات، مثل (لا للفساد) و (لا للرشوة والفساد) و (لا تلطح يدك بظلام الفساد).

كذلك تم استخدام كلمة (الرشوة) مرتين في الاعلانات كما في (لا للرشوة والفساد) و (احذر الرشوة).

جدول رقم (٣) اعداد الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

ت	اعداد الكلمات والجمل في الاعلانات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
١	كلمة واحدة	٢	١٦,٦٦%
٢	كلمتان	٦	٥٠%
٣	جمل	٤	٣٣,٣٣%
	المجموع	١٢	١٠٠%

تضمنت (٢) من الاعلانات استخدام كلمة واحدة فقط كما في (الفساد) و (لا للفساد). كما استخدمت (٦) من الاعلانات أي بنسبة ٥٠% كلمتين فقط في المضمون ، اذ جاءت في المضامين (احذر الرشوة) و (عينّة وتشوفك) و (هيئة النزاهة) و (سلم نفسك). استخدمت الجمل في (٤) اعلانات وبنسبة ٣٣,٣٣% من المجموع، اذ ذكرت نصوص الاعلانات (يوم النزاهة نقطة تحول في حياة العراقيين) و (الفساد والارهاب وجهان لعملة واحدة) و (بدا بيد لنحارب الفساد).

جدول رقم (٤) استخدام الصور في الاعلانات

ت	استخدام الصور	عدد التكرارات	النسبة المئوية
١	استخدمت الصور	٦	٥٠%
٢	لم تستخدم الصور	٦	٥٠%
	المجموع	١٢	١٠٠%

استخدمت ٦ اعلانات الصور في مضامينها وبنسبة ٥٠%. إذ تضمنت (٣) اعلانات صوراً ليد انسان و عملات ورقية عراقية وامريكية . وتضمن اعلان آخر صورة (لعين انسان)، وصورة (ليدين تتصافحان)، وصورة تحتوي جرائد متفرقة فيه اشارة إلى النزاهة.

جدول رقم (٥)

الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

التسلسل	الرموز والصور	عدد التكرارات
١	يد انسان	٤
٢	عملات ورقية	٤
٣	لهيب النار	٣
٤	عين انسان	١
٥	كرسي مسؤول	١
٦	جرائد متفرقة	١
٧	نبات اخضر	١
٨	اسلحة	١
٩	اشارة ممنوع	١

استخدمت الاعلانات (يد الانسان) ٤ مرات. في مرتين منها كانت الصورة تشير إلى ارتباط اليد بالرشوة والعملات الورقية (عراقية وامريكية)، ورسم ليد انسان وهي تحترق من جراء الفساد. وصورة ليدنين تتصافحان في اشارة للتعاون من اصل محاربة الفساد. وتضمنت (٤) اعلانات صوراً للعملة الورقية (العراقية والامريكية)، فيما تضمنت (٣) اعلانات رسماً للهب النار وهي تتصاعد. فضلاً عن تضمين الاعلانات لعين انسان، وكرسي مسؤول، وجرائد متفرقة، ونبات اخضر ينمو، واسلحة، واشارة ممنوع، لمدة واحدة في باقي الاعلانات.

الاستنتاجات:

- 1- استخدمت الهيئة في الرمز الخاص بها (خارطة العراق والوان علمه) وهو ما يعني ان الهيئة وطنية، وليست لها اية علاقة بطائفة او ديانة او مذهب، والرمز يخاطب المشاعر الوطنية للمواطن. وهذا ما يجعل تقبل فكرة الهيئة سهلاً وميسراً للمتلقي .
- 2- ويشير شعار الهيئة إلى الجانب الديني باستخدامها آية قرآنية كريمة، وهو جانب مهم في حياة المواطن العراقي، ويبعث على الثقة والاطمئنان.
- 3- ان استخدام كلمة واحدة، او كلمتين ، او جمل قصيرة، امر ايجابي، لايصالها الفكرة باقل

- عدد من الكلمات. وهو ما يبعث على سهولة وصوله إلى عقل المتلقي.
- 4- استخدمت الاعلانات الرموز في ايصالها الفكرة إلى المتلقي، وهو امر ايجابي ايضاً، خاصة انها استخدمت رمزين و (٣) رموز كاقصى حد في الاعلان الواحد.
- 5- كانت الألوان المستخدمة في الاعلانات متناسقة، وهناك تدرج في اللون، مما يجعل العين تستقبل الرسالة بيسر وسهولة.
- 6- ان الصور والرموز والجمل المستخدمة في الاعلانات، لاتكفي لاقناع الموظف الذي يمارس الفساد بالعدول عن ذلك. فلا نتوقع من الموظف الذي يمارس الفساد او ينوي ممارسته ان يتوقف عن فسادده من خلال تلقي رسالة (لا للرشوة والفساد) او (سلح نفسك) او (يدا بيد لنحارب الفساد).
- 7- استخدام فعل الامر (٤) مرات في الاعلانات، غير محبذ في اقناع المتلقي، بل ان فعل الامر يسبب النفور، لانه يأمر المتلقي بفعل معين.
- 8- ان (٦) من الاعلانات استخدمت رموزاً تشير إلى الفساد والرشوة، وهو ما يثير مشاعر سلبية لدى المتلقي، مثل استخدام (لهيب النار) و (الكربي الذي يشير إلى منصب مسؤول وهو مملوء بالدولارات) و (عين الانسان الذي يراقب الآخرين).
- 9- ان (٣) من الاعلانات استخدمت رموزاً تشير إلى السلام، وهو ما يثير مشاعر ايجابية لدى المتلقي، مثل (مصافحة الايدي) و (النبات الاخضر المورق) و (جرائد تشير إلى النزاهة).
- 10- ان اعلاناً واحداً ربط بين الفساد والارهاب، فالاعلان تضمن كلمة الفساد مكتوباً باللون الاحمر، والدماء تنزف من الكلمة، واسفلها اوراق مالية من فئة (٢٥) الف دينار، وهذا المشهد يثير مشاعر الردع لدى المتلقي او الموظف الذي يمارس الفساد، لانه يربط بذكاء بين عمله السابي وقتل الناس (منظر الدماء التي تسيل)، وهو ما يثير مشاعر الخوف لان جريمة قتل النفس البشرية من ابشع الجرائم.
- 11- تضمنت (٣) من الاعلانات كتابة نص الاعلان باللغة الانكليزية، ولانعلم ما المغزى من استخدام اللغة الانكليزية في الاعلان.

ثالثاً: ستر اتيجية علمية مقترحة لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة تتضمن:

1- تحديد المشكلة:

هناك مؤسسة جديدة في العراق، لم يسمع بها الجمهور العراقي سابقاً، تعنى بكشف قضايا الفساد بكافة اشكاله، كذلك تعني بنشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع. هذه المؤسسة بحاجة إلى ان تنقل

رسالة إلى المواطن العراقي حول وجودها وآليات عملها، من أجل معرفته بوجود المؤسسة، وكسب ثقته بها، حتى يساهم، ويساعد، ويقدم المعلومات والأدلة التي لديه عن مظاهر الفساد بكافة أشكاله في مؤسسته أو مكان عمله إلى الهيئة، من أجل محاربة، والحد من الفساد في العراق، والمطلوب من الهيئة أن تعد وتصمم وتبدع من أجل إيصال رسالتها إلى الجمهور، وتحدد أنواع الرسائل، ومضامين هذه الرسائل، لتحصل على ثقته ودعمه.

2- دراسة وتحليل البيئة:

عند وضع أية استراتيجية للعلاقات العامة في أية مؤسسة حكومية كانت أم غير حكومية، اقتصادية أو سياسية أو خدمية، ينبغي فهم البيئة المحيطة بالمؤسسة، لأنه في ضوء المعطيات الموجودة على الساحة أو البيئة يتم وضع الاستراتيجية، وبدون فهم أو إدراك هذه البيئة فإن أية استراتيجية محكوم عليها بالفشل، وعندما نضع استراتيجية مناسبة لهيئة النزاهة، علينا فهم الساحة العراقية، ومن أهم المعطيات الموجودة الآن على الساحة العراقية:

1- أن هيئة النزاهة تعمل في بيئة معقدة جداً، إذ أن الفساد الإداري والمالي في العراق موجود في المستويات كافة، فالفساد موجود على أعلى المستويات من مستوى الوزراء، ووكلاء الوزراء، والمدراء العامين نزولاً إلى شريحة الموظفين.

2- أن الفساد موجود ليس وسط شريحة واحدة معينة في المجتمع، وإنما بين كل الشرائح، فالفساد موجود في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية، والتربوية، والتعليمية، بل وحتى المؤسسات الأمنية، والعسكرية، والفضائية.

3- أن الفساد الإداري والمالي له جذور وامتدادات في المجتمع العراقي تمتد إلى ثمانية عشر عاماً، إذ أن الفساد بدأ مع بداية الحصار الاقتصادي الذي فرض على العراق عام ١٩٩٠. وهذا يعني أن الفساد يحتاج إلى سنوات طويلة حتى يتم معالجته ومحاربتة.

4- أن المجتمع العراقي الآن يعيش مرحلة انتقالية ومرحلة تغيير شاملة من نظام دكتاتوري عمره (٣٥) عاماً، إلى نظام متعدد ديمقراطي، بانعكاساته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والاعلامية، وما يرافق هذا الانتقال والتغيير من تعقيدات وارهصات وتجارب، إذ لا نتوقع أن تظهر ملامح الديمقراطية إلا بعد سنوات طويلة ومجهددة جداً في العراق.

5- أن هيئة النزاهة هي مؤسسة حديثة وجديدة على الجمهور العراقي، إذ لا توجد سابقاً في العراق مؤسسة أو وزارة أو هيئة باسم النزاهة، بل وحتى في الوطن العربي، أو الدول المجاورة، لذا فالمعنى حديث على ذهن الناس، الذين لم يعرفوا معنى النزاهة، وما المقصود منها، وكيف تعمل، وهل هي حكومية أم غير حكومية، فضلاً عن عشرات الاسئلة التي قد يطرحها المواطن العراقي حول الهيئة

6- ان الحكومة العراقية منشغلة حالياً بالجانب الامني والعسكري اكثر من اية قضية اخرى، ويأخذ هذا الجانب الحيز الاكبر من اهتماماتها.

7- ان الساحة العراقية تعج بالاحزاب، والتيارات، والاتجاهات السياسية المختلفة فيما بينها في الطروحات السياسية، يصل إلى حد التصادم فيما بينها، بل وقد يصل إلى حد التصفيات الجسدية بين المتصارعين، وهذه الاختلافات في الرؤى والطروحات لا توفر بيئة آمنة لهيئة النزاهة، ومن ثم بيئة مستقرة، اذ ان هذه الصراعات لا تخدم بأي شكل من الاشكال الأعمال والنشاطات التي تقوم بها هيئة النزاهة. وقد يفترض البعض بان هيئة النزاهة قد تستخدم من قبل هذا التيار او الحزب لمصلحة جهة على حساب جهات اخرى.

8- ان انعكاسات الصراعات السياسية بين الاحزاب والتيارات والاتجاهات السياسية تنعكس سلباً على اداء وسائل الاعلام العراقية، اذ ان كل محطة فضائية او جريدة او اذاعة تعبر عن طروحات ورؤى خاصة بالتيار او الحزب التي تنتمي اليها. وبالتالي فان بعض وسائل الاعلام العراقية تخدم الاشخاص والمؤسسات التي تمولها مالياً، ولا تأخذ بمصلحة العراق أولاً واخيراً، وهذا يعني انه في الوقت الذي يُفترض فيه ان تأخذ وسائل الاعلام دورها الرقابي على المؤسسات كافة، ومراقبة الفساد الموجود في المجتمع، فأنها تتحول إلى اداة للدفاع فقط في حالة وجود اتهام او اشتباه باحد اعضاء الحزب او التيار في قضية فساد، او تحاول الهجوم على الطرف الاخر الذي اتهم احد كوادرها بالفساد. وهذا يعني ان اداء بعض وسائل الاعلام العراقية ضعيف وسلبى تجاه مظاهر وحالات الفساد الموجودة في المجتمع. ومن ثم لا تخدم عمل هيئة النزاهة. أي ان الصحافة الحزبية في العراق تخنق عملية محاربة الفساد الذي تقوم بها هيئة النزاهة في الوقت الذي يُفترض فيه ان يكون لها دور كبير في محاربة الفساد.

9- ان البيئة الثقافية والاجتماعية في المجتمع العراقي - مع الاسف الشديد - تتقبل الفساد من اصغر مظاهره إلى اكبرها، فالهدية مقبولة، والرشوة الصغيرة مقبولة، والموظف الذي يتسلم هذه الهدية لا ترتسم حوله دائرة لكونه موظفاً فاسداً، بل ان المسألة امر طبيعي في المؤسسة.

10- ان (هيئة النزاهة) هي مؤسسة تعتمد على الجمهور الخارجي في نشاطاتها، فبدون الجمهور لاتستطيع الهيئة ان تقدم خدماتها إلى المجتمع، فهي تعتمد على ابلاغ المواطنين لها في حالات الفساد التي يرونها في حياتهم اليومية في مؤسساتهم ودوائرهم، ومن ثم يقومون بالابلاغ عنها. فهي مؤسسة تحتاج إلى الجمهور بشكل كبير جداً، عكس مؤسسات اخرى يبحث عنها الجمهور بنفسه مثل هيئة السجاء السياسيين، او هيئة حل نزاعات الملكية العقارية، كون هذه المؤسسات تقدم امتيازات

كثيرة للشرائح المعنية بخدماتها، عكس هيئة النزاهة فهي لا تُقدم امتيازات للجمهور (تعويضات مالية، قطع اراضي سكنية، قروض ... الخ) بل ان المواطن يقوم بعمل تطوعي لخدمة بلده.

11- اوجدت الظروف الامنية السيئة في العراق منذ سقوط النظام البائد في نيسان ٢٠٠٣، مناخاً من الفساد الاداري في المؤسسات الحكومية الامنية، والعسكرية، والفضائية مما خلق حالة من فقدان الثقة بين المواطن والمؤسسات الحكومية، بشكل يصعب معه قيام المواطن بالابلاغ عن حالة فساد موجودة في دائرته او مؤسسته، لانه قد يخشى ان تُعرف هويته او رقمه الذي يتصل به ، أي قيام الطرف الثاني بالابلاغ عنه، وبالتالي تُعرض حياته وحياة عائلته لخطر الموت او الخطف او الاعتقال . وهو الافتراض الذي يجعل المواطن لا يفكر مطلقاً بالاتصال بالهيئة مهما كان يلاحظ حجم الفساد في دائرته.

3- تحديد اهداف استراتيجية العلاقات العامة:

أ - اعلام المواطن العراقي بوجود مؤسسة تُعنى بقضايا النزاهة وكشف الفساد اشكاله كافة، اسم المؤسسة، واهداف المؤسسة ، وآليات عملها وان المؤسسة مستقلة، وممولة من قبل الدولة.

ب - كسب ثقة المواطن العراقي بالهيئة: وهي خطوة ليست بالامر السهل بل انه يحتاج إلى نشاطات كثيرة تقوم بها الهيئة لكسب ثقة المواطن العراقي بها، خاصة ان هذه الخطوة مرتبطة باول حاجات الانسان وهو (الاحساس بالامان).

4- تحديد الجمهور المستهدف:

ويقصد به من هو الجمهور التي تريد هيئة النزاهة ان تصل اليه برسالتها. ومن الطبيعي فان الهيئة تريد ان تصل إلى معظم شرائح المجتمع، طلبة المدارس والجامعات، الموظفون في دوائر الدولة، العمال في القطاعين العام والخاص، ... الخ.

5- تحديد وسائل الاتصال:

بما ان جمهور الهيئة يشمل جميع الشرائح ، لذلك يستخدم جميع وسائل الاتصال الجماهيري، لايصال رسالة الهيئة.

6- تحديد الخطة:

1- اصدار مجلة اسبوعية او شهرية بأسم (النزاهة) حسب الميزانية. توزع في كافة اكشاك الصحف بسعر رمزي (٥٠٠ دينار) مثلاً . وتتضمن هذه المجلة، كل الاخبار المتعلقة بالنزاهة، نشاطات واخبار هيئة النزاهة، عدد الشكاوى التي وصلت إلى الهيئة عن حالات فساد. اعداد الشكاوى التي احيلت إلى المحاكم المختصة، والقرارات التي تم حسمها وما هيتهام ومضمونها.

كما تتضمن مقابلات مع رئيس هيئة النزاهة، او المفتشين العموميين في الوزارات ، او

مسؤولين في ديوان الرقابة المالية، وحوارات مع اعضاء لجنة النزاهة في البرلمان، ومجالس المحافظات، ومجالس البلدية، فضلاً عن اخبار كثيرة ترتبط بالنزاهة . (نشر ثقافة النزاهة، وتعزيز ثقة المواطن بالهيئة).

2- اقامة برامج حوارية مستمرة في القنوات الفضائية العراقية والعربية بين رئيس هيئة النزاهة، او المفتشين العموميين ... الخ وبين معد البرنامج، ويكون هناك جمهور في الاستوديو يطرح الاسئلة مباشرة على المسؤولين، وتلقي مكالمات هاتفية من جمهور المشاهدين ، للاجابة عن استفساراتهم واسئلتهم . (نشر ثقافة النزاهة، وتعزيز ثقة المواطن بالهيئة والمسؤولين).

3- اقامة ندوات مستمرة يُدعى لها الاعلاميون العراقيون من وسائل الاتصال العراقية والعربية كافة، واستحضار اساتذة في القانون يتحدثون عن تشريعات القوانين الخاصة بالنشر وحدود هذه القوانين، والتشريعات الخاصة بالتشهير، من اجل تنقيف الاعلاميين وزيادة معرفتهم بالفرق بين قوانين النشر، وقوانين التشهير . (نشر ثقافة النزاهة، ومعرفة الاعلامي بحدود عمله حتى لا يخشى اقامة دعاوى ضده في المحاكم).

4- خلق الاحداث الخاصة واستثمارها ، بامكان هيئة النزاهة ان تخصص جائزة لافضل موظف نزيه في عمله (نتيجة عمل قام به او مهمة أوكّل بها) وفق معايير تحددها الهيئة بالتعاون مع اساتذة اكاديميين او الاستعانة بمنظمة دولية تختص بالنزاهة . والجائزة تقدم لكل موظف حسب الوزارات، وكذلك جائزة لافضل عضو مجلس النواب (كانت له مساهمات ونشاطات كثيرة في مجال محاربة الفساد)، وجائزة لافضل مفتش عام، ووزير، وعضو مجلس محافظة، وعضو مجلس بلدي، (بنفس المعايير) ، وجائزة لافضل شخصية سياسية (شخصية العام)، هذه الجوائز تقدم في احتفالية يوم النزاهة العالمي التي تنظمها الهيئة كل عام في التاسع من شهر كانون الاول . وافضل استاذ جامعي، وافضل مدرس وافضل معلم .. الخ. (نشر قيم النزاهة وتعزيزها في المجتمع).

5- تزويد الصحف ووسائل الاعلام باخبار هيئة النزاهة عن طريق البريد الالكتروني الخاص بالهيئة يومياً .

6- اذا كان هناك حدث مهم يتعلق بالنزاهة، بالامكان اصدار بيان صحفي او نشرة صحفية وتضمينها كل المعلومات المتعلقة بالحدث، وتوزيعها على جميع وسائل الاعلام. ونشرها في الموقع الالكتروني الخاص بالهيئة . (نشر المعلومات من قبل الهيئة لا يعطي مجالاً للشائعات والاخبار غير الصحيحة التي قد تورد من وسائل اعلام مختلفة).

7- اقامة علاقات مستمرة مع منظمات المجتمع المدني التي يرتبط عملها بتنقيف شرائح المجتمع حول موضوعات معينة، والتعاون معها في اقامة محاضرات حول التعريف بهيئة النزاهة،

وآليات عملها، وكيفية الاتصال بهم، وضمان سرية الأشخاص الذين يتصلون . ومحاضرات حول مفهوم النزاهة وكل المفردات والمواضيع المرتبطة بها . خاصة منظمات المجتمع المدني المختصة بالمرأة، والطلبة، والشباب، والعمال، والاعلاميين، والموظفين ... الخ . (نشر ثقافة النزاهة وتعزيزها في المجتمع).

8- تدريب العاملين في الاعلام والعلاقات العامة وذلك عن طريق اقامة ورش عمل خاصة بالاعلام والعلاقات العامة بالتعاون مع اساتذة في كلية الاعلام (التدريب مهم اذا ما وضعنا بالاعتبار ان ٦٣% من العاملين في هذا المجال لا يحملون شهادة بكالوريوس في الاعلام) .
9- الاستمرار في نشر الاعلانات والبوسترات والفليكسات التي تصدرها هيئة النزاهة، ووضعها على الشوارع الرئيسية، والتقاطعات المهمة، والاستمرار في بثها على القنوات الفضائية العراقية والعربية (التي لديها نسبة مشاهدة كبيرة من قبل العراقيين).
ويكون مضمون الاعلانات حول:

أ - ربط مفهوم النزاهة بحب الوطن، أي استثمار المشاعر الوطنية لدى المواطن، مثل (من يحب وطنه يحارب الفساد) ومثل (من يحب وطنه يخلص له من خلال نزاهته) و (احب وطني اذا انا نزيه).

ب - ربط مفهوم النزاهة بالايمان بالله تعالى ، أي استثمار المشاعر الدينية لدى المواطن، مثل (فأستقم كما أمرت) الآية القرآنية الكريمة . أي ايراد النصوص الدينية المقدسة، ونصوص الائمة والاولياء الصالحين، ومكانة الانسان النزيه عند الله ا، وابتلاء النزيه والمؤمن ببلاءات مختلفة، وكل ما يتعلق بالانسان الذي يحارب الفساد واقتترانه باعمال الانبياء والاوصياء والصديقين ، وان الانسان الصالح هو خليفة الله على الارض (تراثنا الاسلامي زاخر بكل هذه المعاني والمعلومات).

ج - ربط مفهوم النزاهة بالفقر والمرض والجهل، أي استثمار المشاعر العاطفية لدى المتلقي مشاعر الابوة ومشاعر الامومة، من الممكن ربط مفهوم النزاهة بمثلث التخلف، أي ان الفساد يولد الفقر لمعظم العوائل، ويجلب الامراض لهم، بما فيهم الاطفال والايتم والارامل . (التركيز على هذه الشرائح ومعاناتهم).

10 - اقامة ندوات ومحاضرات مستمرة في الجامعات، والمدارس، ودوائر الدولة كافة حول التعريف بهيئة النزاهة وآليات عملها... الخ . وفتح باب الحديث والحوار المباشر معهم للاجابة عن اسئلتهم واستفساراتهم كافة.

11 - اذا كان هناك حدث كبير بالامكان اقامة مؤتمر صحفي، يُدعى اليه جميع الاعلاميين، ويقدم مسؤول في الهيئة المعلومات والمعطيات المرتبطة بالحدث كافة، ومن ثم الاجابة عن استفسارات

الاعلاميين.

12- اقامة علاقات مع دولة رئيس الوزراء، واعضاء البرلمان، والوزراء ورجال الدين، ورؤساء الكتل والاحزاب السياسية، والطلب منهم دعم هيئة النزاهة، وتضمين خطاباتهم الجهود التي تبذلها الهيئة في محاربة الفساد، والانجازات التي تحققتها. وقيامهم بتكريم المواطنين الذين يبلغون عن حالات الفساد، وتكريم شهداء هيئة النزاهة، فضلاً عن تكريمهم الموظفين النزيهين في مؤسسات الدولة كافة.

13- اصدار دليل سنوي لهيئة النزاهة، وتوزيع هذا الدليل مجاناً او بسعر رمزي في اكشاك الصحف، وتوزيعها على الاعلاميين مجاناً، وتتضمن الانجازات التي حققتها الهيئة طيلة عام كامل، ونشاطاتها، واعداد القضايا التي تم حسمها، واعداد القضايا التي تم تحويلها إلى المحاكم المختصة، والقرارات التي اصدرتها المحاكم المختصة بخصوص المفسدين من فصل او سجن او نقل ... الخ . (رفع قيم النزاهة في المجتمع، وتعزيز ثقافة النزاهة، وردع الآخرين عن ممارسة الفساد).

14- التعاون مع وزارة التربية لتضمين مفاهيم الشفافية والنزاهة ونبذ الفساد في مناهج المراحل الابتدائية والمتوسطة والاعدادية، في كتب التربية الاسلامية، والمطالعة، وقواعد اللغة العربية، واللغة الانكليزية وكتب التاريخ (التاكيد على دور الابطال والقادة في محاربة الظلم والظالمين، وقيمة انتصار المظلومين والابطال عليهم).

15- اقامة محاضرات مستمرة لشرائح المجتمع النساء، والطلبة، والشباب، والعمال والموظفين، وشيوخ العشائر، ورجال الدين، ... الخ، بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني، والوزارات، ومؤسسات الدولة، حول كيفية المطالبة بحكومة عادلة ونزيهة تخضع للمحاسبة . وفتح الحوار المباشر للاستماع إلى جميع ارائهم وافكارهم وطروحاتهم في هذا المجال.

ملخص البحث

تأسست هيئة النزاهة في ٢٨/٦/٢٠٠٤، وهي مؤسسة جديدة لم يسمع عنها المواطن العراقي قبل هذا التاريخ، اذ لا توجد مؤسسة او وزارة تحمل هذه (التسمية) سابقاً في مؤسسات الدولة العراقية منذ عام ١٩٢١ ولغاية التاريخ المذكور.

ونظراً لظروف الحصار الاقتصادي منذ ١٩٩١ لغاية ٢٠٠٣، الظروف الامنية السيئة التي مر بها العراق بعد سقوط النظام السابق، فقد تنامي الفساد الاداري والمالي واشكال الفساد الاخرى إلى مستويات خطيرة . حتى اصبح العراق من ضمن (٣) دول الاكثر فساداً في العالم اضافة إلى ميانمار ونيجيريا. حسب تقارير منظمة الشفافية الدولية لسنوات ٢٠٠٤-٢٠٠٥ - ٢٠٠٦، وهذا تطلب ان

تتحمل هيئة النزاهة مسؤولية ثقيلة في محاربة الفساد بكافة اشكاله، وتولي مسؤولية نشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع العراقي. وقام قسم العلاقات العامة والتربية في هيئة النزاهة بنشاطات عديدة في مجال التعريف بالهيئة، وآليات عملها، والتعريف بجهودها في محاربة الفساد بكافة اشكاله ونشر ثقافة النزاهة.

وقامت الباحثة بتقويم علمي لهذه النشاطات، ومن ثم وضع مقترح لستراتيجية علمية للعلاقات العامة لهيئة النزاهة بدأ من تحديد المشكلة وهو نقل رسالة إلى المواطن العراقي بوجود هذه المؤسسة، وآليات عملها، من اجل معرفته بوجود المؤسسة، ومن ثم العمل على كسب ثقته بها، حتى يساهم، ويساعد، ويقدم المعلومات والادلة التي لديه عن مظاهر الفساد في المؤسسة او المحيط الذي يعيش فيه. والخطوة الثانية هي دراسة وتحليل البيئة المحيطة بالهيئة، اذ ان البيئة التي تعمل فيها الهيئة هي معقدة جداً، اذ ان الفساد الاداري والمالي موجوداً على المستويات كافة بدأ من مستوى الوزراء، ووكلاء الوزراء، والمدراء العامين نزولاً إلى ابسط موظف.

كذلك فان الفساد موجود في المؤسسات العراقية - السياسية والاقتصادية والتعليمية والتربوية والاجتماعية والصحية والخدمية بل وحتى المؤسسات الامنية والعسكرية والقضائية. كذلك فان الهيئة لا تعيش في بيئة آمنة مستقرة في ظل الصراعات والازمات المتكررة والمستعمره بين الاحزاب والكتل السياسية، فضلاً عن الدور السلبي والضعيف لبعض وسائل الاعلام العراقية التي تضع في الاعتبار مصلحة ممول القناة او الصحيفة في المقام الاول، على حساب الاعتبارات الوطنية، فلم يكن لوسائل الاعلام العراقية دور في محاربة الفساد عن طريق كشف قضايا الفساد في المؤسسات كافة، وهو ما يفترض ان تقوم به في ظل نظام ديمقراطي، كذلك فان هيئة النزاهة مؤسسة تعتمد في جانب كبير من عملها على الجمهور في حصولها على المعلومات والادلة والبراهين، ومن ثم من المهم كسب ثقة المواطن بالهيئة، وشعوره بالامان اثناء تقديمه المعلومات لهم. بعد فقدان المواطن ثقته بالمؤسسات نتيجة لوجود الفساد الكبير في البلد.

وتم تحديد اهداف الاستراتيجية باعلام المواطن العراقي بوجود المؤسسة وآليات عملها، وكسب ثقة المواطن بالحفاظ على سرية اسمه اثناء تقديمه المعلومات، ونشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع العراقي. ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف وهم جميع شرائح المجتمع، والخطوة الخامسة هي تحديد وسائل الاتصال وهي استخدام جميع وسائل الاتصال الشخصي والجماعي والخطوة السادسة وهي وضع الخطة اذ اقترحت الباحثة اصدار مجلة اسبوعية او شهرية تتولى نشر اعداد القضايا والشكاوى التي وصلت إلى الهيئة، واعداد القضايا التي تمت إحالتها إلى المحاكم المختصة، فضلاً عن اعداد القضايا التي تم حسمها من قبل المحاكم والتي رفعت من قبل هيئة النزاهة. كذلك نشر

المقالات والتقارير حول المفاهيم المرتبطة بالنزاهة والشفافية.

كما اقترحت الباحثة اقامة برامج حوارية مستمرة عن طريق التعاون مع الفضائيات العراقية والعربية تستضيف فيه رئيس الهيئة او أي مسؤول من الهيئة مع وجود جمهور داخل الاستوديو يطرح الاسئلة والاستفسارات على رئيس الهيئة، كذلك تسلم الاتصالات الهاتفية مباشرة من المشاهدين للرد على اسئلتهم واستفساراتهم من قبل رئيس الهيئة.

فضلا عن عقد ندوات مستمرة للتعريف بالهيئة وآليات عملها، والتعريف باهم نشاطاتها، وانجازاتها على صعيد محاربة الفساد واستثمار يوم النزاهة العالمي في كانون الاول من كل عام لتقديم جوائز وتكريم الموظف المثالي، والاستاذ، والعامل ... الخ من الشرائح المختلفة من قبل شخصيات سياسية مهمة في الدولة لتعزيز ثقافة النزاهة في المجتمع، كذلك اختيار افضل شخصية سياسية (لها دور متميز في محاربة الفساد) واختيار افضل عضو مجلس نواب، وعضو مجلس محافظة، وعضو مجلس بلدي ... الخ. كذلك طلب الدعم من رئيس دولة الوزراء لتكريم الموظفين والمواطنين الذي يبلغون عن الفساد في مؤسساتهم وثبتت صحة معلوماتهم.

والتعاون مع وزارة التربية لتضمين المناهج الدراسية كافة قيم النزاهة والشفافية بأسلوب يقترب من فهم التلميذ والطالب، والاستمرار في نشر وبث الاعلانات الخاصة بهيئة النزاهة، وربط مضمون الاعلانات بالمشاعر الوطنية والدينية والعاطفية. واقامة محاضرات مستمرة وحوارات مباشرة في المدارس والجامعات ودوائر الدولة كافة بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني لنشر ثقافة النزاهة والشفافية، ومحاربة الفساد وكيفية المطالبة بحكومة عادلة ونزيهة تخضع للمحاسبة. واصدار دليل سنوي للهيئة، يتضمن انجازات الهيئة طيلة عام كامل، وتوزيعها مجانياً على الصحفيين والاعلاميين، للاستفادة من المعلومات الواردة فيها في كتابة المقالات والتحقيقات وتفعيل موقع الهيئة الالكتروني على شبكة الانترنت، وتحديثها يوميا بالاجبار والبيانات والمعلومات عن كل ما يخص الفساد في العراق.

الهوامش

- 1- د. هادي نعمان الهيتي، مقدمة في شروط البحث العلمي، محاضرات غير منشورة القيت على طلبة الدكتوراه في المرحلة التحضيرية عام ٢٠٠١-٢٠٠٢، ص ٢٤.
 - 2- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، ١٩٩٨) ط٦، ص ١٧٧.
 - 3- د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٦١.
- * تأسست (مفوضية النزاهة العامة) في ٢٤/٦/٢٠٠٤، ثم غيرت اسمها الى (هيئة النزاهة العامة) في ١٢/٩/٢٠٠٠.