

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université 8 mai 1945 Guelma



جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية

قسم العلوم الانسانية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

بغنوان :

اتخاذ القرار الأخلاقي لدى رجل العلاقات العامة في مديرية الأمن -ولاية قالمة-

التخصص: اتصال و علاقات عامة

تحت اشراف الاستاذ :

خشة أحسن

من انجاز :

- جبالي ريمة
- بوطالب عائشة
- عامر وردة

2017/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تکر و تظیر

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين نبينا

محمد وعلى اله وصحبه اجمعين اما بعد

نشكر الله تعالى التقدير على توفيقه بإتمام هذا العمل فهو عز وجل احق بالشكر

لا يسعنا في هذا المقام الا ان ننسب الفضل لأصحابه فنخص بالذكر استاذنا

المشرف خشة احسن الذي منحنا الكثير من وقته وجهده ولم يبخل علينا بتوجيهاته

ونصائحه القيمة فله جزيل الشكر والعرفان بالجميل على تحمله وصبره علينا

خلال فترة انجاز هذه الدراسة ، كما لا ننسى شكر خاص لأفراد مديرية الامن

بولاية قالمة لتعاونهم ومد لنا يد العون لإتمام هذه الدراسة



الإهداءات

إهداء

اولا ودائما الحمد لله عز وجل الذي اعاننا ووفقنا على انهاء هذه المذكرة

بالرغم من كل المصاعب التي واجهتنا عامة

اما اهدائي فاستهله بالعائلة واخص بالذكر والذي اطال الله في عمرهما

اللذان لم يبخلا عليا ولو للحظة وسنداني في مشواري الدراسي ابي

احمد صالح وامي عقيلة حفظهما الله لي ، ثم اهدي عملي هذا الى اخوتي

كافة: راوية، سامية، وردة ،اسماعيل، ايمن، والعزيزة امل كما اهديه

الى صديقتي في الدراسة عائشة و وردة

كما اهدي ثمرة جهدي الى روح جدتي رحمها الله واسكنها فسيح جنانه

والى كل من سكنوا قلبي ولم يسعني ذكرهم

ريمة

إهداء

الحمد والثناء والشكر للعلي القدير على نعمته الطاهرة وتوفيقي في انجاز هذا
العمل المتواضع الى كلة الله بالهبة والوقار الى من علمني العطاء بدون
انتظار الى من احمل اسمه بكل افتخار ابي العزيز عبد الوهاب والى من صبرت
معي وضحت الى الوالدة العزيزة صليحة والى اخوتي حسام، عماد، شيماء
الى جدتاي وجدي اطال الله في عمرهما دون ان انسى شريك حياتي وخطيبي
حسام واختص بالذكر صديقتي وردة ريمة دليلة ميساء فاطمة مفيدة

عائشة

إهداء

اولا ودائما الحمد لله عز وجل الذي اعاننا ووفقتنا على انهاء هذه المذكرة

بالرغم من كل المصاعب التي واجهتنا عامة

اما اهدائي فاستهله بالعائلة واخص بالذكر والذي اطال الله في عمرهما

اللذان لم يبخلا عليا ولو للحظة وسنداني في مشواري الدراسي ابي

احمد صالح وامي عقيلة حفظهما الله لي ، ثم اهدي عملي هذا الى اخوتي

كافة: راوية، سامية، وردة ،اسماعيل، ايمن، والعزيزة امل كما اهديه

الى صديقتي في الدراسة عائشة و وردة

كما اهدي ثمرة جهدي الى روح جدتي رحمها الله واسكنها فسيح جنانه

والى كل من سكنوا قلبي ولم يسعني ذكرهم

ريمة

الفہرس

الفصل الاول : الاطار المنهجي

- 1-1- الاشكالية.....ت
- 2-1- اسباب الدراسة2
- 3-1- اهداف الدراسة2
- 4-1- اهمية الدراسة2
- 5-1- تحديد المفاهيم.....3
- 6-1- منهج الدراسة6
- 7-1- العينة والمعاينة6
- 8-1- ادوات جمع البيانات.....7
- 9-1- مجالات الدراسة8

الفصل الثاني : دور العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة

- مقدمة الفصل.....10
- 1-2- تعريف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة11
- 2-2- اهداف العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة.....12
- 3-2- جمهور العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة13
- 4-2- وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة14
- 5-2- وسائل العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة15
- 6-2- العوائق التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة والاستراتيجية المتبعة.....16
- خاتمة الفصل.....18

الفصل الثالث : اخلاقيات رجل العلاقات العامة وضوابطها داخل مؤسسة الشرطة

- مقدمة الفصل20
- 1-3- دور الاخلاقيات المهنية في مؤسسات العلاقات العامة21
- 2-3- العوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الاخلاقية لممارسي المهنة23
- 3-3- الصفات المهنية والاخلاقية لرجل العلاقات العامة24

الفهرس

- 3-4- دوافع عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية 26
- 3-5- نظريات اتخاذ القرار الاخلاقي..... 29
- 3-6- اتخاذ القرار الاخلاقي لرجل العلاقات العامة داخل المؤسسة الشرطية..... 31
- 3-7- نموذج رالف بوتر لاتخاذ القرار الاخلاقي 32
- خاتمة الفصل..... 35

الفصل الرابع : الاطار التطبيقي

- 4-1- نشأة المديرية الامن لولاية قالمة..... 36
- 4-2- الهيكل التنظيمي لمديرية الامن 39
- 4-3- نتائج تفرغ الاستمارة..... 41
- 4-4- نتائج الدراسة..... 68

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

الاستمارة

ملخص الدراسة

تقوم فكرة الدراسة على تسليط الضوء على دور العلاقات العامة في مديرية الأمن، وكيفية اتخاذ القرار الأخلاقي لدى العاملين بالمؤسسة الأمنية والمواقف الأخلاقية المختلفة و كيفية التعامل معها. ولقد تم دراسة عينة من أعضاء المؤسسة الأمنية وبالتحديد متخذي القرار الأخلاقي، بواسطة استمارة لجمع البيانات لتحقيق أهداف البحث وذلك بأسلوب منهج المسح بالعينة. حيث استخلصنا كيفية اتخاذ رجل العلاقات العامة بمديرية الأمن لمختلف القرارات الأخلاقية أثناء تعرضه لجملة المشكلات أو المخالفات داخل المؤسسة ضف الى ذلك معرفة القيم و المبادئ التي يلتزم بها متخذ القرار وأيضا الولاءات التي يتجه اليها العاملون داخل المؤسسة أثناء اتخاذهم للقرارات الأخلاقية.

Study Summary

The idea of the study is to shed light on the role of public relations in the security directorate, how to make ethical decisions among the employees of the security establishment and the different ethical attitudes and how to deal with them.

A sample of the members of the security establishment, specifically the ethical decision makers, was examined by means of a data collection form to achieve the research objectives in a sample survey methodology.

Where we learned how to take the public relations man in the Directorate of Security of various ethical decisions during the exposure of a variety of problems or irregularities within the institution in addition to knowledge of the values and principles that are committed to the decision-maker and also the loyalties directed by employees within the institution while taking moral decisions.

مقدمة

عامّة

مقدمة

تتمثل العلاقات العامة في اقامة صلات حسنة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية مبنية على التفاهم والثقة المتبادلة فهي وظيفة من وظائف الادارة تهدف الى تقدير اهمية الراي العام ونظرا للأهمية التي تلعبها ادارة العلاقات العامة في الشرطة يستدعي ذلك ان تكون اهدافها ملائمة للواقع وان تكون رسائلها مؤثرة وذلك لتوضيح معالم سياستها وحقيقة اهدافها للأفراد العاملين بها والجماهير التي تتعامل معها والمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه ولا يبرز نجاح أي مؤسسة دون تركيزها على العنصر البشري ونخص بالذكر رجل العلاقات العامة بالمؤسسة الامنية وما لديهم من خبرات وكفاءات تجعلهم يتخذون القرارات بشكل موضوعي. فعملية اتخاذ القرار تتجسد وبصورة مستمرة في نشاط المؤسسة وفي جميع العملية الادارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وهي لا تقتصر على عامل دون غيره او مستوى اداري دون سواه .ويعد اتخاذ القرارات الاخلاقية معيارا فاصلا بين النجاح والفشل في الحكم على المواقف الاخلاقية المختلفة وتبرز اتخاذ القرارات الاخلاقية لرجل العلاقات العامة داخل المؤسسة الشرطة لمشكلة معينة تؤرق فكره سواء كانت شخصية او من المشكلات العمل التي من شأنها اخذ مجرى الامور ويترتب عنها نتائج مصيرية فبالتالي الادراك الواعي لحجم وجوانب المشكلة هو الذي يؤدي الى اتخاذ القرار الصائب الذي يحقق معالجة كافية لجوانب الموضوع .

وتم تقسيم موضوع الدراسة الى قسمين قسم نظري وقسم ميداني وتركز هذه الدراسة على كيفية اتخاذ القرار الاخلاقي لرجل العلاقات العامة في مديرية الامن وسيتم في اطار ذلك تسليط الضوء على عدة نظريات عالجت الموضوع وبالاستعانة بالتقسيمات التالية :

الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة اين تم تحديد الاشكالية والتساؤلات الفرعية ،اسباب اختيار الموضوع، اهمية واهداف البحث، تحديد المفاهيم المرتبطة بالدراسة، عينة الدراسة، ادوات جمع البيانات واخيرا مجالات الدراسة.

الفصل الثاني: تناولنا فيه دور العلاقات العامة داخل مؤسسة الشرطة حيث تطرقنا فيه الى تعريف العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة ثم اهداف وجمهور العلاقات العامة داخل المؤسسة واخيرا العوائق التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة والاستراتيجية

المتبعة.

الفصل الثالث : تطرقنا فيه الى اخلاقيات رجل العلاقات العامة وضوابطها داخل المؤسسة الشرطة وكذلك دور الاخلاقيات المهنية داخل مؤسسة العلاقات العامة ، والعوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الاخلاقية لممارسي المهنة ، ثم الصفات المهنية والاخلاقية التي يتحلى بها رجل العلاقات العامة ودوافع عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية وبعدها النظريات التي تدرس اتخاذ القرار الاخلاقي وهذا الاخير تناولناه في نموذج رالف بوتر

الفصل الرابع : يتمثل في القسم الميداني والاطار التطبيقي حيث قمنا من خلاله بتقديم لمحة عن الهيكل التنظيمي لمديرية الامن وكذلك تطرقنا لعرض وتحليل نتائج الدراسة كليا وكيفيا واخيرا الاستنتاجات فالخاتمة.

الإشكالية

لقد باتت العلاقات العامة تمثل أهمية كبرى في كل مؤسسة سواء عامة او خاصة ،كونها وسيلة لإيجاد الترابط الوثيق بين ادارة العلاقات العامة والمتعاملين معها من المصالح الاخرى، وكذلك مع جمهورها الداخلي والخارجي باعتبارها وسيلة لكسب الثقة والتأييد.

والعلاقات العامة في الاجهزة الامنية لا تختلف كثيرا عن أي مؤسسة اخرى الا بقدر اختلاف المهام الخاصة ، وان كانت ظروف المؤسسة الامنية وطبيعة الاعمال الموكلة اليها تعطي العلاقات العامة بعدا وخصائص مميزة في المؤسسة الامنية ، فالدور الاساسي لمؤسسة الشرطة هو تطبيق الانظمة والقوانين بالتنسيق مع الهياكل الادارية داخل المؤسسة ، وهو الامر الذي يلقي اعباء على كاهل الادارات لتحقيقه اتجاه جمهورها الداخلي او الخارجي كالتوعية والارشاد وكسب رضا الجمهور وتأييده لها، وكذلك الاهتمام بشؤون موظفيها وافهامهم دورهم في المنظمة واثره في تحقيق الاهداف العامة للإدارة العليا، فالعلاقات العامة داخل المؤسسة الامنية تلعب دور مهم في التأثير على قاعدة كبيرة من الجماهير وتكوين صورة ذهنية ايجابية لدى المؤسسة.

وتعتبر مؤسسة الشرطة مثلها مثل باقي المؤسسات التي تعمل في اطار جماعي قد يفرز لديها في بعض الاحيان نزاعات او حالات توتر من شأنها التأثير على فاعلية ومردودية المصلحة المعنية بالأمر بل وقد يمتد تأثيرها الى الدوائر والمصالح الاخرى المرتبطة بها وليس من المقبول ترك هذه الاشكالات تستمر فنذكر مثلا : حالات عدم الانصاف او المساواة بين العاملين داخل المؤسسة ، او اصدار عقوبات حسب معايير مزاجية او تعسفية ، او في غياب الشفافية او التستر على اعمال خاطئة ارتكبت من قبل موظفين وقد يتسبب ذلك في الفصل عن الوظيفة، وعلى المسؤول عن اتخاذ القرار ان يعمل على ضبط هذه الحالات والمواقف والتصرف اتجاهها ، وقد يجد نفسه امام اشكال بين الواجب المهني الذي يدعوه الى الالتزام وبين ضميره الاخلاقي ودوافعه الخاصة والتي غالبا ما تدفع به الى عدم القدرة على الموازنة بين متطلبات العمل والمسائل الشخصية، فنجد احد المعضلات المتعلقة باتخاذ القرارات الاخلاقية يتمثل في ان العديد من هذه القرارات التي تنطوي على جانب اخلاقي والتي تبدو واضحة او شديدة السهولة عند تناولها من الجانب النظري هي نفسها قد يبدو حلها بالغ الصعوبة عند التعامل معها في الواقع وحين يطلب من الشخص اتخاذ قرار بشأنها ، فالقرار الاخلاقي قد يختلف من شخص لآخر حسب مرجعيات

واسلوب تنشئة الفرد، لذلك فالحسم في هذه المسائل امر بالغ الصعوبة والتعقيد ويحتاج الى شجاعة وقدرة على ضبط النفس والتحكم فيها ، فالتوصل الى اتخاذ قرار اخلاقي صائب يستغرق وقتا وجهدا وتفكيراً متأنياً خاصة ان كان الامر يخص المؤسسة الامنية التي تختص في تطبيق العدالة والشفافية ، فالمسؤولية القانونية تختلف عن المسؤولية الاخلاقية باختلاف ابعادها لان الاولى تتحدد بتشريعات لكن المسؤولية في اتخاذ القرارات الاخلاقية هي اوسع واشمل من دائرة القانون لأنها تتعلق بعلاقة الانسان بنفسه وبخالقه، وفي هذا المجال نجد الكثير من النظريات الاخلاقية التي عالجت مسألة الاخلاق وسلوكيات الافراد ومن هذه الاسهامات نجد نموذج رالف بوتار في اتخاذ القرار الاخلاقي ، حيث وقف هذا الاخير على تفسير اتخاذ القرار الاخلاقي وارجمه الى اربع خطوات مترابطة تمثلت في : الحقائق _ القيم _ المبادئ _ الولاءات.

ونحن كطلبة باحثين لانعرف ونجهل كيفية اتخاذ القرار الاخلاقي لدى العاملين بالشرطة وكيف يتصرف رجل العلاقات العامة في الشرطة في مثل هذه المواقف.

ومن هذا المنطلق وعلى ضوء اشكاليتنا يدفعا التساؤل الى طرح تساؤلنا الرئيسي :

_ كيف يتخذ رجل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة قراراته الاخلاقية؟

وتتفرع منه العديد من الاسئلة الفرعية:

_ ماهي الحقائق التي يبحث عنها رجل العلاقات العامة بالمؤسسة الامنية في اتخاذ القرار الاخلاقي؟

_ ماهي القيم التي يتحلى بها رجل العلاقات العامة بمؤسسة الشرطة في اتخاذه للقرار الاخلاقي؟

_ فيما تتمثل المبادئ التي يرتكز عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي ؟

_ فيما تتجسد ولاءات رجل العلاقات العامة بمؤسسة الشرطة في اتخاذه للقرار الاخلاقي؟

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

- أسباب اختيار الموضوع.
- أهداف الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- تحديد المفاهيم.
- منهج الدراسة.
- عينة الدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- مجالات الدراسة.

أسباب اختيار الموضوع:

- (1) جاذبية موضوع الأخلاق و أهميته في مجال العلاقات العامة.
- (2) الكشف عن بعض التصرفات و المواقف التي تتطلب اتخاذ القرار الأخلاقي لدى مختص ع ع في المؤسسة الأمنية.
- (3) التطرق الى أهمية اتخاذ القرار الأخلاقي لرجل الشرطة لم يحظى بقسك وافر من الدراسات النظرية و التطبيقية في البلدان العربية.
- (4) ميل مجموعة البحث لدراسة هذا الموضوع لمعرفة كل ما يتعلق بالعلاقات العامة في جهاز حساس كالشرطة.

أهداف الدراسة:

لدراسة مجموعة أهداف أهمها:

- (1) الكشف و تسليط الضوء على واقع العلاقات العامة في جهاز الشرطة من حيث معرفة الأدوات و البرامج التي تستخدمها للقيام بوظيفتها.
- (2) التعرف على كيفية اتخاذ القرار الأخلاقي بالنسبة لمختص العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة.
- (3) تحديد العراقيل التي تواجه رجل العلاقات العامة أثناء اتخاذه للقرار الأخلاقي في مؤسسة الشرطة.

أهمية الدراسة:

- (1) أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة التي تتعامل مع جمهورها الواسع (داخلي و خارجي).

(2) يكتسب البحث أهمية كبيرة من خلال تقديمه عرضاً لأخلاقيات رجل العلاقات العامة أثناء اتخاذه للقرار الأخلاقي في مؤسسة الشرطة و لما لهذا الموضوع من أهمية لا يمكن لأي تنظيم اليوم الاستغناء عنها بأي شكل من الأشكال.

(3) يعد موضوع الأخلاق من الموضوعات المهمة و التي أخذت الحاجة إليها تتزايد اثر تزايد الانحرافات الأخلاقية.

(4) من الممكن القول أن اتخاذ القرار الأخلاقي خاصة مي مؤسسة الشرطة مهم جداً باعتبارها أكثر تعرضاً لمختلف المواقف الأخلاقية في ظل حدوث الخروقات غير الأخلاقية.

تعريف العلاقات العامة:

لغة: علاقات، مجموعة الصلات و الاتصالات التي تقوم بين طرفين "عامة" معناه شائعة تشمل عدد كبير من الأفراد أي الجماهير، تكون معلنة و واضحة.

اصطلاحاً: هي مجموعة العلاقات و الصلات و الاتصالات التي تربط المؤسسة بأفرادها أو جماهيرها تهدف الى تحقيق الثقة و التفاهم و خلق علاقة حسنة بين المؤسسة و الجمهور.¹

التعريف الاجرائي:

هي وظيفة إدارية و اتصالية مستمرة تهدف الى كسب التعاون و التأييد سواء مع جماهيرها الداخلية أو الخارجية.

تعريف رجل العلاقات العامة:

¹ محمد حربي حسن و آخرون، العلاقات العامة المفاهيم و التطبيقات، دار الحكمة للطباعة و النشر، العراق، 1991، ص21.

هو القائم بالاتصال داخل المؤسسة و يكون على صلة واسعة بكثير من الأشخاص ذوي المراكز العادية و المرموقة و على صلة بالعديد من المؤسسات بمختلف أنواعها و يتعاون معها في كثير من الأحيان على اعتبار أنه يمثل أعلى سلطة في المنشأة و عليه الالتزام بالضوابط الأخلاقية.¹

التعريف الاجرائي:

هو الشخص القائم على تسهيل عملية الاتصال داخل المؤسسة و يتسم بمهارات مميزة.

الأخلاق و الأخلاقيات:

الأخلاق لغة: ما يخلقه خلقا أوجده على غير مثال سابق و هي جمع خلق و تعني العادة تقابلها في الإنجليزية « moral » مشتقة من الكلمة الرومانية « mores » .

أما **الأخلاقيات:** تقابلها بالإنجليزية « ethics » مشتقة من الكلمة اليونانية « ethos » التي تعني الشخصية و الأخلاقيات متممة لمفهوم الجماليات في مبحث الأكسيولوجيا الفلسفي.²

الأخلاق اصطلاحا: عبارة عن هيئة في النفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة و يسر من غير حاجة الى فكر و روية.

أما **الأخلاقيات اصطلاحا:** هي مجموعة من الآداب و القيم و القواعد التي يجب مراعاتها و الالتزام بها.

- أما الفرق بين الاخلاق و الأخلاقيات هو ان الاخلاق تميل الى سلوك الفرد البشري بينما

الأخلاقيات هي القيم التي تخص المجتمع و نتائجه و بعبارة أخرى تنظم الأخلاق فضاء الفضيلة

الفردية بينما تنظم الأخلاقيات فضاء القيم الأخلاقية.³

¹ مدونة السلوك الشرطي، صادرة عن وزارة الداخلية، مملكة البحرين، 2011، ص9.

² الحيدري، السيد كمال، مقدمة في علم الأخلاق، دار فراق، ايران، 2005، الجزء الثالث، ص27.

³ ابن مسكوية، أبو علي أحمد بن محمد بن يعقوب، تهذيب الأخلاق و تطهير الأعراق، طليعة النور، العراق، 1426، ص17.

التعريف الاجرائي:

الأخلاق: هو دراسة و ضبط السلوك الإنساني و التصرفات الصادرة عنه.

الأخلاقيات: هي تلك العادات و التقاليد و القيم التي تختلف باختلاف الشعوب.

تعريف اتخاذ القرار الأخلاقي:

لغة: ان أصل كلمة قرار يرجع الى اللغة اللاتينية و معناها القطع أو الفصل "تغليب أحد الأمرين على الآخر".¹

اصطلاحاً: هو اصدار حكم أو قرار أخلاقي معين بشكل عقلائي و نموذجي و مثالي قائم على أساس مبدأ سليم.²

اجرائياً: هو الفصل بين عدة اختيارات أخلاقية متاحة و تفضيل احدهما على صياغة مسبقة و مبينة على معلومات دقيقة.

تعريف الشرطة:

1- لغة:

الشرطة و الشرطي واحد، الشرط و هم الطائفة من خيار أعوان الولاية، و في أيامنا هم رؤساء الضابطة و رجالها و سمووا بذلك لأنهم علموا أنفسهم بعلامات يعرفون بها.

¹ أمل أحمد طعمة، اتخاذ القرار و السلوك القيادي، عمان، ط2، 2010، ص50.
² محمد عبد الفتاح باغي، الأخلاقيات في الادارة، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 1998، ص110.

- ان كلمة بوليس التي تستعمل في مختلف لغات العامل تعني تلك الهيئة أو ذلك الجهاز المكلف بحفظ النظام و حماية أرواح الناس و ممتلكاتهم و الكلمة في حد ذاتها من أصل لاتيني "بوليسيا" « Politia » مأخوذة من اليونانية العريقة تعني في الأساس فن تسيير المدينة أو الحي.¹

2- اصطلاحا:

هيئة عمومية تتولى القيام بالمحافظة على الأمن العام و يعتبر جهاز يسهر على أمن و طمأنينة المواطنين فان كل من ينتسب اليه مطالب بمواصفات خلقية تؤهله لممارسة هذه المهام على أكمل وجه.²

3- اجرائيا:

هم رجال البوليس و أفراد المؤسسة المكلفة بالسهر على سلامة الشعب و استقرار البلاد.

منهج الدراسة:

- حتى تتصف مشكلة البحث بالشمول و الكمال و تمون النتائج التي توصلنا اليها بدقة، ينبغي أن نستعين بأحد مناهج البحث العلمي لذا فإننا سنتناول في هذه الدراسة: المنهج المسح بالعين.

- حيث يعرف المنهج بأنه البرنامج الذي يحدد مسبقا سلسلة من المعطيات من اجل القيان بها و اذلك فان المنهج يوحي باتجاه محدد المعالم و متبع بانتظام في عملية ذهنية. و مصطلحه بالفرنسية « Méthode » و بالإنجليزية « Method »³

- اما المنهج المسح فيعرف على أنه البحث الذي يهدف الى وصف الظاهرة المدروسة أو التقييم و المقارنة و التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.

¹ المنجد في اللغة و الاعلام، دار المشرق، ط3، بيروت، ص382.

² عيسى قاسمي، الشرطة الجزائرية مؤسسة فس عمق المجتمع، دار الكتاب العربي للطباعة و النشر، الجزائر، 2002، ص33.

³ فاضلي ادريس، الوحي في المنهجية و البحث العلمي، بن عكنون، الجزائر، 2008، ص9، 10.

و يعرف الجزولي المنهج المسح على أنه القاء نظرة شاملة على موضوع معين بغرض فهمه و ادراك مختلف جوانبه و تداخلاته و أبعاده و ذلك بهدف الحصول على المعلومات من مجموعة الأفراد بشكل مباشر.¹

عينة الدراسة:

العينة: هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و اجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

العينة القصدية: هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم و لكون تلك الخصائل هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محدودة من مجتمع الدراسة الأصلي.

حيث قمنا في دراستنا بالتعرف على اخلاقيات رجل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة لولاية قالمة و في هذه الحالة اخترنا من الجمهور الداخلي للمؤسسة يبلغ عددهم 30 مفردة الذين لديهم علاقة بموضوع دراستنا.²

المعينة:

قمنا باجراء دراستنا الميدانية بمديرية الامن بولاية قنطرة حيث تمثلت عينتنا في 20 فردا من بينهم من كانت لهم علاقة باتخاذ القرار بمديرية الامن من مختصي العلاقات العامة الذين يعملون بالتناوب وبالتحديد 13 اما بقية العينة فهم نم من لهم علاقة بمتخذي القرار مثل مصلحة المفتشية

أدوات جمع البيانات:

¹ وائل عبد الرحمان، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، عمان، دار الحامد، 2007، ص40.
² محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث و الأعداد للمحاضرات، جامعة الإسكندرية، 2000، ص86.

الاستمارة:

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد قصد الحصول على معلومات و آراء الباحثين حول ظاهرة أو موقف معين و تعد الاستمارة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات لما تتميز به من توفير للوقت و الجهد على الباحث.¹

و يتم ارسال الاستبانة الى أفراد الدراسة اما بالبريد لتعبئتها و اعادتها الى الباحث أو قد يتم تعبئتها شخصيا كما قد يتم تعبئتها عن طريق الهاتف كما ان هناك طريقة حديثة هي استخدام الكمبيوتر و تستخدم في حالة وجود أجهزة كمبيوتر لدى الأفراد المشمولين بالدراسة.²

مجال الدراسة:**1- المجال المكاني:**

يتحدد المجال الجغرافي و المكاني للدراسة بولاية قلمة و بالتحديد في مقر الشرطة المركزية للولاية.

2- المجال الزمني:

في البداية اقتصر بحثنا و عملنا على الفصل النظري و ذلك للبحث على المراجع و وضع الخطط و دراسة الإشكالية.

و كان هذا من خلال الفترة الممتدة ما بين شهر جانفي الى غاية شهر أفريل.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي، فالدراسة اقتصرت على الفترة الممتدة من شهر أفريل الى غاية شهر ماي.

¹ محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي: القواعد المراحل و التطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص63.
² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية: مؤسسة الوراق، 2000، ص54.

الفصل الثاني:

" دور العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة "

• مقدمة الفصل

المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

المبحث الثالث: جمهور العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

المبحث الخامس: وسائل العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

المبحث السادس: العوائق التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة و الاستراتيجية المتبعة.

• خاتمة الفصل

• مقدمة الفصل

تبلورت أهمية العلاقات العامة و تم إعطاء مكانة لها سواء النظرية منها أو التنظيمية، حيث أوضح أهمية الاتصال من خلال الموقف الإداري الذي تظهر فيه العلاقات العامة، مما ساهم في تطوير العديد من المؤسسات و الإدارات و نخص بالذكر المؤسسة الأمنية المؤهلة لخدمة الصالح العام، و تلبية رغبات جماهيرها سواء الداخلية منها او الخارجية، ضف الى ذلك تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية و الخدمة للمواطن و تحقيق سرعة و فعالية الربط و التنسيق بين مختلف الفروع الأمنية الأخرى، و بهذا أصبحت العلاقات العامة لا بد منها في كل مؤسسة و إدارة.

المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة.

هي وظيفة من الوظائف التي تهدف الى تحقيق أكبر قدر من التفاهم و الانسجام بين الإدارة العليا و القاعدة و خلق نوع من التفاهم و الانسجام بين العاملين و قياس و تحديد اتجاهات الرأي العام بين الجمهور الداخلي و تحليلها و عرضها على القيادات العليا و ابراز المجهودات الخاصة بأعمال رجال الأمن للجماهير من خلال وسائل الاتصال المختلفة و ذلك لتنمية الثقة بين الشرطة و الشعب و تحسين العلاقة بينهم.¹

¹ رشيد بوترة، سمير باطح، دور العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة قالمة، 2013/2012، ص6.

المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطية.

تقوم ادارة العلاقات العامة بالأمن الوطني باعتبارها لسان حال المؤسسة و الناطق الرسمي لها و بالتنسيق مع مختلف مصالح الأمن الوطني بوضع الخطة السنوية للأنشطة الإعلامية مع اعداد و تنفيذ البرامج الإعلامية الأمنية المرئية و المسموعة و ذلك بهدف:

- نشر الوعي الأمني الوقائي.¹
- تفعيل قنوات الاتصال بين الشرطة و المجتمع لزيادة الثقة و التفاعل الإيجابي.
- تثمين أواصر العلاقات بين مصالح الشرطة و مختلف شرائح المجتمع.
- الاشراف على تنظيم منتدى الأمن الوطني.
- كسب ثقة الجمهور و التعاون مع أكبر عدد منه.²
- الاهتمام بنجاح الشرطة في أعمالها و توفير المواطنين بأعمال الشرطة.
- تعليم الشرطة قيمة الجمهور و أهميته و الثقة فيه.
- تبصير رجال الشرطة بأهمية العلاقات العامة لتأمين العلاقات الطيبة مع الجمهور.
- اكتشاف و إزالة العوامل التي تشكل مصدر لسوء الفهم في مجال التنسيق القائم بين الأجهزة الأمنية و الإعلامية لمصلحة الجمهور.
- العمل على توسيع دائرة تأثير و أهمية أجهزة الشرطة عبر وسائل الاعلام المختلفة.³

¹ مجلة الشرطة، العدد 115، مارس 2013.

² ربحي مصطفى عليان، عدنان الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، عمان، دار الصفاء للنشر، 2004، ص ص237-239.

³ محمود السباعي، إدارة الشرطة في الدولة الحديثة، ط1، المجلد الثاني، القاهرة، الشركة العربية للطباعة و النشر، 1963، ص558.

المبحث الثالث: جمهور العلاقات العامة في المؤسسة الشرطية.

تحتاج المؤسسة صغيرها و كبيرها الى ثقة الجمهور و من هنا نرى ان المؤسسات على اختلاف أنشطتها في حاجة الى التعرف على آراء و اتجاهات الجمهور، و مده بالمعلومات لكسب ثقته و تأييده و يتطلب هذا دراسة الجمهور و ميوله و اتجاهاته بصورة وافية، حيث لا يستطيع أي مؤسسة أن تعيش بمعزل عن الجمهور و المجتمع المحيط بها فهي تحتاج اليه و هو يحتاج اليها، و لابد من وجود علاقات طيبة بينهما و تعرف كل منها على الآخر لأهمية الدور الذي يقوم به الطرفان.¹

و يمكن تصنيف الجماهير الى عدة معايير متشابهة:

1- **داخلي و خارجي:** فالجماهير الداخلية هي التي في داخل الدائرة مثل المشرفين و الكتبة و المدراء

و أصحاب الأسهم و مجالس الإدارة، أما الجماهير الخارجية فهم أولئك المرتبطون بالدائرة مثل

الصحافة و الحكومة و التريبيين و المستهلكين و المجتمع.²

و مهما اختلف نشاط المؤسسة من حيث طبيعته أو حجمه فان جماهير المؤسسة الداخلي يعتبر

الجمهور العام و الذي يتطلب من جهاز العلاقات العامة السعي لجذبه و نيل ثقة المؤسسة باعتبار أن

جمهور المؤسسة الداخلي سفراء المؤسسة لدى الجمهور الخارجي و هذا يتوافق مع ما يقوله **تشارلز**

ستن برع " بان العلاقات العامة الجيدة تنطلق من داخل المؤسسة أو الهيئة.³

¹ نصر الدين عبد القادر عثمان، المدخل الى العلاقات العامة و الإعلان: الأفق المشرقة للنشر و التوزيع، 2011، ص145.

² خريزر ستيل، ترجمة سعد الحسني ممارسة العلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي، غزة فلسطين، 2007، ص32، 33.

³ بسام عبد الرحمان، الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص111.

المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة:

- اعداد التقارير السنوية.
- طبع الكتيبات و النشرات الدورية و عقد الندوات و المؤتمرات و اعداد الأفلام التسجيلية.
- القيام بالنشاط الإعلامي الخاص برسالة الجهاز و أهدافه للجمهور الداخلي.
- تنظيم الأنشطة الرياضية و الاجتماعية و الترفيهية.
- تخطيط و تنفيذ الإعلان عن خدمات الجهاز.
- متابعة ما ينشر في وسائل الاعلام المختلفة عن الجهاز و عرضها على الإدارة و اعداد الرد.
- تنفيذ الخدمات و التسهيلات و البيانات الى عمال المنظمة.
- بحث شكاوي العاملين في المنظمة.
- اعداد و تنظيم برنامج الاحتفالات و المناسبات القومية و الدينية.
- تشجيع روح الانتماء لدى العاملين في المؤسسة و زيادة ولائهم نتيجة النظر في شكاوهم و مساعدتهم.
- تهيئة جو صالح بين المنظمة و الأفراد بعضهم مع بعض.
- الاشراف على لوحة الإعلانات في المؤسسة.
- تطوير أساليب التعرف على اتجاهات الجماهير و مواقفها من الجهاز.¹

¹ محمد ناجي الجوهرى، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد، عمان، الأردن، 2000، ص270.

المبحث الخامس: وسائل العلاقات العامة في المؤسسة الشرطية.

من بين الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في تنفيذ برامجها و ايصالها سواء للجمهور

الداخلي أو الخارجي:

التلفزيون: من خلال برامج تقوم بالتعريف بوحدات الأمن و واجباتها و التعرض للظواهر الاجرامية، كما تعمل على توعية المواطنين بالمخاطر التي تلحق بهم جراء الإهمال و غياب الوعي الأمني كما تعرض صفحات إعلانية أو حملات التوعية المرورية و التحذير من مخاطر و تبعات العزوف عن احترام قانون المرور.

الأخبار و المجلات الإخبارية: تقوم إدارة ع ع بتصوير بعض الحوادث ذات الآثار البشرية و المادية الكبيرة و تعلق عليها و تقدمها ضمن تقرير اخباري من خلال المحلية الإخبارية.

الصحافة: تتم نشر أخبار الشرطة و أنشطتها عبر الصحف من خلال: احصائيات حوادث المرور و الجرائم و الفئات العمرية المرتكبة لهذه الجرائم و أسبابها.¹

الإذاعة: تستخدم إدارة ع ع الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية أساسية في اتصالها بجماهيرها من خلال برامج تقيد أدوار الشرطة ببعض الارشادات المرورية و بعض التوجيهات و التحذيرات المتعلقة بأخطار المخالفات و الجرائم كتناول المخدرات و السرقة...الخ

كما تعمل هذه البرامج على الإجابة على استفسارات المواطنين و العرض للقضايا أو الجرائم

المفتشية و تناولها بالتحليل و محاولة تقديم تفاسير و حلول لها و تحذير المواطن من الوقوع فيها.

¹ محمد ناجي الجوهرى، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد، عمان، الأردن، 2000، ص251.

المجلات: تقوم ع ع بإصدار مجلة يساهم ضباط في تحريرها تتناول مختلف الزوايا العلمية القانونية و الرياضية.

مطبوعات مختلفة:

المصقات الجدارية: تحتوي على رسومات ضرورية مع شروحات توضيحية توزع على المدارس و غيرها من المؤسسات لاج بالإضافة الى الكتيبات و النثریات.

الاتصال المباشر: بحيث تعقد ع ع دورات خاصة لأصفاد الشرطة بهدف تعزيز العلاقة بين الشرطة و الجمهور و تدعيمها.¹

المبحث السادس: العوائق التي تواجه العلاقات العامة في المؤسسة الشرطة و الاستراتيجية المتبعة.

1-العوائق:

هناك عدة مشاكل تعيق ع ع في جهاز الشرطة منها:

وظيفة الشرطة: يعتبر عمل الشرطة أساسا للحفاظ على الأمن و تنفيذ القانون، لكن طبيعة نشاطها يصطدم بعقلية المواطنين لذا نجد تنافر بين بعض الأفراد من الشرطة.

السلوك الشخصي لبعض رجال الشرطة: ان صدور الأفعال غير المقبولة من فئة شاذة يؤثر على الصورة الذهنية اتجاه الجهاز.

تأثير وسائل الاعلام: تعتمد وسائل الاعلام في بث الأخبار على ابراز النواحي السلبية لهذا الجهاز مما يسيء لسمعته و يزيد الهوة بينه و الجماهير.

¹ على عوجة، العلاقات العامة النظرية و التطبيق: عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص57.

عوامل تاريخية: ان السمعة التي تركها الاستعمار من اضطهاد و ممارسة التعذيب زادت من النظرة السيئة.

ضعف المستوى التعليمي لأفراد الشرطة: التصرفات الخاطئة و عدم استيعابها يزيد في الهوة بينهم و المواطنين.¹

2-الاستراتيجية المتبعة من طرف جهاز الشرطة:

لقد كان الرد المباشر بأن القيادة تعتمد على الاتصال بنوعيه للتكفل بانشغالات موظفي الشرطة و عقد لقاءات توعوية و تحسيس الأعضاء، لشرح التعاليم القيادية مع الوقوف على مدى نجاعة المرؤوسين و المرؤوس، كما ذكر أن تعزيز الاتصال مع الوسائل الإعلامية سواء كانت مكتوبة أو مسموعة مع ابراز المجهودات المبذولة للمديرية العامة للأمن الوطني لإنجاز بحوث استطلاعية حول بيئة أفراد المجتمع من أجل التخطيط الوقائي لوقوع الجرائم بأنواعها و التنسيق مع جل الهيئات لأخذ التدابير اللازمة مثل مكافحة الجريمة قبل وقوعها، السلامة المرورية مع تجسيد الشرطة الجوارية.²

¹ على عوجة، العلاقات العامة الذهنية: عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص195، 196.

² عيسى قاسمي، الشرطة الجزائرية مؤسسة في عمق المجتمع: دار الكتاب العربي للطباعة و النشر و التوزيع، دط، الجزائر، 2002، ص54.

• خاتمة الفصل

كخلاصة لما سبق ذكره يمكننا القول ان العلاقات العامة تقوم على الاتصال بالجمهور في سبيل خلق توافق وانسجام افضل بين الاشخاص في نطاق المؤسسة او الجماعة او المجتمع وفق برنامج خاص.

والعلاقات العامة في المؤسسة الامنية لا يختلف كثيرا عن اي مؤسسة اخرى الا بقدر اختلاف الوظائف الاساسية لكل مؤسسة فهي تعد من اساسيات النجاح لأنها تعكس الثقة والانسجام بين المصالح الادارية والجمهور الخارجي لها

الفصل الثالث:

" أخلاقيات رجل العلاقات العامة وضوابطها داخل مؤسسة الشرطة "

• تمهيد

المبحث الأول: دور الأخلاقيات المهنية في مؤسسات العلاقات العامة.

المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الأخلاقية لممارسة المهنة.

المبحث الثالث: الصفات المهنية و الأخلاقية لرجل العلاقات العامة.

المبحث الرابع: دوافع عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية.

المبحث الخامس: نظريات اتخاذ القرار الأخلاقي.

المبحث السادس: اتخاذ القرار الأخلاقي لرجل العلاقات العامة داخل مؤسسة الشرطة.

المبحث السابع: نموذج رافل بوتار لاتخاذ القرار الأخلاقي.

• خاتمة الفصل

• تمهيد

تكمّن الأخلاق في كونها معاملة إنسانية في ضبط السلوك و عليه يكون الالتزام بالقواعد الأخلاقية منطلق يقتضي الواجب سواء تجاه المؤسسة أو اتجاه الأفراد أو حتى تجاه المجتمع، فالأخلاق تبرز جوانب المنفعة الخاصة أو العامة، فنجد الاخلاق المهنية تتطلب شجاعة و قدرة على ضبط النفس و التحكم في الرغبات، هنا نخص بالذكر الأخلاقيات المهنية بالمؤسسة الشرطة، حيث يتم التعرض فيها الى اتخاذ القرارات الأخلاقية التي من شأنها تستغرق وقتا و تفكيرا متأنيا سواء لخدمة الجمهور الداخلي لمؤسسة الشرطة أو المصلحة العامة، و بالتالي فالصفات الأخلاقية لرجل العلاقات العامة من مسؤوليته و حفظ سر المهنة، الالتزام في عمله تؤهله الى اتخاذ القرارات الأخلاقية السليمة في أغلب الأحيان، ضف الى هذا تطرقنا الى اهم نظريات اتخاذ القرار الأخلاقي مدعمين فصلنا هذا بنموذج رالف بوتار لاتخاذ القرار الأخلاقي.

المبحث الأول: دور الأخلاقيات المهنية لرجل العلاقات العامة.

ثمة اعتبارات تلح على ضرورة توفر سمات أخلاقية معينة و قدرات محددة في منتسب هيئة الشرطة و يرجع بعضها الى أساس ديني و بعضها الآخر الى أساس منطقي و عملي:

أولاً: الاعتبار الديني:

ان الله عز وجل اصطفى من بين خلقه أناس ليلغوا رسائله و كتبه الى الناس فالفصاحة و الأمانة و القوة و الشجاعة و الدهاء و استقامة المنطق و السير... كلها أمور رشحت أنبياء الله و رسوله لهداية البشر.

و هكذا يتبين لنا كيف أن الشريعة الإسلامية قد أرست الأسس التي ينبغي توفرها لاختيار أصحاب الولايات العامة و من ثم فان تحديد السمات و الصفات الأخلاقية لمنتسبي الشرطة بصفة عامة و كضابط بصفة خاصة أمر يصادف الشريعة الإسلامية لأنه يعد مطلباً من متطلباتها في دائرة أداء الأمانات و بصفة خاصة لاستعمال الأصلح للولاية.¹

ثانياً: الاعتبار المنطقي و العلمية:

ثمة اعتبارات منطقية و عملية تقف وراء الاحاح على ضرورة توافر حد أدنى من السمات الشخصية لرجل العلاقات العامة في الشرطة نذكر منها:

- ان وظيفة الشرطة ليست وظيفة من يرغب في الحياة الهادئة، فهي مجال منها:

أ) ان وظيفة الشرطة وظيفة من يرغب في الحياة الهادئة، فهي مجال يتسم بحب الحركة و المثابرة.

¹ محي الدين أبا بكر يحيى بن شرف النووي، رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين: دار الكتب العربية، القاهرة، ص21.

ب) الأهمية البالغة للدور الذي تلعبه الشرطة في مسيرة الحياة الاجتماعية و الإنسانية في المجتمع المعاصر، و من ثم فان عملية تحديد السمات الأخلاقية الشخصية اللازمة للقيام بهذا الدور تعتبر من وجهة نظرنا من المسائل الأولية أو الأفكار أو المفاهيم لإتمام هدف أو رسالة الشرطة.

ت) ان طبيعة عمل الشرطة تحتاج في أوقات كثيرة أمور لا يصلح لها من التمتع بقدرات جسمية معينة مثل: قوة البدن بالإضافة الى سمات شخصية تتعلق بالأخلاق و الشجاعة و استعدادات نفسية تمكنه من الهدوء في الأزمات مسيطرا على أعصابه.

ث) اختبار العاملين في هذه الأجهزة يقوم على أساس مبدأ الجدارة و الكفاءة العلمية، و الصلاحية النفسية، و مناسبة الوطاء الاجتماعي.

- و من هذا المنطلق نتوصل الى حقيقة أن رجل الشرطة لابد من توفر عدة سمات و أبرزها صلاحية و كفاءة الوظيفة التي ينتسب اليها من عدة جوانب كالخلق الحسن و الاستعدادات النفسية و العقلية التي تكفل وظيفته على أكمل وجه.¹

¹ لاشبيكو، أسلوب عمل القائد: ترجمة سنجير النحاس، القاهرة، دار الثقافة الجديدة، 1982، ص25.

المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الأخلاقية لممارسة المهنة.**(1) العوامل النفسية:**

و هي عبارة عن تكوين نفسي لمتخذي القرار و يشمل ذلك التعليم و الدوافع و الاتجاهات، و من العوامل النفسية الاختلاف في الإدراك و الخبرة الشخصية اذ يختلف الناس في فهمهم و تفسيرهم لما يحيط به من معلومات و ظواهر و مشكلات و بالتالي فان تشخيص المشكلات و تحديد البدائل قد يختلف بين مدير و آخر مع أثر واضح للخبرة السابقة فضلا عن خطأ تعميم الصفات و تميمها و مدى كون القرار الشخصي أكثر رشدية.¹

(2) العوامل الاجتماعية:

تتمثل في الضغوط الخارجية التي يترتب عليها فرض بعض القرارات على إدارة المنظمة أو قد تتمثل في البيئة الاجتماعية التي يتم فيها اتخاذ القرار و التأثير المتبادل بين متخذ القرار و أفراد المنظمات و التنظيمات الاجتماعية الأخرى الرسمية منها و غير الرسمية.

(3) العوامل الحضارية و الثقافية:

تتضمن العادات و التقاليد السائدة و التي تحكم أفكار و سلوك الأفراد و المجتمع كلاهما و بذلك فان متخذ القرار يتأثر بهذه العوامل في وصوله لقرار أو بديل الأحسن.²

¹ عادل عبد الجواد محمد الكردوسي، اعداد الكوادر العلاقات العامة الشرطة: دبي، 2008، ص ص 15-17.

² فايز حسين، سيكولوجيا الإدارة العامة: دار أسامة للنشر و التوزيع، همان، 2008، ص 180.

المبحث الثالث: الصفات المهنية والأخلاقية لرجل العلاقات العامة.

الصفات المهنية والأخلاقية لرجل العلاقات العامة:

يجب ان تتوفر في رجل العلاقات العامة في الشرطة العديد من المقومات و الصفات الأخلاقية حتى يستطيع اقناع مرؤوسيه و المحيطين به بقراراته حتى يثبت قدرته على اتخاذ القرار الأنسب و يمكن حصر أهم تلك المقومات فيما يلي:

1- القدرة على تحمل المسؤولية:

يجب على رجل العلاقات العامة أن يكون قادرا على تحمل مسؤوليات عمله بما تتضمنه من مستجدات و مشكلات و عوائق يومية تنتظر الحل و تنتظر القرار المناسب و بالتالي لا يمكن لمن يستجد به الآخرون و من ينظر اليه المرؤوسون على أنه المسؤول عنهم و أنه قائدهم المتميز أن يتصل من مسؤولياته و ترك السفينة بلا ريان.¹

2- القدرة على تحمل طاقاته الشخصية و استثمارها:

مما لا شك فيه أن معيار فشل أو نجاح أي انسان يتوقف على مدى فهمه و استغلاله لطاقاته الإيجابية و العمل على تطويرها وتنميتها وفي نفس الوقت العمل على التغلب على كل العقبات السلبية.

3- القدرة على ضبط النفس:

حيث لا يمكن الوصول الى الحل الأمثل و القرار الصائب اذ لم يستطع القائد كظم غيظه و كبح جماح نفسه والتحكم في تصرفاته دون توتر.²

4- النظام:

¹ هشام طه محمود سليم، مدونة القيادة الناجحة و كيفية اتخاذ القرار في مجال العمل الشرطي: مملكة البحرين، 2012، ص65.
² كريم مشط الموسوي، أخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية: كلية الاعلام، جامعة بغداد، ص111.

ان تناول الأمور دون تنظيم يؤدي الى تشويش خطة العمل فالقائد الناجح دقيق في مواعيده و دقيق في تناوله لمشكلات العمل تبعا لأولوية كل منها.

5- احترام العمل:

ان احترام العمل و استثمار الوقت المخصص للعمل يحقق الصالح العام و ذلك ببذل الجهد في تحسين الأداء و الابتكار و بالتالي حماية الأعراض و الأموال في اطار الايمان بالرسالة السامية و احترام خدمة الوطن.

6- الشفافية في اصدار القرارات:

من الضروري أن تتسم قرارات القائد الشفافية و العلنية فلا قرارات سرية الا اذا تعارض ذلك مع الصالح العام فعلى سبيل المثال يجب أن يكون تقديم الجوائز و المكافآت للعاملين المتميزين علانية و ذلك لتفادي فتح باب الشائعات و البلبلة.¹

7- الضمير الأخلاقي:

ان موضوع تنمية الضمير الأخلاقي لرجل الشرطة يقتضي الالمام به و ذلك بتناول و تحليل أسس و تكوين و تنمية الضمير الأخلاقي لرجل الشرطة.

- ان الضمير هو الجهاز الأخلاقي للبشرية المتحضرة اذ يزود الفرد بالقدرة على الرقابة الذاتية و التحكم الداخلي.

- و هناك عاملان سيمان في خلق الضمير و تعزيزه هما:

العامل الموضوعي والعامل الذاتي.

¹ سعد بن عليوى الهذلي، مهارة القائد الأمني في اتخاذ القرار في الظروف الطارئة: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2002، ص57.

(أ) **العامل الموضوعي:** ان البيئة العامة مصدر أساسي من مصادر تكوين ضمير الفرد، و تتكون هذه البيئة عموماً من (الأسرة، المدرسة، المجتمع، العادات، الأعراف، ...) وتختلف من مجتمع لآخر. وملخص القول إن الظروف الموضوعية سبب في تكوين ضمير الفرد فهي تزوده بمعايير الحكم ومبادئ الأخلاق ومعرفة ما يعد مباحاً من الأفعال وما يعد محضوراً.

(ب) **العامل الذاتي:** ان الجانب الذاتي للضمير الأخلاقي أكثر تعقيداً و غموضاً من الجانب الموضوعي ذلك لأن النفس الأنانية علم قائم بذاته، يجعل الالمام بها صعب و تختلف هذه العوامل الذاتية من فرد لآخر حسب تكوينه السيكولوجي و نمط تربيته و نفسيته. و كل فرد تظهر عليه تأثيرات التنقيف الذاتي أو مظاهر سلوكية معينة و خلق معين أمام الآخرين كلها مسائل تجعل الفرد ملتزم وأكثر وضوحاً في تعاملاته في المسائل الأخلاقية التي قد يكون مصدرها عامل ذاتي لا يدركه الا هو.¹

المبحث الرابع: دوافع عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية.

من جملة الانحرافات التي قد يتعرض لها العامل بالعلاقات العامة بمؤسسة الشرطة أو ضابط الشرطة نفسه نجد ما يلي:

1- الانحراف:

هو اتجاه الفرد غير اتجاه القانون كما أن اتجاه الفرد يتقاطع بصفة مبدئية مع اتجاه الصالح العام، وبالتالي الانحراف قادر على التكاثر فمثلاً من يرتشي يلجأ الى افساد ذمم زملائه ورؤسائه. وبالتالي الأمزجة لرجل الشرطة أو العلاقات العامة يؤدي الى التفرقة في المعاملة في تطبيق القانون و التحيز الى جهات أخرى.

¹ حميد العوقلي، أكاديمية الشرطة بالجمهورية اليمنية: محاضرة مقدمة في الدورة التدريبية، صنعاء، 2008، ص26.

2- تعارض المصالح:

ان الحياة جملة من مصالح متعارضة ورجل الشرطة أو رجل العلاقات العامة الحصيف من يلاحظ هذا التعارض و يتخذ الموقف المبدئي من ذلك فهناك:

- تعارض بين مصلحة الفرد و مصلحة المجتمع.
- تعارض مصلحة القانون و مصلحة الأشخاص الذين يمارسون حماية المنحرفين.
- تعارض مصلحة المرؤوس و مصلحة الرئيس الفاسد.

وبالتالي فعلى رجل الشرطة أو رجل العلاقات العامة أن يكون موضوعيا عقلانيا في اختيار مواقف أخلاقية تتناسب و الصالح العام.¹

3- الانحياز للمنظومة الفكرية:

فالإنسان الملتزم و الحريص على سمعته و مستقبله الشريف ينحاز طوعيا لأفكاره المرتكزة على العقيدة الاجتماعية السائدة و هو غير مستعد لبيع نفسه مقابل صفقة تشوه سمعته و تهدر كرامته.

فرجل الشرطة أو رجل ع ع الذي ينغمس بالمكاسب المادية الوظيفية فرد غير صالح للبقاء في هذه المهنة المتخصصة.

4- المواطن غير الصالح.

يسهم المواطن في افساد رجل الشرطة أو رجل العلاقات العامة بالوسائل التالية:

- تقديم الرشوة.
- التوصل بالوساطة.

¹ كنعان نواف، اتخاذ القرارات الإدارية: الرياض، مطابع الفرزدق، 1985، ص65.

و بذلك يستطيع المواطن غير السوي تشويه سمعة هيئة الشرطة و يتولد لدى المواطنين الأسوياء

اعتقاد خاطئ أن جهاز الشرطة جهاز للارتشاء و أن جميع منتسبي الشرطة يتقبلون ذلك بيسر.¹

¹ العقيد علي حميد العوقلي، أخلاقيات المهنة: مثل و أعراف الشرطة و كيفية تطبيقها على الواقع، صفاء، 2008، ص20.19.18.

المبحث الخامس: نظريات اتخاذ القرار الأخلاقي.

1- النظرية النفعية:

تقضي هذه النظرية بالتصرف و اتخاذ القرار من منطق ما يحقق أكبر قدر من النفع، دون النظر لمشروعية أو أخلاقية هذه القرارات و يتضمن صنع القرار المنفعي تحديد الأفعال البديلة المتوفرة في أي حالة قرارية معينة و تقدير كل من القرارات و المنافع لكل فرد يتأثر بنتائج الفعل اختيار البديل الذي يؤدي الى تحقيق أكبر منفعة.¹

2- نظرية الواجبات الأدبية: *Deontological theory*

ترى هذه النظرية ان من واجب الشخص أن يفعل ما هو صحيح و بعض الأعمال تكون دائما صحيحة، و بعض الأعمال دائما خاطئة و ليس هناك انحراف عن الصحة و الخطأ و الغايات لا تبرر الوسائل، و الصحي مما الذي يتبنى هذه النظرية لا يكذب فالكذب دائما خطأ.

3- نظرية الدافع: *Emotivism*

ترى هذه النظرية أن كل المصطلحات التي تستخدمها لوصف أي عمل لا تصف الواقع الموضوعي لهذا العمل بشكل حقيقي و لكنها تعبر عن مشاعرنا نحو هذا العمل و هكذا فان العمل لا يكون صحيحا أو خاطئا في ذاته و لكن هذا العمل ينتج شعورا حول صحته أو خطأه عند المراقب.²

4- نظرية الموقف: *Situationalism*

تقوم هذه النظرية على أنه ليس هناك حكم يمكن أن يغطي جميع المواقف و أنه لا بد من النظر الى الظروف التي تحدد ما اذا كان هذا العمل صحيحا أم لا.

¹ منى عطية حزام خليل، الإدارة و اتخاذ القرار في عصر المعلوماتية: أبو الخير للطباعة و التجليد، 2009، ص ص97-98
² سليمان صالح، أخلاقيات الاعلام: مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، ط2، 2005، ص ص69، 70.

5- نظرية النية الأخلاقية: Ethical relativism

تقوم على أنه ليس هناك مبادئ أخلاقية مقبولة عالميا و لذلك فالقرارات الأخلاقية تقوم على ما هو مقبول في وقت معين و في مكان معين و في شعب معين.

6- نظرية التطور المعنوي أو التنمية المعنوية: Moral development

تقوم على أن الانسان يتكور معنويا و أخلاقيا كما يتكور من النواحي الفيسيولوجية و السيكولوجية و اللغوية.¹

7- النظرية الوظيفية أو نظرية الخدمة العامة:

تتعلق هذه النظرية من متطلبات النظام الاجتماعي و تؤكد على أن الهدف الأساسي للمواثيق الأخلاقية في حماية المستهلكين و أن الحاجة الى تحديد المتطلبات الاجتماعية تتزايد في فترات التغير السريع أو التوسع في تجارب جديدة غير محكومة اجتماعيا و طبقا لهذه النظرية فان تزايد الاهتمام العلمي بأخلاقيات الاعلام في هذه المرحلة يعود الى التطور السريع في تكنولوجيا الاتصالات مثل الكمبيوتر و الأقمار الاصطناعية و قنوات الاتصال المتعددة و تأثير هذه الوسائل على الحياة الخاصة و على السيادة القومية كما أن عدم قدرة المهنيين على التكيف مع القضايا الأخلاقية للتكنولوجيا الحديثة، و تحكم الشركات الدولية الكبرى في عملية الاتصال و يمكن أن يفسر عدم قدرة المنظومات المهنية على مراقبة سلوك أعضائها و زيادة الحاجة الى سياسات دولية و قومية لتنظيم وسائل الاعلام.²

¹ باسم الحميري، الإدارة: الوظائف و الممارسة: دار الحامد، 2000، ص ص 177، 178.

² سليمان صالح، مرجع سابق، ص71، 72.

المبحث السادس: اتخاذ القرار الأخلاقي لرجل العلاقات العامة داخل مؤسسة الشرطة.

" في مختلف الجوانب يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته داخل مؤسسة الشرطة خاصة بممارسة المهام و المتطلبات الخاصة بالوظائف الإدارية سواء بالنسبة للتخطيط أو التنظيم أو الرقابة و المتابعة و القيادة أو بالنسبة للمتغيرات البيئية المختلفة.

فرجل العلاقات العامة في أي مؤسسة و عند اتخاذه القرار يعتم بمصلحة العمل و مصالح الأفراد و يحاول بقدر الإمكان دمج الأهداف و المصالح في قالب متكامل بحيث يتحقق صالح العمل و ذلك في إطار أسلوب الفريق الذي يميزه في تعامله و القدرة على احسان الظن بهم و بقدراتهم.

فاتخاذ القرار الفعال بالنسبة لرجل العلاقات العامة داخل مؤسسة الشرطة ليس بالأمر الهين باعتباره عضو من أعضائها و قد تكون تلك الأحكام أو القرارات الصادرة عنه قد تعيق عمل سير النظام داخل مؤسسة الشرطة أو حتى المساس بإحدى العاملين داخل المؤسسة و هذا يتطلب منه الدراية الكافية بالمتغيرات البيئية كالمتغيرات الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الاقتصادية... الخ

فاتخاذ القرار يتطلب نظرة واقعية و تفكيراً مرناً متجدداً و تطبيق ذكي و قدرة على اتخاذ القرار و أيضاً المقدر على الابتكار اذ تطلب الأمر وهذه المميزات و المهارات هي التي تميز رجل العلاقات العامة الفعال.¹

" و ان اتخاذ القرار الأخلاقي يتطلب منه:

- بأن يبقى محايداً و ألا يساند أحد الأطراف في النزاعات ذات الطابع الخاص.
- بأن يتحكم و يسيطر على نفسه باستمرار.
- بأن يتفادى أي سلوك أو موقف عدواني، تحريضي أو استهزائي.

¹ محمد منير حجاب و سعد محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة: دار الفجر للنشر، القاهرة، ص174، 175.

- ضف الى ذلك أن رجل العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة الذي يثق في نفسه و يعرف كيف يتحكم في سلوكه يساهم دون شك في تهدئة التوترات و الانفعالات.
- فمثل هذه التصرفات ضرورية في الحالات التي تتجر عنها ردود لأفعال عدوانية أو حتى عنيفة و التي يتعرض لها رجل العلاقات العامة بمؤسسة الشرطة بصفة دائمة.
- و يمكن لرجل العلاقات العامة بسبب وظيفته أن يتلقى بعض العروض (هدايا،...) ففي مثل هذه الحالات تدعو نزاعته و جملة الأخلاق التي يتحلى بها أن يرفضها بأدب، و يوضح بأن الدولة تدفع له مرتبا مقابل ما يقوم به.
- التدخل بمبادرة شخصية منهم قصد تقديم العون لأي شخص معرض للخطر أو قمع أي عمل من شأنه أن يخل بالنظام العمومي.¹

المبحث السابع : نموذج رالف بوتنر

رالف بوتنر هو باحث و استاذ جامعي بجامعة هارفارد قام بانجاز نموذج لاتخاذ القرار الاخلاقي المبني على 04 اسس تمثلت في:

الحقائق، القيم، المبادئ، الولاءات كما استخدم هذا النموذج من قبل المتخصصين في الاتصال في محاولة لايجاد حلول لمشكلات اخلاقية

تطبيق النموذج

جاء النموذج لتجسيد اتخاذ القرار الاخلاقي ويفترض 04 خطوات مترابطة :

1- تعريف الحقائق : تعريف الوضع بموضوعية

¹ مفتشي الشرطة الداخليين: الشرطة أخلاقيات المهنة، المرحلة الثانية، الأردن، ص105، 106.

2- تحديد القيم : هي الاعتقادات التي يتم اتخاذ القرارات والافعال على ضوءها وتختلف سواء قيم

مهنية او اخلاقية او منطقية

3- تحديد المبادئ : هي عبارة عن معايير او مقياس للحكم

4- تحديد الولاءات : تحديد لمن يجب ان تكون مخلصا له النفس ، المجتمع ، المنظمة.(1)

1 بيوتن شانون : توسيع الأخلاق كمبدأ عام ، مجلة العلاقات العامة للبحوث،2008، ص 35

• خاتمة الفصل:

كخلاصة لما سبق ذكره يمكننا القول ان العلاقات العامة تقوم على الاتصال بالجمهور في سبيل خلق توافق وانسجام افضل بين الاشخاص في نطاق المؤسسة او الجماعة او المجتمع وفق برنامج خاص.

والعلاقات العامة في المؤسسة الامنية لا يختلف كثيرا عن اي مؤسسة اخرى الا بقدر اختلاف الوظائف الاساسية لكل مؤسسة فهي تعد من اساسيات النجاح لأنها تعكس الثقة والانسجام بين المصالح الادارية والجمهور الخارجي لها

الفصل الرابع:

"الإطار التطبيقي"

المبحث الأول: نشأة مديرية الأمن بولاية قالمة.

المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الأمن.

المبحث الثالث: نتائج تفريغ الاستمارة.

المبحث الرابع: نتائج الدراسة.

المبحث الأول: نشأة مديرية الأمن بولاية قالمة:

نشأت هذه المديرية سنة 1975م وذلك بعد أن رقيت مدينة قالمة من دائرة الى ولاية، حيث كان يوجد مقرها بحي جيش التحرير الوطني وفي 1990/07/30 تم انشاء مقر جديد لأمن الولاية يتربع على مساحة اجمالية تقدر بـ 14107 م² بنهج مجالدي صالح بمحاذاة عمارات حي قهدور الطاهر، تتكون هذه المؤسسة من طابقين يحوي كل المصالح الولائية (ديوان رئيس أمن الولاية، الشرطة القضائية، مصلحة الشؤون الاجتماعية، الأمن العمومي، الإدارة العامة، مصلحة المحفوظات المحلية، مصلحة الوسائل التقنية، مصلحة الشرطة العامة).

لمحة ديمغرافية:

عدد قوات الشرطة العاملة بأمن ولاية قالمة يقدر بـ 2064 شرطي من مختلف الرتب يمارسون مهامهم بمختلف المقرات الأمنية على النحو التالي:

- مقر أمن الولاية: 898.
- الأمن الحضري الأول: 38.
- الأمن الحضري الثاني: 37.
- الأمن الحضري الثالث: 40.
- الأمن الحضري الرابع: 39.
- الأمن الحضري الخامس: 36.
- الأمن الحضري الخارجي بلخير: 55.
- الفرقة المتنقلة للشرطة القضائية قالمة: 79.
- الفرقة المتنقلة للشرطة القضائية بعين بن بيضاء: 76.

- أمن دائرة وادي زناتي: 146.
- أمن دائرة قلعة بوصبع: 55.
- أمن دائرة لخزارة: 67.
- أمن دائرة عين مخلوف: 70.
- أمن دائرة بوشقوف: 168.
- أمن دائرة حمام دباغ: 90.
- أمن دائرة هيليوبوليس: 87.

مكتب الاتصال والعلاقات العامة:

هذا المكتب تابع لديوان رئيس أمن الولاية، بدأ عمله تحت هذا الاسم مع ظهور التعددية الحزبية والانفتاح الاقتصادي في بلادنا عام 1988م.

يشرف على تسييرها إطار (ملازم أول للشرطة) يقوم بالمهام التالية:

- تفعيل الاتصال الداخلي و المتمثل في التكفل بانشغالات قوات الشرطة ورفعها الى الجهة الوضوية.
- مدى وجود اتصال داخلي بين الرئيس و المرؤوس.
- مدى عمله بالتعليمات والأوامر القيادية.
- تفعيل الاتصال الخارجي: توطيد العلاقات مع الجمعيات الناشطة في الميدان والمؤسسات العمومية الأخرى وحتى الإدارة الأمنية الأخرى.

- تجسيد مبدأ الشرطة الجوارية وتقريب المواطن من الشرطي وغرس الثقة بينه وبين جهاز الأمن الوطني.
- الاهتمام بوسائل الاعلام المختلفة من حيث ابراز مجهودات المديرية العامة للأمن الوطني من خلال تزويدهم بالمعلومات و الاحصائيات والقضايا المعالجة في اطار ما يسمح به القانون.

المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لأمن ولاية قالمة:

ينتظم أمن ولاية قالمة وفق هيكل اداري تنازلي يراعي مبدأ وحدة القيادة و التمكن من الاشراف الفعال ويقوم على التخصص أو التنظيم النوعي للعمل وهو ما نلاحظه في التعدد واختلاف المصالح وفق المهام المتعلقة بكل منها سواء كانت مهام استشارية كمصلحة المخفوضات المحلية، الاستعلامات العامة أو مهام تنفيذية كمصالح الشرطة القضائية والأمن العمومي. وسوف نقدم المصالح التي تتكون منها ولاية قالمة مع العلم أن هناك مصالح ولائية ومكاتب وخلايا بالإضافة الى 05 أمن حواضر والسادس أمن حضري خارجي بلخير، وفرقتين متنقلتين للشرطة القضائية قالمة وعين بن ببيضاء، مدرسة الشرطة ببوشقوف، وتدعمت مؤخرًا بالوحدة الجمهورية للأمن 16 بن جراح التي لم يتم تدشينها بعد.

ويهدف إتمام هذه المهام على أكمل وجه وحسب الجدول المسطر من طرف القيادة، يتكون أمن

ولاية قالمة من الهياكل التالية:

الهيكل التنظيمي لأمن ولاية قالمة

- مخطط تنظيمي لمصالح أمن ولاية قالمة مقر .



المبحث الثالث: نتائج تفريغ الاستمارة.

المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية:

الجدول رقم 01: توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	13	7	20
النسبة	65	35	100

ان القراءة الأولية المبينة في الجدول رقم 01 تبين أن المفردة 13 والمقدرة نسبتها بـ 65% تمثل نسبة الذكور وتليها المفردة 7 والمقدرة مسبتها بـ 35% والتي تعبر عن العنصر النسوي ومنه نستنتج أن نسبة 65% كانت لفئة الذكور لأنه العنصر السائد للفئة المدروسة.

الجدول رقم 02: توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

السن	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
29 – 25	3	23,07	4	57,14	7	35
34 – 30	6	46,15	3	42,85	9	45
39 – 35	4	30,76	0	0	4	20
40 فأكثر	0	0	0	0	0	0
المجموع	13	100%	7	100%	20	100

التعليق على الجدول:

من خلال الجدول رقم يتضح لنا أن نسبة 35% من العينة المدروسة تمثل الفئة العمرية من 25 الى 29 سنة، ونسبة 45% من الفئة العمرية بين 30 و34 سنة، ونسبة 20% من الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة، أما فوق 40 فأكثر بلغت نسبتهم صفر.

وهذا يؤكد لنا أن النسبة الغالبة من المبحوثين هم من الشباب ويدل هذا على استغلال عنصر الشباب في المنظمة ما ينعكس إيجابا على الأداء الوظيفي داخل المنظمة.

الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب متغير الأقدمية في العمل.

المجموع		أنثى		ذكر		الأقدمية في العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	14,28	1	15,38	2	أقل من 5 سنوات
45	9	28,57	2	53,84	7	من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات
35	7	57,14	4	23,07	3	من 5 سنوات الى أقل من 15 سنة
5	1	0	0	7,69	1	أكثر من 15 سنة
100	20	100	7	100	13	المجموع

من الجدول رقم 03 يظهر لنا أن نسبة 15% من الفئة المدروسة خبرتهم أقل من 05 سنوات و 45% من عينة الدراسة خبرتهم من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات، ونسبة 35% من العينة خبرتهم من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة ونسبة 5% من أفراد العينة خبرتهم أكثر من 15 سنة فأكثر.

فلاحظ أن النسبة كانت موزعة بشكل متقارب الى حد ما خاصة بين الفئة الثانية والثالثة و 45% و 35%.

أما بالنسبة للفئة الأولى والذين تقل مدة أقدميته عن 5 سنوات فكانت نسبتهم 15% من العينة.

وهذا يرجع الى أن المؤسسة تستهين بالخبرات الأقدمية في تسيير أعمالها من خلال درايتهم بمجريات العمل.

أما بالنسبة لانخفاض النسبة للمبحوثين الذين تتراوح أقدميته من 15 فأكثر بنسبة 5% فهذا قد يعود لإحالة بعض العمال عن التقاعد.

المحور الثاني: الحقائق والمعطيات التي يبحث عنها رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الأخلاقي:

جدول رقم 04: حول الدقة في تحصيل المعلومات والحقائق حول المواقف الأخلاقية:

تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية	ك	%
دائما	19	95
غالبا	1	5
أحيانا	0	0
نادرا	0	0
مطلقا	0	0
المجموع	20	100

التعليق على الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نجد أن ما يمثل 95% من العينة المبحوثة يرون أنه دائما ما يتم تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية ونسبة 5% ترى أنه ما يتم تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية.

جدول رقم 05: الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي حسب متغير للجنس:

المجموع	انثى		ذكر		الجنس	
	ك	%	ك	%	ك	%
المجموع	20	100	7	100	13	100
دائما	19	95	7	100	12	92,30
غالبا	1	5	0	0	1	7,69
أحيانا	0	0	0	0	0	0
نادرا	0	0	0	0	0	0
مطلقا	0	0	0	0	0	0

من خلال الجدول أعلاه رقم 05 والذي يمثل الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية حسب متغير الجنس.

يتبين لنا أن فئة الذكور وفئة الإناث متقاربتان إلى حد ما حيث أكدت العينة المدروسة من خلال الجدول أنه دائما ما يتم تحصيل المعلومات والحقائق حول المواقف الأخلاقية بنسبة 95% ويليهما غالبا بنسبة 5%.

ومن خلال هذه النتائج يتبين لنا أن المبحوثين يتمثلون لأداء علمهم على أكمل وجه وبصدق وهذا ما يعكس نتائج الفعل لاتخاذ القرار الأخلاقي الذي يكون وفق معطيات ومعلومات مسبقة حتى يكون القرار الأخلاقي صائب.

الجدول رقم 06: الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي حسب متغير السن.

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		الجنس الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
95	19	0	0	75	3	100	9	100	7	دائما
5	1	0	0	25	1	0	0	0	0	غالبا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أحيانا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	نادرا
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مطلقا
100	20	0	0	100	4	100	9	100	7	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي حسب متغير السن، نلاحظ تعادل بين النسب بين الفئات العمرية من 25 إلى 29 سنة والفئة العمرية 30 إلى 34 سنة والتي ترى أنه دائما ما يتم تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي بما نسبته 100%.

أما فيما يخص الفئة العمرية التي تمثل 35 إلى 39 سنة فقد رأت أنه دائما ما يتم تحري المعلومات بنسبة 75%، ورأت غالبا بنسبة 25%.

وبتفسير النتائج نلاحظ أنه من خلال الإجابات:

أن المبحوثين حرصين على تحري الدقة والموضوعية في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي، وهذا قد يعود لطبيعة عمل المبحوثين التي تستوجب الحذر والدقة في أداء العمل.

الجدول رقم 07: الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
المجموع	100	20	100	1	100	7	100	9	3
دائما	95	19	100	1	100	7	88,88	8	3
غالبا	5	1	0	0	0	0	11,11	1	0
أحيانا	0	0	0	0	0	0	0	0	0
نادرا	0	0	0	0	0	0	0	0	0
مطلقا	0	0	0	0	0	0	0	0	0

من خلال الجدول رقم 07:

والذي يمثل الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية حسب متغير الأقدمية في العمل نلاحظ أن إجابات الفئة التي تقل أعمارهم عن 5 سنوات ترى بأنه دائما ما يتم تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية بنسبة 100، بينما ترى الفئة من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات الى انقسامها بين أنه دائما ما يتم تحري الدقة والمعلومات بنسبة 88,88% ونسبة 11,11% من نفس الفئة أي أنه غالبا ما يتم ذلك.

أما فيما يخص الفئة من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة فترى أنه دائما ما يتم تحري الدقة حول المعلومات المرتبطة بالموقف الأخلاقي بنسبة 100%.

ويمكن تفسير هذه الإجابات والاقتراب الواضح بين الفئات في النتائج المسندة اليهم بمدى الانضباط وحرص الموظفين بالقيام بالمهام المسندة اليهم، وادراكهم بمدى أهمية تحري الدقة حول المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي.

الجدول رقم 08: حول العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي:

العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الاخلاقي	ك	%
- عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية	3	15
- تعدد الأطراف المتورطين في القضية الاخلاقية	3	15
- صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الاخلاقية	4	20
- تعقد القضية الأخلاقية	10	50
المجموع	20	100

التعليق على الجدول:

من خلال الجدول رقم 08 يتبين لنا تساوي الفئتين الأولى والثاني والتي تتعلق بعدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية وتعدد أطراف المتورطين في القضية الأخلاقية بنسبة 15%.
فيما جاءت صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة 20% وتعقد القضية الأخلاقية 50%.

الجدول رقم 09: العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	14,28	1	15,38	2	- عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية
15	3	28,57	2	7,69	1	- تعدد الأطراف المتورطين في القضية الاخلاقية
20	4	14,28	1	23,07	3	- صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الاخلاقية
50	10	85,71	3	53,84	7	- تعقد القضية الأخلاقية
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي، نجد ان فئة الذكور وكذلك فئة الاناث جاءت نسبها متشابهة الى نوع ما فنجد جنس الذكور في تعقد القضية الأخلاقية هي أبرز عامل بنسبة %53,84 ثم تلتها صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة %15,38 وأخيرا تعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية بنسبة %7,69.

أما فئة البنات فنجد تصدر عامل القضية الأخلاقية بنسبة %50 ثم صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة %20.

ونجد تساوي العاملان عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية وتعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية بنسبة %15.

ومن خلال هذه المعطيات يتبين لنا:

أن كل هذه العوامل عبارة عن عراقيل بنسب متفاوتة.

ونجد من خلال هذه الإجابات الى أن تعقد القضية الأخلاقية هو برز عامل قد يعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي والذي جاء بنسبة 50% وهذا ما يفسر صعوبة مسألة اتخاذ القرار الأخلاقي في مواقف أخلاقية معقدة.

وذلك راجع لكون الموقف الأخلاقي له أبعاد ومتغيرات عديدة قد تكون مجتمعية أو مهنية أو دينية تؤثر على وضوح اتخاذ القرار وتجعله أمر معقد.

الجدول رقم 10: العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير السن:

المجموع		40 سنة فأكثر		من 35 الى 39 سنة		من 30 الى 34 سنة		من 25 الى 29 سنة		السن	العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
15	3	0	0	0	0	33,33	3	0	0	- عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية	
15	3	0	0	25	1	22,22	2	0	0	- تعدد الأطراف المتورطين في القضية الاخلاقية	
20	4	0	0	0	0	33,33	3	14,28	1	- صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الاخلاقية	
50	10	0	0	75	3	11,11	1	85,71	6	- تعقد القضية الأخلاقية	
100	20	0	0	100	4	100	9	100	7	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه رقم 10 والذي يمثل العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير السن، نجد أن الفئة التي تتراوح بين 25 الى 29 سنة أكدت نسبة 14,28% على صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية، ونسبة 85,71% جاءت حول تعقد القضية الأخلاقية، أما الفئة من 30 الى 34 سنة فقد رأت أن عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة 11,11%، وفي صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة 33,33% مع عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية، فيما نجد تعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية بنسبة 22,22% .

أما الفئة من 35 الى 39 سنة فقد جاءت نسبة 75% حول تعقد القضية الأخلاقية و نسبة 25% حول تعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية.

ويمكن تفسير هذه النتائج الى أنه لمتغير السن دور مهم في الكشف عن العوامل التي قد تواجه متخذ القرار، اذ نجد الفئة 30 الى 34 سنة وهي من بين الفئات التي تمثل متوسط العمر بين الفئات المبحوثة نجدها وزعت أصواتها بين جميع الخيارات عكس الفئات الأخرى واعتبرت أن جميع العوامل المصنفة في الجدول لها أثرها في عرقلة تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي.

الجدول رقم 11: العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15		من 5 سنوات الى أقل من 10		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	100	1	14,28	1	0	0	33,33	1	- عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية
15	3	0	0	0	0	33,33	3	0	0	- تعدد الأطراف المتورطين في القضية الاخلاقية
20	4	0	0	42,85	3	0	0	33,33	1	- صعوبة اثبات التهم على المتورط في القضية الاخلاقية
50	10	0	0	42,85	3	66,66	6	33,33	1	- تعقد القضية الأخلاقية
100	100	100	1	100	7	100	9	100	3	المجموع

من خلال الجدول أعلاه حول العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

نلاحظ أن الإجابات جاءت متشابهة نوعا ما وموزعة بشكل متساوي تقريبا بين جميع الفئات خاصة في الفئة التي تمثل أقل من 5 سنوات والتي جاءت جميع العوامل بنسبة 33,33% أما في الفئة من

5 سنوات الى أقل من 10 سنوات فلقد وزعت بين تعقد القضية الأخلاقية بنسبة %66,66 وتعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية بنسبة %33,33، أما في الفئة الثالثة من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة فلقد أكدوا المبحوثون على تساوي عامل صعوبة اثبات التهم على المتورطين في القضية الأخلاقية وبين تعقد القضية الأخلاقية بنسبة %42,85 وعدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية بنسبة %14,28.

أما الفئة الرابعة أكثر من 15 سنة فلقد جاءت الإجابات على ان عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية هو العامل الأبرز بنسبة %100.

ومن خلال هذه الإجابات والتشابه الكبير في تحديد أبرز العوامل بين جميع المبحوثين واتفقهما على ان تعقد القضية الأخلاقية هي العامل الأبرز الذي يعرقل الحصول على المعطيات حول الموقف الاخلاقي هذا يؤكد لنا أن متغير الأقدمية في العمل لا يؤثر على إمكانية تحديد الموظفين على اختلاف سنوات العمل الصعوبات التي قد تواجههم وتكون هامل يعرقل توصلهم للمعطيات حول الموقف الأخلاقي.

الجدول رقم 12: حول المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي:

المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي	ك	%
- تحريات شخصية	17	85
- شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم	3	15
- تسجيلات	0	
المجموع	20	100

التعليق على الجدول الذي يمثل المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي: من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا ان نسبة %85 تمثل تحريات شخصية ونسبة %15 تمثل شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم، كمصادر يعتمد عليها للحصول على المعلومات حول الموقف الأخلاقي.

الجدول رقم 13: المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	
85	17	100	7	76,92	10	- تحريات شخصية
15	3	0	0	23,07	3	- شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم
0	0	0	0	0	0	- تسجيلات
100	20	100	7	100	13	المجموع

يمثل الجدول أعلاه رقم 13 المصادر التي عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الجنس، حيث نجد نسبة 76,92% من الذكور تمثل تحريات شخصية ونسبة 23,07% شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم، أما تسجيلات فبلغت نسبتها الصفر، ونسبة 100% تحريات شخصية لفئة الإناث أيضا.

ويمكن تفسير هذه الإجابات هو تعود المبحوثين على القيام بالتحريات الشخصية كمصدر للحصول على المعلومات وذلك يعود كونها أداة لتحصيل المعلومات والتفاصيل حولها.

أما نسبة 0% للتسجيلات فذلك يعود لكون هذا الاجراء قد يتطلب ترخيص قانوني قبل البدء فيه.

الجدول رقم 14: المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير السن:

العوامل التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي	السن		من 25 الى 29 سنة		من 30 الى 34 سنة		من 35 الى 39 سنة		40 سنة فأكثر		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- تحريات شخصية	6	85,71	9	100	2	50	0	0	0	0	17	85
- شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم	1	14,28	0	0	2	50	0	0	0	0	3	15
- تسجيلات	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	7	100	9	100	4	100	0	0	0	0	20	100

من خلال الجدول أعلاه رقم 13 الذي يمثل المصادر التي عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير السن، نجد ان الفئة من 25 الى 29 سنة ترى في تحريات الشخصية أكثر المصادر المعتمدة بنسبة %85,71 وشهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم %14,28، أما فيما يخص الفئة من 30 الى 34 سنة فهي إجابات بنسبة %100 على التحريات الشخصية، أما فيما يخص الفئة بين 35 الى 31 سنة فقد وزعت اصواتها بالتساوي على التحريات الشخصية بنسبة %50 وكذلك شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم بنسبة %50.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن متغير السن له دور كبير في تقييم المبحوثين من حيث المصادر التي يعتمدونها في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي حيث نلاحظ أن الفئة العمرية الأكبر بين المبحوثين من 35 الى 39 سنة انقسمت بين الخيارات واعطت لكل من التحريات الشخصية وشهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم النسبة %50 وهذا ما يقود الى أن الموقف الأخلاقي يحتاج فعلا الى مصادر عديدة وذلك للكشف عن تفاصيله مما يساعد في اتخاذ قرار أخلاقي على خليفة واضحة ومن خلال مصادر متعددة.

الجدول رقم 15: المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15		من 5 سنوات الى أقل من 10		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل العوامل التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
85	17	100	1	100	7	66,66	6	100	3	- تحريات شخصية
15	3	0	0	0	0	33,33	3	0	0	- شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	- تسجيلات
100	20	100	1	100	7	100	9	100	3	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم 13 الذي يمثل المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

نجد أن الفئات التي أقل من 5 سنوات ترى أن التحريات الشخصية هي المصدر الأساسي بنسبة 100%، بينما العينة من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات ترى في التحريات الشخصية بما نسبته 66,66% وشهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم بنسبة 33,33%.

أما العينة من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة فهي ترى في تحريات شخصية مصدر أساسي بنسبة 100%، وكذلك فئة أكثر من 15 سنة ترى في تحريات شخصية المصدر المعتمد بنسبة 100%.

من خلال هذه النتائج يتبين لنا ان الإجابات حسب متغير الأقدمية في العمل حول المصادر المعتمدة للحصول على المعلومات حول الموقف الأخلاقي تحمل دلالات عديدة وهي أن جميع الفئات المبحوثين وعلى الرغم من اختلاف سنوات عمل كل فئة الا أنهم يجمعون ويتفقون على أن التحريات الشخصية هي أبرز المصادر في تحصيل المعلومات حول الموقف الأخلاقي، وهذا ما يقود الى أنه يجب على متخذ القرار القيام بتحرياته الشخصية حول الموقف الأخلاقي حتى يتوصل الى الحقائق و المعطيات.

المحور الثالث: القيم التي يتحلّى بها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي في مديرية الأمن:

الجدول رقم 16: يبين رأيك في أبرز قيمة معتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي:

أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذك للقرار الأخلاقي	ك	%
المسؤولية	9	45
الصدق	5	25
العدالة	3	15
المساواة	3	15
التسامح	0	0
النزاهة	0	0
المجموع	20	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة للقيمة التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي كانت المسؤولية فقدرت بـ 45% ثم تليها قيمة الصدق بـ 25% والتساوي بين كل العدالة والمساواة فقدرت بـ 15% أما بالنسبة لقيمة التسامح والنزاهة فقدرت بـ 0%.

الجدول رقم 17: أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	
45	9	57,14	4	38,46	5	أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي
22	5	28,57	2	23,07	3	المسؤولية
15	3	14,28	1	15,38	2	الصدق
15	3	0	0	23,07	3	العدالة
15	3	0	0	23,07	3	المساواة
0	0	0	0	0	0	التسامح
0	0	0	0	0	0	النزاهة
100	20	100	7	100	13	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة كانت للذكور بنسبة تكرار 13 أما بالنسبة للإناث فكانت بتكرار 7، وبالتالي نسبة القيم بالنسبة للذكور مرتفعة مقارنة بالنسبة للقيم التي تم التصريح

بها من قبل الاناث وذلك راجع لكون مهنة رجل العلاقات العامة في مديرية الأمن خاصة أغلبها ذكور أما الاناث فتزايدت نسبتهم في الآونة الأخيرة واستفحلت جميع القطاعات من بينها الشرطة، وذلك لتناسب المهنة بالنسبة للرجال وعكسها مع الاناث.

الجدول رقم 18: أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير السن:

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		السن أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذك للقرار الأخلاقي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
45	9	0	0	40	2	50	4	42,85	3	المسؤولية
25	5	0	0	40	2	0	0	42,85	3	الصدق
15	3	0	0	20	1	12,5	1	14,28	1	العدالة
15	3	0	0	0	0	37,5	3	0	0	المساواة
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	التسامح
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	النزاهة
100	20	0	0	100	5	100	8	100	7	المجموع

يبين الجدول أعلاه بخصوص السن أو الفئات العمرية فكانت النسبة الأكبر للمسؤولية لفئة العمر ما بين 25 9 29 سنة ثم تليها فئة العمر من 30 – 39 سنة وكانت قيمة المسؤولية قد قدرت بـ 50% أما الفئة من 35 – 39 سنة فكانت نسبة المسؤولية 40% في حين الفئة العمرية من 40 فأكثر فلم توجد ثم تليها باقي القيم الأخرى بنسب أقل والتالي ما نلاحظه أن العاملين بقسم العلاقات العامة كلهم متوسطي العمر، وذلك للجهد الذي تتطلبه مهنة العلاقات العامة بمديرية الامن، النشاط الفعال من قبل من يؤدي هذه الوظيفة.

الجدول رقم 19: أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذ القرار الأخلاقي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
40	8	100	1	16,6	1	37,5	3	60	6	المسؤولية
20	4	0	0	33,33	2	25	2	0	0	الصدق
10	2	0	0	16,66	1	15,5	1	0	0	العدالة
30	6	0	0	33,33	2	25	2	40	2	المساواة
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	التسامح
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	النزاهة
100	20	100	1	100	6	100	100	100	5	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول سجلت بالنسبة للأقدمية في العمل لرجل العلاقات العامة أقل من 5 سنوات بنسبة 60% حيث جاءت خبرتهم من 5 الى أقل من 10 سنوات بنسبة 37,5% فيما تليها فئة من 10 الى أقل من 15 سنة بنسبة 16,66% أما فئة أكثر من 15 سنة فقدت بـ 100% وبالتالي نلاحظ أن الأقدمية في العمل كانت محصورة بين أقل من 5 سنوات الى 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات وبالتالي تعتبر الأقدمية في العمل بنسبة متوسطة، ومن أمضوا في إدارة العلاقات العامة وهذا يشير الى انخفاض نسبة الأقدمية في العمل.

الجدول رقم 20: الالتزام بهذه القيمة:

تحري الدقة في تحصيل المعلومات حول المواقف الأخلاقية	ك	%
دائما	7	35
أحيانا	3	15
غالباً	9	45
نادراً	1	5
المجموع	20	100

نلاحظ من خلال الجدول أن الالتزام بالقيمة حققت بـ غالباً بنسبة 45% تليها دائماً بنسبة 35% ثم أحيانا بـ 15% وأخيراً نادراً قدرت نسبتها بـ 5%.

الجدول رقم 21: الالتزام بهذه القيمة حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس الالتزام بهذه القيمة
%	ك	%	ك	%	ك	
35	7	42,85	3	30,76	4	دائماً
15	3	0	0	23,07	3	أحيانا
45	9	57,14	4	38,46	5	غالباً
5	1	0	3	7,69	1	نادراً
100	20	100	7	100	13	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الالتزام بقيمة كانت غالباً لدى الذكور وقدرت بنسبة 38,46% أما قيمة الالتزام بالقيمة عند الاناث فكانت هي كذلك غالبت حيث قدرت بـ 45% وبالتالي ضرورة تطبيق القوانين والنظم المنوطة لرجل العلاقات العامة في مديرية الأمن، وعدم الاغفال عنها، وذلك لتجنب وقوعه في مخالفات المهنة والتي من شأنها أن تضعه في مواقف قد يتم فصله فيها، وبالتالي العاملين بقسم العلاقات العامة مكلفين باحترام النظام الداخلي للمديرية والسهر على تأدية مهامهم بكل صرامة وحزم.

الجدول رقم 22: الالتزام بهذه القيمة حسب متغير السن:

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		السن الالتزام بهذه القيمة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
35	7	0	0	25	1	22,22	2	57,14	4	دائما
15	3	0	0	0	0	33,33	3	0	0	أحيانا
45	9	0	0	50	2	44,44	4	42,85	3	غالبا
5	1	0	0	25	1	0	0	0	0	نادرا
100	20	0	0	100	4	100	9	100	7	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان سن العاملين بالعلاقات العامة من 25 الى 29 سنة وجدوا عن التزامهم بالقيمة بـ 57,14% أما من أعمارهم من 30 الى 34 فكانت أكبر نسبة لالتزامهم بالقيمة بـ 44,44% أما من كانت أعمارهم تتراوح بين 35 – 39 كان التزامهم بالقيمة بنسبة 50% غالبا أما أكثر من 40 سنة فكانت نسبتهم 00% وبالتالي نسبة 50% كانت أعمارهم بين 35 – 39 وبالتالي هذا السن كمتغير يعرض نفسه في اختبار مختلف القرارات الأخلاقية التي من شأنها التأثير في سواء الأفراد أو المنظمة أو المجتمع أو حتى نحو نفسه.

الجدول رقم 23: الالتزام بهذه القيمة حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل الالتزام بهذه القيمة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
35	7	0	0	50	3	30	3	33,33	1	دائما
15	3	0	0	33,33	2	0	0	33,33	1	أحيانا
45	9	100	1	16,66	1	60	6	33,33	1	غالبا
2	1	0	0	0	0	10	1	0	0	نادرا
100	20	100	1	100	6	100	10	100	3	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان الالتزام بالقيمة بالنسبة لمتغير الاقدمية في العمل كانت أقل من 5 سنوات فكانت غالبا بـ 60% تليها دائما 30% ثم نادرا بـ 10% وتأتي أحيانا 0%، اما من 10 الى أقل من 15 سنة فكانت دائما بـ 50% تليها أحيانا بـ 33,33% تليها نادرا بـ 16,66% و نادرا بـ 0% أما اكثر من 15 سنة فكانت غالبا بنسبة 100% وتساوي الاختبارات الأخرى بـ 0% وبالتالي نلاحظ تباين في الأقدمية في العمل بخصوص الالتزام بالقيم وذلك حسب الخبرات التي تفرضها الأقدمية في العمل ومن شأنها الوقوف على كل من هو مستجد بخصوص إدارة رجل العلاقات العامة مهمته وتعاملاته بالنسبة للمهنة.

الجدول رقم 24: يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته وفقا لـ:

يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته وفقا لـ	ك	%
التطبيق الحرفي للقانون	12	60
حسب مقتضيات الموقف	6	30
استشارة الآخرين	2	10
المجموع	20	100

نلاحظ من خلال الجدول يمكن اتخاذ رجل العلاقات العامة لقراراته الأخلاقية حيث كانت أكبر نسبة للتطبيق الحرفي للقانون بـ 60% وتليها حسب مقتضيات الموقف وكانت بـ 30% ثم في الأخير تأتي استشارة الآخرين بـ 10%.

الجدول رقم 25: يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية، حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	
60	12	71,42	5	53,84	7	يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته وفقا لـ
30	6	14,28	1	38,46	5	التطبيق الحرفي للقانون
10	2	14,28	1	7,69	1	حسب مقتضيات الموقف
100	20	100	7	100	13	استشارة الآخرين
						المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان رجل العلاقات العامة يتخذ قراراته وفقا للتطبيق الحرفي للقانون وكانت 15 سنة الذكور %53,84 تليها حسب مقتضيات الموقف بـ 38,46 ثم تأتي استشارة الآخرين بـ 7,69 أما عند الاناث فهي أيضا جاءت في المقدمة التطبيق الحرفي للقانون بـ 71,42 وتليها حسب مقتضيات الموقف وكانت متساوية واستشارة الآخرين للقرارات الأخلاقية أو في كيفية تطبيقه للقانون الداخلي لنظام مديرية الأمن، وبالتالي استوجب عليه تطبيق ترسانة القوانين أو ما يعرف بقانون الوظيف العمومي، ومعرفة درجات المخالفات في حالة حدوث مشكلات أو تجاوزات سواء من داخل التنظيم أو خارجه، وذلك من أجل مقابلة رجل العلاقات العامة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ، تطبيق القوانين، والموضوعية في اتخاذه لجميع قراراته الأخلاقية سواء فيما يخص الأفراد او يحدد ذاتهم أو فيما يخص مهنته أو حتى المؤسسة نفسها، وذلك لتوسيع نطاق الاهتمام والقيام بمسؤولياته على أكمل وجه وبالتالي تعزيز مكانته وتطويرها وتحسين سير العمل.

الجدول رقم 26: يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية، حسب متغير السن:

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		السن	يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
60	12	0	0	50	3	71,42	5	57,14	4	التطبيق الحرفي للقانون
30	6	0	0	50	3	28,57	2	14,28	1	حسب مقتضيات الموقف
10	2	0	0	0	0	0	0	28,57	2	استشارة الآخرين
100	20	0	0	100	6	100	7	100	7	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان السن من 25 – 29 سنة كان حيث يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية وفقا للتطبيق الحرفي للقانون وكانت بنسبة %57,14 تليها استشارة الآخرين %28,87 تليها حسب مقتضيات الموقف 14,28 أما السن من 30 – 34 فكان التطبيق الحرفي للقانون بـ 71,42 تليها حسب مقتضيات الموقف 28,57 وكانت استشارة الآخرين بـ 0% أما السن من 35 – 39 فكانت

التطبيق الحرفي للقانون بـ 50% وحسب مقتضيات الموقف تساوي بينهما، وأخيرا كانت نسبة 40 سنة فأكثر بـ 0%.

في كافة العمليات الاجتماعية دورا جد هام، لذا يجب التركيز عليه في أخذ القرارات التي من شأنها التأثير والتغيير في سلوكيات أو اتجاهات أو حتى مصالح أفراد.

الجدول رقم 27: يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية، حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل يتخذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
60	12	100	1	42,85	3	66,66	6	66,66	2	التطبيق الحرفي للقانون
30	6	0	0	42,85	3	22,22	2	33,33	1	حسب مقتضيات الموقف
10	2	0	0	14,28	1	11,11	1	0	0	استشارة الآخرين
100	20	100	1	100	7	100	9	100	3	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه فيما يخص الأقدمية في العمل في اتخاذ رجل العلاقات العامة لقراراته فكانت الأقدمية من أقل من 5 سنوات كانت للتطبيق الحرفي للقانون فقدرت بـ 66,66% وتليها مقتضيات الموقف بـ 33,33% وجاءت نسبة 0% لاستشارة الآخرين أما الأقدمية من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات فكان التطبيق الحرفي للقانون بـ 66,66% تليها حسب مقتضيات الموقف بـ 22,22% ثم تليها استشارة الآخرين 11,11% ثم الأقدمية من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة كانت للتطبيق الحرفي للقانون بـ 42,85% متساوية وحسب مقتضيات الموقف أما استشارة الآخرين فقدرت بـ 14,28% أما أكثر من 15 سنة فقدرت بـ 100%.

وبالتالي الأقدمية في العمل كمتغير مهم باعتباره يمثل أحد خصائص الفرد المحددة لاتجاهاته وتطلعاته وبالتالي يتدخل الى حد كبير في تصرفات الفرد إزاء تفاعلاته التي تحكمه في حياته وهذا التأثير ما يظهر بالخصوص أثناء تأديته لمهنته.

الجدول رقم 28: العوامل التي تعين اتخاذ القرار الأخلاقي:

العوامل التي تعين اتخاذ القرار الأخلاقي	ك	%
الأضرار التي يحتمل ان تقع على الآخرين	2	10
ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك	9	45
الضرر الذي يحتمل أن يلحق بك شخصيا	9	45
المجموع	20	100

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول مجموعة العوامل التي تعيق اتخاذ رجل العلاقات العامة للقرار الأخلاقي فسجلت أكبر نسبة وكانت متساوية بين الضرر الذي يحتمل أن يلحق بك شخصيا وارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص أقرباء فقدرت بـ 45% وتليها الضرر الذي يحتمل أن يقع على الآخرين بـ 10%.

الجدول رقم 29: العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الجنس:

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	
10	2	14,28	1	7,69	1	الأضرار التي يحتمل ان تقع على الآخرين
45	9	28,57	2	53,84	7	ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك
45	9	57,14	4	38,46	5	الضرر الذي يحتمل أن يلحق بك شخصيا
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ مجموعة من العوامل التي تعيق رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي مبينا أن فئة الذكور كانت بنسبة 53,84 بالنسبة لارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك أو أقاربك تليها الضرر الذي قد يلحق بك شخصيا بنسبة 38,46% وفي الأخير تأتي الأضرار التي قد تلحق بالآخرين فقدرت بـ 7,69% ثم تأتي نسبة الاناث فمن بين العوامل التي تعيقهم جاءت الاختبارات كالتالي الضرر التي قد يلحق بك شخصيا فقدرت بـ 57,14% تليها ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك بـ 28,57%، ثم الأضرار التي قد تقع على الآخرين بـ 14,28%.

نلاحظ من خلال الجدول التباين في الإجابات واختلاف نيب العراقيين لكل من الذكور و الاناث وذلك حسب دراستنا التي قمنا بها أن كل فرع الاتصال و العلاقات العامة في مديرية الأمن غلب عليها فئة الذكور بحيث نجد رجلين من العلاقات العامة في كل فرع مقابل امرأة واحدة.

الجدول رقم 30: العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير السن:

العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي	الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		المجموع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الأضرار التي يحتمل ان تقع على الآخرين	0	0	0	0	16,66	1	0	0	5
ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك	16,66	1	62,5	5	50	3	0	0	45
الضرر الذي يحتمل أن يلحق بك شخصيا	83,33	5	37,5	3	33,33	2	0	0	50
المجموع	100	6	100	8	100	6	0	0	100

من خلال الجدول نلاحظ ان العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير السن من 25 الى 29 سنة كانت للعاملين ارتباط الموقف الأخلاقي بعائلتك وللضرر الذي يحتمل أن يلحق بك شخصيا

بنسبة 83,33% وتليها ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك بـ 16,66% ثم الأضرار التي تحدث أن تقع على الآخرين بـ 0%، ثم يأتي السن من 30 الى 34 وكانت العراقيل ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك بـ 62,5% و الضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا بـ 37,5% وتليها الأضرار التي تحدث أن تقع على الآخرين بـ 0% أما بالنسبة للسن 35 – 39 فكانت ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك أو اصدقائك بنسبة 50% و الضرر الذي يحدث أن يصيبك شخصيا بـ 33,33% و في الأخير تأتي نسبة 16,66% الأضرار التي تقع على الآخرين أما فئة 10 فأكثر من خلال الجدول نلاحظ أن معظم الإجابات جاءت بنسبة كبيرة للضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا وبالتالي نستنتج أن رجل العلاقات العامة في مديرية الامن و ذلك كون الموظفين يؤثرون المصلحة الشخصية على حساب عملهم والحفاظ على مناصبهم، وبالتالي اهتمامه بالأمر ذات الأهمية القصوى بالعمل داخل التنظيم والمسائل التي تتطلب اتخاذ قرارات بعيدة عن عمله ومهنته الشخصية وبالتالي فهي حقيقية تستعصي الإنكار.

الجدول رقم 31: العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل:

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10	2	0	0	0	11,11	1	33,33	1	الأضرار التي يحدث ان تقع على الآخرين	
45	9	0	0	57,14	4	44,44	4	33,33	1	ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك
45	9	100	1	42,85	3	44,44	4	33,33	1	الضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا
100	20	100	1	100	7	100	9	100	3	المجموع

من خلال الجدول العوامل التي تعيق اتخاذ الأخلاقي بالنسبة لرجل العلاقات العامة وذلك حسب الأقدمية في العمل فجاءت النتائج كالتالي:

بالنسبة لمنغير الأقدمية أقل من 5 سنوات متساوية بين الاختيارات الثلاث، الأضرار التي تحدث أن تقع على الآخرين وارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك بالإضافة الى الضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا فقدت نسبتها بـ 33,33% الى هذا الأقدمية من 5 الى أقل من 10 سنوات تساوي ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك والضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا بـ 44,44% بالإضافة الى الأضرار التي يحدث أن تقع على الآخرين بـ 11,11% أما من 10 الى 15 سنة سجلت أكبر نسبة بـ 57,14% و الضرر الذي يحدث أن يلحق بك شخصيا بـ 42,85% وتأتي الأضرار التي يحدث أن تقع على الآخرين بـ 0% اما أكثر من 15 سنة فجاءت 100% وبالتالي من بين العوائق التي تعيق رجل العلاقات العامة في اتخاذه للموقف الأخلاقي تكون غالبا عوائق اجتماعية من خلالها يتأثر رجل العلاقات العامة في اتخاذ قراراته التي من شأنها المساس بأفراد داخل المنظمة او خارجها فبالنتالي قرارات رجل العلاقات العامة ولاسيما في مديرية الأمن لمن الأمر الصعب كونها تنظيم يخضع في غالبية الأمر لقوانين تنظم و تحكم سير العمل.

المحور الرابع : المبادئ التي يركز عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

جدول رقم 32: ابرز المخالفات غير الاخلاقية السائدة في مؤسسة الشرطة

المخالفات الغير اخلاقية السائدة داخل مؤسسة الشرطة	ك	%
تحويل او اخفاء وثائق او معلومات الخدمة	0	0
القيام بواسطة لأعمال تجارية داخل المنظمة	0	0
الانخراط في احزاب سياسية دون رخصة مسبقة	0	0
افشاء اسرار المهنية	0	0
ممارسة نشاط مهني اخر دون رخصة مسبقة	0	0
التحفظ على الاجابة	20	100
المجموع	20	100%

نلاحظ من خلال الجدول انه تمت الاجابة فقط على اختبار التحفظ على الاجابة حيث قدرت نسبتها 100% مع الامتناع عن الاجابة في بقية الاختيارات الاخرى . وذلك قد يرجع الى ان اي موظف داخل مديرية الامن والمنخرط فيها يستوجب عليه التقيد بالقوانين المنوطة والقيام بالمهام الموكلة اليه وفقا لقواعد واصول المهنة وعليه بسرية المعلومات والوثائق الرسمية التي بحوزته وكما قال القائم بالاتصال في مديرية الامن بانها مهمة حساسة وينظمها القانون ونحن نفسر كل هذا التحفظ والتكتم كون الاعتراف بالمخلفات في نظرهم شهادات تدين المعترف بذلك ويعتبر تشهير بالمؤسسة الامنية.

جدول رقم 33 : يمثل المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي

هل هناك مبادئ معمول بها لرجل العلاقات العامة	ك	%
نعم	20	100
لا	0	0
المجموع	20	100

من خلال الجدول نلاحظ ان جميع المبحوثين من الذكور والاناث اجابوا بنعم بنسبة 100

جدول رقم 34: يمثل المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي.

-حسب متغير الجنس

المجموع		انثى		ذكر		الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	المبادئ المعمول بها
100	20	100	7	100	13	نعم
0	0	0	0	0	0	لا
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة الذكور تعادل نسبة الاناث حيث قدرت ب100% وهذا باجابتهم بنعم على انه يوجد مبادئ اساسية داخل المؤسسة الشرطة يعمل بها المكلف باتخاذ القرارات الاخلاقية فهذه المبادئ تسير عمل المؤسسة وتنظمها.

جدول رقم 35: يمثل المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي

-حسب متغير الجنس

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		السن المبادئ المعمول بها		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
	100	20	0	0	100	4	100	9	100	7	نعم
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	لا
المجموع	100	20	0	0	100	4	100	9	100	7	

من خلال الجدول نلاحظ ان المبحوثين الذين تتراوح اعمارهم بين 25 الى 29 سنة اجابوا بنعم بنسبة 100% بحيث انه من 25-29 اجابوا 7 مبحوثين ومن 30-34 اجابوا 9 ومن 35-39 اجابوا 4 ويمكن تفسير ذلك على ان جميع الفئات العمرية ترى بان لوجود المبادئ داخل المؤسسة اهمية بالغة وخاصة لدى رجل العلاقات العامة اثناء اتخاذه للقرار الاخلاقي

جدول رقم 36: يمثل المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي

-حسب متغير الاقدمية في العمل

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل المبادئ المعمول بها		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
	100	20	100	1	100	7	100	8	100	4	نعم
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	لا
المجموع	100	20	0	1	100	7	100	8	100	4	

من خلال الجدول نلاحظ ان جميع المبحوثين اجابوا بنعم حيث ان اقل من 5 سنوات الى اقل من 10 سنوات اجابوا 8 ومن 10 الى اقل من 15 سنة 7 واخيرا اطر من 15 سنة عمل هو شخص واحد من العينة المبحوثة ويمكن تفسير ذلك على ان جميع المبحوثين سواء يرون ان رجل العلاقات العامة لديه مجموعة من المبادئ الاخلاقية التي يتحلى بها عند اتخاذه لقراراته .

الجدول رقم 37: يمثل المبادئ التي يلتزم بها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

في حالة الاجابة بنعم

المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي	ك	%
التركيز على المنفعة المتدفقة لأكثر عدد من الأفراد	3	15
اختيار حل وسط	4	20
تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها	8	40
اتخذ القرار حسب ظروف الموقف الاخلاقي	5	25
أضع نفسي مكان من سوف يتأثر بقراراتي	0	0
المجموع	20	100

التعليق : من خلال الجدول نلاحظ ان اكبر نسبة اجابت بنعم على العبارة تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها ب 40% اما نسبة قدرت ب 15% بعبارة التركيز على المنفعة المتحققة لأكبر عدد من الافراد

جدول رقم 38: يمثل المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

-حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	14.28	1	15.38	2	التركيز على المنفعة المتدفقة لأكثر عدد من الأفراد
20	4	28.57	2	15.38	2	اختيار حل وسط
40	8	42.85	3	38.46	5	تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها
25	5	15.28	1	30.76	4	اتخذ القرار حسب ظروف الموقف الاخلاقي
0	0	0	0	0	0	أضع نفسي مكان من سوف يتأثر بقراراتي
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان العبارة التي تحصلت على اعلى نسبة هي تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها ب 40% ثم تليها اتخاذ القرار حسب ظروف الموقف الاخلاقي بنسبة 25% وبعدها اختيار حل وسط بنسبة 20% واخيرا التركيز على المنفعة المتحققة لأكثر عدد من الافراد وعليه يمكن القول ان رجل العلاقات العامة لا يستطيع اتخاذ قرار معين قبل القيام بمعاينة او تقييم الموقف او الحالة الاخلاقية

الجدول رقم 39: يمثل المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

-حسب متغير السن

المجموع		الفئة العمرية 40 سنة فاكثر		الفئة العمرية من 35 الى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 الى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 الى 39 سنة		السن المبادئ المعمول بها
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	0	0	20	1	12,5	1	14,28	1	التركيز على المنفعة المتحققة لأكبر عدد من الافراد
20	4	0	0	20	1	25	2	14,28	1	اختيار حل وسط
40	8	0	0	40	2	37,5	3	42,85	3	تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها
25	5	0	0	20	1	25	2	28,57	2	اتخاذ قرار حسب الموقف الاخلاقي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	اضع نفسي مكان من سوف يتأثرون بقرارتي
100	20	0	0	100	5	100	8	100	7	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان اعلى نسبة تحصلت عليها العبارة تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها قدرت ب 42,85% وذلك من 25 الى 29 سنة يليها من 35 -39 سنة بنسبة 40% نفس العبارة وبعدها من 30-34 سنة بنسبة 37,5% ويمكن تفسر ذلك على انه مهما اختلف السن بين المبحوثين فإن مبدءا تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها يعتبر اساسي في اتخاذ القرار الاخلاقي ونتائجه.

جدول رقم 40: يمثل المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

-حسب متغير الأقدمية في العمل

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل المبادئ المعمول بها في عمل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	0	0	14,28	1	11,11	1	33,33	1	التركيز على المنفعة المتحققة لأكبر عدد من الافراد
20	4	0	0	14,28	1	22,22	2	33,33	1	اختيار حل وسط
40	8			28,57	2	44,44	4	33,33	1	تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها
25	5	0	0	42,85	3	22,22	2	0	0	اتخاذ قرار حسب الموقف الاخلاقي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	اضع نفسي مكان من سوف يتأثرون بقررتي
100	100	0	0	100	7	100	9	100	3	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان العبارة التي تحصلت على اعلى نسبة تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها قدرت ب 40% حيث ان من لديه اكثر من 15 سنة عمل تحصل على نسبة 100% وهذا راجع الى اقدميته واكتسابه الخبرة من التمكن من معرفة المبادئ التي ياتزم بها في اتخاذه للقرار الاخلاقي اما بقية النسب فتعتبر متقاربة لان المنطق يختلف من شخص لآخر لدى رجل العلاقات العامة في المؤسسة الامنية وهذا مايدل على ان المبادئ ليست ثابتة

المحور الخامس : ولاءات رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

جدول رقم 41: يمثل الجهة التي يتجه اليها ولاء رجل العلاقات العامة عند اتخاذه للقرارات الاخلاقية

الجهة التي يتجه اليها رجل العلاقات العامة عن اتخاذ القرار الأخلاقي	ك	%
نفسه	0	0
الجمهور	1	5
المجتمع	3	15
المهنة	9	45
المنظمة	7	35
المجموع	20	100

التعليق : نلاحظ ان اكبر نسبة هي 45% وتتمثل في المهنة اما ادنى نسبة هي 5% وتمثلت في الجمهور

جدول رقم 42 : يمثل الجهة التي يتجه اليها الولاء لرجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجهة التي يتجه اليها رجل العلاقات العامة عن اتخاذه للقرار الأخلاقي
%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	نفسه
5	1	14.28	1	0	0	الجمهور
15	3	28.57	2	7.69	1	المجتمع
45	9	28.57	2	53.84	7	المهنة
35	7	28.57	2	38.46	5	المنظمة
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان العبارة التي تحصلت على اكبر نسبة هي المهنة وقدرت ب45% حيث ان الذكور تحصلوا على 53,84% اما الاناث 25,84% ويمكن تفسير ذلك على ان الولاء يتجه الى جهات متعددة.

جدول رقم 43: يمثل الجهة التي يتجه إليها رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

-حسب متغير السن:

المجموع		الفئة العمرية من 40 فأكثر		الفئة العمرية من 39 - 35		الفئة العمرية من 30 - 34		الفئة العمرية من 29 - 25		الجهة التي يتجه إليها ولاد رجل العلاقات العامة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	نفسه
9	45	0	0	50	2	44,44	4	42.85	3	مهنته
5	1	0	0	0	0	0	0	1	14.28	الجمهور
35	7	0	0	50	2	22.22	2	3	42.85	المنظمة
15	3	0	0	0	0	333.33	3	0	0	المجتمع
100	20	0	0	100	4	9100	7	100	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان المهنة تحصلت على اكبر نسبة 45% فالمبحوثين الذين تتراوح اعمارهم بين 35-39 سنة تحصلوا على 50% وهذا مايؤكد ان المبحوثين ولاؤهم ثابت للمهنة

جدول رقم 44: يمثل الجهة التي يتجه إليها رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

-حسب متغير الأقدمية في العمل

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 إلى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل الجهة التي يتجه إليها الولاء
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	نفسه
45	9	100	1	14,28	1	55,55	5	66,66	مهنته
5	1	0	0	14,28	1	0	0	0	الجمهور
35	7	0	0	57,14	4	33,33	3	33,33	المنظمة
15	0	0	0	14,28	1	11,11	1	1	المجتمع
100	100	100	1	100	7	100	9	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان اكبر نسبة تحصلت عليها المهنة قدرت ب45% حيث ان اكثر من 15 سنة تحصلت على نسبة 100% يليها اقل من 5 سنوات 66,66% واخيرا من 10 الى اقل من 15 سنة 14,28% ويمكن تفسير ذلك على ان جميع الاطراف يعتبر ولاءها امر ضروري

الجدول رقم 45 : يمثل مدى تغير الولاءات بتغير المواقف الاخلاقية

المجموع	أنثى		ذكر		قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين
	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	نعم
100	20	100	7	100	لا
100	20	100	7	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان اكبر نسبة هي من اجابت ب لا وقدرت ب100% ويمن تفسير ذلك بانه من المفروض ان تكون الولاءات ثابتة رغم تغير المواقف والحالات

جدول رقم 46 : يمثل تقاسم زملاء العمل نفس الولاءات اتجاه القضايا الاخلاقية

المجموع		أنثى		ذكر		قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين
%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	نعم
100	20	100	7	100	13	لا
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان كل من الذكور والاناث اجابوا بنعم بنسبة 100% ويمكن تفسير ذلك على ان الموظفون يسيرون على نظام موحد وملزم

جدول رقم 47 : يمثل الولاء الغالب الذي يتقاسمه زملاء العمل

المجموع		أنثى		ذكر		الولاء الغالب الذي يتقاسمه زملاء العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
15	3	14,28	1	15,38	2	المهنة
0	0	0	0	0	0	نفسه
15	3	14,28	1	15,38	2	الجمهور
45	9	42,85	3	46,15	6	المنظمة
25	5	28,57	2	13,07	3	المجتمع
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان الولاء الغالي الطي يتقاسمه زملاء العمل هو المنظمة بنسبة 45% ويمكن تفسير ذلك على ان تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية وخدمة المنظمة بالدرجة الاولى

جدول رقم 48: يمثل قابلية وجود ولاءات مختلفة

المجموع		أنثى		ذكر		قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين
%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	نعم
100	20	100	7	100	13	لا
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان جميع المبحوثين اجابوا ب لا بنسبة 100%

جدول رقم 49 : يمثل قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة

حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين
%	ك	%	ك	%	ك	
0	0	0	0	0	0	نعم
100	20	100	7	100	13	لا
100	20	100	7	100	13	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 100% اجابوا بلا وهذا راجع الى انه يوجد ولاءات مشتركة بينهم

جدول رقم 50: يمثل قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة

حسب متغير السن

المجموع	الفئة العمرية 40 سنة فأكثر		الفئة العمرية من 35 إلى 39 سنة		الفئة العمرية من 30 إلى 34 سنة		الفئة العمرية من 25 إلى 39 سنة		السن قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
	0	0	0	0	0	0	0	0	نعم
	100	20	0	0	100	8	100	7	لا
المجموع	100	20	0	0	100	8	100	7	5

من خلال الجدول نلاحظ ان الفئات العمرية من 25 الى 29 سنة اجابوا بلا بنسبة 100 ويمكن تفسير ذلك ان ولاء المهنة فوق كل اعتبار

جدول رقم 51: يمثل قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة

-حسب متغير الاقدمية في العمل

المجموع	أكثر من 15 سنة		من 10 سنوات الى أقل من 15 سنة		من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الأقدمية في العمل قابلية وجود ولاءات مختلفة العمل
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
	0	20	100	0	0	0	0	0	نعم
	100	20	0	1	100	7	100	09	لا
المجموع	100	20	100	100	100	7	100	9	3

من خلال الجدول نلاحظ ان جميع المبحوثين أجابوا بلا بنسبة 100% ويمكن تفسير ذلك على الوفاء للمهنة في نظر المبحوثين فرض على كل موظف

المبحث الرابع : نتائج الدراسة

بناء على ما جاء في محاور الدراسة الميدانية ووصولاً لتحقيق الغايات والاهداف المنشودة اعتمدت الدراسة على استبانة تضمنت 16 سؤالاً منها اسئلة مغلقة واخرى اسئلة مفتوحة لاتاحة الفرصة للمبحوثين لمعرفة مقترحاتهم وبعد تفريغ الاستبانة وتحليلها اتضحت لنا هذه المعطيات والنتائج المستخلصة في الجداول السابقة.

حسب المحور الاول والذي يمثل البيانات السوسيويدمغرافية:

- نسبة 65% تمثل جنس الذكور السائد في عينة الدراسة بينما 35% مثلت فئة الاناث

-النسبة 45 %تمثل سن العينة التي تراوحت بين 30 الى 34 سنة ثم يليها نسبة 35% والتي تمثلت في الفئة العمرية بين 25 الى 29 سنة

- اما نسبة 45% مثلت عدد سنوات العمل والاقدمية بالنسبة لأفراد العينة والتي كانت من 5 سنوات الى اقل من 10سنوات

اما المحور الثاني والذي يمثل الحقائق والمعطيات التي يبحث عنها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي :

وجد نسبة 95% مثلت الدقة في تحصيل المعلومات حول الموقف الاخلاقي

- نسبة 50% اكدت على تعقد القضية الاخلاقية واتها من اهم العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الاخلاقي

-اما نسبة 85 %المصادر التي يعتمد عليها للحصول على المعلومات حول الموقف الاخلاقي عبارة عن تحريات شخصية و 15 عبارة عن شهادات لأشخاص دون الكشف عنهم

اما حسب المحور الثالث : والذي يمثل القيم الاخلاقية التي يتحلى بها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

-وجد النسبة 45% والتي اكدت ان ابرز قيمة يعتمد عليها في اتخاذ الفرار الاخلاقي هي المسؤولية ثم يليها قيمة الصدق بنسبة 25

-وعن مدى الالتزام بقيمة المسؤولية اكدت النتائج على انه غالبا مايلتزم الموظفون بها بنسبة 45% ونجد نسبة 60% اكدت على تطبيق الحرفي للقانون في اتخاذ القرار الاخلاقي ثم 30% حسب مقتضيات الموقف الاخلاقي

-بينما نجد تساوي النسب للعوامل التي تعيق اتخاذ القرار الاخلاقي حيث اخذ ارتباط الموقف الاخلاقي باشخاص اقرباء والضرر الذي يحتمل ان يلحق بالموظف بنسبة 45% بينما نجد 10 فقط تعود للاضرار التي يفترض ان تقع على الاخرين

حسب المحور الرابع : الذي يمثل المبادئ التي يركز عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي .

- اما فيما يخص الاجابات المتعلقة بأبرز المخالفات الاخلاقية السائدة في المؤسسة الشرطة فقد امتنع المبحوثين عن الاجابة بتحفظ

- نجد نسبة 100% اكدت على ان هناك حقا مبادئ معمول بها في حالة اتخاذ القرار الاخلاقي وهي مبادئ متنوعة

حسب المحور الخامس : الذي يمثل ولاءات رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرارات الاخلاقية

-فيما يخص الجبهه التي يتجه اليها ولاء رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي فقد حازت المهنة على اعلى نسبة 45% اما المنظمة 35% والمجتمع 15% والجمهور 5% وهي تعتبر نسب متقاربة

-اما عن حالة تغيير الولاءات كانت نسبة الموافقة 100% وتمثل الولاءات وعدم تغييرها

نسبة 100% تمثل تقاسم جميع الزملاء في العمل نفس الولاءات والولاء الغالب هو للمنظمة

نسبة 100% لايقبل ان يكون للعاملين في الشرطة ولاءات مختلفة.

-من خلال الدراسة الميدانية لموضوع اتخاذ القرار الاخلاقي لرجل العلاقات العامة في المؤسسة الامنية توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج :

للإجابة عن تساؤلات محور الحقائق و المعطيات التي يبحث عنها رجل العلاقات العامة وجدنا انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين تحري المعلومات والحقائق حول الموقف الاخلاقي وبين الالتزام بالواجب المهني
- توجد فروق متقاربة الى حد ما بين العوامل التي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الاخلاقي

ومن خلال الاجابة عن تساؤلات محور ماهي القيم التي يتحلى بها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي وجدنا

-من ابرز القيم التي يتجه اليها رجل العلاقات العمه هي قيمة المساواة ثم تأتي بقية القيم وهذا ما يعكس الانصاف و العدل الذي يتسم به رجل العلاقات العامة

- اتخاذ رجل العلاقات العامة قراراته الاخلاقية تكون حسب اللوائح القانونية

-من بين العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الاخلاقي لرجل العلاقات العامة هي العوامل الاجتماعية

ومن خلال الاجابة عن تساؤلات محور ماهي المبادئ التي يرتكز عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

-يوجد داخل مؤسسة الشرطة مجموعة من المبادئ يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي والتي تؤهله لممارسة نشاطه على اكمل وجه ووجب عليه الالتزام بها وتطبيقه لها

- هناك علاقة واضحة بين المبادئ الاخلاقية لموظف الشرطة وبين موقفه اتجاه المسائل الاخلاقية

ومن خلال تساؤلات المحور الخامس حول ماهي ولاءات رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي

هناك عدة اطراف يتجه ولاء رجل العلاقات العمه ومتقاربة فيما بينها من ولاءاته للمهنة والمجتمع والمنظمة والمجتمع ولكن في اقلية تتجه لولائه للمنظمة

ويتقاسم الموظفين داخل المؤسسة نفس الولاءات ولا يقبل ان تكون ولاءاتهم خارج المنظمة.

خاتمة

عامّة

• الخاتمة:

نلخص في الاخير الى انه ونظرا للأهمية التي تكتسبها مديرية الامن ودورها في توفير الامن وحماية الاشخاص والممتلكات فانه من الضروري لدى العاملين داخل المؤسسة الالتزام بالضوابط القانونية والاخلاقية، ولهذا فان موظف الشرطة ملزم بنهج سلوك قويم في علاقته مع زملائه وادارته وفقا لما تمليه القواعد والمبادئ المسطرة في القوانين والانظمة المعمول بها وكل هذا لتحسين صورة المؤسسة مع جمهورها الداخلي من جهة والخارجي من جهة اخرى .

ومن ضمن العمليات التي تواجه موظف الشرطة والتي تعتبر من التحديات الوظيفية عملية اتخاذ القرار الاخلاقي وكيفية تطبيقه وتجسيده مع مراعاة مصالح المنظمة وتحقيق التوازن بين تلك المصالح والضمير الاخلاقي للفرد .

وبشكل اتخاذ القرار الاخلاقي لدى متخذ القرار في مؤسسة الشرطة دور اساسي في الصورة التي تعطيها المؤسسة عن نفسها ويقوي الالتزام بمبادئ العمل الصحيح والصادق.

وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وللوصول الى نتائج علمية ومنهجية تم رصد وتتبع وتحليل ماجاء من بيانات في الاستمارة الخاصة بالدراسة وعلى العموم خرجنا بالنتائج التالية:

_ اخذنا نظرة مفصلة عن نشاط واهمية العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة

_ معرفة الوسائل الاتصالية المستخدمة في مؤسسة الشرطة والعوائق الاتصالية التي تواجهها

_ اخذنا فكرة عامة عن دور اخلاقيات رجل العلاقات العامة وضوابطها داخل مؤسسة الشرطة والعوامل المؤثرة في تشكيل قراراته وايضا الصفات المهنية والاخلاقية التي يتحلى بها

وقد اكدت الدراسة على كيفية اتخاذ القرار الاخلاقي لرجل العلاقات العامة في مديرية الامن وتداخل عدة عوامل في عملية اتخاذ القرار منها الذاتية التي تتعلق بالمبادئ وقيم الفرد والمنطقية التي تتدرج في اعتبارات فوانين المنظمة.

قائمة

الجداول

الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
1	جنس أفراد عينة البحث	41
2	السن	41
3	الأقدمية في العمل	42
4	الدقة في تحصيل المعلومات و الحقائق حول المواقف الأخلاقية	43
5	الدقة في تحصيل المعلومات و الحقائق حول المواقف الأخلاقية حسب متغير الجنس	43
6	الدقة في تحصيل المعلومات و الحقائق حول المواقف الأخلاقية حسب متغير السن	44
7	الدقة في تحصيل المعلومات و الحقائق حول المواقف الأخلاقية حسب متغير الأقدمية في العمل	45
8	العوامل الي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي	46
9	العوامل الي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير الجنس	47
10	العوامل الي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير السن	48
11	العوامل الي تعرقل الحصول على المعطيات المرتبطة بالموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	49
12	المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي	50
13	المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الجنس	51
14	المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير السن	52
15	المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة حول الموقف الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	53
16	أبرز قيمة معتمدة في اتخاذ القرار الأخلاقي	54
17	أبرز قيمة معتمدة في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الجنس	54
18	أبرز قيمة معتمدة في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير السن	55
19	أبرز قيمة معتمدة في اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	56
20	مدى الالتزام بالقيمة	57
21	مدى الالتزام بالقيمة حسب متغير الجنس	57
22	مدى الالتزام بالقيمة حسب متغير السن	58
23	مدى الالتزام بالقيمة حسب متغير الأقدمية في العمل	58
24	اتخاذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية	59
25	اتخاذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية حسب متغير الجنس	59
26	اتخاذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية حسب متغير السن	60

61	اتخاذ رجل العلاقات العامة قراراته الأخلاقية حسب متغير الأقدمية في العمل	27
62	العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي	28
62	العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الجنس	29
63	العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير السن	30
64	العوامل التي تعيق اتخاذ القرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	31
65	أبرز المخالفات غير الأخلاقية السائدة في مؤسسة الشرطة	32
66	المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي	33
66	المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي حسب متغير الجنس	34
67	المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي حسب متغير السن	35
67	المبادئ التي يعمل بها رجل العلاقات العامة في حالة اتخاذه للقرار الاخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	36
68	المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي	37
69	المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير الجنس	38
70	المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير السن	39
70	المبدأ الذي يلتزم به رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	40
71	الجهة التي يتجه إليها ولاء رجل العلاقات العامة عند اتخاذه للقرار الأخلاقي	41
72	الجهة التي يتجه إليها ولاء رجل العلاقات العامة عند اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير الجنس	42
73	الجهة التي يتجه إليها ولاء رجل العلاقات العامة عند اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير السن	43
74	الجهة التي يتجه إليها ولاء رجل العلاقات العامة عند اتخاذه للقرار الأخلاقي حسب متغير الأقدمية في العمل	44
75	مدى تغير الولاءات بتغير المواقف	45
76	ملاء العمل نفس الولاءات اتجاه القضايا الأخلاقية	46
76	الولاء الغالب اذي يتقاسمه زملاء العمل	47
77	قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة	48
77	قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة حسب متغير الجنس	49
78	قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة حسب متغير السن	50
78	قابلية وجود ولاءات مختلفة للعاملين في الشرطة حسب متغير الأقدمية في العمل	51



قائمة

المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- محمد حربي حسن واخرون، العلاقات العامة المفاهيم والتطبيقات: دار الحكمة للطباعة والنشر العراق 1991 .
- 2- مدونة السلوك الشرطي، صادرة عن وزارة الداخلية: مملكة البحرين، 2011.
- 3- الحيدري ، السيد كمال :مقدمة في علم الاخلاق ، دار فراق ، ايران ،2005.
- 4- ابن مسكوية، ابو علي احمد بن محمد بن يعقوب، تهذيب الاخلاق وتطهير الاعراف: طليعة النور ، العراق، 1999.
- 5- امل احمد طعمة، اتخاذ القرار والسلوك القيادي: عمان ،ط2010،2.
- 6- محمد عبد الفتاح ياغي، الاخلاقيات في الادارة : المكتب الجامعي ،الاسكندرية،1998.
- 7- المنجد في اللغة والاعلام: دار المشرق ،ط3،بيروت .
- 8- عيسى قاسي، الشرطة الجزائرية مؤسسة في عمق المجتمع: دار الكتاب العربي للطباعة والنشر ،الجزائر ،2002.
- 9- فاضيلي ادريس،الوحي في المنهجية والبحث في العلوم الانسانية والاجتماعية: عمان ، دار حامد للنشر،2007.
- 10- محي محمد مسعد كيفية كتاب الابحاث والاعداد للمحاضرات ،جامعة الاسكندرية ،2000.
- 11- محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات ، دار وائل للنشر، عمان ،1999.
- 12- مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية: مؤسسة الوراق،2000.
- 13- رشيد بوترة ، سمير باطح :دور العلاقات العامة في مؤسسة الشرطة ،قائمة ،2013/1012
- 14- مجلة الشرطة : العدد رقم 115 ،مارس 2013.
- 15- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي ، الاتصال والعلاقات العامة: عمان ،دار الصفاء للنشر ،2004.

قائمة المصادر والمراجع:

- 16- محمود السباعي، ادارة الشرطة في الدولة الحديثة: المجلد الثاني ، القاهرة ، الشركة العربية للطباعة والنشر ،1963.
- 17- نصر الدين عبد القادر عثمان، المدخل الى العلاقات العامة والاعلان: الافاق المشرقة للنشر والتوزيع.
- 18- فريزر ستيل، ترجمة سعد الحسني ، ممارسة العلاقات العامة: دار الكتاب الجامعي ، فلسطين ،2007.
- 19- بسام عبد الرحمان الجرايدة، ادارة العلاقات العامة: دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ،2012.
- 20- محمد ناجي الجوهرى، وسائل الاتصال في العلاقات العامة: مكتبة الرائد ، عمان ،الاردن ،2000.
- 21- علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق: عالم الكتب، القاهرة ،2003.
- 22- محي الدين ابا بكر بن شرف النووي، رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين: دار احياء الكتب العربية ، القاهرة.
- 23- لاشينكو، اسلوب عمل القائد ترجمة سنجير النحاس: القاهرة ،دار الثقافة الجديدة ،1982.
- 24- علي حميد العولقي ، اكاامية الشرطة بالجمهورية اليمنية، محاضرة مقدمة من الدورة التدريبية، صنعاء ،2008.
- 25- عادل عبد الجواد، محمد الكردوسي: اعداد الكوادر العلاقات العامة الشرطة ، دبي. دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان ،2008.
- 26- فايز حسين، سيكولوجيا الادارة العامة: دار اسامة للنشر والتوزيع ،عمان ،2008.
- 27- هشام طه محمود سليم ، مدونة القيادة الناجحة ، وكيفية اتخاذ القرار الاخلاقي في مجال العمل الشرطي ،مملكة البحرين ،2012.
- 28- كريم مشط الموسوي ، اخلاقيات العاملين بالعلاقات العامة في الصحافة العراقية ،كلية الاعلام ،جامعة بغداد.

قائمة المصادر والمراجع:

- 29- سعد بن عليوي الهدلي : مهارة القائد الامن في اتخاذ القرار في الظروف الطارئة ، اكادمية نايف العربية للعلوم الامنية.
- 30- كعنان نواف ، اتخاذ القرارات الادارية، الرياض ، مطابع الفرزدق ،1985.
- 31- مفتشي الشرطة الداخليين ، الشرطة اخلاقيات المهنة ، المرحلة الثانية ، الاردن.
- 32- بن عطية حزام خليل ، الادارة واتخاذ القرار في عصر المعلوماتية ،ابو الخير للطباعة والتجليد،2009.
- 33- سليمان صالح، اخلاقيات الاعلام ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ،الكويت ، 2005.
- 34-باسم الحميري، الادارة والوظائف والممارسة ، دار الحامد،2000.
- 35- محمد منير حجاب وسحر محمد وهيبي، المداخل الاساسية للعلاقات العامة : دار الفجر للنشر ، القاهرة .
- 36- علي حميد العولقي، اخلاقيات المهنة ومثل واعراق الشرطة وكيفية تطبيقها على الواقع : صنعاء ، 2008
- 37-بوين شانون : توسيع الاخلاق كمبدأ عام ،محلية العلاقات العامة للبحوث ،2008.
- 38_اسعاد راغب الخطيب : المداخل الى العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع،2005.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 - قنطرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

- اعداد منكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال وعلاقات عامة :

**اتخاذ القرار الأخلاقي لدى رجل العلاقات العامة في مديرية الامن
- ولاية قنطرة -**

اشراف الأستاذ:

- خشة أحسن.

من اعداد الطالبات:

- عامر وردة
- بوطالب عائشة
- جبالي ريمة

ملاحظة هامة: ضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

إن المعلومات المقدمة في هذا الامتحان خاصة بالغرض العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2016/2017.

حالة افتراضية

صديقك يعمل معك في مديرية الامن

تورط في مخالفة مهنية يعاقب عليها القانون

تم تكليفك بالتحقيق في هذه المخالفة

_ اشرح لنا طريقتك في اتخاذ القرار الأخلاقي من

خلال الإجابة على الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة؟

المحور الاول:البيانات السوسيو ديمغرافية

- 1_الجنس: ذكر أنثى
- 2_السن: من 25-29 30-34 35-39 40 فأكثر
- 3_الأقدمية في العمل:

- أقل من 5 سنوات من 10 إلى أقل من 15 سنة
- من 5 إلى أقل من 10 سنوات أكثر من 15 سنة

المحور الثاني: الحقائق والمعطيات التي يبحث عنها رجل العلاقات العامة في اتخاذ القرار الاخلاقي

4_هل تتحرى الدقة في تحصيل المعلومات والحقائق حول المواقف الأخلاقية ؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا مطلقا

5_ما هي العوامل التي تعرفل حصولك على المعطيات المرتبطة بالموقف الاخلاقي ؟

- عدم تعاون المتورط في القضية الأخلاقية
- تعدد الأطراف المتورطين في القضية الأخلاقية
- صعوبة إثبات التهم على المتورط في القضية الأخلاقية.
- تعقد القضية الأخلاقية

6_ما هي المصادر التي تعتمد عليها للحصول على المعلومات حول الموقف الأخلاقي ؟

- تحريات شخصية تسجيلات
- شهادات أشخاص دون الكشف عن هويتهم.
- اخرى تذكر:.....

المحور الثالث: القيم التي يتحنى بها رجل العلاقات العامة في اتخاذه لقرار اخلاقي بمديرية الامن.

7_ حسب رأيك ما هي أبرز قيمة تعتمد عليها في اتخاذه لقرار الأخلاقي؟

- المسؤولية العدالة التسامح
 الصدق المساواة النزاهة

أخرى تذكر:

.....

8_ هل تتزم بهذه القيمة؟

- دائما أحيانا غالبا نادرا

9_ هل تتخذ قراراتك الاخلاقية وفقا لـ:

- التطبيق الحرفي للقانون حسب مقتضيات الموقف
 استشارة الآخرين

أخرى تذكر:

10_ في نظرك ما هي العوامل التي تعيق اتخاذه لقرار الأخلاقي؟

- الاضرار التي يحتمل ان تقع على الآخرين
 - ارتباط الموقف الأخلاقي بأشخاص من عائلتك او اصدقائك
 - الضرر الذي يحتمل ان يلحق بك شخصياً

أخرى تذكر:

المحور الرابع: المبادئ التي يركز عليها رجل العلاقات العامة في اتخاذه لقرار اخلاقي:

11_ حسب رأيك ما هي أبرز المخالفات الغير أخلاقية السائدة في مديرية الامن ؟

- تحويل أو إخفاء وثائق أو معلومات الخدمة
 - القيام بالوساطة لاعمال تجارية داخل المنظمة
 - الانخراط في أحزاب سياسية دون رخصة مسبقة
 - افشاء الاسرار المهنية
 - ممارسة نشاط مهني اخر دون رخصة مسبق
 - قبول هدايا أو مكافآت في اطار المهام المسندة
- أخرى تذكر:

التحفظ عن الاجابة

12_هل هناك مبادئ تعمل بها في حالة اتخاذك للقرار الأخلاقي؟

نعم لا

• في حالة الإجابة بنعم ما هو المبدأ الذي تلتزم به في اتخاذك للقرار الأخلاقي؟

- التركيز على المنفعة المتحققة لأكثر عدد من الأفراد
- اختيار حل وسط
- تقييم الحالة الاخلاقية في حد ذاتها
- اتخاذ القرار حسب ظروف الموقف الاخلاقي
- أضع نفسي مكان من سوف يتأثرون بقراراتي

أخرى تذكر.....
.....

المحور الخامس : ولاءات رجل العلاقات العامة في اتخاذه للقرار الاخلاقي بمديرية الامن

13_ ما هي الجهة التي يتجه ولاءك إليها عندما تتخذ قرارك الأخلاقي؟

نفسك الجمهور المجتمع

مهنتك المنظمة

أخرى تذكر:

14_ هل تتغير ولاءاتك بتغير المواقف الأخلاقية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ماهي العوامل التي تؤدي بك إلى تغيير ولاءاتك عند اتخاذك للقرارات الأخلاقية؟

- طبيعة الموقف الاخلاقي

-الجهة المستفيدة من القرار الاخلاقي

- مصلحة متخذ القرار الاخلاقي

- أخرى تذكر.....

.....

15_ هل يتقاسم زملائك نفس الولاءات اتجاه القضايا الاخلاقية؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فما هو الولاء الغالب الذي يتقاسمه زملائك في العمل؟

المهنة نفسك المجتمع

الجمهور المنظمة

_هل يقبل أن يكون للعاملين في الشرطة ولاءات مختلفة؟

نعم لا

لماذا؟